

## REGULACIÓN

Los hoteleros piden que Airbnb cumpla con la misma normatividad para competir en igualdad de condiciones.



Porque el **turismo** también se lee

NÚMERO CVI AÑO 8 MAYO DE 2018

# Los empresarios marcarán la agenda turística del futuro presidente de México

Los temas más relevantes para este sector deben ir más allá del sexenio, como son la seguridad y construcción de infraestructura. Les preocupa que llegue un mandatario de izquierda.

> PÁGS. 8 y 9

**EXPANSIÓN.** Barcelona será el quinto destino que Aeroméxico opere en Europa. Con código compartido llegará a India.

PÁG  
2

**PROYECTOS.** AMResorts crecerá en México con cuatro hoteles. Ahora tendrán presencia en Riviera Nayarit.

PÁG  
4

**ESTRENO.** "Symphony of the Seas" ya se encuentra navegando por Europa. El barco más grande llegará al Caribe en noviembre.

PÁG  
10

# Aeroméxico, con nueva ruta a Europa

Los vuelos a Barcelona los estará operando a partir del 31 de octubre; además, inició código compartido con Jet Airways.



y cuando el país tiene 17 millones de habitantes.

### ▶ CÓDIGO COMPARTIDO

Una opción más para viajar a la India es la que ofrece la aerolínea al firmar un código compartido con Jet Airways; el vuelo conectará vía el aeropuerto de Heathrow en Londres, hacia la Ciudad de México, Nueva Delhi y Bombay.

En los canales de venta de ambas aerolíneas ya se encuentra esta opción para sus clientes.

Aeroméxico pondrá su código "AM" en los vuelos directos que ofrece Jet Airways de Londres a las ciudades hindúes. A su vez, la aerolínea asiática pondrá su código "9W" en los vuelos que opera la compañía mexicana de Londres hacia la capital de nuestro país.

"El inicio de este código es una prueba más de que Aeroméxico continúa trabajando por conectar a sus clientes a las regiones más importantes del mundo, por ello era necesario materializar este acuerdo con nuestro socio Jet Airways".

Agregó que India ofrece una gran diversidad turística así como una actividad económica en constante crecimiento, ya que el comercio y el turismo entre ambas regiones, creció a una tasa anual de 15% en los últimos tres años.

Por su parte, Gaurang Shetty, director de Jet Airways, dijo: "este es un acuerdo importante para la aerolínea, ya que brinda a nuestros clientes más opciones de conectividad a México, al mismo tiempo que les ofrece el espíritu de hospitalidad de la India que caracteriza a Jet Airways. Estamos seguros que esta alianza aumentará aún más la demanda de viajes de negocios y placer entre ambas naciones, lo que generará un crecimiento para todos".

Como parte de este código, los clientes de ambas aerolíneas gozarán del beneficio de acumular millas a través de los programas Jet Privilege y Club Premier.

Con los nuevos vuelos busca alcanzar su meta de transportar a 22 millones de pasajeros este año, luego que en 2017 movilizó a 20.7 millones.

MARGARITA SOLIS

El nuevo destino a Europa de Aeroméxico será Barcelona, en octubre inician los vuelos desde la Ciudad de México, anunció Anko van der Werff, director ejecutivo de Ingresos de la aerolínea.

Será a partir del 31 de octubre que opere cuatro frecuencias a la semana en su nueva ruta Ciudad de México-Barcelona.

La ciudad española será el quinto destino en Europa, región donde Aeroméxico tiene presencia desde hace 60 años, además de que se suma a los 16 destinos nuevos que opera en los últimos tres años.

Además, el 23 de junio de 2018 va a inaugurar la ruta Monterrey-Orlando con dos vuelos semanales, adicionales a los que ya abrió: Monterrey-Veracruz el pasado 15 de enero, y Monterrey-Mérida el primer día de marzo. También sumarán dos nuevas frecuencias en su vuelo a París para tener un total de nueve frecuencias semanales.

Con los nuevos vuelos busca alcanzar su meta de transportar a 22 millones de pasajeros este año, luego que en 2017 transportó a 20.7 millones.

Cabe recordar que en Asia ya tienen tres rutas, en Latinoamérica quince, en Estados Unidos 22 y en Canadá tres. Además de las nacionales, que ya alcanza la cifra de 44.

En la presentación de la ruta Ciudad de México-Barcelona, Van der Werff estuvo acompañado de Giancarlo Mulinelli, director de Ventas en México, y Paul Verhagen, director de Ventas Internacionales, quienes expresaron estar de acuerdo con la construcción del Nuevo Aeropuerto Internacional de México (NAIM), el cual conviene para el crecimiento del sector turístico y otras industrias.

También coincidieron en la importancia de México en la región por su conectividad aérea, y la oportunidad de crecimiento para todas las aerolíneas nacionales.

El ejemplo expuesto fue el aeropuerto de Holanda en Amsterdam: Schipol, que es reconocido como una de los más grandes del mundo por su conectividad, aún

## DIRECTORIO

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

PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO, Año 8, No. 106, mayo 2018, es una publicación mensual editada por Elsa Multimedia, S.A. de C.V. y Media Más, S.A. Domicilio de la Edición y Publicación Santa Bárbara Número 15, Colonia del Valle, Delegación Benito Juárez, C.P. 03100, México Distrito Federal. Tel: 01555534 4643 y 5534 4816, www.periodicoviaje.com. • DIRECTORA GENERAL: Laura Rodríguez Coutiño. • ARTE: Laura Martínez I. • CERTIFICADO RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO No. 04-2012-08101732800-101 otorgado por la Dirección de Reservas de Derechos del Instituto Nacional de Derechos de Autor. • ISSN (en trámite). • CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO Y CONTENIDO No. 15280 otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. • PERMISO SEPOMEX No (en trámite). • Este número se terminó de imprimir en Servicios Profesionales S.A. de C.V. Mimosas No. 31, Col. Sta. María Insurgentes, Del. Cuauhtémoc, C.P. 64030, México, D.F. el 28 de abril de 2018 con un tiraje de 10,000 ejemplares. • DISTRIBUIDOR: Elsa Multimedia 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.

## 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\* En hoteles del Pacífico y el Caribe Mexicano. Aplican restricciones

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

<b>CANCÚN</b>	<b>COZUMEL</b>	<b>HUATULCO</b>	<b>ISLAMUJERES</b>
DREAMS SANDS CANCUN \$2,439 SECRETS THE VINE CANCUN(2) \$4,879	SUNSCAPE SABOR COZUMEL \$1,535 SECRETS AURA COZUMEL \$2,265	DREAMS HUATULCO(1) \$2,165 SECRETS HUATULCO(2) \$2,489	ZOETRY VILLA ROLANDI ISLA MUJERES \$5,349
<b>IXTAPA</b>	<b>LOSCABOS/CABO SAN LUCAS</b>	<b>NUEVOVALLARTA</b>	<b>PLAYAMUJERES</b>
SUNSCAPE DORADO PACÍFICO IXTAPA(1) \$1,720	DREAMS LOS CABOS \$3,425 SECRETS PUERTO LOS CABOS(1) \$3,659 BREATHLESS CABO SAN LUCAS(1) \$4,205	DREAMS VILLAMAGNA NUEVO VALLARTA(1) \$2,509	DREAMS PLAYA MUJERES(1) \$3,225 SECRETS PLAYA MUJERES(1) \$3,375
<b>PUERTOVALLARTA</b>	<b>RIVIERACANCÚN/RIVIERAMAYA</b>		
SUNSCAPE PUERTO VALLARTA(1) \$1,699 NOW AMBER PUERTO VALLARTA(2) \$2,645 SECRETS VALLARTA BAY PUERTO VALLARTA \$2,735	DREAMS PUERTO AVENTURAS(1) \$2,400 NOW JADE RIVIERA CANCUN \$2,520 NOW SAPPHIRE RIVIERA CANCUN(1) \$2,555 DREAMS TULUM \$2,689 DREAMS RIVIERA CANCUN \$3,029	SECRETS SILVERSANDS RIVIERA CANCUN(2) \$3,055 SECRETS CAPRI RIVIERA CANCUN(2) \$3,435 BREATHLESS RIVIERA CANCUN(1) \$3,599 SECRETS AKUMAL RIVIERA MAYA \$4,115 SECRETS MAROMA BEACH RIVIERA CANCUN(1) \$4,939 ZOETRY PARAÍSO DE LA BONITA RIV. MAYA(1)(3) \$5,459	

Sunscap 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.

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. (\*) 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. (1) de domingo a miércoles (2) de domingo a jueves (4) niños gratis domingo a miércoles/Jueves a domingo \$ 485.00 c/u (5) hasta mayo 15, 2018 (6) hasta mayo 31, 2018.

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

\*NIÑOS GRATIS. CONSULTE HOTELES PARTICIPANTES Y VIGENCIA DE LA PROMOCIÓN.

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 SunscapResorts.com.mx

(1) Five Diamond Award

(2) Four Diamond Award

(3) The Leading Hotels of the World

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

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 | República Dominicana: Cap Cana • La Romana • Puerto Plata • Punta Cana

Escanea y suscríbete, ¡es gratis!



## Continúa la expansión de Apple Leisure Group

➤ En los próximos dos años abrirá cinco nuevos hoteles en México. Se autorizó la fusión con Mark Travel.

MARGARITA SOLIS

La importancia de México para Apple Leisure Group (ALG) se reflejó en el reciente anuncio de John Hutchinson, presidente del grupo, sobre su expansión en el país para los próximos dos años, la cual requirió de una inversión de 500 millones de dólares.

Construirá cuatro hoteles bajo tres de las marcas de su empresa AMResorts, en total serán dos mil cuartos y se prevé estarán operando entre finales del año 2019 y 2020, en Cancún y Punta Mita, este último es nuevo destino para la cadena hotelera.

De los 52 hoteles que AMResorts administra, considerando propiedades abiertas y en desarrollo, 33 de los resorts están en 15 destinos de México.

Hutchinson agregó que uno de los hoteles que está dentro de la



inversión de 500 millones de dólares, y que ya se había dado a conocer, es el Sunscape Star Cancun que abrirá sus puertas el primer día de diciembre de 2018, aunque lo darán a conocer oficialmente para octubre, durante Cancun Travel Mart. El costo promedio fue de 250 mil dólares por llave.

La presencia de AMResorts aumentará en Quintana Roo a finales de 2019 con la apertura de Now Natura Riviera Cancun, que se ubica en Puerto Morelos, a 20

minutos del aeropuerto de la ciudad. Será la primera construcción de esta marca en la región, tendrá 534 habitaciones, un río lento, alberca tipo infinity con tobogán, cascadas, restaurante y bar en la zona de la alberca.

El segundo hotel será Secrets Marina Resort & Spa, estará listo a finales de 2020, en su concepto sólo para adultos, tendrá 407 habitaciones y se ubicará en el complejo "Marina El Cid", a 30 minutos al sur del aeropuerto de Cancún.

Del lado del Pacífico y antes de que concluya el año 2020, en Bahía de Banderas en Riviera Nayarit, serán inaugurados Secrets Punta Mita Resort & Spa con 200 habitaciones y Dreams Punta Mita Resort & Spa con 415 cuartos. Su ubicación ofrecerá vistas de las Islas Marietas, así como de la costa de Nuevo Vallarta, además de una playa semiprivada. Las nuevas construcciones se encontrarán a 45 minutos del aeropuerto de la ciudad.

### ➤ FUSIÓN APROBADA

ALG, junto con Mark Travel, anunció oficialmente su fusión, de esta forma atenderán a 3.2 millones de pasajeros al año, de los cuales 2.3 millones viajan a México, esa cifra equivale al 20% de los pasajeros norteamericanos que llegan a nuestro país. Los términos financieros de la transacción no fueron revelados.

"Esta alianza no fue motivada por un recorte de costos, la alternativa la vemos en el crecimiento, por tanto la idea de fusionarlas es crecer con todos los aliados de negocios", explicó Alejandro Zozaya, CEO de ALG.

La nueva empresa estará integrada por Funjet Vacations, Southwest Vacations, United Vacations, Funway y Blue Sky Tours, de parte de Mark Travel; así como por las marcas de ALG: Apple Vacations, Cheap Caribbean y Travel Impressions.

Las empresas turísticas de Mark Travel tendrán acceso a los 52 hoteles y spas de las marcas de AMResorts: Zoëtry, Secrets, Breathless, Dreams, Now y Sunscape.

La fusión incluye Trisept Solutions, una plataforma donde se integran las marcas y todos los hoteles para dar al consumidor y a los agentes de viajes una variedad de productos.

## Cinco aperturas en México de Preferred Hotels

➤ Para celebrar sus 50 años, la compañía ampliará su presencia en China, el sudeste asiático y África.

ALONSO GORDOA

Con más de 650 hoteles, resorts y residencias en 85 países, Preferred Hotels & Resorts celebró su 50 aniversario; estuvieron presentes en el festejo la presidenta de la marca, Michelle Woodley; el vicepresidente ejecutivo de las Américas, Bob Van Ness, y el director regional de México, Antonio Vera.

La presidenta de la compañía expresó su interés por ampliar su presencia en mercados como China, México, el sudeste asiático y África, con la apertura de 14 nuevos hoteles.

Por su parte, Vera anunció que este año incorporarán cinco nuevos hoteles en México respaldados por la marca; El Grand Solmar at Rancho San Lucas Los Cabos, el Montage Los Cabos y Garza Blanca Los Cabos, además de dos propiedades programadas para el segundo semestre de 2018, Atelier Playa Mujeres Cancún y



Estudio Playa Mujeres Cancún, ambos enfocados en el arte.

"Como todas las promociones de "Viajemos por México" y esfuerzos internacionales importantes, con mucho orgullo podemos decir que en 2017 crecimos en 53% los ingresos para los hoteles", informó.

Actualmente, México cuenta con 57 propiedades con el sello de la compañía.

En tanto, Van Ness, mencionó que México es el país más grande después de Estados Unidos en



términos de presencia de marca para Preferred Hotels & Resorts.

"Como el turismo nacional e internacional sigue creciendo en el mercado, nos hemos planteado el objetivo de identificar y asociarnos con los hoteles boutique más lujosos del mercado para crear un portafolio que cumpla con las necesidades de los viajeros de lujo", indicó.

### ➤ INTERNACIONAL

Woodley agregó que el año pasado, la compañía de hoteles

independientes alrededor del mundo, registró un ingreso total de mil 350 millones de dólares por reservas en nombre de sus propiedades miembro, además de agregar 103 hoteles a nivel mundial.

"Lo que hace nuestra empresa es ayudar a que hoteles independientes o de grandes cadenas, puedan operar y dar un servicio de lujo, desde account management, ventas globales y marketing, hasta relaciones públicas y revenue management", añadió.

Como parte de su estrategia de crecimiento, Preferred se centrará en el plan de fidelización I Preferred, considerado el programa de lealtad más grande del mundo, y Preferred Residences, una colección de propiedades residenciales de lujo.

Durante todo el año, precisó, la marca llevará a cabo una campaña de redes sociales con el hashtag #PreferredCelebrates50, un paquete con créditos de hasta 50 dólares para servicios en la propiedad o una experiencia de 50 minutos, como cursos de cocina, tratamiento de Spa o una clase exclusiva de cómo abrir champagne con un sable y degustarlo.

## Airbnb, la competencia que debe regularse

➤ Hoteleros y autoridades coinciden en que las condiciones del juego no son "parejas" en materia tributaria y de seguridad.

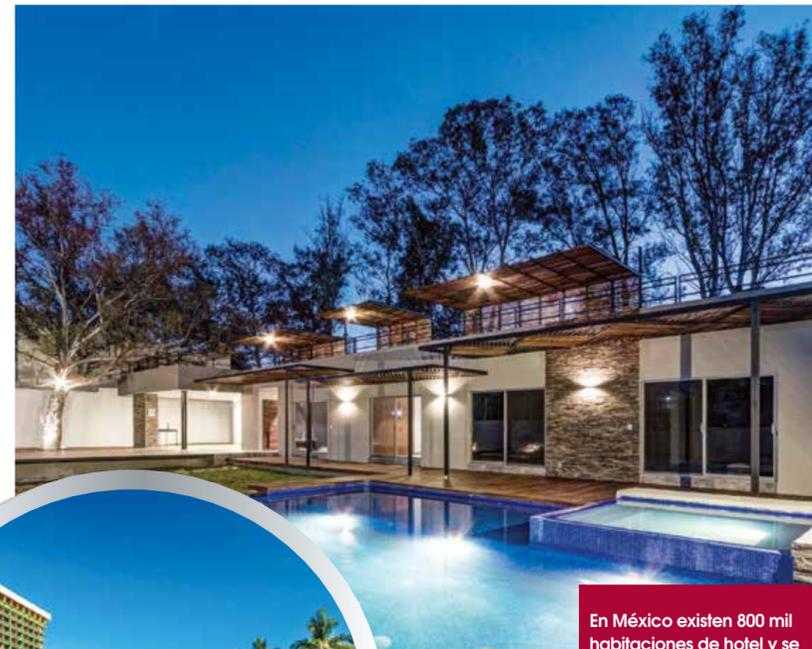
REDACCIÓN

Los hoteles en el mundo tienen que lidiar ahora con las plataformas disruptivas como Airbnb; en el caso particular de México es una competencia que llegó para quedarse y debe ser regulada, en eso coinciden Rafael García y Carlos Berdegú, presidentes de la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHM), y de grupo hotelero El Cid, respectivamente.

Fernando Olivera, secretario de Turismo de Guanajuato y presidente de la Unión de Secretarías de Turismo de México (Asetur), se sumó a la posición de los empresarios y aseguró que debe crearse una regulación que los rija o se adopten medidas que apliquen países como India y España.

Airbnb está creciendo en el país a una tasa de 160%, los llamados "anfitriones" ocupan sus espacios en promedio de 25 noches con una ganancia de 47 mil pesos al año; además abrió sus servicios de promoción para los hoteles boutique y *bed and breakfast*, anunció Chris Lehane, director global de Políticas Públicas de la plataforma.

En México existen 800 mil habitaciones de hotel y se estima que Airbnb tiene 80 mil cuartos, es decir el 10% de la oferta. En la Ciudad de México, en las colonias Polanco, Anzures, Roma y Condesa, ya se rentan edificios completos bajo ese esquema, y son zonas donde está prohibido el uso de suelo para hoteles, al igual que



Los hoteleros señalan que "el piso no es parejo" porque Airbnb no paga impuestos como ellos que por cada peso que cobran por hospedaje, el 50% lo dirigen al pago de impuestos, luz, agua, predios - en estos servicios las tarifas son comerciales no domésticas, que son más bajas-, seguridad social, entre otros; además de cumplir con 140 trámites como seguridad, protección civil, uso de suelo y licencia de funcionamiento, para lo que tardan hasta tres años en recibir las autorizaciones.

### ➤ PROPUESTA

El tema de la regulación, consideraron, es el más importante, se requiere de un análisis jurídico que los reconozca como estable-

cimientos de hospedaje. García le ha solicitado a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) que les aplique una cuota fija o el cobro de impuesto del 15% al 30%, pero no el 3% del Impuesto Sobre Servicio de Hospedaje.

Al respecto, Olivera dijo que el gobierno de Guanajuato se ha negado a firmar ese acuerdo para San Miguel de Allende porque, de hacerlo, los estarían validando jurídicamente, y "se nos van a amparar tres años y nunca los vamos a poder controlar".

Ya son tres entidades las que firman con Airbnb un acuerdo en materia impositiva: Quintana Roo, Ciudad de México y Sinaloa, para Berdegú esto es sólo un paliativo.

Expusieron que existen varios países que ya están aplicando algunas medidas para regularlos, en el caso de India les cobra el 14% de impuesto directo, en Barcelona se estableció un esquema de 10 mil licencias que se otorgan por un tiempo determinado, no es renovable para que otros departamentos o casas tenga la misma oportunidad.

En el caso de Nueva York y Manhattan ya se prohibieron, aunque se siguen rentando, García comentó, se les aplica multa a quienes lo hagan y si reinciden les clausuran el lugar.

En las Islas Canarias se cobra un impuesto del 25%, sólo aplica en ciertas temporadas del año, es la forma para controlar la demanda, sobre todo, la seguridad del viajero.

Olivera agregó que en España el tema se ha solucionado a través de grupos de gestión que dan certidumbre en materia de protección civil, de seguros y pago de impuestos, aunque no se ha llegado a la regulación que se requiere.

"Son leyes las que se deben crear, tenemos que ir desde el ámbito municipal, estatal y en lo federal. No hay una nueva figura jurídica en ningún país, ni en México, que llame a estos anfitriones de alguna manera. Si se categorizan en el Registro Nacional de Turismo, que estén ahí para empezar a pagar, creo que al principio será una cuota fija con una serie de permisos y licencias que tengan que obtener. Airbnb, eventualmente, tendrá que transparentar quiénes son esas personas", dijo Olivera.



En México existen 800 mil habitaciones de hotel y se estima que Airbnb tiene 80 mil cuartos, es decir el 10% de la oferta. En la Ciudad de México, en las colonias Polanco, Anzures, Roma y Condesa, ya se rentan edificios completos bajo ese esquema, y son zonas donde está prohibido el uso de suelo para hoteles, al igual que en las delegaciones de Tlalpan y Coyoacán.

TRANSPORTE

# No hay nueva alternativa para el NAIM: SCT

➔ Cancelar el proyecto evitaría crecimiento en turismo y economía nacional.

**MARGARITA SOLIS**  
**T**omar una nueva decisión de dónde construir el Nuevo Aeropuerto Internacional de México (NAIM) tardaría entre cinco o seis años, por lo que no es una alternativa cancelar su construcción, aseguró Gerardo Ruiz Esparza, titular de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT).  
 “Desde hace 20 años, Mitre ya aprobó el lugar, aprobó el aeropuerto para que sea ahí construido, obviamente las aerolíneas están a favor, las mexicanas y las internacionales que operan en México y todos los demás que tienen que ver, en un momento dado, con una opinión técnica calificada están de acuerdo en el tema”.

El titular de la SCT afirmó que evitar que el proyecto se lleve a cabo, sería evitar que México siga creciendo en un mundo globalizado, siga creciendo en materia turística y en el resto de las industrias como hasta ahora.  
 “El primer efecto es que ya no hay capacidad de recibir ningún vuelo y, por lo tanto, si no se resuelve pronto el tema del nuevo aeropuerto, México va a sufrir el castigo, una pérdida económica muy fuerte, una pérdida desde luego de visitantes muy fuerte”.  
 Al respecto, Enrique de la Madrid, titula de la Secretaría de Turismo, destacó la importancia de la vinculación turismo-infraestructura, tan es así que en un momento de turismo como lo fue el Tianguis Turístico en Mazatlán, Sinaloa, los temas se enfocaron en el NAIM.



**EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS:**  
 En 2013 eran **57 millones de pasajeros**, en 2017 fueron **90 millones**.  
 La antigüedad de la flota aérea era **17 años**, ahora es de **5.8 años**.  
 Pasó de **257 aviones** a **355**.  
 Hay **1,056** nuevas rutas: **541** nacionales y **515** internacionales.

Reiteró De la Madrid que el gobierno ya decidió, con base en estudios técnicos, que están desde el año 1995, que la mejor opción es Texcoco, por lo que no sería viable el modelo que propone el candidato por la coalición Juntos Haremos Historia, Andrés Manuel López Obrador, respecto

por 35 kilómetros, seguramente te hacen esperar otras dos horas en Santa Lucía y llegas a Mazatlán”.  
 Ante esa posibilidad, dijo De la Madrid, lo que sucederá es un nuevo nacionalismo, “pasarle el transporte nacional y que viene a México a los aeropuertos de Estados Unidos, seguramente están muy contentos allá porque van a crecer muy bien”.

**Ciudad Abierta**  
**GUSTAVO ARMENTA**

## LOS CANDIDATOS Y SU VISIÓN DEL TURISMO

**A**unque se trata de un evento esencialmente comercial, el Tianguis Turístico celebrado el mes pasado en Mazatlán también tuvo un fuerte tinte político al efectuarse en tiempos de campaña electoral para la Presidencia de la República.  
 Durante esta feria, personajes de la iniciativa privada hablaron sobre lo que esperan del próximo dirigente del país, con lo cual comenzaron a delinear la agenda que desean sea tomada en cuenta en la próxima administración federal –que comenzará en el próximo diciembre–, para lograr lo que parece ser el objetivo número uno: continuar el crecimiento del sector y prolongar la racha de bonanza que ya dura varios años.  
 Entre las peticiones más destacadas encontramos la continuidad de las políticas públicas implementadas en el presente sexenio, con énfasis en que sea el sector privado



quien marque la agenda de trabajo del próximo gobierno.  
 Por ejemplo, **Alejandro Zozaya**, CEO de la poderosa Apple Leisure Group, externó que el programa de gobierno en materia turística no debe tener una ruta de sólo seis años, sino que deberá marcar un lapso de largo plazo, es decir: transexenal.  
 El director de la facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Anáhuac, Francisco Madrid, destacó priorizar un crecimiento ordenado y sustentable; mientras que Sergio Allard, presidente de la Cámara Nacional de Aero-

porte y ejecutivo de Aeroméxico, sostiene que el gobierno debe ser un facilitador de políticas públicas.  
 Como siempre, más directo y norteño, Ernesto Coppel, presidente del grupo hotelero Pueblo Bonito, se pronunció porque los principales funcionarios públicos del turismo mexicano: el titular de la Secretaría de Turismo y el director del Consejo de Promoción Turística de México, provengan de la iniciativa privada; es decir: que no sean políticos (como ocurre actualmente), sino gente del propio sector.  
 Dos temas más que les resultan fundamentales a los empresarios

son la inseguridad, tanto en su realidad como en su percepción; y el nuevo aeropuerto de la Ciudad de México, del cual demandan que se mantenga el proyecto.  
 ¿Pero, qué piensan los cuatro candidatos y la candidata presidenciales al respecto? Pronto lo sabremos.  
 En la primera semana de mayo se llevará a cabo en la Ciudad de México la XVI edición del Foro Nacional de Turismo, que arrancará con la presentación de los aspirantes presidenciales (cada uno por separado), quienes expondrán sus ideas y planes de lo que debe hacerse el próximo sexenio en materia turística.  
 No obstante, en el suplemento especial sobre el Tianguis Turístico que publicó El Financiero, podemos ver un adelanto de lo que piensan los candidatos sobre la materia hasta el momento.  
 Ricardo Anaya, del PAN-PRD-MC, se centra en implementar acciones que aumenten el ingreso de divisas turísticas; en tanto que la independiente Margarita Zavala también destaca el renglón de los ingresos que, junto con una mayor competitividad, para ella son los principales retos del sector.

José Antonio Meade, del PRI-PVM-NA, quien para temas turísticos incorporó a su equipo a la exsecretaria de Turismo de Quintana Roo, Sara Latífe, subraya potenciar los beneficios económicos del sector; y, finalmente, Andrés Manuel López Obrador, de Morena-PT-ES, que cuenta con la colaboración de Miguel Torruco, ex secretario de Turismo de la Ciudad de México, y de quien ya adelantó que será el titular de Sectur en caso de ganar las elecciones, habla de impulsar un desarrollo turístico regional, para evitar que junto a los grandes centros turísticos del país existan zonas marginadas donde viven los trabajadores.  
 Cuando se publicó el suplemento de El Financiero, Jaime Rodríguez Calderón, “El Bronco”, todavía no era candidato.  
 Por su parte, el Consejo Nacional Empresarial Turístico –del que Zozaya es vicepresidente–, liderado por Pablo Azcárraga, ya tiene un documento con las propuestas que presentará a los candidatos.  
 Ya veremos qué tanto caso les hacen los políticos en campaña a los empresarios turísticos.

**AEROMAR®**

**TU EXPERIENCIA DE VIAJE EMPIEZA AQUÍ**

**NUESTROS DESTINOS**

**NEGOCIOS**

Ciudad de México - Piedras Negras - Ciudad Victoria - San Luis Potosí  
 Lázaro Cárdenas - Morelia - Tepic - Guadalajara - Colima - Ixtepec - Puebla - Mc Allen

**PLACER**

Puerto Vallarta - Ixtapa Zihuatanejo - Acapulco - Poza Rica - Puerto Escondido  
 Veracruz - Oaxaca - Villahermosa - Tuxtla Gutiérrez - Mérida - Cancún

**Beneficios Aeromar**  
 sin costo extra

- WEB CHECK-IN
- SALÓN AEROMAR CON WIFI
- SNACKS Y BEBIDAS DURANTE EL VUELO
- SELECCIÓN DE ASIENTO
- EQUIPAJE DE MANO HASTA 10 KGS
- EQUIPAJE DOCUMENTADO HASTA 25 KGS

aeromar.com.mx 01800 237 6627 @aeromarmx

Viaja con Aeromar y suma puntos al programa **MileagePlus UNITED**

➤ Las inversiones de la industria son a largo plazo, por eso requieren de agendas transexenales. En materia de seguridad e infraestructura, como el nuevo aeropuerto, piden continuidad.

# Los empresarios turísticos hacen propuestas a candidatos a la Presidencia

REDACCIÓN

**D**irectivos y empresarios del sector turístico han preparado sus peticiones para que sean tomadas en cuenta por los candidatos a la Presidencia de la República, con el objetivo de mantener el crecimiento de esta industria.

Coinciden en que sus inversiones y proyectos son de largo plazo, es decir, más allá de un sexenio, por ello lo conveniente es que sea el sector privado el que marque la agenda de trabajo.

Alejandro Zozaya, presidente de Apple Leisure Group (ALG), afirmó que todas las decisiones que tome el próximo presidente del país deberán ser transexenales, con una agenda de largo plazo, sin desatender los temas a resolver en el corto plazo.

“Gane quien gane tiene que hacer lo correcto, lo que realmente le conviene al país, lo que va más allá de un solo sexenio. Me preocupa tremendamente que hay la especulación, en el caso de que ganara Andrés Manuel López Obrador, de que fuera un gobierno más parecido al de Lula (da Silva) o al de (Hugo) Chávez”.

Manifestó su preocupación si México tuviera un presidente populista de izquierda, ya que podría aplicar la reciprocidad, como lo hizo Lula da Silva cuando fue presidente de Brasil.

“Pedirle visa a todos los países que piden visa a los mexicanos, como lo hizo Brasil a los norteamericanos, es una medida populista, eso bastó para matar al turismo internacional de aquel país”.

Al respecto Francisco Madrid, director de la facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Anáhuac, aseveró que se debe tener un crecimiento ordenado y aplicar la Ley General del sector para crear zonas de turismo sustentable, se debe restringir la capacidad local, ya que hay municipios que no tienen los recursos para poder atender las necesidades de los viajeros.

En tanto, Sergio Allard, presidente de la Cámara Nacional de Aerotransporte (Canaero) y director ejecutivo de Talento y Relaciones Institucionales de Aeroméxico, aseveró que el gobierno debe ser un facilitador de políticas públicas como sucedió en la administración del presidente Enrique Peña Nieto, periodo en el que se aprobó el Acuerdo Bilateral Aéreo con Estados Unidos, lo que generó en el mercado transborder, en 2017, 30 millones de pasajeros.



**Alejandro Zozaya,**  
presidente de ALG:

El crecimiento en la industria turística en México no es fortuito, hay una estrategia detrás:

- Tendencia a viajar más.
- Economía estable y una inflación baja en México.
- Estabilidad social.
- Incremento en la conectividad nacional e internacional.
- Unión de la iniciativa privada y comunicación con los gobiernos federal y estatal.
- Aumento de viajeros provenientes de Centro y Sudamérica y parte de Europa.
- Fuerte economía de Estados Unidos.

Otro de los temas que consideran relevante, en este caso Ernesto Coppel, presidente del Grupo Pueblo Bonito, es la asignación de los dirigentes del turismo en el país. Recomendó a los candidatos presidenciales que tomen en cuenta a los integrantes del sector para seleccionar tanto al titular de la Secretaría de Turismo (Sectur), como al director del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM).

“Debemos de ver al CPTM como la única fuente real de ingresos para promoción internacional, debemos de sacarle el mayor provecho a los recursos. Los recursos ya están etiquetados, se destinan sólo a medios de comunicación porque es lo que necesita el país para tener más turismo”.

“Debemos de ver al CPTM como la única fuente real de ingresos para promoción internacional, debemos de sacarle el mayor provecho a los recursos. Los recursos ya están etiquetados, se destinan sólo a medios de comunicación porque es lo que necesita el país para tener más turismo”.

## ➤ CAMBIÓ LA PERCEPCIÓN

En el tema de seguridad, Madrid afirmó que la actual administración federal “fue mejor que la anterior en el tema de



**RICARDO ANAYA CORTÉS**  
COALICIÓN POR MÉXICO AL FRENTE:

La seguridad es fundamental para el buen desarrollo del turismo, por ello, se enfocará en encontrar soluciones y pondrá atención especial en Quintana Roo, por ser la entidad número uno en la recepción de turistas.



**JOSÉ ANTONIO MEADE KURIBREÑA**  
COALICIÓN TODOS POR MÉXICO:

Dentro de su proyecto 2018- 2024 en materia turística, destacan puntos como: Promover el turismo sustentable, la recreación y la investigación con Parques Nacionales de propiedad pública, donde se respete lo que es de todos.



**MARGARITA ZAVALA GÓMEZ DEL CAMPO**  
CANDIDATA INDEPENDIENTE:

Propone promover una política de “cielos abiertos”, para que lleguen más vuelos del exterior. Sectur y el CPTM deben generar alianzas estratégicas con empresas mexicanas y extranjeras vinculadas al sector.

**JAIME RODRÍGUEZ CALDERÓN,**  
CANDIDATO INDEPENDIENTE:

Resaltó la importancia de atender los problemas de los estados cara a cara, por lo que otra de sus propuestas es que los poderes de la Federación se trasladen de forma itinerante a las entidades con problemáticas, como Michoacán, con el tema de la violencia.



**ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR**  
COALICIÓN JUNTOS  
HAREMOS HISTORIA:

Desarrollo turístico regional incluyente y equitativo. Trabajar estrechamente con los empresarios del sector turístico. Ampliar la cobertura aérea a nivel regional e internacional, con la apertura de más rutas y vuelos.



**Sergio Allard,**  
presidente de la  
Canaero:

4 pilares para desarrollar la aviación y se reflejen en la industria turística:

- Desarrollo de la infraestructura física y de aeronavegación.
- Una regulación inteligente en aviación.
- Servicios de facilitación a los pasajeros.
- Programas con el Instituto Nacional de Migración y Aduanas para aplicar las mejores prácticas.

seguridad, no es que se haya resuelto el tema, pero dejó de ser el punto central de la agenda de comunicación”.

Ante ello, Zozaya recordó que una de las peticiones que les hicieron a los candidatos a la presidencia del país para el periodo 2012-2018, fue que cambiaran el tono de los discursos y se eliminara la palabra “guerra”; si lo aplicó Peña Nieto al ser electo presidente, estrategia que funcionó, y aunque no haya mejorado la seguridad de facto, si se mejoró la percepción y se mantiene como un tema de absoluta prioridad.

En este rubro, un factor actual que se debe considerar, dijo Zozaya, es la difusión de mensajes a través de redes sociales, al estar más expuestos a lo que pasa en el mundo México requiere de una estrategia clara con datos reales y duros para combatir los mensajes negativos de nuestro país.

Agregó que otro elemento a considerar es la retórica del presidente de Estados Unidos, Donald Trump, que se torna peligrosa respecto a la percepción de viajes, no sólo contra México, sino a otros destinos fuera de Estados Unidos.

“Tenemos que enfocarnos en la percepción de seguridad con un fuerte y claro manejo de crisis, las relaciones públicas de México en el extranjero, particularmente en Estados Unidos”.

Coppel afirmó que la inseguridad en Mazatlán, Sinaloa, –destino donde tiene algunos de sus hoteles- tuvo “un bajón tremendo”, a diferencia de Los Cabos, Baja California, -donde también tiene propiedades- y en colaboración con los gobiernos federal, estatal y municipal, se reestructuran los grupos policíacos. Han reclutado 400 nuevos elementos con sueldos mensuales de 17 mil pesos, prestaciones sociales y la oportunidad de hacer una carrera en la policía.

“En Los Cabos hemos logrado una mejora increíble, se han abatido los crímenes tremendamente. Tenemos una coordinación excelente entre todos los niveles de gobierno y empresarios, estamos resolviendo con rapidez los problemas que se presentan. Todos debemos participar, no podemos dejar solos a los gobiernos, es un asunto de todos, debemos de colaborar para que se resuelva lo más pronto posible”.

## ➤ NUEVO AEROPUERTO, NECESARIO

De acuerdo con Zozaya, se debe capitalizar el Nuevo Aeropuerto Internacional de México (NAIM), no sólo es para poder crecer y tener mejores servicios, sino para competir, porque con los destinos que han tomado al turismo como prioridad, es el caso de Asia y Medio Oriente, no hay punto de comparación con el actual aeropuerto en la Ciudad de México.

“El tema de no terminar la construcción del nuevo aeropuerto lo veo como absolutamente político y populista, espero sólo sea demagogia y que nos movamos fuerte toda la sociedad y los empresarios para que este aeropuerto se termine”.

Allard recordó que de cancelarse el proyecto tendría un impacto negativo en el Producto Interno Bruto (PIB) de más de veinte mil millones de dólares, pero de mantenerse generarán entre 500 mil y un millón de empleos.

El presidente de la Canaero, citó una declaración de Bernardo Lisker, director internacional del Centro de Desarrollo de Sistemas de Aviación Avanzados (MITRE): “México está muy atrasado. La última llamada fue hace 8 o 9 años, ya no hay más tiempo. El aeropuerto se tiene que terminar, si se tarda más que se tarde más, pero tiene que estar bien hecho en términos de seguridad aérea, el principal valor de la industria”.

Allard coincidió con Zozaya en que el nuevo aeropuerto es un tema de industria, no es político, porque la aviación y el turismo, reiteró, son de largo plazo, de no continuar con su construcción, no habría conectividad y los vuelos serían vía Houston, Atlanta, Dallas o Panamá, que son los competidores natos de los centros de distribución de vuelo.

“El partido Morena está presentando una alternativa, un sistema aeroportuario en la Ciudad de México habilitando la base militar Santa Lucía, en este sentido nosotros hemos visto que no es viable, incrementaría el riesgo en las operaciones aéreas porque no hay el espacio aéreo suficiente para dos aeropuertos, se tendría que reducir la capacidad.”

“Los expertos dicen que nos urge un aeropuerto porque sólo tenemos una pista, estamos en pañales, tenemos muy poca capacidad de operaciones, nos urge el aeropuerto. No creo que sea tema de campañas políticas decir que lo aceleran o lo desaceleran”, dijo Coppel.

# En altamar, el barco más grande del mundo: “Symphony of the Seas”

➤ Por su capacidad de pasajeros, número de atracciones, eficiencia y tecnologías aplicadas, es considerado el crucero más innovador de Royal Caribbean International.

MARGARITA SOLIS  
BARCELONA

El barco más grande del mundo: Symphony of the Seas, ya se encuentra navegando por Europa; Royal Caribbean International invirtió mil 500 millones de dólares.

Michael Bayley, presidente y CEO de Royal Caribbean International, dio a conocer que su construcción y configuración tardó dos años, aunque el diseño se llevó aproximadamente siete años.

En medio del Mar Balear se realizó la presentación oficial de Symphony, el pasado 7 de abril, acompañaron a Bayley, Richard Fain, CEO de Royal Caribbean Cruises, y Rob Hempstead, capitán del barco, así como otros directivos e invitados especiales. En esa ocasión el barco no hizo la ruta que cubrirá en Europa, ya que se quedó en un “punto en la nada”, como le llaman, con la intención de mostrar en tres días todas las comodidades que ofrecerá a sus clientes.

Antes de navegar por primera vez, al Symphony se le aplicaron pruebas náuticas y de seguridad por un periodo de tres semanas.

El barco que pertenece a la familia Oasis de Royal, es considerado como el barco más grande del mundo por tener capacidad para ocho mil 880 pasajeros, de los cuales dos mil 200 son tripulación, cabe agregar que son de 46 nacionalidades, será el mismo equipo de trabajo para la ruta por el Caribe que estará operando a partir de noviembre próximo.



también tienen cabinas sólo con ventana y otros en interiores.

Los otros cinco vecindarios son: Royal Promenade, Zona Joven, Plaza de Entretenimiento, Alberca y Zona Deportiva, y Spa y Gimnasio.

Es el único barco de Royal con cinco albercas y veinte restaurantes, de los cuales ocho son de especialidad, entre ellos las novedades son el mexicano: “El Loco Fresh” y el de mariscos: “Hooked Seafood”. Además cuenta con la Family Suite, que además de su vista en el piso 17, en su interior tiene un pequeño tobogán, dos jacuzzis, una habitación y juegos específicos para niños y jóvenes, así como una amplia terraza.

Entre sus atracciones cuenta con la ya tradicional tirolesa, tres toboganes de agua, albercas para surfear y Abyss (tobogán seco con una altura de 45.7 metros).

Tiene espacios para diferentes espectáculos como Royal Theater con capacidad de mil 300 personas, ahí se presenta “Hairspray”, show con la producción y derechos de Broadway. También tiene el AquaTheater con espectáculos

al aire libre y Studio B con una pista de hielo para show.

Además de restaurantes y bares, en Symphony también se puede disfrutar de un espacio muy particular, el Bionic Bar donde su bebida la ordena en una Tablet y a través de pantallas tipo espejo se observa el nombre del huésped, qué bebida pidió y los ingredientes que lleva, al mismo tiempo que un “brazo robotizado”, lo prepara.

La travesía dura siete días, aunque puede llegar a doce días máximo sólo en Europa, región donde inició operaciones el pasado 7 de abril y hasta noviembre, sale del puerto de Barcelona, sigue La Spezia cerca de Florencia y Pisa; continúa a Civitavecchia, Marsella, Palma de Mallorca y regresa a España.

A partir de noviembre ya estará en el Caribe, saliendo de Miami y donde se realizará una navegación inaugural para el mercado norteamericano. Ahí su ruta inicial será hacia Labadee, Jamaica, Cozumel o Puerto Maya, y en algunas ocasiones llegará a una isla de Bahamas, con siete noches de duración.

#### ➤EFICIENCIAS

Manlio Carpizo, director comercial de Royal Caribbean México, explicó que la naviera tiene 52 barcos en toda la compañía, con tres marcas que son Royal Caribbean, Celebrity Cruises y Azamara.

Symphony es el más nuevo y último barco de la naviera y pertenece a la categoría Oasis que son los más grandes e innovadores. Es el cuarto después de Oasis of the Seas, Allure of the Seas y Harmony of the Seas.

El nuevo buque gasta 25% menos de combustible que Allure, además de ser el más eficiente en el uso de energía en todas sus operaciones, porque buscan ser responsables en el cuidado del medio ambiente, además de eficientar costos.

RESIDENCIAL · CAMPO DE GOLF · CLUB NÁUTICO



## increíblemente

MUY CERCA DE LA CIUDAD DE MÉXICO

PROTEGE TU PATRIMONIO,  
INVIERTE EN UN BIEN INMUEBLE

ACTIVIDADES: GOLF, GIMNASIO, TENIS, PÁDEL, FÚTBOL, SKI ACUÁTICO,  
PARQUE ACUÁTICO, KAYAK, NATACIÓN, TIROLESA, ENTRE OTRAS

  
**AMANALI**  
COUNTRY CLUB & NÁUTICA

amanali.com.mx

T. 5393 1666

# Los retos del Turismo Cultural

➤ México puede ofrecer experiencias de viaje combinadas con paisajes, gastronomía, arquitectura y tradiciones.

NALLELY CAMPOS

El Turismo Cultural es uno de los que más aportan a la industria de los viajes. De acuerdo con miembros del sector, los adultos mayores gustan de realizar experiencias con ese fin, por lo que representan un mercado potencial.

“Ellos tienen todo el tiempo del mundo para conocer los sitios que quieren, son personas que ya no buscan divertirse en algún club nocturno o practicando deportes de alto riesgo en un destino de sol y playa. Gastan mucho en buenas comidas, visitan museos, hacen compras, se hospedan en buenos hoteles; además viajan entre cinco y seis veces al año”, explicó en entrevista María del Rosario Trabado de Gavela, gerente general de GSAR Marketing, empresa encargada de la organización de Meetings and Incentive Travel Market y Cultourfair.

Lo anterior, representa una oportunidad para hacer crecer este sector en nuestro país, ya que, según datos del Centro de Documentación Turística (CEDOC), un importante número de los turistas que viajan a México reconocen estar interesados en el patrimonio cultural del país, aunque su viaje no haya sido realizado estrictamente por este motivo.

En nuestro país, aún no se determinan las cifras que aporta el turismo cultural, tan sólo se tienen datos del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), en los que señala un total de 16.4 millones de visitantes anuales en los espacios que están bajo su custodia.

De los datos anteriores un total de 13.2 millones representa a los turistas nacionales, mientras que sólo una quinta parte, 3.2 millones, corresponden a los viajeros internacionales.

Sin embargo, de los turistas nacionales que realizan viajes con este motivo, no se tiene un porcentaje alto de adultos mayores, ya que tan sólo el 9% de la población entre 50 y 65 años de edad viajan, según datos proporcionados por TURISSSTE.

“México es uno de los países con mayor turismo cultural en el mundo, muchos extranjeros están interesados en visitarlo con estos fines, México



## TURISTAS ESPECIALMENTE MOTIVADOS POR LA CULTURA

Italia <b>28%</b>	Alemania <b>17.5%</b>
Francia <b>21.5%</b>	España <b>8.5%</b>
Inglaterra <b>5%</b>	Canadá <b>5%</b>
Estados Unidos <b>7.5%</b>	

Fuente: OMT estudios especiales sobre el Mercado Ecoturístico.

Palenque.

puede ofrecer sus servicios turísticos combinando paisajes, gastronomía, arquitectura, tradiciones y todo ello es lo que buscan los nuevos turistas culturales”, explicó Trabado de Gavela.

Existen diferentes aproximaciones de los volúmenes del turismo cultural. La Organización Mundial del Turismo (OMT) señala que a nivel mundial el 37% de los turistas realizan alguna actividad relacionada con este sector durante su viaje y que la tasa de crecimiento anual a partir del año 2000 es del 15 por ciento.

### ¿Y LA GASTRONOMÍA?

Otro factor que podría impulsar el turismo cultural en nuestro país es la gastronomía, que fue nombrada

en 2010 Patrimonio Intangible de la Humanidad por la UNESCO; sin embargo, uno de los retos a enfrentar es educar a los futuros chefs a que aprendan a valorar nuestra cocina, pero no sólo ellos, también la sociedad debe colaborar y manejar su propia alimentación.

“Es de suma importancia defender este bien cultural, vital para este país, porque se trata de un sistema culinario que sería imposible de explicar sin sus cultivos, productos, prácticas, técnicas, utensilios y conocimientos tradicionales”, señaló en entrevista Gloria López Morales, fundadora y presidenta del Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana.

**Los espacios del INAH** reciben 16.4 millones de visitantes anuales, 13.2 millones son turistas nacionales y 3.2 millones son viajeros internacionales.

Agregó que la verdadera gastronomía mexicana es aquella que como producto final, es vista como un verdadero arte combinatorio, es decir, la mezcla de sus elementos son infinitos; no es codificada, no tiene recetas precisas.

“Este es un país de gran satisfacción culinaria, que nos ha permitido la creación de tantísimos productos, gracias a la gran variedad y fertilidad de la tierra. Tenemos como resultado a grandes cocineras, cocineros, chefs, gente comprometida y apasionada”, dijo.

Ante esto, la riqueza cultural de México podrá ser potencializada a través de la gastronomía como “atractivo turístico-cultural”.

# LA APARICIÓN DE CHATBOTS COMERCIALES

ARTURO VELÁSQUEZ

Un “chatbot” es un programa que, mediante algoritmos de inteligencia artificial, simula mantener una conversación con una persona. La interacción a través de texto suele llevarse a cabo a través de aplicaciones de mensajería instantánea como Facebook Messenger, WhatsApp, iMessage y SMS. Algunos utilizan una interfaz de usuario basada en voz, para dar una sensación de más realismo. Este es el caso, por ejemplo, de las famosas asistentes Siri del iPhone, Cortana de Microsoft o Alexa de Amazon.

La inteligencia artificial (AI, por sus siglas en inglés) ha encontrado aplicaciones en muchas áreas, incluyendo el diagnóstico médico o la conducción de vehículos. Por ejemplo, Google ha uti-

lizado sus algoritmos de AI para aprender con extraordinarios resultados de imágenes que sirven como soporte al diagnóstico de cáncer. Muchos representantes de la industria automotriz y del transporte, como Tesla o Uber, han invertido grandes cantidades de dinero en desarrollar automóviles que no necesitan chofer, que aunque se han visto frenadas por accidentes recientes, muestran cómo en el futuro próximo las aplicaciones de la inteligencia artificial marcarán el rumbo de la tecnología.

Los centros de atención al cliente hacen grandes esfuerzos por adoptar el uso de los chatbots, buscando ser más eficientes. Los primeros, basados en reglas seguían un flujo determinado de interacciones y se limitaban al entendimiento de oraciones



específicas, por lo que solamente podían llevar a cabo tareas sencillas como indicar una hora, proveer información básica de un producto, proponer opciones de pago, capturar datos del cliente o promocionar un producto. Sin embargo, las versiones actuales “aprenden” y van perfeccionando

su comportamiento con el uso, permitiendo al usuario una interacción más natural.

Hay algunos desarrollos interesantes en México, como el sitio gus.chat, que ya ha encontrado aplicaciones en empresas como Cinépolis, Farmacias del Ahorro y El Palacio de Hierro, entre otras.

Los chatbots cada vez podrán hacerse cargo de tareas más complejas, como reservar vuelos o taxis o inclusive a través del análisis de las emociones, conocer más a fondo el comportamiento de los huéspedes antes y durante el viaje.

Recientemente, se ha anunciado la llegada al mercado de Latinoamérica del “chatbot” para hoteles y alojamientos turísticos Güelcom, desarrollado en Sevilla. Este permite realizar reservaciones, resolver dudas de huéspedes y dar

consejos de que hacer en la ciudad, las 24 horas de los siete días de la semana. Según su sitio (guelcom.net) “los hoteles tardan una media de siete horas en contestar a respuestas on line”, en una época en donde la gente busca respuestas inmediatas, esto es un punto crítico para perder la atención de un potencial cliente, o dejar insatisfechos a los actuales; los chatbots pueden dar respuestas inmediatas.

Parece que una parte de la fantasía de Arthur C. Clarke y Stanley Kubrick en la película de finales de los sesenta, “2001 una odisea en el espacio”, en donde la computadora HAL 9000, a través de la inteligencia artificial, se entendía con los astronautas y podía controlar las funciones vitales de la nave, se han vuelto realidad. Esperemos que la segunda parte de la fantasía en donde la HAL cambia su comportamiento y mata a los miembros de la tripulación, no llegue a cumplirse.

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

## La inteligencia artificial, aliada del humano: Steve Wozniak

➤ Los dispositivos tecnológicos hacen más prácticos los viajes, pero un agente de viajes te resuelve todas unas vacaciones.

MARGARITA SOLÍS / MAZATLÁN

La industria turística utiliza la inteligencia artificial para innovar en sus servicios; sin embargo, existe el tema de si el ser humano será sustituido por un software. Ese fue uno de los cuestionamientos que Steve Wozniak, cofundador de Apple, respondió en lo que fue su primera participación en un Tanguis Turístico.

Expuso que si bien el contacto humano no debe perderse, el uso de la tecnología en dispositivos como pulseras, tarjetas o anillos hacen más prácticos los viajes.

Para Wozniak, tomar unas vacaciones implica resolver muchos temas, desde el destino que se visitará, hasta el costo de un boleto de avión, del hotel, el rentar un auto, reservar un restaurante y contratar actividades turísticas, y eso lo puede resolver un agente de viajes que conozca el destino y a su cliente; sin embargo, agregó, aún hay quien te da un folleto y no hace mayor labor para ayudar al viajero.

“Los agentes de viajes deberían de tener gente que conozca diferentes sitios, que estén incorporados a esas agencias, porque a un ser humano le encanta escuchar la experiencia de alguien que ya ha ido a un lugar”.

Para él, “un sueño” es tener un dispositivo que concentre la información sobre los gustos del viajero y que los agentes lo puedan aprovechar, y que también funcione como llave de habitación y tarjeta de crédito.

“Un buen agente de viajes te puede dar planes, pero yo espero que un día la tecnología te lleve a que tengas una tarjetita o una pulsera, o un anillo, como lo tiene en Disney, ahí los pequeños pagan con una tarjeta sus recuerdos y juguetes. Esto sería sensacional tenerlo y a donde tú vayas puedas seleccionar el hotel y recibas ahí tu pase de abordar. Es como un sueño que un día tengamos un anillo que te abra la puerta de tu carro, del hotel, del closet, cosas que son importantes para mí, pero sería difícil llegar a ese punto, sería bonito porque a mí me gusta hacer las cosas sencillas”.

Sobre la economía compartida y lo que significa para el futuro de los viajes, opinó, que la diferencia la hace el nivel de confianza entre el servicio que contrata en un portal o aplicación, al que se hace directamente entre personas.

Agregó que la economía compartida tiende a resolver un pequeño aspecto o un servicio a la vez, pero no cuando se planean unas vacaciones.

Recordó un viaje que realizó a Alemania, le hicieron una reservación en Airbnb, tuvo contratiempos y el propietario no le respondía el teléfono, ante ello aseveró: “experiencias como estas uno las quiere evitar”.

Para él, la diferencia de reservar en línea a hacerlo directamente con una persona es que el nivel de confianza es más elevado, y “la confianza está muy baja en este tipo de cosas (en la economía compartida). Creo que esto aplica a toda la planeación de las vacaciones y se los dice alguien que sabe”.

De acuerdo con Wozniak, “se deben llenar esos vacíos que existen” para que se eleve la confianza en el viajero al utilizar servicios como Airbnb o Uber.





## PriceTravel premia la excelencia en la industria

El premio denominado "PriceTravel Trophy" se otorgó a las empresas y ejecutivos más destacados de la industria turística con base en su producción de ventas durante 2017.

PriceTravel Holding entregó reconocimientos a la excelencia a AMResorts en la categoría de "Hotel sólo adultos", fue para Secrets Huatulco, y en "Hotel con Spa" fue para Dreams Huatulco.

En la sexta entrega se premió por primera vez la categoría "Líderes del Turismo", fue para Francisco Medina, director general adjunto de Grupo Hotelero Santa Fe; Paco Carrera, director global de Ventas y Marketing de Oasis Hotels; y Bernardo Santillana, director corporativo Comercial de RCD Hotels.

Por sus tours en Chichen Itzá lo ganó la empresa Cancún Sightseeing; en "Mejor circuito" fue el Chepe de Viajes Dorados.

Grupo Experiencias Xcaret sobresalió como "Mejor parque temático" por Xcaret. En el caso de las navieras, Royal Caribbean International se posicionó por segundo año consecutivo.



Entre las cinco mejores cadenas hoteleras destacaron AM Resorts, Grupo Posadas, Barceló, Riu y Grupo Hotelero Santa Fe.

"El turismo es uno de los sectores económicos más importantes de México, que ofrece a los viajeros cultura, arquitectura, gastronomía; por ello, es un honor premiar a quienes lo hacen posible, los mejores proveedores de la industria", comentó Michalis Christodoulou, director general de TagTravel, DMC de PriceTravel Holding.

## Aeroméxico celebra 20 años volando a Chile

Debido a la alta demanda por parte de los viajeros, Aeroméxico festeja su 20 aniversario operando la ruta Ciudad de México - Santiago de Chile, ahora se ofrece un vuelo diario y directo, esto se reflejó en las cifras de 2017, cuando se registró un incremento de 44% de pasajeros transportados, comparado con 2016.

Esta ruta ha presentado resultados positivos a lo largo de estos años gracias a la estrecha relación comercial que mantienen ambos países.

En la celebración de este aniversario, Anko van der Werff, director ejecutivo de Ingresos de Aeroméxico, destacó: "celebramos 20 años conectando a Chile con la Ciudad de México y los más de 90



destinos que ofrecemos a nivel mundial, resultado del constante compromiso de la aerolínea con sus clientes. Nuestra red de conectividad ha sido un importante factor para potencializar las oportunidades de crecimiento en el ámbito económico, cultural y turístico entre ambos países".

## Cambia la presidencia en la Canirac

La Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac) rindió protesta a Francisco Fernández Alonso como nuevo presidente, y ante Fernando Olivera Rocha, presidente de la Asociación de Secretarios de Turismo del País (ASETUR), y secretario de Turismo de Guanajuato, como invitado especial.

Hugo Vela Reyna, presidente saliente de la cámara, le deseó éxito al nuevo dirigente y se dijo orgulloso de haber aportado "a esta gran industria".

Por su parte, Fernández Alonso dijo: "debemos seguir empoderando la industria restaurantera a través de la calidad de nuestros servicios, compartamos nuestra riqueza gastronómica para seguir posicionando a nuestro país como uno de los mejores en el mundo".

En tanto, Olivera Rocha mencionó que mantendrá la colaboración con la Canirac para potencializar a la industria restaurantera de México, que "es una pieza clave para el turismo del país".



## Nuevos encargados del turismo en Dolores Hidalgo

José Guillermo Azanza Liera es ahora presidente del Comité de Turismo Histórico y Artesanal de Dolores Hidalgo, Guanajuato, y tomó el cargo junto con la nueva mesa directiva.

Fue Octavio Aguilar Mata, subsecretario de Promoción Turística de la Secretaría de Turismo de Guanajuato, quien presidió la toma de protesta de los nuevos miembros del Comité, y agradeció a Ricardo Romero Fuentes por su desempeño durante tres años.

Azanza Liera trabajará de la mano con Ana del Ángel Rivera y Ana Luz del Ángel Reyes, secretaria y tesorera, respectivamente.

Los vocales son: Humberto Favio Ramírez Avalos, Propietario Hoteleros; Álvaro Fuentes Bernat, Propietario Viñedos; Miguel Castillo Martínez, Propietario Artesanías de Cerámica; Nancy Irais García Pérez, Propietario Agencias de Viajes; Mónica Dimitri, Propietario Comercio; José Francisco Cajigas Lozano, Propietario Restauranteros; Antonio García Díaz, Propietario Neveros; Francisco Gómez Ramos, Propietario de Artesanías en general; entre otros.

Los invitados a la toma de protesta fueron socios fundadores, artesanos, restauranteros, hoteleros y comerciantes.



## Amdetur cambia directiva para periodo 2018-2019



Durante la XXXI Asamblea Anual Ordinaria de la Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos (Amdetur) se eligió al nuevo Consejo Directivo para los siguientes doce meses, quedó como presidente Ricardo Montaudon Corry.

La toma de protesta del nuevo Consejo Directivo se hará dentro del marco de la XXXII Convención y 28ª Expo Amdetur 2018 "Disrupción - La Nueva Reingeniería", que se llevará a cabo del 12 al 14 de junio próximo.

Montaudon Corry es presidente y director ejecutivo de RCI Latinoamérica y tiene más de 30 años de experiencia en la industria del tiempo compartido y la propiedad vacacional.

El nuevo consejo directivo quedó conformado por: Felipe Ramírez Gutiérrez, de Grupo Vidanta como vicepresidente; Fernando Azcona Lizárraga, de TAFER Resorts, como secretario; y Gerardo Riosco Orihuela, de Posadas/PROVAC, como tesoro.

## Chef Martín Berasategui promueve alta cocina en México

La cadena Meliá promociona a México como un destino de alta cocina en sus tres restaurantes de Paradisus, de los cuales el chef español Martín Berasategui es creador de los conceptos gastronómicos.

El chef ganador de ocho estrellas Michelin es colaborador de Paradisus by Meliá desde 2011, comenzó a cocinar en su adolescencia en los fogones del establecimiento de su familia en el País Vasco, recibió formación pastelería en Francia y compartió con profesionales de diferentes países y culturas culinarias, una mezcla que influyó en su forma de crear y servir.

Actualmente, junto con su equipo de colaboradores, crea más de 300 platos, de los cuales sólo 30% llega a ver la luz en los menús de los locales que lidera, entre ellos los tres que se encuentran en los hoteles Paradisus en México; el primero es Passion, en Playa del Carmen; le sigue Tempo, en Cancún; y Gastro Bar, en Los Cabos, de reciente apertura.



## Convenios y premios de BD Travel Group

Best Day Travel Group firmó convenios con los estados de Guanajuato y Zacatecas y recibió reconocimientos por parte de Acapulco e Ixtapa - Zihuatanejo.

Además, por segundo año consecutivo recibió el Distintivo S, otorgado por la Secretaría de Turismo (Sectur), en esta ocasión en la División Transporte.

Julián Balbuena, presidente del Consejo de BD Travel Group, recibió el reconocimiento de manos de Rafael Pachiano, secretario de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat).

La participación de la empresa durante el Tianguis Turístico 2018, generó que sus más de 50 ejecutivos de distintas líneas de negocio sostuvieran mil 100 reuniones con socios y destinos.



## Distinción al turismo sustentable

En la ceremonia de entrega del Distintivo "S", se reconoció a 63 empresas que forman parte del programa de Turismo Sustentable, el cual fomenta que las empresas y los destinos turísticos implementen mejores prácticas y garanticen una experiencia de alto nivel para los visitantes.

Algunas de las galardonadas con este distintivo fueron Hotel El Cid, Grupo Pueblo Bonito, ROLLAL, HS Hotsson, Grupo Occidental y Hotel Misión Torea.

Por primera vez, el municipio de Puerto Morelos lo recibió como marca propia, anteriormente lo recibía como parte de la oferta turística de Cancún y Riviera Maya.

En total, de Quintana Roo lo recibieron 18 empresas turísticas, entre ellas los hoteles Oasis, así como otros resorts; además de los aeropuertos de Cancún y Cozumel.

De Oaxaca, lo entregaron al Hotel "9 Bahías Condo", de Huatulco, por la implementación de mejores prácticas de sustentabilidad turística.

## Guanajuato y sus galardones

Baja California y Guanajuato firmaron un convenio que tiene como objetivo la promoción y difusión de las riquezas turísticas, culturales, gastronómicas y artesanales entre ambos estados.

La firma estuvo a cargo de Martha Mendoza Montes, directora del Fideicomiso Público para la Promoción Turística de Baja California y de Octavio Aguilar Mata, subsecretario de Promoción Turística de Guanajuato.

Con esta firma se dará paso a reuniones de trabajo en conjunto para cumplir con el objetivo de potencializar la actividad turística de ambos destinos.

Empresas guanajuatenses también fueron premiadas. Destacaron el Festival Internacional del Globo (FIG) y la empresa Códigos 37000, ambos del municipio de León, recibieron un reconocimiento a la Diversificación del Producto Turístico.

Fernando Olivera Rocha, secretario de Turismo de la entidad, fue el encargado de galardonar al FIG en la categoría de Desarrollo de Actividades Turísticas en Espacios Públicos; y la empresa leonesa fue reconocida en la categoría de Turismo Social por el Producto Turístico para Jóvenes.

La directora del FIG, Escandra Salim Alle, resaltó que han logrado "un producto turístico que es solicitado en todo el mundo".

Adicionalmente, quince empresas más fueron galardonadas por cumplimiento normativo. En presencia de Roberto Cárdenas, director general de Planeación de la Secretaría de Turismo de la entidad, se premió a Helados Finos La Flor, de Dolores Hidalgo; Operadora Turismo Alternativo, de Guanajuato; y Agencia de Viajes Máxima Sensación, de León.

También a la operadora Coyote Canyon Adventures, de San Miguel de Allende; hotel Courtyard by Marriott León at The Poliforum, de León; restaurante La Casona



del Arco, de León; hoteles HS Hotsson, de León, Irapuato y Silao; hotel El Relicario, de Dolores Hidalgo; y al hotel Mansión del Cantador, de Guanajuato.

También fueron reconocidos los guías de turistas Diana Guadalupe Grimaldo Trujillo, de San Felipe, y Raúl Florentino Jaramillo Esparza Farías, de Guanajuato; así como a las cocineras tradicionales Silvia Mendoza González y Alma Carolina Núñez Pacheco, de Pénjamo.



## Reconocimiento a la diversificación e innovación

El premio a la Diversificación de Productos Turísticos 2018 que otorgan la Secretaría de Turismo (Sectur) y el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), registró 85 candidatos, de los cuales doce fueron ganadores y cinco recibieron mención honorífica.

Entre los ganadores destacan Zacatecas Deslumbrante, en el segmento Turismo de Romance, recibió el premio Eduardo Yarto, secretario de Turismo de la entidad.

El Centro Vacacional IMSS Oaxtepec obtuvo el primer lugar en la categoría de Producto Turístico Social para Personas de la Tercera Edad y con Discapacidad, por la implementación del producto Oaxtepec Habla por Siempre.

Chihuahua celebró el premio en la categoría de Cultura que se le otorgó a Experiencias Rarámuri. Son las comunidades rarámuri de Bacajipare y Huetosachi ubicadas en el cañón de Urique, las que crearon este producto para compartir con los visitantes la cultura alrededor de las Barrancas del Cobre.

Jesús Mesta, subsecretario de Innovación y Desarrollo Económico de Chihuahua, dio el reconocimiento a Lorenzo Moreno Pajarito, de la comunidad Bacajipare, y a Isabel Monarca Cruz, de Huetosachi.

El hotel Grand Residences by Royal Resort, en Puerto Morelos, fue reconocido en la categoría Premium Lujo.

Saúl Ancona Salazar, titular de la Secretaría de Fomento Turístico (Sefotur) de Yucatán, recibió la distinción en la categoría de Convenios por Senderos de Luz, un recorrido nocturno por el Pueblo Mágico de Izamal.



El subsecretario de Calidad y Regulación de la Secretaría de Turismo (Sectur), Salvador Sánchez Estrada, afirmó que la estandarización en la prestación de los servicios turísticos favorece el desarrollo competitivo de los destinos, así como el de las cadenas económicas relacionadas, y además busca que la experiencia del turista cuente con los elementos de certeza, seguridad y calidad.

El reconocimiento tiene como propósito galardonar, conjuntamente con la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA), a los prestadores de servicios turísticos que

cumplen con el marco jurídico-normativo, incluyendo las Normas Oficiales Mexicanas (NOM). El subsecretario indicó que la certificación también tomó en cuenta la participación en el movimiento "Viajemos por México", la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional y la de Sustentabilidad Turística.

Por su parte, Rafael Pachiano, secretario de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat), destacó que la alianza entre los sectores ambiental y turístico se ha ido fortaleciendo en los últimos años para lograr el turismo sostenible que México necesita.



aeromexico.com

# Bienvenido

## Nuevo 737 MAX

Nuestro nuevo avión cuenta con la tecnología más avanzada para ofrecerte la mejor experiencia de vuelo:

- Mayor comodidad y espacio
- El mejor entretenimiento a bordo
- Wifi de alta velocidad
- Motores Eco-Friendly

La tecnología detrás de volar.

