

**MEDIDA.**

Emirates, al usar una Quinta Libertad, provocó que Aeroméxico cancelara su vuelo directo a Barcelona.

PÁG  
**2**



Porque el **turismo** también se lee

NÚMERO CVII AÑO 8 JUNIO DE 2018

# El panorama es favorecedor para la industria aérea mexicana



Los próximos 12 años aumentará el número de viajeros, los ingresos por turismo y otros temas, aunque ahora las aerolíneas reportan una disminución en su rentabilidad. ➤ PÁGS. 8 y 9

**ESTRATEGIA.** Brand USA intensifica negociación con aerolíneas para ampliar conectividad.

PÁG  
**4**

**FUTBOL.** Para el Mundial de Rusia viajarán 30 mil mexicanos. Aquí algunas recomendaciones para ellos.

PÁG  
**6**

**EQUIDAD.** La mujer representa el 60% de la fuerza laboral en la industria turística.

PÁG  
**12**



TRANSPORTE

# Aeroméxico se defenderá de la Quinta Libertad de Emirates

Busca proteger la conectividad que ha logrado generar en los mercados internacionales.

MARGARITA SOLIS

Grupo Aeroméxico analiza los mecanismos legales a su alcance para enfrentar lo que considera una competencia inequitativa de Emirates Airlines, tras su anuncio de operar la ruta México-Barcelona-Dubái.

Lo anterior fue dicho por Andrés Conesa, CEO de Aeroméxico, al recordar que cancelaron su vuelo directo entre la Ciudad de México y Barcelona que iniciaría el próximo mes de noviembre.

Explicó que la aerolínea árabe goza de subsidios en la turbosina y facilidades por parte de su gobierno, elementos que sacan de la competencia al resto de las aerolíneas.

“Vamos a revisar todos los mecanismos legales que están en nuestro alcance. Vamos a dar nuestra batalla. Esto puede afectar la conectividad. Si venden boletos baratos por los subsidios, a nosotros nos sacan del mercado, y si nos sacan y no somos competitivos en nuestros vuelos a Europa, vamos a tener que reducir la oferta”.

Cabe recordar que el vuelo de Emirates obedece a las quintas libertades que se le otorgaron, eso le permitirá ofrecer vuelos entre México y España como si se tratara de una aerolínea mexicana.

Conesa agregó que las autoridades mexicanas argumentan que la aerolínea árabe ofrecerá una mejor conectividad para llegar hasta India con el vuelo México-Barcelona-Dubái.



Unidos y ahí cargar más viajeros, y transportarlos a un tercer país.

Entonces, Estados Unidos le habría otorgado a México una Quinta Libertad para que sus aerolíneas lleguen desde ahí a un tercer país, y ese tercer país también le dé su aprobación a México para llevar el pasaje estadounidense.

“Hay más libertades, pero ahora estamos centrados en la Quinta. De lo que estamos hablando es de recoger pasaje en un país que no es el nuestro”.

A Emirates le ha interesado incrementar su participación en el mercado aéreo de América, por ello firmó el acuerdo con México, y se le dio un plazo de dos años, de diciembre de 2016 a diciembre de 2018, para utilizar una Quinta Libertad que le otorgó España, lo que le permitiría volar hasta nuestro país.

“El plazo es para que empiece el vuelo, no para que lo hagan durante esos dos años. Entonces ya en el futuro se queda, vamos a ver cómo les va, porque tampoco es que el mercado sea muy fructífero, el mismo Aeroméxico ya se había salido de Barcelona”, agregó.

las cuales iniciarán el próximo 20 de agosto.

Conesa mencionó que el mercado nacional enfrentará en los siguientes años una escasez de pilotos comerciales calificados, debido a la alta demanda y al significativo crecimiento de la industria aérea.

En particular, en Aeroméxico la demanda de personal se incrementará hasta 70% en los próximos 10 años, ya que su flota pasará de 135 aviones a 200. Actualmente, cuenta con dos mil pilotos y cuatro mil sobrecargos.

Al finalizar sus estudios, los egresados obtendrán la certificación de licencia de Piloto Aviaador Comercial, la duración de la carrera será de siete meses en su fase teórica y nueve meses en práctica, e incluirá la fase de vuelo que se realizará en Phoenix, Arizona, Estados Unidos.

Para la carrera de Sobrecargo se estableció un acuerdo con la Universidad IEU, perteneciente al grupo franco-inglés Galileo Global Education; el título será avalado por la Secretaría de Educación Pública (SEP), y obtendrán la licencia de Sobrecargo de Aviación. La duración de la carrera es de nueve bimestres y el programa permite tener materias optativas impartidas a distancia para complementar la formación.

Aeroméxico Formación lanzará las carreras en alianza con CAE, líder mundial en entrenamiento aeronáutico civil, militar y del cuidado de la salud; con presencia en cuatro continentes, con 65 centros de entrenamiento y con 70 años de experiencia.

## QUINTAS LIBERTADES

Para entender más qué es una Quinta Libertad, Rosario Avilés, analista en temas de aviación, explicó que en el Convenio sobre Aviación Civil Internacional creado en 1944, mejor conocido como el Convenio de Chicago, se estableció que la Primera Libertad del Aire es la que tiene un país de autorizar a sus aerolíneas y

sobrevolar el espacio aéreo de otro país.

La segunda es la posibilidad de tener una escala técnica para recargar combustible; la tercera es llevar pasajeros de un país a otro y la cuarta libertad es traer pasaje de ese país al nuestro, por ejemplo.

La quinta libertad, agregó Avilés, involucra a tres países; por ejemplo, las aerolíneas mexicanas pueden llevar pasaje a Estados

## ESCUELA DE CLASE MUNDIAL

Como parte del compromiso con el desarrollo de la industria aérea nacional y en respuesta a la creciente necesidad de personal capacitado y profesional, a través de Aeroméxico Formación, lanza las carreras de Piloto Aviador Comercial y Técnico Superior Universitario en Gestión de Servicio de Aviación, Seguridad y Hospitalidad (Sobrecargo de Aviación),

## 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. 107, junio 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: 0155155344643 y 5534 4816, www.periodicoviaje.com. DIRECTORA GENERAL: Laura Rodríguez Gortázar. ARTE: Laura Martínez I. y Anahí Félix T. CERTIFICADO RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO No. 04-2012-081017332800-101 otorgado por la Dirección de Reservas de Derechos del Instituto Nacional de Derechos de Autor. ISSN (en trámite). CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO Y CONTENIDO No. 15280 otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. PERMISO SEPOMEX No (en trámite). Este número se terminó de imprimir en Servicios Profesionales S.A. de C.V. Mimosas No. 31, Col. Sta. María Insurgentes, Del. Cuauhtémoc, C.P. 64030, México, D.F. el 28 de mayo 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.

Escanea y suscríbete, ¡es gratis!



### ESTA PRIMAVERA ¡TENEMOS ALGO ESPECIAL PARA TODOS!

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

hasta Julio 13, 2018

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

CANCÚN		COZUMEL		HUATULCO		ISLAMUJERES	
DREAMS SANDS CANCUN	\$2,439	SUNSCAPE SABOR COZUMEL	\$1,535	DREAMS HUATULCO	\$2,165	ZOETRY VILLA ROLANDI ISLA MUJERES	\$5,329
SECRETS THE VINE CANCUN(*)	\$4,879	SECRETS AURA COZUMEL	\$2,265	SECRETS HUATULCO(*)	\$2,489		
IXTAPA		LOSCABOS/CABO SAN LUCAS		NUEVOVALLARTA		PLAYAMUJERES	
SUNSCAPE DORADO PACÍFICO IXTAPA(*)	\$1,645	DREAMS LOS CABOS(*)	\$3,380	DREAMS VILLAMAGNA NUEVO VALLARTA(*)	\$2,509	SECRETS PLAYA MUJERES(*)	\$3,535
		SECRETS PUERTO LOS CABOS(*)	\$3,415			DREAMS PLAYA MUJERES(*)	\$3,600
		BREATHLESS CABO SAN LUCAS	\$4,205				
PUERTO VALLARTA		RIVIERA CANCÚN/RIVIERA MAYA					
SUNSCAPE PUERTO VALLARTA(*)	\$1,769	DREAMS RIVIERA CANCUN(*)	\$3,029				
NOW AMBER PUERTO VALLARTA(*)	\$2,645	SECRETS CAPRI RIVIERA CANCUN(*)	\$3,435				
SECRETS VALLARTA BAY	\$2,735	NOW SAPPHIRE RIVIERA CANCUN(*)	\$2,555				
		DREAMS TULUM	\$3,480				
		SECRETS SILVERSANDS RIVIERA CANCUN(*)	\$2,805				
				SECRETS MAROMA BEACH RIVIERA CANCUN(*) \$4,939			

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.  
Tarifas en M.N. por persona, por noche, en base a ocupación doble, incluyen impuestos y propinas. Excluyentes para comprar y reservar en México. Vigencia para comprar y viajar según se indica. Tarifas y promociones sujetas a cambio sin previo aviso. No son combinables con otras promociones y/o descuentos. (\*) de domingo a miércoles (\*\*) de domingo a jueves (4) hasta junio 30, 2018 (5) hasta junio 26, 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 SunscapeResorts.com.mx

Five Diamond Award, Four Diamond Award, 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



## La estrategia de Brand USA impulsará nuevos vuelos

➤ La conectividad aérea y nuevas celebraciones impulsarán viajes entre México y Estados Unidos.

Nueva Orleans es el destino que está impulsando Brans USA para generar un vuelo directo a la Ciudad de México. Inicialmente, podría ser estacional como el de Denver, dijo Lourdes Berho, CEO DE Alchemia Group, agencia representante de Brand USA en el país.

“Un destino que estamos empujando es Nueva Orleans, no hay un vuelo directo con la Ciudad de México. Esa ciudad tiene todo lo que busca el viajero mexicano, que es gastronomía, conciertos y cultura, busca experiencias que permitan ver lo que no es muy típico para un turista”.

Berho dijo que Nueva Orleans tiene mucho interés por conectarse con México, pero no hay vuelos y eso los desalienta, por ello están intensificando las negociaciones con aerolíneas.



“Las rutas no se dan de un día para otro, por mucho que generemos la demanda, pero es la semilla que estamos haciendo para poder generar el interés suficiente”.

### ➤ CAMPAÑA

Hace dos meses inició la campaña de Brand USA en México:

“America's Musical Journey”, la hace a través de un documental que actualmente se puede ver en el Papalote Museo del Niño, en Monterrey y en Tijuana, esto se lleva a cabo en alianza estratégica con Aeroméxico y Best Day, están buscando presentarlo en más ciudades mexicanas.

Otra estrategia que buscan aplicar es como la que tenía Visit USA, que coordinaba a todos los destinos estadounidenses para que no se dupliquen las campañas de promoción como ahora sucede, “ante el boom que sí hubo para promover las ciudades en México”.

“Brand USA quiere familiarizarse y definir todos los fondos compartidos de los destinos”. Agregó que se mantienen distribuyendo en México todos los tutoriales para facilitar a los tour operadoras la campaña, el uso y su difusión. “Todos los estados se han acercado y ahora estamos viendo como los sumamos”.

Ante ello, vieron la necesidad de instalar un consejo para Brand USA México, que estará integrado con diferentes personalidades internacionales.

### ➤ CELEBRACIÓN

Así como en Estados Unidos se celebra la Batalla de Puebla, el 5 de Mayo, Brand USA festejará en México el 4 de julio, el Día de la Independencia, se realizará en varias ciudades de México, al mismo tiempo que se hace en el país vecino.

## México, mercado potencial para Canadá

➤ Se estima que en 2018 se incrementará 19% el número de mexicanos que visiten el país norteamericano.

RODRIGO CAIRE/HALIFAX

En el marco de Rendez-Vous Canada que se llevó a cabo del 14 al 16 de mayo, evento que reúne a todos los actores de la industria turística canadiense, se posicionaron dos mercados que claramente están llamando la atención del gobierno canadiense.

Por un lado, se encuentra México, ha tenido un crecimiento superior al 70% desde que se revocó la visa, alcanzando los 359 mil visitantes durante 2017; mismos que generaron un gasto promedio por viaje de mil 924 dólares canadienses.

De acuerdo con estimaciones de Destination Canada, esperan que en 2018 el número de mexicanos crezca a 433 mil que representaría un incremento de 19% con respecto al año anterior; y que el nivel de gasto aumente en 22 por ciento.



Numerosas acciones por parte de PR Central, la representación de esta entidad en México, han contribuido a que el pronóstico de 2018 sea favorable.

En 2016 usaron la temática “La amistad es un viaje” para motivar a los mexicanos a explorar Canadá, comunicar la eliminación de la visa para tu-

ristas y enfatizar la fraternidad que siempre ha existido entre ambos países.

Durante 2017 aprovecharon el panorama mundial para pasar del “bucket list” a la acción. Destination Canada implementó una campaña titulada “Ahora es cuando”, que incentiva a los connacionales a viajar en el corto plazo.

La relación del peso mexicano contra el dólar canadiense y el entorno político entre Estados Unidos y nuestra nación, aunado a la sustitución de la visa por la eTA (autorización de viaje electrónica, por sus siglas en inglés), también son factores que favorecen a la proyección para este año.

Por el otro lado, China se ha convertido en un mercado muy atractivo para cualquier país, al exportar más de 100 millones de turistas al año. Debido al año dual entre Canadá y China; esperan recibir 766 mil visitantes en 2018, lo que representaría un incremento de 13% con respecto al año anterior.

Calculan que la derrama económica que la presencia de estos asiáticos dejará a lo largo del



año, es de 1.79 mil millones de dólares canadienses.

Sin embargo, México y China aún están lejos de Estados Unidos quien es el principal actor de la industria turística canadiense. Durante 2017 más de 14 millones de estadounidenses recorrieron las ciudades del país de la hoja de maple, causando una derrama económica de 9.9 mil millones.

“Aunque llevamos varios años de crecimiento constante, siempre podemos hacerlo mejor”, dijo Bardish Chagger, ministra de Turismo de Canadá.



LA RED SIN LÍMITES  
PARA TU

AGENCIA  
*de viajes*



Acredítate  
**¡AHORA!**



Servicios globales  
en una sola  
plataforma.



Herramientas  
de servicio para  
viajes corporativos.



Portafolio a  
nivel Nacional  
e Internacional.



Asistencia  
especializada  
las 24 hrs,  
todo el año.



Las mejores  
comisiones en servicios  
turísticos con  
proveedores de  
alta calidad.



Acceso a tecnología  
de vanguardia  
para agilizar  
la operación.



Capacitación  
profesional.

¡COMUNÍCATE CON NOSOTROS!  
acreditacion@consolid.com.mx  
Tel. 5980 1588 / 1594



www.consolid.com.mx  
@ConsolidMEX /ConsolidMEX

Te damos  
**LO MEJOR**



SÚPER  
EMPRESAS  
EXPANSIÓN  
2017



## Fuerte presencia de México en el Mundial de Rusia 2018



➤ Aquí, algunas recomendaciones para que el viaje a ese país de Europa Oriental sea seguro y divertido.

MAGARITA SOLIS

La presencia de los aficionados mexicanos en la Copa Mundial de Fútbol Rusia 2018, se estima de entre 25 mil y 30 mil connacionales, según cifras de la embajada rusa en México.

De acuerdo con datos de la FIFA, México será el tercer país con mayor presencia de extranjeros por el número de boletos adquiridos para los partidos.

Cercana la fecha al evento futbolístico, la contratación de un paquete de viaje a Rusia se intensificó, agencias de viajes estiman un gasto promedio de tres mil 500 dólares, considerando una estancia de diez días y vuelo rondando por persona.

El viajero debe considerar el presupuesto para vuelos, hospedaje, alimentos y traslados por tierra

durante el Mundial, ya que la Selección Mexicana jugará en varias ciudades. Considerando que no habrá gasto adicional si el viajero llegue a Moscú, donde será el primer encuentro, sí deberá costear el segundo evento contra Corea del Sur en Rostov del Don y el tercer contra Suecia, el 27 de junio, en la Arena Ekaterimburgo, es importante recordar que el costo del vuelo es más alto conforme se acerca la fecha del partido.

La Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) creó una aplicación para descargar en dispositivos móviles, con toda la información que un mexicano pueda necesitar en su estancia en Rusia.

Una recomendación indispensable es que el pasaporte debe tener como mínimo seis meses de vigencia desde el momento en el que se termina la visita en Rusia, es

decir, deberá estar vigente al menos hasta el 25 de enero de 2019.

Es importante poseer el o los boletos impresos para los partidos, o el código de confirmación de compra enviado por la FIFA para obtener un "FAN ID" o "pasaporte del aficionado". Este documento permitirá el ingreso y permanencia en el país, sin necesidad de visa, esto será vigente entre el 4 de junio y el 25 de julio de 2018, exclusivamente. Esta ID es gratuita y se realiza en internet, obteniendo una confirmación electrónica directamente en el correo electrónico.

➤ **REQUISITO**

Deberá contratar un seguro médico de viaje válido en Rusia, tiene un precio aproximado de 714 pesos, cubre gastos médicos y hospitalarios, cancelación de viaje, repatriación médica y asistencia, en algunos casos, en español las 24 horas del día, los siete días de la semana, entre otros beneficios, estimó Luis Bosch, director general de Allianz Global Assistance. Si el viajero se encuentra bajo trata-

➤ **TIPO DE DIVISAS**

En Rusia sólo se aceptan rublos, la moneda nacional, es recomendable viajar con dólares o euros y utilizar las casas de cambio autorizadas. Será de ayuda llevar una tarjeta de crédito o débito para hacer pagos extras, pero no hay que depender de los cajeros automáticos, ya que pueden existir problemas técnicos.

➤ **MÁS RECOMENDACIONES**

Está estrictamente prohibido consumir alcohol en la vía pública y no se pueden desplegar banderas extranjeras en la Plaza Roja u oficinas de gobierno. La SRE sugiere que, en caso de detención o arresto, deberá solicitar hablar con la embajada de México, puede utilizar la siguiente frase en ruso: "Я мексиканец и хочу позвонить в мое посольство", que se pronuncia "Ya meksikániets y jachú pasvanít v mayó pasólstva"; "soy mexicano y solicito hablar con mi embajada". Es importante conservar la hoja de control migratorio que se recibe al ingresar a Rusia.



## Un viaje, dos destinos

➤ República Checa y Berlín se unen para formar circuito turístico.

CORINA TLALI ORTEGA

A través de una campaña de promoción que recorrió varios países de América Latina, Peter Luther, director de la Oficina de Turismo de la República Checa, y Carlo Carbone, responsable del mercado latinoamericano para la Oficina Visit Berlín, mostraron las facilidades y ventajas de conocer dos países europeos en un solo viaje.

Dicha campaña tuvo como objetivo brindar información sobre cómo combinar dos puntos del Viejo Continente, los cuales destacan por la historia que guardan y su cercanía.

Ambas oficinas presentaron los productos, servicios, oferta turística y cultural que los via-

jeros pueden sumar a su agenda vacacional entre Berlín-Praga o Berlín-República Checa.

Lo más usual entre los visitantes, según Luther, es recorrer Praga, Viena y Budapest, pero ahora se incorpora Berlín a la ruta para consumirse como un circuito atrayente para el turismo.

"El mexicano es un visitante curioso que se interesa en la cultura y la gastronomía de distintas ciudades y Berlín ofrece todo eso", apuntó Carbone.

Agregó que la capital alemana es un lugar conveniente para los visitantes latinoamericanos, debido a que existe un significativo número de lugares donde se podrá encontrar personal de habla hispana.

De Berlín a Praga son cuatro horas en tren y se encuentran a una distancia de 360 kilómetros; otra opción es ir en coche, pasar por Dresden e ir a su propio ritmo.



Carbone recomienda este itinerario en verano, con una duración mayor a las tres noches para tener la posibilidad de conocer la oferta museística y la vida nocturna, propia de los berlineses; así como la zona Este y Oeste que muchos años estuvieron separadas.

Alemania tiene la característica de que muchos pubs o centros nocturnos no tienen horarios de cierre y eso brinda una regla de libertad. Por ejemplo, abren en viernes y cierran en martes y vasta que a la persona se le imprima un sello en el antebrazo para que pueda ir a su hotel a desayunar y luego regrese para continuar festejando.

Por otro lado, la vida al aire libre se disfruta sobre todo cuando llega el buen clima, la convivencia a la orilla del río forma parte de la vida cotidiana y se integra a los atractivos turísticos del lugar.

"Para la gente que tiene 10 días en Europa, se recomienda optar por la posibilidad de conjugar la historia y cultura de dos países", concluyó Luther.

# TU EXPERIENCIA DE VIAJE EMPIEZA AQUÍ

## DESTINOS

### PLACER

Acapulco  
Puerto Vallarta  
Ixtapa Zihuatanejo  
Puerto Escondido

### AVENTURA

Colima  
Guadalajara  
San Luis Potosí

## BENEFICIOS SIN COSTO EXTRA

WEB CHECK-IN

SNACKS Y BEBIDAS A BORDO

SELECCIÓN DE ASIENTO

EQUIPAJE DE MANO HASTA 10 KGS

EQUIPAJE DOCUMENTADO HASTA 25 KGS

aeromar.com.mx

01800 237 6627

@aeromarmx



# La aviación nacional, con gran potencial



➔ No obstante, la infraestructura y marco regulatorio son algunos de los retos que enfrenta la industria.

MARGARITA SOLIS

La industria aérea hace inversiones y proyecciones a cinco, diez, quince o más años, por ello las empresas del sector, en particular las aerolíneas, requieren de una política que también sea de largo plazo que impulse su potencial de crecimiento.

De acuerdo con Sergio Allard, presidente de la Cámara Nacional de Aerotransporte (Canaero), la aviación mexicana es clave de desarrollo, facilita las inversiones y promueve el turismo, además tienen grandes potenciales debido a la liberalización de mercados, la apertura de rutas y la profundización de alianzas; sin embargo, también tiene grandes retos como una consolidación para que la industria mejore.

## ➤ RETOS

Esos retos los dio a conocer Peter Cerdá, vicepresidente regional para América de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA, por las siglas en inglés), aunque también destacó que, de enfrentarlos, se generarán oportunidades de negocios para la industria.

Cerdá expuso que los retos a cumplir son la construcción de una infraestructura eficiente, la

aplicación de un marco regulatorio moderno y que el próximo presidente de la República juegue un rol activo en esta industria ante el desarrollo económico que genera. Destacó la necesidad de contar con una infraestructura acorde al crecimiento de la industria en México, ya que en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) se hace un "cuello de botella".

"Para que México pueda seguir escalando en competitividad global, es necesario que continúe presente el apoyo de un gobierno participativo en las actividades del transporte aéreo".

Afirmó que de cancelar la construcción del nuevo aeropuerto, México perdería su conectividad aérea, y las compañías extranjeras aprovecharían sus rutas, para transportar a sus clientes a la capital mexicana.

"La gente quiere viajar pero en México hay problemas de infraestructura. Si los aviones no pueden aterrizar, los beneficios económicos se quedarán en otros lugares que sí cuentan con las instalaciones adecuadas".

Por su parte, Allard coincidió con el directivo de la IATA, al referirse que de enfrentar esos retos la aviación mexicana podría llegar en el año 2024 a 139 millones de pasajeros y en 2030 a 186 millones.

Cabe recordar que en 2017 se registró a 90 millones de viajeros en servicio regular.

En el tema de carga se alcanzarían 1.4 mil millones de toneladas transportadas en los próximos 12 años, mientras que para 2024 sería una cifra superior a las 993 mil millones, en tanto que el año pasado fueron 742 mil millones de toneladas en carga transportada.

En la proyección de operaciones aéreas para el año 2030 se alcanzarían un millón 400 mil operaciones y en el 2024 serían un millón 80 mil, cuando en 2017 fueron 823 mil.

En cuanto a ingresos por turismo de vía aérea, se estima que dentro de 12 años serán 41 mil 392 millones de dólares, para 2024 serán 30 mil 165 millones; en tanto que el año pasado fueron 16 mil 874 millones.

## ➤ PER CÁPITA

Si bien las estimaciones son positivas para los próximos seis y doce años, un indicador muy relevante, que es el número de viajeros por habitante o per cápita, México tiene 0.7 viajeros aéreos per cápita, mientras que Canadá y Panamá tienen 3.9 y 3.7, respectivamente. En tanto Chile registra 1.1 y Colombia 0.8 viajeros.

A decir de Allard, esta brecha representa una oportunidad para

la industria mexicana, ya que se espera alcanzar el promedio mundial de 1.57 pasajeros per cápita, entonces habrían llegado al país 125 millones de pasajeros. "Ese es el nivel de oportunidad que tenemos, no es una proyección, están los datos", añadió.

Ante ese panorama, fue que la industria aérea mexicana consideró necesario generar una agenda de trabajo para el periodo 2019-2024, aunque se dieron conocer proyecciones hasta 2030, se proponen abarcar seis ejes de acción: seguridad, crecimiento económico, regulación inteligente, infraestructura, servicios de facilitación para una mejor experiencia



México y Estados Unidos conforman el mercado más grande transfronterizo del mundo, con **30 millones de pasajeros**, gracias a la firma del Acuerdo Aéreo Bilateral.

Los dos aeropuertos con más conectividad son el de la Ciudad de México y el de Cancún, rebasan a los de Sao Paulo, Brasil; Panamá; Bogotá, Colombia; y Santiago, Chile.

al viajero, y sustentabilidad.

Adicionalmente, mencionó que la industria por muchos años solicitó la creación de una Agencia Federal de Investigación de Accidentes en el Transporte como mecanismo de seguridad, porque en cada investigación se promueve y se previene a futuro la cadena de errores que exista.

"Queremos tener una coordinación con autoridades y comandos, no sólo con nuestra autoridad regulatoria (la Dirección General de Aeronáutica Civil y la SCT), sino con la Secretaría de Gobernación, las policías federales, con todos los que intervienen en el proceso de nuestro transporte para darle seguridad, y, sobre todo, el uso moderno de tecnologías información

para poder ser un país más seguro en la operación".

Por lo que anunció que solo falta que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) le asigne una partida presupuestaria para su creación, porque ya está aprobada por el Congreso de la Unión la Agencia Federal de Aviación Civil.

## ➤ RENTABILIDAD

A pesar del incremento de pasajero, de operaciones y de la presión a la baja de los precios de combustible, la aviación en México tiene un crecimiento lento, de acuerdo con la IATA.

El directivo de la IATA dio a conocer que la industria aérea a nivel global ha registrado altos niveles de crecimiento en los últimos años; sin embargo, en Latinoamérica es menor y, en el caso particular de México, los márgenes operativos registran una tendencia negativa.

El organismo consideró que es una de las "mejores épocas" para las regiones de Norteamérica y de Europa, aunque en América Latina no crece a la misma velocidad, ejemplo de ello es Brasil, su comportamiento afectó a la región por la frágil situación económica del país, afectando a empresas como LATAM y Avianca.

México no es la excepción, debido a que en 2017 los márgenes operativos de las aerolíneas nacionales registraron una tendencia negativa que se mantuvo en el primer trimestre de 2018.

Al cierre de 2017, sólo Aeroméxico y VivaAerobus regis-

traron márgenes operativos de 5.1% y 8.3%, respectivamente, mientras que Interjet y Volaris tuvieron 1% y 0.1% cada una, cifras inferiores a lo alcanzado un año antes.

Las empresas estadounidenses de bajo costo que recientemente ingresaron al mercado mexicano, tuvieron márgenes operativos de dos dígitos, es el caso de JetBlue con crecimiento de 14% y Southwest con 16% de incremento.

La IATA reportó que ésta situación no fue exclusiva de esas aerolíneas, ya que compañías más grandes, como United, American y Delta Airlines, también finalizaron el año con alzas de 9.3%, 9.6% y 15 por ciento.

## ➤ NUEVO AÑO

Durante el primer trimestre de 2018, Volaris, Interjet y VivaAerobus reportaron márgenes operativos negativos, mientras que Aeroméxico se mantuvo en un punto de equilibrio.

Los reportes a la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) detallaron que el precio del combustible registró una presión en la tarifa promedio del mercado doméstico, debido a un exceso de oferta por la llegada de nuevos aviones.

Analistas financieros explicaron que en algunos países se está tomando una medida que ayuda a disminuir el impacto del costo del combustible, factor que presiona a las aerolíneas a nivel global, es la liberalización del precio de la turbosina, lo que permite que las empresas accedan a precios más



competitivos y con ello reduzcan sus costos.

En la región latinoamericana, los márgenes operativos han venido mejorando y aun cuando no alcanzan los niveles de doble dígito como las norteamericanas, reportan una salud financiera sostenible. Es el caso de Copa, tiene un margen operativo de 20.1%, mientras que la alianza LATAM tiene registró 8.4% y Avianca el 6.5 por ciento.

Para revertir esta tendencia, empresas como Volaris tienen previsto hacer ajustes en su oferta de asientos, incluso han anunciado un ajuste a la alza en sus precios para poder sortear la presión en sus finanzas.

En el caso de Aeroméxico, su director general Andrés Conesa, declaró: "estamos comenzando a ver el impacto en las ganancias, pero tiene más que ver con el exceso de capacidad que con la demanda débil".

Por lo anterior, Aeroméxico disminuyó sus planes para au-

mentar oferta de asientos en lo que resta del año.

## ➤ LA AUTORIDAD

Yuriria Mascart, subsecretaria de Transporte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), presentó siete temas que debe aplicar la industria aérea nacional para mantener sus niveles de competitividad, el primero es el de seguridad, en el cual se requieren estándares más altos; el segundo son las inversiones, al respecto se refirió al esfuerzo coordinado que se debe mantener para ampliar los aeropuertos en particular; el tercero es infraestructura, tanto mantenimiento de los aeropuertos existentes, como de la construcción del nuevo.

El cuarto tema es innovación en tecnología, le siguió la competencia en la venta de combustible; después la sustentabilidad, que se refiere a incrementar la eficiencia energética, y el séptimo es la calidad y el servicio al usuario.



## AMResorts, con presencia en Europa en 2019

➤ Después del Caribe, España es uno de los mercados más fuertes para el Todo Incluido.

### REDACCIÓN

Las marcas de AMResorts: Secrets y Dreams, llegarán a España, luego de la firma de una alianza estratégica entre Apple Leisure Group (ALG) y NH Hotel Group (NH).

Además introducirá Amigo Hotels & Resorts, una nueva marca de tres estrellas que ofrece un concepto completamente diferente a las que conforman su colección del segmento Todo Incluido.

Estos tres hoteles que serán una reconversión, se ubicarán en Lanzarote, Fuerteventura y Mallorca.

AMResorts estará a cargo de la gestión de marca y la comercialización de los resorts, mientras que NH mantendrá la gestión operativa. Los primeros resorts en Euro-

pa tienen prevista su apertura en el transcurso de 2019.

"España posee una gran diversidad de playas y destinos vacacionales, así como uno de los mercados para el Todo Incluido más fuertes fuera del Caribe," comentó Alex Zozaya, CEO de Apple Leisure Group.

Debido a la presencia de NH Hotel Group en Europa, fue considerado por ALG para introducir las marcas de AMResorts en los países mediterráneos, iniciando este proyecto estratégico desde España.

Ramón Aragonés, CEO de NH Hotel Group, señaló que "el proyecto nace de la consolidada relación entre ambas compañías y supone unir la dinámica capacidad de comercialización y reconocimiento de las marcas de ocio vacacional de la empresa



norteamericana AMResorts, con nuestra amplia experiencia como operador de liderazgo en Europa y Latinoamérica".

La firma de la alianza es un modelo hotelero, probado ya con éxito por ambas compañías en el Caribe, que se beneficiará de las principales fortalezas de los dos

grupos para superar las expectativas de los clientes de este segmento en los principales destinos turísticos de Europa.

La expansión en Europa marca la siguiente fase en la alianza que surgió entre AMResorts y NH en 2011, cuando ambas compañías establecieron un modelo similar para operar tres resorts en República Dominicana.

### ➤ RECONOCIMIENTO

AMResorts fue reconocida por séptimo año consecutivo como una de las Top 10 "Super Empresas 2018: Los lugares donde todos quieren trabajar", por Expansión.

La empresa hotelera fue calificada por sus colaboradores y se posiciona dentro del ranking, destacando entre más de 600 empresas de diferentes industrias.

213 compañías fueron reconocidas, las cuales se dividieron en tres grupos de acuerdo al número de colaboradores, logrando que AMResorts se mantuviera dentro del ranking en la primera posición del sector "Hotelería y Turismo" en la categoría de más de 3 mil empleados ocupando la octava posición en un ranking de 30 empresas pertenecientes a esta clasificación.

"Mantener la primera posición del sector "Hotelería y Turismo" y el octavo lugar dentro del ranking "Super Empresas Expansión 2018", es muy gratificante para nosotros, nos indica que continuamos mejorando cada año las prácticas que tenemos hacia nuestros colaboradores", dijo Gonzalo del Peón, presidente de AMResorts.

## Ciudad Abierta

GUSTAVO ARMENTA

## LOS MOCHILEROS YA NO COMPRAN SUS BOLETOS EN LAS TAQUILLAS

Desde hace muchos años, es común que empresas de todo tipo elaboren contenido editorial para promover sus productos o servicios. Estos textos muchas veces son simples anuncios disfrazados de artículos o reportajes, aunque otros suelen contener información valiosa para el lector de determinado medio o, por lo menos, datos curiosos.

La empresa Reservamos.mx, recientemente distribuyó un estudio sobre el comportamiento de los que denomina "viajeros digitales", que pertenecen a la generación de los Millennials, el cual sostiene que "actualmente, ocho de cada diez viajeros de autobús buscan sus boletos a través de un Smartphone".

El documento se titula: "El comportamiento del viajero digital: Millennials viajeros & apáticos", y de la metodología con la que fue elaborado solamente explican que "se

desarrolló con información obtenida por las más de 4.2 millones de búsquedas hechas por sus usuarios en el primer trimestre del año a través de su sitio web, móvil y app, para viajar por alguna de sus más de 90 mil rutas".

En su parte medular, el estudio afirma que "la forma en la que mexicanos y extranjeros se trasladan de un lado a otro de México ha cambiado, pues han dejado atrás la compra de sus boletos en taquilla y, ahora, 68% de ellos usa dispositivos móviles y 32% computadoras de escritorio".

Y añade que el 55% de los usuarios de la plataforma son mujeres y 45% hombres, destacando aquellos entre los 25 y 34 años, quienes suman el 44% total.

Asimismo, el cinco por ciento de turistas extranjeros que prefieren usar el transporte terrestre para moverse por nuestro país, son de Estados Unidos, Canadá, Colombia, Argentina, Guatemala,

Perú, España, Francia, Costa Rica y Alemania.

También sostiene que, "de acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT), este año nuestro país podría convertirse en el sexto país más visitado del mundo, dato que la información del estudio respalda con una lista de diez pueblos mágicos, diez playas y diez ciudades preferidas por los viajeros digitales: San Miguel de Allende, San Cristóbal de las Casas, Tepozotlán y Sayulita; Acapulco, Mazatlán, Puerto Vallarta y Cancún; Ciudad de México, Guadalajara, Puebla y Veracruz, respectivamente".

Pero, en realidad, es desde el año pasado que México alcanzó la sexta posición que menciona el documento, pero el dato se dio a conocer hasta el presente año.

Reservamos es una plataforma donde se puede comprar boletos de autobús o de avión de varias empresas camioneras o aerolíneas;



pero, en el caso de las primeras, no tiene asociadas a compañías importantes como ETN o ADO y, en cuanto las segundas, únicamente cuenta con Volaris, Interjet y TAR. Por lo tanto, el universo que incluye su estudio se limita a los clientes de las compañías contenidas en su plataforma.

armentaturismomexico.com

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



## Continúan las diferencias laborales en el sector turismo

➤ Es alta la participación de las mujeres en las empresas turísticas, como trabajadoras o propietarias, pero con desigualdad salarial.

MARGARITA SOLÍS

La participación de la mujer en el sector turístico nacional es destacado; sin embargo, las diferencias que existen con los hombres en cuanto a salarios y puestos directivos, son algunos de los temas que deben enfrentar continuamente, así se expuso en el "4to Encuentro Mujeres en Turismo".

Este evento organizado por las secretarías de Turismo y Economía, reunieron a empresarias y autoridades federales para exponer temas como las tecnologías de la información, marketing, internacionalización de los servicios, equidad de género e inclusión, entre otros.

La ceremonia inaugural la encabezaron Teresa Solís, subsecretaria de Planeación y Política Turística de la Sectur; Diva Hadamira Gastélum, presidenta de la Comisión para la Igualdad de Género del Senado; Armando López Cárdenas, secretario de Turismo de la Ciudad de México (CDMX); María Eugenia González O'farril, coordinadora general de Viajeros por México; Yarla Covarrubias presidenta de la Asociación femenil de Ejecutivas de Empresas Turísticas (AFET). Amadísima

Ante un foro de mujeres representantes de cámaras empresariales, asociaciones y empresarias, la subsecretaria Solís dijo que cinco millones de mujeres trabajan en el turismo, lo que representa el 60% de la fuerza laboral de esta industria.

Agregó que las mujeres ya están presentes en labores donde predominaban los hombres, como pilotos de avión ingenieras, arquitectas, presidentas y directivas de empresas.



La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) dio a conocer que de cada cinco pequeñas y medianas empresas, tres están encabezadas por mujeres, considerando ese dato, Solís dijo que a través del turismo se genera calidad de vida y en las comunidades donde se encuentran esas empresas hay menor marginación y discriminación.

Por su parte, López Cárdenas señaló que el fomento a la igualdad de género es fundamental en el turismo y que según la Organización Mundial del Turismo (OMT) en las empresas de este sector se ocupa el doble de mujeres que en otras industrias, también dijo que el 59% de las plazas ocupadas en la Secretaría de Turismo de la CDMX son mujeres.

La subsecretaria Solís dijo que desde el inicio de la administración del presidente Enrique Peña Nieto, la igualdad de género ha sido una prioridad y es un tema "que ya no se oculta, igual que el de la trata de personas".

Entre las ponentes y asistentes se encontraban Francesca Romito, integrante de la Unidad de Igualdad de Género de la Secretaría de Turismo; Lourdes Berho, CEO de Alchemia; Gabriela Jáuregui, titular de la Unidad de Igualdad de Género de la Secretaría de Economía; Elena Achar, coordinadora de Conéctate al Turismo; Margarita Gálvez, presidenta de la Comisión de Mujeres Empresarias de la Canacintra; Blanca Estela Pérez Villalobos, presidenta de la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresas (AMMJE); y Carmen Torre Blanca, expresidenta de la AFET, entre otras.



## UI VS UX

ARTURO VELÁSQUEZ

Los neologismos, son palabras que aparecen en una lengua por moda o por necesidad de nombrar cosas nuevas. Se van volviendo de uso frecuente y poco a poco se abren paso hasta llegar al diccionario. Un ejemplo es *laser* (acrónimo de *light amplification by stimulated emission of radiation*), que se incluyó en diccionario de la Real Academia Española, incluso con tilde: *láser*, cuando este tipo de luz (inventado hace casi 60 años), encontró aplicaciones en la industria, la medicina y el entretenimiento. La tecnología es un gran generador de neologismos y acrónimos, cuyo uso se extiende rápidamente. Cada vez es más común escuchar los términos UI y UX. Trataremos de explicar de que se tratan y porque son tan importantes para las empresas que basan sus modelos de comercialización en sitios web y aplicaciones.

UX (derivado del inglés *User eXperience*) a lo que en español nos referimos como experiencia de usuario, tiene que ver con lo que una persona percibe al interactuar con un producto o servicio. Es el proceso de desarrollo y mejora de la interacción de calidad entre un usuario y todas las facetas de una empresa. En el caso de los sitios web, se trata de aspectos tan amplios como: la velocidad de carga, los procesos de compra, la presentación de los productos, la redacción de los contenidos, las llamadas a la acción y la atención al cliente.

La UX es en teoría una práctica no digital, muy relacionada a las ciencias cognitivas, utilizada predominantemente por las industrias digitales. Los expertos en UX tienen conocimientos de psicología, sociología o antropología, tecnología, comunicación, marketing, negocios y diseño gráfico e industrial.

UI (derivado del inglés *User Interface*) se refiere a las características del espacio

en donde ocurren las interacciones entre humanos y máquinas. El objetivo es permitir una comunicación simple y efectiva para hacer que la máquina responda a las intenciones del usuario. Quienes tienen más de 40 años, seguramente recuerdan las videocasetas o los ecualizadores llenos de botones y perillas que uno difícilmente recordaba para que servían; todo esto ha cambiado por dispositivos tan simples como un iPad. Esto ejemplifica la evolución de las interfaces de usuario.

El diseño de UI abarca el diseño en sentido tradicional (visual) y la forma de interacción. Se trata de conseguir tanto un impacto visualmente positivo como de facilitar y agilizar la estancia del usuario, a través de factores tales como: tipografía y espaciados, colores imágenes, textos, botones, formularios, etc.

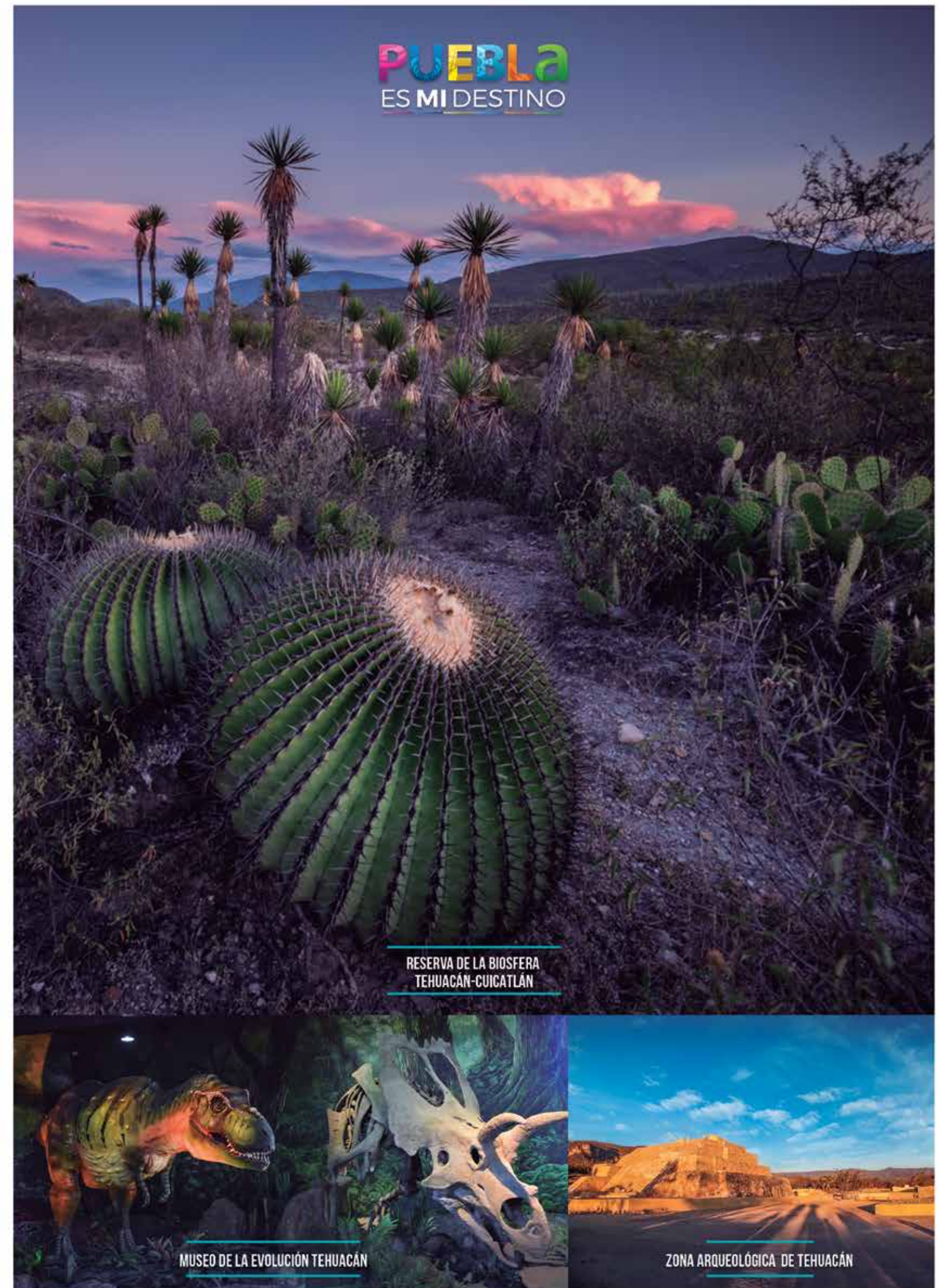
El responsable de UI generalmente tiene estudios en diseño gráfico, artes visuales, diseño industrial, tecnología y desarrollo de productos digitales.

Las empresas de ventas en línea utilizan los servicios de consultores para mejorar sus páginas y hacerlas más intuitivas. Los diseños originales han ido abriendo paso a lo funcional.

Se trata de actividades profesionales bien remuneradas, que requieren de personas con conocimientos multidisciplinarios y que se mantengan constantemente actualizados, pues las herramientas para medir y mejorar la UX y el UI de un sitio, evolucionan vertiginosamente.

La próxima vez que entremos al sitio o la aplicación de una tienda en línea, una aerolínea, un hotel o un metabuscador de viajes, detengámonos un momento a analizar que tan buenas son su UX y su UI y de que manera influye en que hagamos una compra.

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



México  
viajemospormexico.mx

www.PUEBLA.travel | #PueblaEsMiDestino  
f Puebla.travel @Puebla @PueblaTravel Puebla Travel

VIAJEMOS  
POR MÉXICO





## Deboise llega a Áperi

Dos Casas Hotel & Spa en San Miguel de Allende inicia una nueva etapa en su historia culinaria, después de que Áperi fuera liderado desde su nacimiento por Matteo Salas, el mismo abre la cocina a Olivier Deboise.

Reconocido como uno de los mejores restaurantes de México, Áperi nació, y se desarrolla, como un concepto de cocina abierta. Continúa bajo la misma filosofía con la que inició: inspirados en el producto local, intercambiando el conocimiento con los productores y fomentando el respeto al medio ambiente.

Durante cuatro años el chef Matteo Salas convirtió a San Miguel de Allende en un destino gastronómico, y logró que Áperi ganara innumerables reconocimientos: Mejor Restaurante Nuevo en 2015 y Mejor Restaurante de Hotel en los Gourmet Awards en 2016; Best Gourmet Experience por Travel & Leisure Gourmet Awards en 2015.



## “Cocinero de Guanajuato 2018”



José Eduardo Durón, del restaurante Argentilia León, fue el ganador del cuarto Concurso “Cocinero de Guanajuato”; compitió con once chef profesionales de la entidad.

De acuerdo con Octavo Aguilar Mata, subsecretario de Promoción Turística de la Secretaría de Turismo de Guanajuato, el objetivo del concurso es saber qué tipo de cocina se hace actualmente y de manera recurrente en Guanajuato.

Además de Aguilar Mata, también estuvieron presentes Eva García Cuervo, organizadora del concurso y productora ejecutiva de Top Chef, y Liz Vargas, rectora de

ICON University; ellos clausuraron el concurso y entregaron los reconocimientos a los tres primeros lugares: “Guanajuato ¡Sí Sabel!”.

La ganadora del segundo lugar Karina Sánchez, del Restaurante Tuna Blanca de León, y en tercera posición quedó Darwin Rosales, del Restaurante Takum de León.

Dicho evento se enriqueció con talleres y clases magistrales impartidas por el chef Jacobo Duarte con el tema “Valor turístico del patrimonio gastronómico”; Rodrigo Carrasco, chef propietario de Kitche 6 Gastro Pub, Bowie y Tirano Asador Mexicano, quien impartió el tema “Cocina de humo”.

## Joe Esposito, vicepresidente senior en Delta



Delta Air Lines ascendió a Joe Esposito, vicepresidente en Planificación de Redes para las Américas, a vicepresidente senior de Planificación de Redes, a partir del primer día de julio. Reportará directamente al presidente de Delta, Glen Hauenstein.

Esposito comenzó su carrera con Delta en 1990 en Servicio al Cliente en el Aeropuerto de Orlando. Recientemente, fue el responsable de la planificación económica, financiera y de la capacidad del sistema doméstico de la aerolínea, así como de la pla-

nificación del cronograma. En su nuevo rol, Esposito será responsable de las actividades diarias liderando la diversa estrategia de la red global de Delta.

Ocupará el puesto de Bob Cortelyou, vicepresidente senior de Planificación de Redes, quien se jubilará el mismo día que se integra Esposito.

Después de esta transición, Cortelyou será consultor de Delta centrándose en sus asociaciones internacionales y estrategia global.

## Nuevo CEO de autotransporte

Oficialmente, Grupo IAMSA anunció el nombramiento de Jesús Ruiz López como CEO de Autotransporte, luego de que venía desempeñando este cargo desde hace un año.

Contribuyendo a la transformación de la empresa, Ruiz López ha aportado su experiencia para robustecer la estrategia comercial de todas las marcas de autotransporte operadas por IAMSA, generando diferenciadores clave para sus pasajeros y apalancando la excelencia operativa que ha sido clave en el éxito de la empresa durante su trayectoria en el autotransporte.

Ruiz López forjó una carrera profesional de 10 años en el sector de ventas minoris-

tas, ocupó distintas posiciones comerciales en Walmart de México y Centroamérica. Es licenciado en Economía por el ITAM y cuenta con una maestría en Políticas Públicas y Administración por la Universidad de Columbia en Nueva York.

“Esta nueva responsabilidad es una oportunidad para seguir impulsando los buenos resultados de la compañía, y mantener nuestro enfoque en mejorar la experiencia de nuestros pasajeros garantizando que viajen siempre seguros y ofreciendo a la vez precios bajos”, mencionó Ruiz López.



## Nombramientos clave en Fairmont Mayakoba

El hotel dio a conocer los cambios en cinco direcciones, son expertos en sus áreas y piezas clave para continuar ofreciendo a los huéspedes experiencias exclusivas y con altos niveles de servicio.

Rafael Torres ahora es director de Operaciones, planificará estratégicas a todas las áreas para maximizar operaciones y fortalecer la cultura de servicio. Cuenta con 28 años de experiencia profesional, se ha desempeñado en hoteles de Azerbaijjan, Costa Rica, Dubai, Estados Unidos, Hong Kong y México.

Lorena Vilchis ahora es directora de Ventas y Mercadotecnia, se encarga de las actividades de comercialización, distribución, publicidad y promoción generadas al interior del hotel. Tiene 20 años de experiencia profesional con una licenciatura en Artes y especialización en Turismo por parte de la Universidad Hispano-Mexicana.

En tanto, Jorge Creixell fue promovido a director de Alimentos y Bebidas a director de Cuartos, con el objetivo de apoyar en el área operativa.



Rafael Torres.



Lorena Vilchis



Jorge Creixell.



Alonso Ortíz.



Patricia Juárez.

Su trayectoria comenzó en 1999 como gerente del restaurante “Les Saveurs” en Londres.

En la gerencia de Entrenimiento y Sustentabilidad está Alonso Ortíz, desde 2014 se desempeñó como gerente de Ecología, donde implementó programas para conservar la flora y fauna de los ecosistemas que rodean al resort. Por su experiencia, será un elemento primordial para continuar implementando actividades que ayuden a gestionar los recursos que se generan en el resort, así como mantener los programas con las comunidades locales.

Finalmente, Patricia Juárez se incorporó como gerente de Grupos VIP y Bodas. Se graduó de la Universidad Anáhuac de Cancún, tiene nueve años de experiencia profesional, entre los que destaca su habilidad para organizar múltiples eventos de todo tipo, así como supervisar las visitas de familiarización agentes de viajes, meeting planners, prensa y celebridades.



# Mazatlán Oro, en el Pacífico

Atractivos turísticos que se complementan con estancias en un hotel clásico moderno, enfocadas a los viajeros más exigentes.

Llegar a Mazatlán es sinónimo de diversión, es contemplar sus 20 kilómetros de famosas y soleadas playas, las cuales se distinguen por su espectacular belleza natural y suave arena.

Son versátiles e ideales para tomar una tranquila caminata, admirar las espectaculares y multicolores puestas de sol, divertirse en el mar con una gran variedad de deportes acuáticos, contemplar el vaivén de las olas o simplemente observar el juego de luz que crea el sol al caer sobre el apacible mar.

Las 3 Islas en Mazatlán enmarcan los hoteles de la zona dorada donde se encuentra Hotel Costa de Oro, uno de los alojamientos más tradicionales, que resalta por su arquitectura estilo Viejo Santa Fe con modernas instalaciones, muebles típicos y jardines que invitan al viajero a pasar un momento relajado.

Dentro del hotel, las familias pueden disfrutar de una atmósfera de convivencia y actividades para todas las edades, alberca, así como un jacuzzi con capacidad para 14 personas exclusivo para adultos. Entre las habitaciones destaca la Junior Suite Frente al Mar con Balcón Privado, que cuenta con cocineta, y posee de las mejores



### SERVICIOS

Alberca con chapoteadero  
Jacuzzi al aire libre  
Actividades de entretenimiento  
Restaurante  
Los Adobes  
Acceso a Internet Wi-Fi (Gratis en algunas áreas públicas)  
Bar en alberca  
Lago Azul  
Cancha de tenis  
Cajas de seguridad  
Servicio de cambio de divisas  
Agencia de viajes  
Consultorio médico  
Servicio de lavandería  
Centro de negocios  
Sala de conferencias  
Salón de eventos  
Salón de belleza  
Spa  
Tiendas de ropa de playa y souvenirs  
Supermercado  
Joyería



vistas al mar, desde donde es posible observar impresionantes atardeceres de Mazatlán. O bien, la Suite con vista panorámica frontal al área de la alberca, al Océano Pacífico, cuenta con dos camas dobles, cocineta, aire acondicionado, teléfono con marcación directa, cafetera, televisión por cable y regadera.

Todo ello bajo un extraordinario servicio personalizado que lleva a los viajeros a sentirse como en casa, mientras disfrutan de los paisajes de playa, en el distrito turístico de la Zona Dorada en la que se disfruta de una gran variedad de actividades, restaurantes, entretenimiento y vida nocturna.

### EN EL MAR...

La mejor opción para recobrar energías en Mazatlán es a través de algún coctel o ceviche de camarón, y es que el destino es considerado como la Capital del Camarón gracias a que posee la flota más grande de nuestro país. Por lo que, dentro del hotel, los viajeros podrán visitar el Restaurante Adobes que ofrece comida local y regional. Cuenta con una terraza escénica frente al mar que invita a disfrutar de las puestas de sol mientras se deleita con su bebida favorita; o bien, relajarse con una cena bajo las estrellas.

Otra opción es Snack Bar Lago Azul, donde los viajeros podrán ordenar una bebida tropical o una Margarita de sabor acompañada de sus bocadillos favoritos, mientras se refresca en la alberca, justo frente al mar o en el jacuzzi.

Finalmente, los amantes del golf podrán encontrar a dos cuartos del Costa de Oro un campo de 27 hoyos. A diez minutos, en La Marina, se encuentra otro campo de nueve hoyos.

Avenida Camarón  
Sábalo 710,  
Zona Dorada, Mazatlán.  
Contacto: [reserve@costaoro.com](mailto:reserve@costaoro.com)  
Web: [costaoro.com](http://costaoro.com)  
Tel. 01 800 6966600



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.

