

NOTIFICACIÓN.

Se cumple el plazo para el CPTM. Concluye la relación laboral de los funcionarios que operan en 19 ciudades del mundo.



@periodicoviaje



@eisa.travel

Porque el **turismo** también se lee

NÚMERO CXV AÑO 9 FEBRERO 2019



Quieren empresarios reglas claras para la promoción turística

El secretario Torruco confía en el apoyo que brindará la IP. El director ejecutivo de ALG dijo que lo harán, pero si sus aportaciones no se van a "fondo perdido".

> PÁGS. 8 y 9

TRANSICIÓN. Alejandro Alonso dará continuidad a los logros alcanzados por Sergio Allard en la Canaero.

PÁG 3

APROBACIÓN. La Oficina de Congresos y Convenciones será parte del programa para impulsar al segmento en la CDMX.

PÁG 4

ESTRATEGIA. Las agencias de relaciones públicas son cruciales para cambiar la imagen de inseguridad en México.

PÁG 5

Este mes cerrarán las oficinas internacionales del CPTM

Sólo quedarán en funciones tres de ellas, pero será hasta la celebración del Tianguis Turístico 2019.

LAURA RODRÍGUEZ / MADRID

El Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) inició el desmantelamiento de sus oficinas en el exterior a través de sendos oficios emitidos por la Dirección General Adjunta de Administración, que encabeza Francisco Luna, en los cuales informó a 19 de los 22 titulares, que su relación laboral con el organismo concluirá el próximo 28 de febrero.

De acuerdo con una copia del oficio obtenido por *Periódico Viaje*, el funcionario explicó que de conformidad con el Paquete Fiscal aprobado por el Congreso de la Unión, los recursos obtenidos a través del Derecho de No Residente (DNR) ya no se podrán utilizar en las acciones de promoción turística que realizaba el CPTM.

“En razón de lo anterior”, refirió Luna a cada uno de los funcionarios afectados, “le informo que, con fecha del 28 de febrero de 2019, concluye su relación laboral con esta entidad, con efecto a partir del primero de marzo de 2019, en estricto apego a la legislación laboral aplicable como lo acordó la Junta de Gobierno”.

En consecuencia, añadió, le solicito establecer contacto con la Dirección de Recursos Humanos, a efecto de realizar el proceso de la conclusión de su encargo”.

SUS TAREAS

De acuerdo con la información obtenida sólo permanecerán abiertas, al menos hasta la realización del Tianguis de Acapulco de abril de 2019, una oficina en Europa, la de Berlín a cargo de Patricia



En Canadá y Latinoamérica dejaron de operar todas sus oficinas.

Eversbush; otra en Estados Unidos, la de Nueva York con Alfonso Sumano al frente y una más en Asia, en Tokio donde el titular es Guillermo Eguarte.

Las oficinas que deberán estar cerradas para el primer día de marzo, serán: en Canadá: Vancouver, Toronto y Montreal; en Estados Unidos: Atlanta, Chicago, Houston, Los Ángeles, Miami y Washington D.C.; en Latinoa-

mérica: Bogotá, Sao Paulo y Buenos Aires; en Europa: Londres, Madrid, París y Roma, y en Asia: Beijing y Seúl.

Las Oficinas de México en el Exterior (OME) del CPTM, se encargaban de impulsar la relación entre los destinos turísticos mexicanos y los tour operadores, agencias de viajes y aerolíneas en los mercados emisores de viajeros internacionales más importantes para el país.

También recababan información para estructurar la inteligencia comercial desde las oficinas centrales y participaban en las principales ferias de turismo de sus respectivas regiones.

Miguel Torruco, secretario de Turismo, dijo que ahora la

mayoría de esas tareas se llevarán a cabo a través de las embajadas y consulados de México, coordinadas por la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE).

Hasta la fecha no se conocen detalles sobre dicho proyecto.

LOS PRESUPUESTOS

En el Presupuesto de Egresos de la Federación para 2019, se asignó un gasto para el CPTM de 500 millones de pesos, monto que será para la liquidación del personal, afirmó Torruco.

Dentro de los apartados del Ramo 21, el que corresponde al gasto de la Sectur, se publicó que al Consejo se le destinaron 555.3 millones de pesos, sin embarco, de esa cantidad sólo serían

393 millones a la “Promoción de México como Destino Turístico”, rubro que ya se especifica en este PEF, lo que antes no sucedía.

Adicionalmente, se precisó en el documento que 160 millones de pesos serán para servicios personales.

Respecto a los ingresos que se recauden por el DNR este año, el presidente Andrés Manuel López Obrador estableció que deberían destinarse para el proyecto del Tren Maya.

Hasta antes de este mandato, 70% de lo recaudado se destinaba a la promoción turística, ahora 80% será para el Tren y 20% restante se mantendrá para el Instituto Nacional de Migración (INM).



La industria requiere la creación de agencias de aviación

Sergio Allard expone que el nuevo presidente de la Canaero dará seguimiento con las autoridades federales, a los temas pendientes.

CORINA ORTEGA

Después de tres años, Sergio Allard concluye su periodo al frente de la Cámara Nacional de Aerotransporte (Canaero). En entrevista, reconoció que el nuevo presidente del organismo, Alejandro Alonso Olivares, dará continuidad a la creación de las agencias federales de Aviación Civil (AFAC) y de Investigación de Accidentes en el Transporte (AFIAT).

“Se está trabajando para dar esa gran transformación con nuestro regulador, eso nos permitirá tener una autoridad más fuerte que regule mejor y de una manera inteligente a toda la industria, con una visión de rentabilidad y sustentabilidad en el largo plazo”, añadió.

Al respecto, Alonso Olivares, quien fue electo por unanimidad en la Asamblea General Ordinaria 2019 como nuevo presidente del organismo, coincidió



Alejandro Alonso Olivares.



Sergio Allard.

con Allard: “concretar ambos temas (la creación de la AFAC y la AFIAT) permitirán que la industria aérea mexicana cuente por primera vez en su historia, con un órgano regulador fuerte, independiente y con la flexibilidad necesaria para adaptarse ágilmente a los requerimientos que demanda la rápida evolución de este sector”.

Allard, quien es director ejecutivo de Relaciones Institucionales de Aeroméxico, explicó que al comparar los rendimientos que

tienen las aerolíneas en Estados Unidos y Latinoamérica, las cuales se encuentran cerca del doble dígito en sus resultados operativos, se observa que México atraviesa por una crisis. Aunque reconoció los beneficios que les ha generado la firma de diversos convenios bilaterales.

“Es un reto muy complicado, pero es el momento de acompañar este crecimiento de pasajeros con una visión de rentabilidad y sustentabilidad”, dijo.

Ante esos datos, precisó, deben consolidar la aviación nacional de una manera rentable y seguir expandiendo la conectividad del país a través de una *hub*.

Destacó que la noticia más relevante para la industria es la inversión de tres mil millones de pesos que se aplicará en la infraestructura del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM).

Los integrantes de la Cámara han tenido reuniones con Carlos Morán, subsecretario de

Transporte, quien conoce el tema por su experiencia como directivo en varias empresas de la industria, entre ellas Mexicana de Aviación.

Allard indicó que el sector necesita fortalecerse y, en ese sentido, Morán y su equipo tienen una visión clara de todas sus necesidades.

UN NUEVO CICLO

Por otra parte, señaló que Alonso Olivares, como nuevo presidente, subió a la agenda el tema de los taxis aéreos, segmento que en México tiene una flota de alrededor de 850 aviones, siendo la tercera más grande a nivel mundial.

El mensaje de la Cámara, para el ciclo que comienza, desde la opinión de Allard, apela a la diversidad, inclusión y a que toda la industria, ya sea comercial, de carga, taxis aéreos, prestadores de servicios terrestres y las personas que estén alrededor de la aviación, son importantes porque se busca crecer juntos con la particularidad de cada segmento.



Logros en tres años:

En 2016, en coordinación con el Poder Legislativo, se actualizó el Convenio Bilateral entre México y Estados Unidos que impulsó el crecimiento de la aviación en el mercado transfronterizo.

Se participó en el proceso de reformas a la Ley de Aviación Civil en materia de derechos de los pasajeros.

En 2017, se realizó el Primer Foro del Transporte Aéreo con el propósito de difundir los beneficios que genera la industria al país, sus principales retos y oportunidades para fomentar la competitividad de México como un centro turístico y de negocios.

“Alonso tiene una gran experiencia en aviación, trae una agenda muy clara en términos de seguridad, regulación e infraestructura. Vamos a trabajar mucho con las autoridades y con nuestro principal regulador que es la Subsecretaría del Transporte”, apuntó.

En la historia de la Canaero, ésta es la primera vez que es presidida por el representante de una empresa de taxis aéreos, que, a decir de algunos miembros, aportará una nueva visión para impulsar el desarrollo integral de la aviación mexicana.

Alonso Olivares tiene más de 22 años de experiencia en el sector aéreo. Es egresado de la licenciatura en Administración de Empresas de la Universidad Iberoamericana. Desde el año 2000 es director general de Aerolíneas Ejecutivas, una de las empresas líderes en el servicio ejecutivo en México y América Latina, desde hace más de 50 años.

Escanea y suscríbete, ¡es gratis!



DIRECTORIO

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

PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO. Año 9, No. 115, febrero 2019, es una publicación mensual editada por Elsa Multimédicos, S. A. de C.V. y Media Más, S.A. Domicilio de la Edición y Publicación Santa Bárbara Número 15, Colonia del Valle, Delegación Benito Juárez, C.P. 03100, México Distrito Federal. Tel: (0155)5534 4643 y 5534 4816. www.periodicoviaje.com. DIRECTORA GENERAL: Laura Rodríguez Coutinho. EDITORA: Margarita Solís. ARTE: Laura Martínez L. 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 enero de 2019 con un tiraje de 10,000 ejemplares. DISTRIBUIDOR: Elsa Multimédicos 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.

Turismo Cultural y de Congresos, segmentos relevantes para la CDMX

➤ Para promoverlos Carlos Mackinlay trabajará con diversas instituciones, además del Fondo Mixto.



El promedio de estancia del Turismo de Negocios es de

2.19 días

El gasto promedio diario de convencionistas es de

2,964 pesos de nacionales y 4,108 pesos de internacionales.

La CDMX es la **5a. ciudad** con mayor número de convenciones realizadas en el continente, de acuerdo con la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA, por sus siglas en inglés).

económica, será algo muy bueno”, dijo el funcionario.

Además, anunció que el plan de crecimiento en materia de empleo se hará a través de programas federales, como “Jóvenes construyendo el futuro”; y a nivel local con “Semillero de emprendedores”, “Fomento a las pymes turísticas” y “Turismo de barrio”.

Mackinlay explicó que en restaurantes y hoteles de la ciudad, el registro laboral es 1.3 millones de personas, de esa cifra la cuarta parte corresponde a empleos directos y el resto a indirectos.

Sin embargo, la estadística sólo considera a aquellas personas que laboran en restaurantes y hoteles, no se incluye a guías de turistas, transportistas, académicos especializados en el tema, artesanos o funcionarios que trabajan en las dependencias correspondientes. Para el secretario, la cifra sería más alta si se tomarán en cuenta esos rubros.

CORINA ORTEGA

El Turismo de Congresos y Convenciones es el segundo segmento más importante, después del Cultural, que promoverá de manera específica la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, dijo Carlos Mackinlay, titular de la dependencia.

Celebró la aprobación de un primer presupuesto por parte del Fondo Mixto de Promoción Turística capitalino para abrir la Oficina de Congresos y Convenciones, tema que es parte del programa de los primeros 100 días de la Secretaría de Turismo local.

Como parte de las actividades que ésta administración realizará, destacan 12 festivales que tendrán un elemento ancla o ferias, y que se organizarán de forma conjunta con la Secretaría de Cultura, afirmó Mackinlay.

“Nosotros vamos a apoyar con financiamiento y promoción, ya que esos festivales representan una mina de oro para dar difusión a la ciudad. Y esto se llevará a cabo durante los próximos seis años”, agregó.

La Secretaría de Turismo de la Ciudad de México informó que en esta nueva etapa se apostará por fortalecer el diagnóstico estadístico local, incluyendo modelos de simulación, cuentas satélite de turismo y plataformas de hospedaje.

Se retomará la investigación estadística para hacer un perfil del turista y saber quién visita la ciudad y en qué condiciones lo hace; eso se logrará a partir de encuestas y con trabajo de Big Data.

Asimismo, mencionó sentirse optimista frente al futuro del Aeropuerto Internacional Benito Juárez, ya que la Cámara Nacional de Aerotransportes (Canaero) dio a conocer que el crecimiento continúa y que hay planes de expansión.

“Nos da gusto saber que el aeropuerto está aún con vida y que la inversión de la Presidencia de la República se dedicará a la modernización en beneficio de todo el turismo”, expresó el secretario.

Referente al Tianguis Turístico 2019, dijo que la Ciudad de México destacará y tendrá gran presencia, sin embargo, aún no se sabe si se postulará a la capital del país para ser sede de la edición de 2020 o 2022.

➤IMPULSO AL EMPLEO

La actividad económica que más empleo genera para personas menores de 24 años, a nivel federal, es el turismo y es el segundo que más ocupa a mujeres; bajo esas premisas, en este sexenio se apoyará la creación de fuentes de trabajo, aseveró.

“Impulsaremos el turismo para crear trabajo y si eso ayuda a la llegada de más turistas, que a su vez generará más derrama



La seguridad, complemento para impulsar el turismo

➤ Mantener la inversión en marketing cambiaría la percepción de los viajeros internacionales.

MARGARITA SOLÍS

La inseguridad en México es un “lastre” que amenaza a la industria turística, sin embargo con recursos para la promoción podrían abatirse los impactos negativos que deja esa percepción entre los viajeros internacionales, coincidieron empresarios y autoridades.

“México tiene que seguir invirtiendo en promoción y en mecanismos para bajar la inseguridad, para cuando se presente algún incidente manejar la crisis de una manera eficiente y no se nos salga de las manos la imagen del país”, aseveró Pablo Azcárraga, presidente del Consejo Nacional de Empresas Turísticas (CNET).

Explicó que la inseguridad en algunas ciudades de Estados Unidos, tienen niveles mayores que los destinos turísticos de México, la diferencia es que ellos invierten en su imagen para mejorar esa percepción, mientras que en nuestro país se ha dejado de hacer.

Un ejemplo de cómo una ciudad afectada por la inseguridad se

puede recuperar es Las Vegas, luego del tiroteo del 1 de octubre de 2017, los empresarios de la ciudad invirtieron 400 millones de dólares al año en campañas de marketing para revertir el problema.

Por su parte, Francisco Madrid, director de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Anáhuac, agregó en entrevista que en el documento “Una nueva hoja de ruta para el turismo mexicano”, que elaboraron en conjunto con el CNET, establecieron que entre las “limitaciones y amenazas” para la industria y la sociedad en general, está la inseguridad, además de otros temas relacionados, como la corrupción, la falta de estado de derecho, la incapacidad de la clase política y la imagen del país lastimada.

“La violencia e inseguridad siguen siendo un lastre que no parece tener fin y suponen no sólo una amenaza para los ciudadanos, sino también un punto de alta vulnerabilidad para los visitantes”, se lee en el documento publicado.

“Se reactivó la Policía Charra para el cuidado de la Alameda Central y Garibaldi. También se reforzaron los temas de la Policía Ribereña en los canales de Xochimilco. Vamos a trabajar especialmente en el Centro Histórico

➤MEDIDAS EN LA CDMX

Carlos Mackinlay, secretario de Turismo de la Ciudad de México, aseguró en entrevista que si bien hay índices de inseguridad que se manejan en la capital del país, la industria no ha perdido ni reservas ni ocupación hotelera por ello.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Seguridad Pública Urbana (ENSU) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en promedio 82.6% de los habitantes de la CDMX se sintieron inseguros durante el último mes de 2018.

Entre las acciones que implementará el gobierno capitalino para combatir la inseguridad, Mackinlay detalló que la Secretaría de Seguridad Ciudadana reforzará la vigilancia en los espacios turísticos.

“Se reactivó la Policía Charra para el cuidado de la Alameda Central y Garibaldi. También se reforzaron los temas de la Policía Ribereña en los canales de Xochimilco. Vamos a trabajar especialmente en el Centro Histórico

y la zona Oriente de la ciudad, de esta forma atenderemos los programas de turismo acompañados con el tema de seguridad”, aseveró el funcionario capitalino.

➤VIGILANCIA PARA EL TIANGUIS TURÍSTICO

En los próximos 60 días se realizarán en Acapulco, Guerrero, tres eventos relevantes: Abierto Mexicano de Tenis, la Convención Nacional Bancaria y de Valores y el Tianguis Turístico 2019, a decir de la presidenta municipal Adela Román, y del



governador Héctor Astudillo, la seguridad está garantizada.

Sin embargo, en enero pasado, Román dijo que están rescatando a la policía local, ya que grupos criminales los amenazan, e incluso, los sacan de los módulos de seguridad, por lo que se han dado de baja a 153 agentes.

La falta de elementos de seguridad y presupuesto para garantizar salarios dignos, son temas que deberá resolver la funcionaria local. Aseveró que se hará una depuración y certificación de policías, y se lanzará una convocatoria para reclutar a mil agentes, aunque la ciudad requiere de cuatro mil.

Además, está pendiente la construcción del Centro de Control, Comando, Coordinación y Comunicación (C5) para disminuir los índices delictivos en Acapulco y en la entidad. Hay dos C4: el del municipio y el estatal. Asimismo, anunció que se construirán nuevas instalaciones para la Secretaría de Seguridad Pública, porque las actuales son obsoletas.

Copa Airlines espera solución en la conectividad aérea en México

➤ En la región continúa su expansión, en julio iniciará operaciones entre Ciudad de Panamá y Paramaribo.

ISABEL GORDOA

Ante la necesidad de la construcción de un nuevo aeropuerto en la Ciudad de México, debido a la actual saturación que tiene el existente, Mauro Arredondo, director general de Copa Airlines en nuestro país, señaló que se mantiene a la expectativa de conocer el plan del gobierno federal.

“Queremos saber si es que la Base Militar de Santa Lucía y el aeropuerto de Toluca se van a habilitar, qué tipo de operaciones van a haber, en qué van a consistir esos trabajos, entender bien el proyecto y dimensionar, para después saber si se realizarán nuevos en México”, aseveró en entrevista.

Reiteró que hasta no tener claridad y certidumbre en cuanto a la propuesta de la red aeroportuaria y cómo se resolverá la conectividad, no se puede emitir un punto de vista concreto, por lo que Copa Airlines se encuentra a la espera.

➤ BUENAS CIFRAS CON EL MERCADO MEXICANO

Arredondo dijo que a pesar de la inestabilidad económica, la renegociación del Tratado de Libre Comercio, los impactos del tipo de cambio y el año electoral, el crecimiento en número de pasajeros transportados por la aerolínea entre México y América Latina en 2018, fue de 3% en comparación con 2017.

“El mercado mexicano busca buen servicio, puntualidad, confiabilidad, amabilidad, hablar el mismo idioma y reconocimiento, por lo que Copa Airlines sabe atenderlo”, indicó.

La aerolínea cuenta con presencia en México con cinco vuelos diarios entre Ciudad de Panamá y la CDMX, siete a Cancún, cuatro a Monterrey y uno a Guadalajara.

En 2018 se inauguró la ruta entre Puerto Vallarta y Ciudad de Panamá.



Queremos saber si la Base Militar de Santa Lucía y el aeropuerto de Toluca se van a habilitar: Arredondo.



➤ CONTINÚA CRECIMIENTO

A partir del próximo 6 de julio, Copa iniciará operaciones entre los aeropuertos de Ciudad de Panamá y Paramaribo, capital de Surinam, con dos frecuencias semanales.

“Paramaribo se ubica al norte del país sobre el Océano Atlántico y con una población de unos 260 mil habitantes. Con una arquitectura influenciada por las culturas británica

y holandesa, que ofrece a sus visitantes atracciones como paseos a orillas del río Surinam, así como tours por su reconocido Centro Histórico, que refleja una villa colonial neerlandesa compuesta por diversas edificaciones coloniales y religiosas de los siglos XVII y XVIII”, describió.

Indicó que dentro de los resultados que tuvo Copa en 2018, se inauguraron nuevos destinos en Sudamérica partiendo desde el Aeropuerto Inter-

nacional de Tocumen hacia Fortaleza y Salvador de Bahía, Brasil; Barbados, y Salta, su quinto destino en Argentina.

Asimismo, en septiembre de 2018 se incorporó a la flota el Boeing 737 MAX 9 y antes de finalizar el año se incluyeron siete aeronaves más de ese tipo, lo que suma un total de 100 aviones.

“El plan de compra de equipos que hizo Copa Airlines con Boeing de la serie MAX 9 y MAX 10, incluye más de 70 aviones que se irán incorporando gradualmente. El enfoque de 2019 es consolidar el crecimiento de la aerolínea”, añadió.

➤ RECONOCIMIENTOS

Arredondo destacó que con un índice de puntualidad de 89.79%, Copa Airlines fue premiada como “La aerolínea más puntual del mundo” por la Official Airline Guide (OAG) de Londres, así se convirtió en la primera de Latinoamérica en recibir ese reconocimiento.

Además, dijo que la compañía también fue distinguida por sexto año consecutivo como “La aerolínea más puntual de Latinoamérica”, de acuerdo con el buscador FlightStats.

“Ambos reconocimientos reflejan el compromiso del equipo humano de la aerolínea, demostrando una vez más que su objetivo es satisfacer las prioridades de sus pasajeros, quienes confían en Copa Airlines para llegar a tiempo a sus destinos”, expuso.

Agregó que el Aeropuerto Internacional de Tocumen facilita la espera de vuelos, ya que cuenta con el salón VIP Copa Club, duty free, conexiones inmediatas sin pasar por inmigración o aduanas y equipaje documentado hasta el destino final, así como óptimas condiciones de tiempo y tiene dos pistas de aterrizaje.

Asimismo, durante el vuelo se ofrecen comidas completas y bebidas alcohólicas y no alcohólicas de cortesía, los pasajeros son asistidos por personal bilingüe.

El vuelo a Barcelona lo revive Aeroméxico

➤ Además de incrementar frecuencias entre la Ciudad de México con Madrid y París.

REDACCIÓN

Luego que Aeroméxico cancelara, en mayo de 2018, el vuelo directo que tenía programado realizar entre la Ciudad de México y Barcelona, los planes volvieron a cambiar al confirmar que a partir del próximo 15 de junio estará operando dicha ruta con tres frecuencias semanales.

Anko van der Werff, vicepresidente ejecutivo Comercial de Aeroméxico, hizo el anuncio oficial de la ruta Ciudad de México - Barcelona, así como el incremento en el número de vuelos de otros de sus destinos europeos: Madrid y París.

“Barcelona es el quinto destino de Aeroméxico en Europa, lo que consolida nuestra presencia en este continente y nos convierte en la única aerolínea nacional que sirve esa ruta”, agregó el ejecutivo.

Además, durante este año sumará frecuencias hacia el Aeropuerto de Barajas en Madrid y a París, llegando a Charles de Gaulle. Hacia España, Aeroméxico ofrecerá 18 vuelos directos semanales, mientras que a Francia serán 11 semanales, que representan 22% de crecimiento.

Estos nuevos vuelos se deben a la alta demanda de las rutas y la preferencia de los clientes. Tan sólo en 2018, la cifra de



pasajeros transportados hacia Madrid aumentó 17%, contra el año anterior, y a París fue 10% mayor.

“Estamos muy contentos de ser la única aerolínea de México con presencia en Europa. Además, con el incremento de oferta, nuestros clientes europeos tendrán más opciones para conectar con 43 destinos nacionales y 18 ciudades en Latinoamérica”, añadió Van der Werff.

Los vuelos de Aeroméxico hacia sus cuatro destinos de Europa: Madrid, París, Londres y Ámsterdam, son operados con aviones Boeing Dreamliner 787-8 y 787-9.

En 2018, Aeroméxico transportó cerca de 22 millones de pasajeros en 90 destinos nacionales e internacionales, lo cual representó un crecimiento de 5.9% en comparación con 2017.

EVOLUCIONAMOS para ti

Oferta de la Semana



- ✓ Elige Tarifas Netas o Comisionables.
- ✓ +1.5 millones de hoteles nacionales e internacionales.
- ✓ Pago en efectivo.
- ✓ Pago con tarjeta sin cargo adicional.
- ✓ Reenvío de cotizaciones al instante.
- ✓ 24/7 Soporte en Call Center.

¿Quieres disfrutar de estos y más beneficios?

Acredítate con nosotros llamando al **5980 1588 / 1594** o escríbenos a acreditacion@consolid.com.mx



¿Cómo se promoverá a México?

LAURA RODRÍGUEZ
MADRID

Turismo será patrocinado por iniciativa privada: **Torruco**

México seguirá teniendo presencia en los principales destinos extranjeros, considerados de importancia para la industria turística nacional; también se dará continuidad a las ferias, pero ahora serán patrocinadas por el sector privado, aseguró en entrevista para *Periódico Viaje*, Miguel Torruco Marqués, secretario de Turismo.

La Feria Internacional de Turismo 2019 (Fitur), que se realizó hace unos días en España, dio noticias para México, ya que autoridades y funcionarios dieron a conocer algunas de las estrategias que se implementarán en el sector frente al cambio de gobierno, como fue el caso de Torruco Marqués, quien esclareció el nuevo modelo bajo el cual operará la promoción de nuestro país.

Bajo ese contexto, las ferias, el Tianguis Turístico y la promoción, ya no se pagarán del erario. Próximamente se firmará un convenio y se presentarán los nombres de los patrocinadores que estarán a cargo de todos esos eventos, enfatizó el funcionario.

Además, la Secretaría de Turismo contará con la experiencia de algunos especialistas que formaron parte del hoy desmantelado Consejo de Promoción Turística de México (CPTM).

Por otro lado, Torruco Marqués dijo que se convocó a todos los líderes de la industria turística para analizar y recibir las propuestas de cómo operará el nuevo organismo del sector privado, el cual funcionará "sin tanto manoseo". Asimismo, se ha-

➔ Ya no se financiarán ferias y campañas con recursos del erario.



Miguel Torruco Marqués, secretario de Turismo.

rán dos comisiones para saber cuál será el modelo que se debe crear para reemplazar al Consejo.

➤ FERIAS

Mencionó que se tendrá presencia en grandes ferias internacionales, como es el caso de Colombia, la cual ya está próxima, y contará con la participación directa del sector privado. También se debe analizar el modelo que se va a seguir para las representaciones en diversos países, debido a que muchas empresas ya levantaron la mano y quieren la representación concesionada con el derecho de uso de marca y el apoyo del Gobierno de la República.

Torruco Marqués comentó que próximamente se reunirá con el director a cargo del Departamento de Comunicación Social de la Presidencia de México, con el fin de establecer los porcentajes de tiempo aire que le corresponden al Estado, el cual se canalizará a la promoción de turismo interno.

➤ CASAS DE MÉXICO

El titular de la Secretaría de Turismo informó que Óscar Espinosa coordinará las reuniones de trabajo para hacer las propuestas y los parámetros de las funciones, obligaciones y objetivos que podría tener cada representación, y de esa forma, tener mayor dinamismo en la promoción.

Sobre la fusión de las casas en el extranjero, concluyó que es una propuesta que está recogiendo Espinosa, la cual trata de ser incluyente y busca que los formatos sean totalmente consensuados con el sector privado.

CARLOS VELÁZQUEZ
MADRID

Frente a la posibilidad de crear un nuevo organismo de promoción con recursos privados, Alejandro Zozaya, director ejecutivo de Apple Leisure Group (ALG), afirmó en entrevista que es viable, siempre y cuando las aportaciones sean "en lugar de y no además de".

Explicó que la falta de promoción provocará una caída en la demanda de los viajeros internacionales, lo que llevará a una pérdida de competitividad. Esa falta se pagará con la reducción en los márgenes de operación de las aerolíneas, de los hoteleros y tour operadores, no será transferida al consumidor debido a que los impuestos no repercuten en el precio de los paquetes turísticos que se venden a México.

En el marco de la Feria Internacional de Turismo 2019 (Fitur) que se realizó días atrás en Madrid, España, Zozaya aprovechó para reunirse con funcionarios mexicanos del sector y abordar el tema referente a la participación coordinada entre los empresarios y el gobierno a favor de la seguridad, promoción y publicidad.

Una de las posibles estrategias es que parte de los impuestos que pagan los empresarios vaya a un

Transparencia al etiquetar los recursos que aporten, condicionan empresarios

➔ Para el director ejecutivo de ALG el fondo que se pueda crear para la promoción no debe ser un asunto discrecional de la Sectur.

fondo, el cual tenga completa transparencia, agregó.

La petición por parte de la iniciativa privada, dijo, es que todos los recursos se apliquen directamente a la promoción y publicidad, y que no vaya a otros fines, como pagar salarios o costos administrativos.

"Estamos dispuestos a poner más, a lo que no estamos dispuestos es a que se haga y se vaya a la deriva, a fondo perdido; no puede seguir siendo discrecional este tema, tiene que ser claramente etiquetado. Y es ahí donde tenemos que actuar de forma coordinada y al unísono, primero con la iniciativa privada y luego con el gobierno para que se haga de manera productiva", aseguró Zozaya.

➤ UNA PROBLEMÁTICA

El director ejecutivo consideró importante mencionar en esta entrevista un tema que impacta al turismo: la inseguridad, particularmente la que se vive en Quintana Roo. "No es que sea una zona tan peligrosa, el problema radica en que la percepción que hay en Estados Unidos sobre la entidad, aunado a las dificultades por el sargazo, han ahuyentado al turismo", comentó.

El crecimiento que se había tenido hasta 2017 empezó a declinar en 2018, indicó, y se estima que a finales de este año haya una franca caída del mercado norteamericano con respecto al ciclo anterior, ya que ese segmento es

el que mejor paga los cuartos de hotel, gasta más en excursiones y otros servicios.

Aprovechando que Fitur busca generar el análisis y funcionar como punto de encuentro para dialogar sobre las problemáticas que atañen a la industria sin chimeas, Zozaya también expuso la situación de Quintana Roo ante empresarios españoles, ya que destinos como Cancún y Riviera Maya son de los más visitados por los europeos.

"Por primera vez, empezamos a hablar de que Quintana Roo está perdiendo en el mercado frente a los destinos del Caribe con los cuales compete, que son República Dominicana, Jamaica o Costa Rica. Hoy se reconoce junto con la Secretaría de Turismo de la entidad que la llegada de viajeros está a la baja", añadió.

Ante esta problemática, no dejó de considerar el tema de infraestructura, debido a que no se pueden abrir 30 mil 200 cuartos adicionales, los cuales ya están anunciados en Quintana Roo, si no se resuelve el suministro de agua, de vivienda y vialidades que permitan no solamente que el turista tenga una buena experiencia, sino que la comunidad tenga una vida digna y puedan seguir atendiendo al viajero, concluyó.



Alejandro Zozaya, director ejecutivo de Apple Leisure Grop.

Cancún tendrá festival de globos aerostáticos

Los turistas tendrán otra forma de apreciar el mar y las playas de la zona.

ALONSO GORDOA

¿Se imagina poder ver desde las nubes las playas de Cancún? Esto será posible en el festival de globos "Volando el paraíso".

Con lo logrado por el Festival Internacional del Globo que se realiza anualmente en León, Guanajuato, que atrae a 400 mil turistas, se espera que el de Cancún alcance pronto la misma afluencia de visitantes, dijo Francisco López Reyes, director municipal de Turismo.

En el festival que se realizará del 19 al 21 de abril, con la participación de al menos 20 globos aerostáticos, se podrán realizar vuelos libres sobre los alrededores del Sistema Lagunas Nichupté, si las condiciones climatológicas lo permiten. Si no es el caso, se efectuarán recorridos anclados que se elevarán entre 20 y 25 metros.

Los globos aerostáticos serán manejados por expertos



que han participado en los más grandes festivales nacionales e internacionales, la mayoría de origen mexicano, pero también otros que llegarán de Estados Unidos.

El evento se realizará en el club de golf Pok ta Pok donde habrá una serie de actividades para la convivencia de amigos y familiares, como una tirolesa de 100 metros, área de infla-

bles, paredes de escalar, cerca de 700 papalotes por día, una carrera de costales con premiación por parte de patrocinadores, fiesta de espuma y fiesta mexicana.

También habrá música, área de camping, foodtrucks, zona de niños con cuenta cuentos, magos, trapevistas y talleres enfocados a la ecología; así como mariachis y fuegos pirotécnicos.

El costo de acceso será de 500 pesos al público en general y de 300 para los habitantes locales, además el vuelo tiene un costo de 250 pesos.

Martín Martínez Alvarado, director del campo de golf Pok ta Pok, aseguró que se tiene espacio suficiente para las necesidades del evento, estacionamiento y servicio de baños, además de carpas para protegerse del sol y comer.

Tren Maya fortalecerá la industria turística de la región

El gobierno federal va a convocar a la creación de siete consorcios para construir 250 kilómetros de vía.

NALLELY CAMPOS
TENOSIQUE

El proyecto del Tren Maya buscará impulsar la economía nacional y la industria turística, incluirá un programa de reordenamiento urbano que mejorará toda la región.

Ejemplo de ello será la estación que se establecerá en Palenque, Chiapas, donde se generará una gran plaza cívica, con elementos como el palacio municipal, centros comerciales en un entorno de 600 a 700 hectáreas, 70% serán áreas verdes y lo demás urbanizado, detalló Rogelio Jiménez Pons, director del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur).

Agregó que esa acción es de suma importancia ya que "hay ciudades como Playa del Carmen que son una oportunidad perdida donde no hay parques; otro ejemplo es Tulum, un lugar desperdiciado, donde hay hotelería de más de mil 500 pesos la noche, pero no cuenta con drenaje y agua potable".

DESARROLLO DEL PROYECTO

Una de las acciones implementadas por el gobierno federal para reducir el impacto ambiental es el programa "Sembrando Vida", que buscará plantar árboles frutales y maderables en un millón de hectáreas, con lo que se generarán más de 400 mil empleos para campesinos.



Sin embargo, "desarrollar el proyecto del Tren Maya tomará un año, pues los estudios de impacto ambiental para instalar las nuevas vías tendrán que hacerse

conforme avance la obra", explicó Jiménez Pons.

El Tren ofrecerá tres tipos de servicios: transporte de carga, concesión para servicio turístico

y de pasajeros, este último, será subsidiado por el gobierno federal, ya que se cobrará a los habitantes de la región las tarifas más bajas como un beneficio social.

"La parte rentable es la de carga y turismo, los pasajeros no, nunca lo han sido en ninguna parte del mundo, siempre ha estado subsidiado y lo seguirá estando. La intención es que la carga y el mercado turístico se cobre dependiendo la calidad de los servicios", señaló.

Finalmente, explicó que en cuatro años estará el circuito completo del Tren Maya operando, utilizará biodiesel y correrá a una velocidad máxima de 160 kilómetros por hora.



GOBIERNO DE
BAJA CALIFORNIA SUR
SECRETARÍA DE TURISMO,
ECONOMÍA Y SUSTENTABILIDAD

Baja California Sur
vive la gran
experiencia de tu vida

365 días
de aventura

Baja California Sur

Los Cabos - La Paz - Comondú - Loreto - Mulegé

CORINA ORTEGA

Hay muchas playas en nuestro país que toleran el nudismo debido a que son lugares que no tienen afluencia o son pocos los visitantes que se atreven a quitarse la ropa en su totalidad; aunque la práctica se lleve a cabo, esos sitios no cuentan con el permiso por parte de las autoridades, en pocas palabras, no son legales.

Para Juan Marcos Castañeda, miembro del comité organizador del Festival Nudista Zipolite 2019, esta práctica es más que un segmento del turismo, es un estilo de vida y una filosofía que requiere como trámite presentarse y ejercerlo siempre con respeto y en los lugares correspondientes.

Zipolite era tradicionalmente nudista de una forma tolerada al tener un acuerdo con los pobladores, pero hace cuatro años, cuando Castañeda se encontraba al frente de la Federación Nudista de México, recibió una invitación desde Sudamérica para que México fuera sede de un evento que reuniera a quienes gustan de esta práctica. Y el primer lugar que vino a su mente fue La Playa de los Muertos, como también se le conoce a ese lugar.

La federación se acercó a las autoridades municipales para obtener todos los permisos necesarios, fue cuando la noticia corrió rápido y mucha gente ya tenía los ojos puestos en Zipolite y en el evento.

Castañeda explicó que a semanas de la fecha prevista para el encuentro, la capacidad hotelera del pueblo se encontraba al 100%; así



Aumenta el interés por el turismo nudista

➤ En Zipolite, Oaxaca, se encuentra la única playa donde las autoridades toleran esta práctica.

que él junto con Jair Flores, presidente de la Asociación de Hoteles y Moteles de Zipolite, concretaron el primer Festival Nudista que se desarrollaría en la zona de manera oficial.

En aquella ocasión, en la playa se recibieron a tres mil 500

personas, cifra que aumenta cada año, comentó Castañeda.

La celebración de la cuarta edición del festival generó una alta demanda de hospedaje, lo que originó que desde junio de 2018 algunos hoteles estuvieran ya reservados en su totalidad.

En las últimas semanas de enero del 2019 -días antes del festival que se realizó del 1 al 4 de febrero- la ocupación hotelera de Zipolite estaba a 95% y la gente optó por reservar en poblados cercanos, como Puerto Ángel, Mazunte, San Agustín y Pochutla.

“Estamos pensando qué sucederá en los años que vienen, pues la demanda sigue en aumento y la oferta hotelera existente en Zipolite ya no es suficiente para atender las exigencias de los turistas que llegan para vivir el Festival Nudista”, dijo Castañeda.

➤ PIEL, SOL Y ARENA

El Festival Nudista de Zipolite se realiza desde el año 2016 y se celebra el primer fin de semana de febrero, este año consistió en un programa que incluyó una calenda o desfile tradicional oaxaqueño, con el cual se inauguró el encuentro y se dio la bienvenida a los asistentes, quienes utilizaron pintura sobre el cuerpo o *body paint* para hacer el recorrido por el pueblo, y por primera vez se llevó a cabo una rodada ciclista sin ropa fuera de la playa.

Todas las actividades que forman parte del festival están pensadas desde el nudismo, explicó Castañeda, pero no hay que olvidar que Zipolite es una playa nudista, pero el pueblo no lo es. Así que fuera de la playa es forzoso estar vestido por respeto a las personas que no comparten la misma filosofía; los asistentes deben abstenerse de andar sin ropa en el pueblo, en tiendas o restaurantes.

El turismo nudista es una práctica respetuosa en la que participan niños, adolescentes, familias enteras, parejas y personas de la tercera edad. Castañeda aclaró, que durante las reuniones se evita cualquier situación de carácter sexual, pues eso se deja para la intimidad de cada pareja, ya que el objetivo de un encuentro de ese tipo es mostrarse como uno es.



EL BIG DATA PARA LAS INVESTIGACIONES SOBRE TURISMO

ARTURO VELÁSQUEZ

Leonard Brody, es un importante intelectual en el campo de la administración de empresas, el cambio y la innovación. Es famoso por ser el creador del sitio acerca de la transformación digital “The Great Rewrite”, publicado por Forbes. En alguna de sus presentaciones, utiliza una fotografía de la ceremonia que marcó el inicio del pontificado del Papa Benedicto XVI en 2005, entre los espectadores se ven algunas videocámaras de mano; la compara con la foto que muestra al Papa Francisco en 2013, en una situación similar, lo que llama la atención es que prácticamente cada espectador está sosteniendo un teléfono inteligente grabando el evento. Esto ilustra perfectamente el significado de las innovaciones disruptivas, es decir aquellas que ocasionan un cambio social, creando nuevos mercados y terminando con otros.

Gracias a los *Smartphones*, las personas pueden llevar en el bolsillo sus redes sociales, un GPS, una radio, una sofisticada cámara, su correo electrónico y hasta un medidor de actividad física, entre otras muchas cosas. Cada vez más, lo menos relevante del dispositivo son las llamadas.

Los teléfonos inteligentes se han convertido en una ventana que nos permite asomarnos a todo lo que pasa en el mundo, con una velocidad y un detalle sorprendente, dejando con nuestra actividad una estela cada vez más importante para muchos sectores de la economía: los datos.

Los datos acerca del uso de las aplicaciones móviles son sensores de la sociedad, individualmente no dicen mucho, además podrían violar las leyes de protección de datos personales, pero de forma combinada y bien procesados, pueden aportar información de gran utilidad acerca de diversos sectores: turismo, planificación



urbana, gestión del transporte, entre otros.

Actualmente los consejos turísticos ocupan como principal fuente de investigación las encuestas en la calle, diseñadas por expertos; el problema es que desplegar encuestadores es lento y costoso, lo que lleva a depender de muestras pequeñas, concentradas en momentos y lugares muy específicos, lo que disminuye la calidad de los datos.

El científico de Telefónica Research, Enrique Frias-Martínez, quien se ha especializado en analizar los datos que dejan los *Smartphones* para conocer la movilidad de las personas, ha estudiado a través del análisis agregado de tuits geolocalizados, el uso de suelo en Manhattan, en Madrid y en Londres, llegando a la conclusión de que hay ciertos comportamientos que no detectan los métodos tradicionales de planificación urbana, pero en la actualidad, gracias a las plataformas tecnológicas, como las redes sociales, es posible identificar el uso del terreno en tiempo real.

Así habla de la “computación urbana”, que analiza datos de las ciudades y los interpreta para identificar estrategias para mejorar diferentes entornos. La información se puede obtener de varias formas: a través de los teléfonos móviles, que funcionan como sensores de nuestro

comportamiento; a través de la red de distribución eléctrica; de las tarjetas bancarias o de los servicios de bicicletas y *scooters* para moverse por la ciudad.

Aún hay grandes retos para aprovechar la gran cantidad de datos que se generan, como acabar con la resistencia natural al cambio para que las personas acepten una nueva forma de hacer las cosas. Estamos en un escenario en el que pasaremos de tener en cuenta a especialistas para tratar ciertos temas, a tomar decisiones basadas en datos. Imaginemos que con la ayuda del rastro que dejan los *Smartphones*, sería fácil responder en cualquier momento a preguntas tales como: ¿cuántos turistas y de qué nacionalidades visitan una región vinícola?, o, ¿cuál es el tiempo promedio de una visita a un museo?

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

Un prototipo del “hotel del futuro”

➤ Sus habitaciones tendrán realidad virtual, reconocimiento biométrico y aromas personalizados, entre muchos otros servicios.

ISABEL GORDO

La inteligencia artificial aplicada al turismo se dio a conocer a través de una habitación de hotel equipada con los últimos adelantos tecnológicos.

De acuerdo con el director del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), Álvaro Carrillo, la habitación incluye avances que van desde lo visual hasta lo físico, y que cuenta con dispositivos que proporcionan una experiencia multisensorial al turista.

Indicó que los hoteles del futuro tendrán mostradores de auto *check-in*, ascensores con publicidad exterior, bicicletas eléctricas, pantallas LED traslúcidas,



cerraduras activadas con pulsos RFID y espejos con reconocimiento biométrico que sugerirán experiencias en función del estado de ánimo.

Además, señaló que contarán con aromas personalizados, hologramas, camas con sensores para reconocer el ciclo de sueño, inodoros-bidet y realidad virtual que mostrará las visitas que podrán después realizarse en el destino.



Esa recreación del hotel del futuro muestra “aquellos productos y servicios que pronto estarán disponibles en diversos establecimientos hoteleros”, aseguró Carrillo.

Destacó que gran parte de las innovaciones tecnológicas

presentadas en ese proyecto piloto giran en torno al concepto de personalización de la experiencia.

“La habitación del hotel es la misma, pero la experiencia que le da cada cliente es distinta. Y no hay intervención humana para conseguir esto”, agregó.

Aclaró que, “poner todo lo que tenemos desplegado en esta habitación sería actualmente muy invasivo, por lo que queremos que los hoteleros vayan incorporando progresivamente elementos que sean buenos para sus huéspedes”.

EVENTOS DEL Turismo

● FITUR premió a Guerrero

Por segundo año consecutivo Guerrero recibió el premio al mejor stand en la Categoría de Países en la 39 edición de la Feria Internacional de Turismo 2019 (FITUR), en Madrid, España.

Fue Ernesto Rodríguez Escalona, secretario de Turismo de Guerrero, quien recibió el reconocimiento de manos de Ana Larrañaga, directora de FITUR, y quien fue invitada a participar en el Tianguis Turístico 2019 que se realizará en Acapulco del 7 al 10 de abril.

“Guerrero obtuvo el reconocimiento como uno de los mejores pabellones de la feria, un logro importante que también nos destaca como potencia turística



a nivel internacional”, dijo el gobernador Héctor Astudillo.

Como parte de los acuerdos alcanzados en Madrid, Rodríguez Escalona afirmó que realizarán estrategias de promoción de Acapulco, Ixtapa-Zihuatanejo y Taxco, a través de la Embajada de México en España.

Otro de los resultados importantes fue la firma del convenio entre el IFEMA (recinto ferial de FITUR) y Mundo Imperial para la realización del Mulafest 2019, un evento urbano musical, deportivo y de arte que reunirá en Acapulco a más de 25 mil jóvenes extranjeros y nacionales. Será la primera ocasión que saldrá de España.

● Única agencia de viajes globalizada en México

Best Day Travel Group obtuvo el lugar 33 entre las 100 Empresas Mexicanas Globales, ahí se mide el impacto internacional en sus operaciones del último año.

Según el Índice de Globalidad de la revista Expansión, la inclusión de Best Day Travel Group se basa en tres aspectos principales: el volumen de ingresos obtenidos en el extranjero, el número de colaboradores fuera de México y el número de países donde se realizan operaciones.

Además, fue considerada como la primera empresa en la categoría de Hotelería y Turismo, seguida por Hoteles City Express, que ocupa el sitio 90. Cabe mencionar que Grupo Aeroméxico y Grupo ADO, también están consideradas en el ranking, ambas en la categoría de Transportistas y



Almacenamiento, por sus operaciones de envíos a nivel internacional.

“Para Best Day Travel Group es un orgullo ser la única agencia de viajes considerada entre las 100 Empresas Mexicanas Globales. Desde nuestros inicios, tenemos la visión de trascender los horizontes de nuestro país, promover nuestros destinos y llevar el nombre de México a mercados internacionales. Cada una de nuestras estrategias está enfocada en lograr el liderazgo global como empresa turística”, detalló Julián Balbuena, CEO de la compañía.

● El Business Travel News para Delta

Los expertos en viajes corporativos clasificaron a Delta como la primera en la Encuesta de Aerolíneas de Business Travel News.

Se consideró que la fusión con Northwest le proporcionó a Delta el alcance y la escala para crear un negocio duradero capaz de invertir en sus productos y servicios, comunidades y accionistas.

Desde que BTN comenzó a encuestar a profesionales de viajes corporativos en 1998, ninguna otra aerolínea ha encabezado esta encuesta por ocho años consecutivos.

Además, por cinco periodos continuos, Delta encabezó las 10 categorías que mide la encuesta, obteniendo sus más altas calificaciones por la calidad de las comunicaciones con los clientes; valor de la relación con los gerentes de cuentas y representantes de ventas y calidad del servicio al cliente.

“En nombre de todo el equipo de Delta, me gustaría agradecer a nuestros clientes no sólo por este honor, sino también



por los valiosos comentarios que recibimos de ustedes a través de esta encuesta y durante todo el año. El historial de éxito de la compañía en esta encuesta es un reflejo de la dedicación y profesionalidad constantes de los más de 80 mil empleados”, comentó Steve Sear, presidente de la aerolínea.

● Reconocen por séptima ocasión a resort de lujo

Los premios Travelers' Choice 2019 de TripAdvisor galardonaron a Grand Solmar Land's End Resort & Spa por séptimo año consecutivo.

Al iniciar 2019, el resort se colocó en la posición número 13, manteniendo su posición como uno de los 20 mejores hoteles en México.

“Estamos honrados una vez más de contar con este prestigioso reconocimiento que es testimonio de la inigualable oferta que provee Grand Solmar Land's End Resort & Spa”, comentó Ricardo Orozco, Vicepresidente de Operaciones del resort. “Estamos orgullosos de ser uno de los fundadores del turismo de Los Cabos, ofreciendo el auténtico encanto de Baja California Sur que hace que nuestros huéspedes regresen cada año.”

Los ganadores de los premios Travelers' Choice son elegidos a partir de las reseñas y opiniones de millones de usuarios de TripAdvisor a nivel mundial. En esta edición, los premios reconocieron a siete mil 812 propiedades, en 94 países y ocho regiones.



Este año los premios en hotelería se clasificaron en nueve categorías: mejores hoteles, hoteles de lujo, pequeños hoteles, económicos, mejor servicio, B&B y posadas, romántico, familiar y todo incluido.

● Airbus y Helibras reconoce esfuerzo de estudiantes

A través del programa Flying Challenge, Airbus Foundation y Helibras premiaron a nueve estudiantes del centro escolar municipal de Itajuabá Isaura Pereira dos Santos, del estado brasileño Minas Gerais, con prácticas en simuladores de vuelo de helicópteros.

Más de 60 estudiantes de quinto grado han participado en esta nueva edición de Flying Challenge en Brasil. El programa ha contado con la participación de 25 voluntarios de Helibras y Airbus que se han encargado de la formación y orientación a los participantes. Estos han recibido, además, clases de matemáticas, portugués y cursos de comportamiento. Durante el programa, los estudiantes han participado en varias actividades organizadas por Helibras y en un taller de drones realizado en la Universidad Federal de Itajuabá en colaboración con AeroFrog.



“Estamos muy orgullosos de los resultados de la primera edición de Flying Challenge en Brasil y de esta oportunidad para contribuir a la educación de estos jóvenes que han demostrado un enorme interés, y se han ganado los elogios de padres y profesores”, señaló Richard Marelli, presidente de Helibras y responsable de Airbus en Brasil.

GENTE DEL TURISMO

● Best Day designa nuevo CEO

Con el fin de afianzar su evolución integral y visión global, Best Day Travel Group realizó una serie de movimientos estratégicos, por lo que nombró a Alejandro Calligaris como Chief Executive Officer (CEO).

Julián Balbuena Alonso continúa con sus responsabilidades como presidente del Consejo Administrativo, posición que ha ocupado durante los últimos siete años, de los 31 que ha dirigido la empresa.

“En Best Day Travel Group estamos muy orgullosos de que Alejandro haya aceptado el reto de fungir como CEO. Su impecable trayectoria, lealtad, compromiso y experiencia, serán de gran beneficio para Best Day. Estoy totalmente seguro de que no hay nadie mejor para



ocupar esta importante posición”, declaró Balbuena Alonso.

Calligaris es originario de Argentina y comenzó su camino en Best Day en 2010, como Chief Commercial Officer de HotelDO, la línea de negocios B2B del corporativo, posteriormente ocupó el puesto de Managing Director de HotelDO y BDTravel Solution.

“Es para mí un honor continuar trabajando, ahora desde esta posición, con el gran equipo de la familia Best Day Travel Group.

Este nombramiento sin duda refrenda mi compromiso para seguir aportando lo mejor de mí, especialmente en materia de innovación tecnológica, comercial y de servicios, con una visión 100% enfocada en nuestros clientes tanto internos como externos”, mencionó Calligaris.

● Cambio en la dirección general de Interjet

Después de 13 años al frente de Interjet, José Luis Garza ocupará un lugar en el Consejo de Administración, dejando la dirección general a William Shaw.

Desde el inicio de operaciones de Interjet, en marzo de 2005, Garza estuvo al mando e inició en México el concepto de Aerolínea de Bajo Costo (ABC) o low cost.

Colocó a Interjet como la segunda aerolínea más importante del país por el número de operaciones y pasajeros transportados. Suscribió alianzas con Lufthansa, Eva Air, Iberia y Japan Airlines.

El nuevo director general, Shaw, inició su carrera como agente de tráfico en un mostrador del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, destacando su fase de emprendedor lanzando la primera ABC en Colombia y después en Perú.

Shaw planeó, seleccionó, entrenó y lanzó dos ULCC's (Ultra Low Cost Airlines) en América Latina y trabajó en la fundación de una tercera: Flycana, en República Dominicana, antes de pasar a ocupar la dirección general de Interjet.



Con más de 26 años de experiencia en líneas aéreas; cuenta con una maestría de Stanford Graduate School of Business con Certificados en Gestión Pública y Gestión Global, y una licenciatura del CESA de Colombia.

● Mieke De Schepper en Amadeus

Amadeus nombró a Mieke De Schepper como responsable de Online Travel dentro del negocio de Travel Channels. Se incorpora desde Egencia, la firma de gestión de viajes de Expedia Group, donde fue vicepresidenta senior y directora comercial, y brindará sus más de 17 años de experiencia en la gestión de negocios B2C y B2B.

De Schepper fue vicepresidenta de Lodging Partner Services de Expedia Group en Asia-Pacífico, donde era responsable de forjar y gestionar las relaciones con hoteles en la región. Previamente, trabajó 10 años en Phillips Electronics, donde ocupó diversos cargos de liderazgo a escala global, regional y local en



las divisiones de producto, marketing y ventas.

En el marco de su nuevo puesto, se dedicará a prestar apoyo a las agencias de viajes online, las firmas de marketing y promoción de viajes y las start-ups de la industria para que puedan expandir sus negocios.

Dado que su nueva función se enmarca en el negocio de Travel Channels de Amadeus, De Schepper reportará a De-cius Valmorbid. Por su bagaje tanto personal como profesional en todo el mundo, incluida su experiencia en Asia-Pacífico durante los últimos 14 años, también asumirá el liderazgo de la compañía en este mercado y seguirá ubicada en Singapur.

● Nombramiento de Lufthansa en México



Felipe Bonifatti es el nuevo director de Ventas de Lufthansa para México y América Central, luego que en los últimos cinco años Dirk Van Nieuwkerk, ocupara ese cargo.

“Felipe Bonifatti ha liderado con éxito nuestros equipos de ventas en varios mercados clave desde África hasta América Latina, lanzando nuevas rutas en Colombia, Costa Rica y Panamá. Su perspicacia para los negocios y su entendimiento regional serán un activo para el Grupo Lufthansa”, dijo Tamur Goudarzi-Pour, vicepresidente de Ventas de Líneas Aéreas para América del Grupo Lufthansa.

Goudarzi-Pour reconoció los años de servicio y liderazgo en México y América Central de Nieuwkerk, quien asumirá una nueva función en Alemania.

“México sigue siendo un mercado clave en la región y bajo el liderazgo de Nieuwkerk, el equipo de ventas continuó ampliando la relación de Lufthansa con la comunidad de negocios de América Central con nuevas rutas y aerolíneas de San José, Costa Rica, Ciudad de Panamá, Cancún, México, así como mejoras de nuestros servicios actuales desde la Ciudad de México con los últimos aviones tecnológicamente avanzados y respetuosos con el medio ambiente”.

● Brand Expedia presentó a directivo para la región

Alberto Ceresa ahora es el director de Operaciones Comerciales en LATAM para Brand Expedia, con su nombramiento la empresa buscará posicionar a la marca como un bastión en el desarrollo de la actividad turística en los diferentes destinos de la región, tomando a México como punta de lanza para lograrlo.

Su nueva función será atender los mercados latinoamericanos, en particular a Brasil, México, Argentina, Chile, Colombia y Costa Rica.

Ceresa cuenta con licenciatura en Marketing Financiero y una maestría en



Administración por la Universidad Bocconi de Milán.

También tiene una trayectoria en Expedia Group, en donde comenzó su carrera como Analista Senior de Precios, Optimización de ingresos y Desarrollo. Más tarde asumió la posición como Director Co-

atender los mercados latinoamericanos, en particular a Brasil, México, Argentina, Chile, Colombia y Costa Rica. Ceresa cuenta con licenciatura en Marketing Financiero y una maestría en

¡Descubre Centroamérica y el Caribe!



Ciudad de Belice,
Belice



Liberia,
Costa Rica



Punta Cana,
República Dominicana

A partir de noviembre.

LA LÍNEA QUE NOS UNE  **AEROMEXICO** 