

EMPODERAMIENTO

La AFEET fortalece su proyección internacional al formar parte de la OMT, y a nivel nacional al integrarse al CNET.

PÁG
4



@periodicoviaje



@eisa.travel

Porque el **turismo** también se lee

NÚMERO 121 AÑO 10 AGOSTO 2019

Agenda turística no es prioridad para legisladores

Hay una lista de iniciativas y reformas pendientes entre los diputados y senadores. Los principales temas son el presupuesto para promoción y desarrollo en infraestructura.

> **PÁGS. 8 y 9**

INCERTIDUMBRE El Consejo de Diplomacia Turística no tiene definido de dónde saldrá su presupuesto.

PÁG
2

RECOMENDACIÓN

Cuidar la salud al viajar es esencial; hay el mismo riesgo de algún contagio en Sudáfrica que en EU.

PÁG
6

COMPROMISO Las nuevas tareas de la AMAV: garantizar mejores experiencias y colaborar con el gobierno federal.

PÁG
11

Consejo de Diplomacia Turística ya está en marcha

➤ Una de sus funciones es operar como un órgano colegiado que coordine al sector turismo y a la Secretaría de Relaciones Exteriores para favorecer el posicionamiento de México en el mundo.



CORINA ORTEGA

El nuevo Consejo de Diplomacia Turística (CDT) a cargo de Ignacio Cabrera, director general de Promoción Turística Internacional de la Secretaría de Relaciones Exteriores, contará con la participación de empresarios, funcionarios de las secretarías de Turismo, Hacienda y Crédito Público; de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano y de Medioambiente y Recursos Naturales; así como secretarios estatales del sector.

Uno de los principales retos que se presenta, es establecer el presupuesto para operar en 2020. Hay mucha especulación al respecto, ya que los recursos podrían darse del Derecho de No Residente (DNR) con la finalidad de impulsar la promoción internacional.

Se espera que dicha incógnita se aclare en las próximas semanas ya que el CDT sesionará en menos de 60 días para establecer el plan de trabajo y determinar de dónde obtendrán los recursos del siguiente año.



INTEGRANTES DEL CDT:

Cristina Alcayaga
Miguel Alemán Magnani
Julián Arroyo Cordera
Armando Bojórquez
Francisco Bulnes
Rodrigo Esponda
Marcos Fastlich Santre
Darío Flota Ocampo
Jorge Manos Esparragoza
María del Carmen Morfín Herrera
Giancarlo Mullineli
Eduardo Paniagua Morales
Jean Paul Pelletier
Arnaldo Pinazzi
Jaime Salazar Figueroa
Juan Vela Ruiz

➤ SIN DEFINIR

Aunque aún no hay nada definido, Cabrera aseguró que el sector turístico mexicano sí contará con una partida presupuestal para continuar con la promoción y el posicionamiento de México a nivel internacional.

Actualmente, el DNR ha sido destinado en su totalidad para la construcción del Tren Maya, pero existe la probabilidad de que cambie el escenario y se sume la iniciativa privada para dar vida a la nueva etapa del turismo.

Durante la primera instalación del CDT, se mencionó que dicho organismo será una instancia de opinión y consulta que servirá para determinar los objetivos y requerimientos necesarios.

Contará con un grupo de trabajo y enlaces designados; participarán miembros del sector público y social; generará estrategias y cambios con métricas e indicadores; habrá programas de capacitación y reuniones trimestrales.

Y lo más importante es que fortalecerá la imagen de México como destino.

➤ MANDATO PRESIDENCIAL

Por otra parte, Marcelo Ebrard, secretario de Relaciones Exteriores, anunció en días pasados, que la designación de fondos para el turismo es una instrucción presidencial que se debe cumplir, ya que es una industria de relevancia económica para el país.

Si bien, el CDT ya está en marcha, Cabrera explicó que se debe cumplir un proceso para formalizarlo, ya que para crear un consejo hay que reunir todos los requisitos que solicita la ley, pues existen atribuciones jurídicas que hay que vigilar; además, tiene que publicarse en el Diario Oficial de la Federación (DOF).

Se estima que en la primera reunión que tenga el consejo debe definirse la operatividad, el plan de trabajo y los montos reales del presupuesto 2020.

TAMBIÉN LO CONFORMAN:

Alejandro Alonso Olivares
Braulio Arsuaga Lozada
Pablo Azcárraga Andrade
Lourdes Berho Corona
José Chapur Zahoul
Daniel Chávez Morán
Francisco Fernández Alonso
Juan José Fernández Carrillo
Simón Galante Zaga
José Manuel López Campos
Aurelio Pérez Alonso
Javier Prado Gómez.

“Detrás de la resolución del consejo hubo meses de trabajo para lograr acordar con el sector y los destinos turísticos; se realizaron pláticas previas y se unificaron las dos secretarías. Fue un cabildeo de mucho tiempo para llegar al lugar donde estamos hoy; es un hecho histórico y se está llenando un vacío que se tenía”, concluyó Cabrera.

Escanea y
suscríbete,
¡es gratis!



DIRECTORIO

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

PERIÓDICO VIAJE, POR QUE EL TURISMO TAMBIÉN SE LEE (PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO), Año 10, No.121, Agosto 2019, es una publicación mensual editada por Eisa Multimédios S. A. de C.V. y MEDIA MAS S.A. Domicilio de la Edición y Publicación Santa Bárbara Número 15, Colonia del Valle, Alcaldía Benito Juárez, Ciudad de México, C.P. 03100. Tel. (0155)5534 4643 y 5534 4816. www.periodicoviaje.com • DIRECTORA GENERAL: Laura Rodríguez Coutiño • EDITORA: Margarita Solís Peña • CERTIFICADO RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO No. 04-2018-100517062200-101 otorgado por la Dirección de Reservas de Derechos del Instituto Nacional de Derechos de Autor. • ISSN (entrámite). • CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO Y CONTENIDO Entrámite • Esténúmero seterminó de imprimir en Impresos Galván. Canarias #103, Col. Portales, Alcaldía Benito Juárez, Ciudad de México, C.P. 03300 el 28 de junio de 2019 con un tiraje de 10,000 ejemplares • DISTRIBUIDOR: Eisa Multimédios S. A. de C.V., Santa Bárbara Número 15, Colonia del Valle, Alcaldía Benito Juárez, Ciudad de México, C.P. 03100. • 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, POR QUE EL TURISMO TAMBIÉN SE LEE (PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO)



ESTE VERANO ;TENEMOS ALGO ESPECIAL PARA TODOS!

CON *Unlimited-Luxury*[®] y *Unlimited Fun*[®]

Habitaciones y suites 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 programa de entretenimiento y actividades diarias Explorer's Club para menores de 12 años y Core Zone para adolescentes de 13 a 17 años • Programa de cenas Sip, Savor & See Unlimited Connectivity • Impuestos y propinas • Y mucho más...

PRECIOS DESDE

hasta Agosto 17, 2019

CANCÚN

NOW EMERALD CANCUN **\$2,595**
REFLECT CANCUN **\$2,775**
DREAMS SANDS CANCUN **\$3,215**

COZUMEL

SUNSCAPE SABOR COZUMEL⁽²⁾ **\$1,799**

HUATULCO

DREAMS HUATULCO **\$3,049**

IXTAPA

SUNSCAPE DORADO PACÍFICO IXTAPA⁽³⁾ **\$1,645**

LOS CABOS

REFLECT KRYSTAL GRAND LOS CABOS **\$2,115**
DREAMS LOS CABOS⁽¹⁾⁽³⁾ **\$3,245**

NUEVO VALLARTA

REFLECT KRYSTAL GRAND NUEVO VALLARTA⁽¹⁾⁽⁴⁾ **\$2,265**
DREAMS VILLAMAGNA NUEVO VALLARTA⁽¹⁾⁽⁴⁾⁽⁵⁾ **\$3,289**

PLAYA MUJERES

DREAMS PLAYA MUJERES⁽⁶⁾ **\$6,400**

PUERTO VALLARTA

SUNSCAPE PUERTO VALLARTA⁽⁷⁾ **\$2,085**
NOW AMBER PUERTO VALLARTA⁽¹⁾ **\$3,319**

RIVIERA CANCÚN

DREAMS PUERTO AVENTURAS **\$2,149**
NOW SAPPHIRE RIVIERA CANCUN⁽¹⁾ **\$3,055**

RIVIERA CANCÚN

DREAMS TULUM⁽³⁾ **\$2,625**
DREAMS RIVIERA CANCUN⁽¹⁾ **\$3,169**
NOW JADE RIVIERA CANCUN **\$3,055**

Tarifas en M.N. por persona, por noche, en base a ocupación doble, incluyen impuestos y propinas. Exclusivas para comprar y reservar en México. Vigencia para comprar y viajar según se indica. Tarifas y promociones sujetas a cambio sin previo aviso. No son combinables con otras promociones y/o descuentos. Aplican restricciones (*) de domingo a miércoles (**) de domingo a jueves (2) de agosto 02 al 05, 2019 (3) de agosto 04 al 17, 2019 (4) de agosto 01 al 25, 2019 (5) de agosto 01 al 17, 2019 (6) de agosto 05 al 10, 2019 (7) de julio 28 a agosto 09, 2019.

Al reservar, pregunte por las amenidades especiales para luna de miel y las promociones vigentes a meses sin intereses con tarjetas de crédito participantes.



RESERVE EN: **01 800 272 0614** DreamsResorts.com.mx | **01 800 020 3564** NowResorts.com.mx | **01 800 522 3058** ReflectResorts.com.mx | **01 800 087 4891** SunscapeResorts.com.mx

O CONSULTE A SU AGENTE DE VIAJES



Costa Rica | Curaçao | España: Ibiza • Fuerteventura • Mallorca • Tenerife | Jamaica: Montego Bay | México: Akumal • Cancún • Cozumel • Huatulco • Isla Mujeres • Ixtapa • Los Cabos • Nuevo Vallarta • Playa Mujeres • Puerto Aventuras • Puerto Vallarta • Riviera Cancún • Riviera Maya • Tulum | Panamá | República Dominicana: Cap Cana • Puerto Plata • Punta Cana

SLP invertirá millones en infraestructura

➤ Ampliación, renovación y rehabilitación tanto de las instalaciones aeroportuarias, Pueblos Mágicos, así como de algunas carreteras.



FERNANDO CARRETO

Con el objetivo de impulsar el potencial turístico de los 20 municipios de la Huasteca Potosina, el gobierno de San Luis Potosí, en convenio con Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA) y con las secretarías de Comunicaciones y Transportes (SCT) y de Turismo (Sector), anunció el Plan de Desarrollo Turístico Integral.

Esta estrategia conllevará la realización de acciones enfocadas al mejoramiento de la infraestructura turística; entre las cuales están ampliar y adecuar el Aeropuerto Nacional de Tamuín, así como la “rehabilitación de parajes, desarrollo y renovación de rutas, e inversiones en profesionalización del sector”, señaló Arturo Esper Sulaimán, secretario de Turismo de San Luis Potosí.

Esto “va a ocupar varios años y todo va a llevar a más turismo y más inversión hotelera”, añadió.

En el caso de la rehabilitación del aeropuerto, será ASA la encargada de gestionar todo lo relacionado con las autorizaciones de construcción y equipamiento.

Lo que se planea es adquirir terrenos aledaños para una ampliación de mil 320 metros de pista que, según el titular, calcula concretarse en dos años y costará más de mil millones de pesos.

Asimismo, y con el objetivo de mejorar tanto la conectividad como movilidad entre los distintos puntos de interés turístico, se hará una inversión de tres mil 345 millones de pesos en varios proyectos en infraestructura carretera.

El compromiso para la elaboración de estos proyectos lo asumirá la SCT. El más importante es la ampliación a cuatro

carriles y de 100 kilómetros de la carretera que va de Ciudad Valles a Tamazunchale, la cual atraviesa la Huasteca, una vez terminada se contempla la visita del presidente Andrés Manuel López Obrador.

A su vez, se realizará la rehabilitación de la carretera de Ciudad Valles a El Naranjo, la modernización del eje Xolol/Tamuín y de las vialidades que llevan al aeropuerto.

De igual forma, el Plan de Desarrollo contempla la promoción y mejora de los Pueblos Mágicos de San Luis Potosí: Aquismón, Xilitla y Real de Catorce.

➤ MÁS VUELOS

Para ampliar la conectividad aérea de San Luis Potosí, Aeromar anunció la apertura de dos nuevas frecuencias, saliendo de la CDMX y llegando directamente a Tamuín.

“Tenemos más de 30 años surcando los cielos de México, ahora lo que queremos es llevar esta experiencia a todos los viajeros para que puedan, en una hora, estar en la Huasteca Potosina y disfrutar de todos sus atractivos”, comentó Juan Ignacio Rosello, director comercial de Aeromar.

Actualmente, Aeromar opera a San Luis Potosí dos vuelos diarios, de lunes a lunes. La nueva ampliación en la frecuencia de esta ruta será los jueves y domingos, estará disponible a partir del 15 de agosto, de esta forma ofrecerá a los pasajeros 16 vuelos semanales para realizar su viaje.

En los 20 municipios que conforman la Huasteca Potosina habitan alrededor de 737 mil habitantes. La región representa 6.6% del PIB regional. De 2016 a 2018, el crecimiento de visitantes fue de 20%, cuando la media nacional es de 6.5 por ciento, por lo que llegaron 854 mil 650 turistas, que generaron una derrama de mil 44 millones de pesos.



Gana poder AFEET en la industria turística

➤ Dejó de ser un grupo de pink ladies, para enfocarse ahora en el networking.

LAURA RODRÍGUEZ

La Asociación Femenil de Ejecutivas de Empresas Turísticas (AFEET), que preside Yarla Covarrubias, a partir de julio forma parte del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET) y de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Esta asociación está cumpliendo 49 años desde su creación y según Covarrubias, quien termina este año su segundo mandato, ahora está mejor posicionada para participar dentro de la industria turística.

Además de su integración al CNET y a la OMT, dijo, AFEET participa como interlocutora de la Secretaría de Turismo y ha dejado de ser un grupo de pink ladies, como se les conocía anteriormente, para enfocarse al networking, es decir a hacer una red de relaciones y concretar más negocios.

La AFEET es ahora una organización fuerte, sostuvo, que se ha vuelto aspiracional, pues cada vez más ejecutivas jóvenes del turismo quieren participar en ella.

Los pilares de la asociación, explicó, están basados en la ética y el cumplimiento de los preceptos trabajando desde adentro como promotoras del cambio.

“Estamos entregando una asociación empoderada con lazos internacionales que no teníamos”, destacó en una entrevista.

Las personas aceptan los cambios cuando ven más resultados, consideró, lo que también implica más trabajo de voluntariado y responsabilidad social.

Estamos avanzando en la capacitación de las mujeres en todos los estados y hacemos énfasis en los compromisos con la sustentabilidad, abundó Covarrubias.

También consideró importante que ahora participen más empresarias con sus compañías, porque voltean a ver a

AFEET para sumarse como parte de un compromiso con la industria.

Los próximos 15 y 16 de agosto se llevará a cabo el IV Congreso Internacional AFEET 2019, que estará abierto para todos

los interesados en el sector turístico y en donde participarán algunos líderes destacados del mismo.

Entre ellos Gloria Guevara, presidenta de la WTTC, quien dictará una conferencia magistral sobre expectativas turísticas mundiales.

También habrá un panel sobre desafíos del crecimiento turístico en México en un tiempo disruptivo, en el que intervendrán Alejandro Zozaya CEO de Apple Leisure Group; Andrés Conesa, director general de Aeroméxico; Luis Barrios, cabeza de hoteles CityExpress, y José Luis Castro, fundador de CTS.

El IV Congreso Internacional se realizará en la Universidad Anáhuac del Norte el 15 y 16 de agosto.

Tamaulipas, el ave fénix del turismo



➤ Busca erradicar las narrativas de violencia y en un ambiente seguro muestra una cara renovada al viajero nacional y extranjero.

CORINA ORTEGA

El crecimiento constante del sector, el cambio de percepción y la confianza que se percibe, permitirán generar una derrama económica de dos mil 200 millones de pesos durante la temporada vacacional de verano, dijo Fernando Olivera, secretario de Turismo de Tamaulipas.

El funcionario detalló que la puesta en marcha del “Operativo

Verano Seguro 2019”, fue posible gracias al trabajo conjunto con 17 dependencias y dos mil 700 elementos federales, estatales y municipales, para brindar asistencia, seguridad y atención necesarias para que los turistas disfruten su estancia en tierras tamaulipecas.

Para este mismo periodo se estima alcanzar una ocupación hotelera promedio de 62%; la última semana de julio y la primera de agosto son los momentos de mayor presencia, así que se reportarán fines de semana por

encima de 90% y un crecimiento en afluencia turística de 6% en comparación con 2018.

➤ OFERTA TURÍSTICA

El destino espera recibir la visita de 3.3 millones de turistas durante las vacaciones, quienes podrán disfrutar e integrar a su itinerario de viaje actividades deportivas, gastronómicas, de aventura y naturaleza.

Uno de los lugares tamaulipecos que recibe una gran cantidad de visitantes en el verano

es Playa Bagdad, donde se ha dispuesto una serie de actividades que incluyen torneos deportivos, degustaciones y carreras que promoverán la convivencia en familia.

La Reserva de la Biósfera El Cielo es un sitio que atrae a visitantes nacionales y extranjeros, ya que se pueden realizar actividades como observación de aves, fotografía de paisajes, acampar y astro turismo.

La reserva cuenta con 144 mil 530 hectáreas y desde 1987

las Naciones Unidas la reconoció como el área protegida más importante del noreste del país; la zona también forma parte de la red El hombre y la biosfera a cargo de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas de México.

Para Tamaulipas el turismo nacional representa un 94%, pero también existe un interés en aumentar el gasto promedio del turista extranjero, principalmente del proveniente de Estados Unidos, ya que busca practicar el turismo cinegético, pesca deportiva y el médico a través de las opciones que ofrece la entidad.

“Estamos incrementando el gasto promedio, la oferta que estamos proponiendo para que el turista extranjero se quede más días con nosotros con actividades relacionadas con la naturaleza, ya que el estadounidense que viene a Tamaulipas busca ese acercamiento para hacer avistamiento de aves y visitar La Reserva de la Biósfera del Cielo, entre otras actividades”, dijo Olivera.

➤ PUEBLOS MÁGICOS

Frente a la situación que enfrentan los Pueblos Mágicos, Olivera aseguró que continuará el apoyo a las ciudades de Mier y Tula, sitios que cuentan con ese nombramiento, ya que el gobernador Francisco García Cabeza de Vaca confirmó una inversión estatal para 2019 que se enfocará en mejorar la infraestructura de ambos destinos turísticos.

Mier tendrá una importante campaña de promoción y se invertirá en la zona arqueológica, se renovarán fachadas, jardines y el Arroyo Loco, zona importante para ese poblado.

El trabajo que se hará en el Pueblo Mágico de Tula se enfocará a promocionarlo como un destino de bodas, ya que en el segundo semestre del año creció el número de celebraciones; así que se empezará a trabajar con organizadores de bodas para que se reconozca el espacio en ese segmento.

Hablemos de Turismo **DRA. NATHALIE DESPLAS****EL TURISMO COMUNITARIO O CÓMO VIVIR UNA EXPERIENCIA AUTÉNTICA**

Desde hace unos años, las comunidades indígenas se han dado cuenta que el turismo les permite acceder a un desarrollo más justo y ético, a alcanzar mayores recursos, a generar empleos y atenuar la pobreza, la marginación y la discriminación, así como a reinvertir esta actividad para un desarrollo local propio. La condición de dicho desarrollo es que se concrete de manera comunitaria y sustentable como las vivencias locales e indígenas de Sian Ka'an en Quintana Roo, o Experiencia Rarámuri en Chihuahua. Para lograr aunar el turismo al desarrollo ético, muchas comunidades decidieron abrir sus puertas y su corazón a turistas que buscan este tipo de experiencias reales y únicas en el mundo.

Este turismo alternativo es el Turismo Comunitario, aplicando



un concepto muy innovador y diferente para atraer a los turistas. ¡Y funciona! Las comunidades rurales comparten sus costumbres, su manera de vivir y sus valores ancestrales para una inmersión cultural y turística a viajeros previamente sensibilizados a un

código de ética local y universal.

El Turismo Comunitario se vive desde adentro hacia afuera, en un esquema endógeno, en un modelo que pretende potenciar, apoyar y sustentar una comunidad local de manera duradera en el tiempo. Esta comunidad local,

casi siempre indígena, decide y aprende a estar en contacto con el turista y cómo hacerlo partícipe de su cultura y tradiciones. La perspectiva es única, fuerte en experiencias y vivencias.

Con el Turismo Comunitario se logra una situación de "ganar,

ganar". El local se compromete, al compartir sus creencias, a revalorar sus raíces y su cultura ante un turista abierto a comprender nuevos valores, a entender la diferencia y la identidad del otro, "multiculturalmente". Los dos lados se apoyan y trabajan en equipo, para aprender uno del otro y sensibilizar sus diferentes perspectivas a una tolerancia respetuosa.

Ahí reside la diferencia entre un destino no auténtico con un destino auténtico, en término de Turismo Comunitario. El primero tiene actores personalizando papeles de indígenas, mientras que, en el segundo, los propios enseñan su vida diaria. El primero aporta vivencia y experiencia relevante al turista, mientras que el segundo brinda conciencia. Conciencia del lugar de las comunidades en el mundo, del papel de la sustentabilidad en sus tres dimensiones (económica, social y medioambiental), del desarrollo regional y del futuro de nuestro planeta.

* La autora es directora de Turismo del estado de Chihuahua.

Cómo protegerte antes, durante y después de un viaje

➤ Las clínicas del viajero brindan asesoría para evitar enfermedades dentro o fuera del país.

VÍCTOR CISNEROS

En cualquier viaje que se realice, sea un destino nacional o extranjero, los turistas siempre están expuestos a contraer alguna enfermedad, ya sea por un virus, bacteria o parásito como la malaria, la fiebre amarilla, neumococo o sarampión, por mencionar algunas, y que pueden poner en riesgo su vida.

Por ello, es importante seguir los consejos básicos que los especialistas de la salud recomiendan al vacacionista o trabajador que deba salir del país, por ejemplo, llevar un botiquín con medicamentos para diarrea, náuseas, vómito, fiebre, dolor estomacal y alergia, y llevar una copia del pasaporte o visa y de la tarjeta de crédito.

➤ ANTES

Se aconseja realizar una consulta médica pre-viaje donde un espe-

cialista puede hacer un plan personalizado acorde al o los lugares que se visitaran, el motivo (lúdico, de negocios o trabajo con ONG), fecha y duración, así como las actividades que se realizarán.

Estos datos contribuyen para que el doctor pueda recetar vacunas o medicamentos acorde al país que visita y las enfermedades que comúnmente suelen afectar a los viajeros.

También en este paso previo se revisa el historial clínico para saber qué vacunas ha recibido y cuáles podría necesitar.

Si se viaja a Sudáfrica o India es indispensable realizar una profilaxis (medicación preventiva) contra malaria a base de tabletas de Malarone o Mefloquina, se deben tomar al menos una semana antes de emprender el tour y una pastilla diaria durante la estadía (si no se exceden los dos meses), si se prolonga a un año o más, se

toma cada semana. Debe continuar la medicación una semana después de arribar a México.

Para la fiebre amarilla se aplica una inyección que dura de por vida y exigen muchos países para poder entrar en su territorio, para ésta se expide un documento de validez internacional. Algunas naciones con la enfermedad son Brasil, India, Sudáfrica y China, y en general donde se encuentren selvas.

No obstante, en Estados Unidos y Canadá hay riesgo de neumococo, en especial para los menores, luego de un campamento de verano regresan con la bacteria o garrapatas que provocan Lyme, que muchas veces se confunde con gripe.

➤ DURANTE Y DESPUÉS

Además del medicamento que se debe tomar durante el viaje, se de-



ben evitar algunas acciones como no beber agua de la llave o de un pozo, aunque los pobladores lo hagan; no ingerir hielo o bebidas hechas con líquido de dudosa procedencia; no tomar leche o productos lácteos no pasteurizados; tampoco comer alimentos servidos a temperatura ambiente de vende-

dores ambulantes, huevo, carne o pescado crudo o mal cocido y platillos exóticos.

Otros consejos son no caminar descalzo en la playa (de México y el mundo) o selvas ya que esto podría llevar a alojar un parásito bajo la piel de los pies; nadar únicamente en áreas designadas para este propósito por autoridades locales, no lavarse las manos o cara en el agua de ríos; usar repelente, ya que muchas enfermedades se transmiten por picaduras de chinches y mosquitos.

Una vez concluido el viaje, los turistas deben regresar a una consulta médica, aunque no presente síntomas para descartar posibles contagios.

Se recomienda principalmente ir al doctor si al país que se visitó tiene casos de malaria, filarisis, parasitosis o leishmaniasis.



MAXIMIZA EL POTENCIAL DE TU AGENCIA DE VIAJES

- Más de 173,000 opciones de viaje
- Excelentes comisiones
- Personaliza tu ganancia
- Reserva y paga después
- Diversidad de formas de pago
- Meses sin intereses
- Atención personalizada 24/7
- Difunde a tus clientes promociones de una forma práctica y profesional



-I ♥ TO TRAVEL-



www.travelinn.com.mx
998 881 4815 | agencias@travelinn.com.mx

En el tintero, las propuestas de los legisladores para el turismo



Los presupuestos son los que se roban la atención de diputados, senadores y secretarios.

MARGARITA SOLÍS

La modificación del Ramo 33, impulso al segmento médico, análisis para otorgar recursos al Consejo de Diplomacia Turística (CDT) y apoyar a la Secretaría de Turismo (Sectur) para que le aprueben el presupuesto solicitado para 2020, son las tareas en las que trabajan los legisladores a cuatro meses de que termine el año.

Si bien los secretarios de turismo reconocen que será hasta 2020 cuando tengan respuestas concretas sobre los temas antes mencionados, los legisladores no quitan el dedo del renglón para cumplir con su agenda.

Luis Alegre Salazar, presidente de la Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados, explicó en entrevista que ya preparan una iniciativa para modificar la operación del Ramo 33 que son las Participaciones y Aportaciones a Entidades Federativas y Municipios en la Ley de Ingresos y el Presupuesto de Egresos de la Federación.

El objetivo es que una parte de esos recursos se estén pre etiquetados para el presupuesto del próximo

año, en dos rubros especiales: uno es la promoción turística y el otro es para infraestructura en pueblos turísticos, principalmente aquellos que están en proceso de desarrollo, es decir, para los Pueblos Mágicos.

“La intención, y esto también se lo había pedido a Miguel Torruco, secretario de Turismo, a los gobernadores, es que escogieran un par de Pueblos Mágicos en sus estados y con el incremento de 6% en el presupuesto de 2019, pudieran apoyarlos localmente”, recordó.

Esta intención la reforzarán si el resto del Congreso de la Unión aprueba esta propuesta de pre etiquetar recursos.

En el Consejo de Diplomacia Turística todos tienen cabida, el papel que jugarán los legisladores será el de aprobar presupuesto; sin embargo, Alegre reconoció que aún no se los han solicitado oficialmente.

“Somos los legisladores y tenemos la facultad de aprobar el presupuesto de Egresos del Gobierno federal. El canciller, Marcelo Ebrard, lo mencionó en el evento, dijo que era probable que soliciten recursos adicionales al Congreso dentro de su presupuesto para las tareas que llevaría a cabo este CDT”, recordó.

Los asuntos pendientes en la cámara baja

De las 18 iniciativas presentadas en la LXIV Legislatura turnadas a la Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados, sólo una ha sido aprobada en lo que va del año.

El 4 de abril de 2019 se turnó a la Comisión el proyecto de decreto para reformar y derogar diversas disposiciones de la Ley General de Turismo para desincorporar el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), como empresa de participación estatal mayoritaria y se ordenó su disolución y liquidación.

La iniciativa la presentó el Grupo Parlamentario Movimiento Regeneración Nacional (Morena), y fue aprobada por el pleno del Congreso de la Unión el 24 de abril de 2019.

INICIATIVAS

Se mantienen siete iniciativas pendientes en la Comisión, son proyectos de decreto para reformar artículos de la Ley General de Turismo o adicionarles texto:

1. Incluir el concepto de Pueblo Mágico e impulsar por medio de planes y programas, el turismo nacional y extranjero. Se presentó el 6 de febrero.
2. Incluir y promover el término de Turismo Indígena. Se presentó el 30 de abril.
3. Crear un modelo de Turismo Científico que permita incrementar el número de visitantes. Se presentó el 30 de abril.



4. Incluir las definiciones de Pueblo Mágico y Zona Mágica; determinar y reglamentar los procesos de incorporación y permanencia al Programa Pueblos y Zonas Mágicas, la integración y funcionamiento del Grupo de Evaluación y del Grupo de Evaluación y Seguimiento. Deducir el 10% en la construcción de hoteles y restaurantes localizados en Pueblos o Zonas Mágicas. Se presentó el 22 de mayo.
5. Definir a los prestadores de servicios turísticos que estarán obligados a inscribirse al Registro Nacional de Turismo. Se presentó el 5 de junio.

6. O...
7. Re...

PROF
De las...
diputa...
se mar...
desech...
En esa...
de Tur...
crear u...
cias de...
niegue...
playas...
Tambi...
al Atl...
en la C...
2019.

► PRESUPUESTO PARA 2020

El diputado Alegre Salazar aclaró que la Sectur está negociando su presupuesto de gastos para 2020 con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), ya que a diferencia de otros años, ahora que ya no existe el Ramo 28, cada entidad debe presentar su proyecto de presupuesto sin la intervención previa de los legisladores.

“El Ramo 28 desaparece y es parte de los motivos por los cuales los diputados ya no participamos en la aprobación de los presupuestos para los proyectos, ahora se aprueban a través de las reglas de operación de cada secretaría del Gobierno federal; por ejemplo, carreteras y caminos se ve con la SCT, o la regularización de tierras con Sedatu”, indicó.

Recordó que en 2019 la Sectur recibió un incremento de 30% en su presupuesto de egresos, porque los recursos se destinarían a los estudios relacionados con el proyecto del Tren Maya, aunque no ha habido avances, Alegre argumentó que se requiere de tiempo para organizarlos y realizarlos.

otorgar facilidades con equidad para que las personas viajen con fines médicos y procurar la asequibilidad para la obtención de incentivos, distintivos, certificados o conocimientos a los prestadores de servicios turísticos, así como la implementación de sus respectivos procesos de auditoría en colaboración con organismos públicos, privados y sociales, nacionales e internacionales. Se presentó el 3 de julio.

reformular y adicionar diversos artículos de las leyes generales de Turismo y de Salud para alcanzar los objetivos de la iniciativa. Se presentó el 17 de julio.

PROPOSICIONES

10 proposiciones presentadas por los diputados, al igual que las iniciativas, sólo una permanece en la mesa, ya que el resto fueron turnadas o retiradas.

Una proposición se exhorta a la Secretaría de Turismo a diseñar e incorporar un plan para un buzón de quejas que reciba las denuncias de prácticas que limiten, obstaculicen o impidan el libre acceso, tránsito o disfrute de las playas del país.

Además se solicitó que ese buzón se incorpore al Programa Turístico de México, este texto se publicó en la Gaceta Parlamentaria el 19 de febrero de

CÁMARA DE DIPUTADOS LEGISLATURA LXIV

Asuntos turnados a la comisión de turismo

DOCUMENTO	TURNADAS	APROBADAS	DESECHADAS	ATENDIDAS	RETIRADAS	PENDIENTES
MINUTAS	0	0	0	0	0	0
INICIATIVAS	18	1	2	0	8	7
PROPOSICIONES	10	0	7	0	2	1

FUENTE: Cámara de Diputados

Con datos a la sesión del 25-julio-19. 2 Rec - 1 año.

► ASETUR

Para la Unión de Secretarios de Turismo de México (Asetur) hay dos temas relevantes: la promoción turística internacional de México y la reactivación del presupuesto para el Programa Pueblos Mágicos.

Con el objetivo de resolverlos, los secretarios mantienen reuniones de trabajo con los presidentes de las comisiones de turismo de las cámaras de Diputados y Senadores.

“No somos improvisados, entregaremos un sólo documento, con la solicitud de todos los secretarios, al diputado Luis Alegre Salazar y al senador Antonio García Conejo, para resolver este tema”, afirmó Jorge Manos, presidente de la Asetur.

En entrevista, Manos agregó que ya son siete meses del nuevo Gobierno federal, con una nueva política pública enfocada al turismo, pero sin promoción que ya está afectando al país, a ello, dijo, se le suman los temas del sargazo y la inseguridad en algunos destinos.

Los secretarios le han hecho saber al diputado Alegre que ellos son aliados y que los utilice para promover el país, aunque reconoció que necesitan un subsidio para participar en el mayor número de ferias internacionales, “si no corremos el riesgo de no asistir, que eso ya está sucediendo”.

La Asetur está preparando un documento de cuáles son las acciones que necesita el sector turístico en estos momentos y de los recursos que se deben etiquetar para desarrollar infraestructura y hacer promoción.

“En la Asetur no podemos estar sin recursos para la promoción, estamos esperando que nos definan cómo viene la propuesta de Presupuesto de Egresos Federación de 2020. Lo que

es una realidad es que haya una cancelación total de Prodermágico, entonces nos quedaríamos sin capacitación, ni política gastronómica y sin el Programa de Pueblos Mágicos”, afirmó.

La posición de los secretarios de turismo del país es de colaborar para tener menos afectaciones en la llamada industria sin chimeneas, y de los legisladores es de apoyar las estrategias del Poder Ejecutivo, como en su momento fue la cancelación del Consejo de Promoción Turística y, actualmente, autorizar recursos para el Tren Maya.



Los legisladores también han propuesto a la Asetur, que preside Jorge Manos, y al secretario de Turismo, Miguel Torruco, en lo que se busca una solución de apoyo financiero para infraestructura y promoción de los Pueblos Mágicos, la creación de un Programa de Rutas Mágicas y de un pasaporte que será sellado en cada pueblo que se visite.

Senadores buscan recursos para promoción turística

En la Cámara de Senadores se presentó una propuesta de reforma al artículo 18-A de la Ley Federal de Derechos, para que 20% de los ingresos que se obtengan por la recaudación del derecho establecido en la fracción I del artículo 8, que se refiere al pago de derechos que hacen los visitantes sin permiso para realizar actividades remuneradas, sean destinados al Instituto Nacional de Migración (INM).

Fue el senador Manuel Añorve Baños, del Grupo Parlamentario del PRI, quien presentó la propuesta donde también se establece que el 80% restante serían para el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur), de ahí el 90% de ese monto sería exclusivamente para la promoción turística del país y para las entidades, y el otro 10%, para estudios, proyectos y la inversión necesaria en infraestructura para mejorar los destinos turísticos del país.

En la iniciativa, publicada en la Gaceta Parlamentaria y turnada a la Comisión de Hacienda y Crédito Público de la Cámara de Diputados, se resaltó la importancia de contar con un soporte financiero como el Derecho de No Residente (DNR) o Visa de Visitante sin permiso

para realizar actividades remuneradas, monto antes destinado al Consejo de Promoción Turística (CPTM) y resultó ser una inversión de corto y largo plazo que trajo consigo grandes beneficios.

Sin embargo, en la agenda de la Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados el tema del DNR no está considerado, dicen que sólo compete a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Asimismo, Añorve Baños aseguró que derivado de la desaparición del CPTM habrá un impacto negativo en la promoción turística de México, lo que se traducirá en pérdidas económicas, así como un desinterés del sector privado internacional para participar en distintos segmentos comerciales, sociales o económicos de nuestro país. Sobre las estrategias turísticas de la actual Administración Federal, el senador consideró que están orientadas a la aprobación y construcción de algunos proyectos de infraestructura, pero que requieren de una fuerte inversión para llevarlos a cabo. Estimó que la Secretaría de Turismo requeriría un incremento de 124% en su presupuesto para lograrlo.

Comentarios al Vuelo ROSARIO AVILÉS

¿CONVIENE CONSTRUIR SANTA LUCÍA?

Mucha gente se pregunta si la cancelación del nuevo aeropuerto de México en Texcoco y la decisión de construir uno en la Base Militar número 1 de Santa Lucía, Estado de México, es buena idea o no. Detrás de los dimes y diretes existen demasiados argumentos políticos, lo que obstaculiza las decisiones correctas.

De inicio tendremos que comentar que nuestro país mantiene una de las redes de aeropuertos más grandes del mundo, entre las seis más amplias y que conectan prácticamente todo el territorio nacional. Lamentablemente, nuestra actividad aérea no está a la altura de esta infraestructura, ya que muchas terminales aéreas están subutilizadas o de plano cerradas. Nuestra aviación podría ser cuatro veces más grande y conectar todo el país, pero para ello se requieren suficientes vuelos y pasajeros.

Y es que a veces se nos olvida que la razón de ser de los aeropuertos son las aerolíneas y la de éstas, los pasajeros. El dilema es cómo multiplicar los pasajeros y lograr que las aerolíneas crezcan de la mejor manera y con los mejores aeropuertos.

EL VALLE DE MÉXICO

Muchos de los primeros aeropuertos de nuestro país se hicieron a expensas de las aerolíneas y, por lo tanto, les pertenecían. Más tarde las terminales aéreas se fueron construyendo de acuerdo a las necesidades de conectividad del país. Recordemos que la orografía de México hace difícil el tendido de redes ferroviarias y de carreteras, sobre todo en aquellos años en que México estaba creciendo. De hecho, la red aeroportuaria de la que hablamos se gestó principalmente en los años 60 y, casi, cada gobernador pedía "su" aeropuerto para comunicar a las capitales estatales con la Ciudad de México.

Así creció la red y se creó Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA), y en los años 90 se privatizaron los más importantes en tres grupos. Asur (que incluye Cancún como el más importante y otros del sureste); OMA (del centro norte) y GAP (del Pacífico). Quedó pendiente el Valle de México, el ahora famoso Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México (GACM), al cual le dieron la encomienda de construir el nuevo aeropuerto capitalino.

Sin embargo, hay que hacer notar que en el perímetro del



Valle de México (o la llamada Megalópolis, que incluye la Ciudad de México y cuatro ciudades medias), tiene una población cercana a los 30 millones de habitantes y en sus límites se encuentran construidos nada menos que cuatro aeropuertos, dos bases militares y dos aeródromos de servicios generales. La mayor parte de esta infraestructura está subutilizada y la gran pregunta es cómo no se ha hecho un diagnóstico de la situación que permita tomar decisiones coherentes.

El Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) se encuentra saturado, al grado que en 2018 recibió 48 millones de pasajeros y más de 458 mil operaciones, pese a que el diseño y cercanía de sus dos pistas

y el espacio aéreo disponible, le permitirían cuando mucho 32 millones de pasajeros y 300 mil operaciones máximo anuales.

Sin embargo, los otros tres aeropuertos, Toluca, Puebla y Cuernavaca, apenas tienen operaciones y pasajeros. Esto es en parte porque el Valle de México tiene una orografía muy complicada y la conectividad entre estas cuatro terminales es nula, además de los problemas de clima que provocan nieblas en invierno y lluvias de verano, que en ocasiones presionan el desvío de vuelos.

En este contexto fue que durante años se discutió el sitio ideal para construir otro aeropuerto para que fuese un centro de conexión de vuelos (*hub*) y que permitiera el crecimiento de

la actividad aérea desde y hacia el exterior. En la última década la situación se hizo más apremiante por el crecimiento de la demanda que superó el 9% anual. Es decir, a pesar de tener exceso de capacidad aeroportuaria, lo cierto es que esta característica no es lo único que necesita el sector para crecer: tan importante es tener la infraestructura como que ésta responda a las necesidades concretas de las aerolíneas y al ritmo natural de la industria que requiere tanto suficientes slots (espacio-tiempo de ocupación de pista y plataforma) como posibilidades reales de conectar vuelos entre sí. Concentrar y distribuir (*hub & spoke*).

En este contexto es que la pertinencia de construir OTRO aeropuerto pequeño y desconectado en términos de vialidad terrestre, se hace dudosa. Además de los recursos que costará la cancelación de Texcoco, que pese a sus problemas sí permitía una operación eficiente, también habría que considerar que la rentabilidad de Santa Lucía sería tan incierta como la que muestran el resto de los aeropuertos ya mencionados. Cuestión de analizar la situación.

raviles0829@gmail.com

Cambios drásticos en la lista de rutas de Aeroméxico

➔ Si bien ampliará el número de frecuencias a Barcelona, tendrá que suspender su vuelo a Shanghái

MARGARITA SOLÍS

Grupo Aeroméxico realizó diversos cambios en su lista de rutas en el último mes, fue necesario suspender algunas y ampliar frecuencias de otras ante el anuncio de Emirates de volar entre Dubai a la Ciudad de México, haciendo escala en Barcelona, y por sus seis aviones 737 MAX que se mantienen en tierra.

La aerolínea dio a conocer que buscará una indemnización por las consecuencias financieras derivadas de la suspensión temporal de operaciones de sus seis aviones Boeing 737 MAX, debido a que la medida de

asientos-kilómetro disponibles (ASKs), disminuyó 2.2% año contra año; aunque también publicó que fue resultado de "su disciplina en capacidad".

Adicionalmente, informó que aún no hay fecha por parte del fabricante estadounidense para que los MAX retomen el vuelo, e incluso Boeing anunció que podría detener de forma temporal la producción de esas aeronaves.

Al no estar operando esos seis aviones MAX, la aerolínea canceló seis rutas: Liberia, en Costa Rica; Belice; Punta Cana en República Dominicana; Guayaquil, en Ecuador; y Cali, Colombia.



➔ EL CASO BARCELONA

Shanghái, vuelo que ha operado por 11 años, también lo tendrá que suspender, aunque no precisó a partir de cuándo, ya que sigue apareciendo en su lista de destinos, el motivo en este caso es

para agregar esos aviones a la nueva ruta Ciudad de México-Barcelona, que inició el pasado 15 de junio.

Debido a la alta demanda del nuevo vuelo a la ciudad española, y que se ha reflejado en un factor de ocupación de hasta el 90%, la aerolínea

anunció que incrementará el número de frecuencias, de tres a cinco semanales a partir del 10 de diciembre de 2019, y desde marzo de 2020 realizará un vuelo diario.

En lo que tampoco se detiene Aeroméxico es en diversificar su flota, por lo que entre abril y junio recibió un nuevo avión, fue un Boeing 787-9, bajo el esquema de arrendamiento, de esta forma su flota operativa se compone de 122 aeronaves.

➔ RESULTADOS FINANCIEROS

A través de su reporte de resultados del segundo trimestre Aeroméxico publicó en la Bolsa Mexicana

de Valores (BMV) que de enero a junio registró una pérdida de dos mil 377 millones de pesos; en el acumulado de 2018 también hubo pérdida de 610 millones 218 mil pesos.

De abril a junio la utilidad neta registró una pérdida de mil 106 millones de pesos, en el mismo periodo del año pasado sí obtuvo cifras positivas, fueron 112 millones 46 mil pesos.

La aerolínea dio a conocer que: "nuestra meta es continuar aumentando la rentabilidad y reafirmar nuestra posición como la aerolínea líder en México y ser la primera opción para los pasajeros de negocios".

MARGARITA SOLÍS

Combatir a los defraudadores turísticos, participar en el Consejo de Diplomacia Turística (CDT) e impulsar los rejuvenecidos tours para los viajeros son algunos de los muchos retos que tiene la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes (AMAV), dijo en entrevista su presidente Eduardo Paniagua Morales.

Ante la problemática de los defraudadores turísticos, que “no son agencias de viajes”, aclaró Paniagua Morales, solicitará a sus socios: tener un establecimiento fijo, estar al corriente en el pago de impuestos, que su Registro Nacional de Turismo (RNT) esté vigente y su licencia de funcionamiento municipal cuente con el registro en Protección Civil y Bomberos.

“Eso será complicado para algunos, pero es la forma en que nosotros los agentes de viajes de AMAV demostraremos a los turistas que somos una de las asociaciones más legales y que da calidad en los servicios”, indicó.

Explicó en entrevista para Periódico Viaje que las agencias de la AMAV están certificadas, además cuentan con la Norma Oficial Mexicana (NOM) 06 hasta la 12 y cumplen con el RNT, el cual buscan implementar a nivel estatal, de esa forma tendrán un control más adecuado.

“No podemos tener el control a nivel nacional de todo el sistema turístico, porque es muy difícil conocer quiénes son todos los actores, vamos a bajar a los estados y municipios para que



La nueva visión de los agentes de viajes

➤ Renovación del tradicional tour y colaboración en la capacitación en consulados y embajadas para promover a México es lo que viene para la AMAV.

tengan un control real de los verdaderos agentes de viajes”, agregó.

Precisó que no hay estimado de la afectación económica de los fraudes cometidos, tampoco hay estadística sobre el tema porque cuando el cliente va a denunciar a la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) no existe el registro de las personas o “empresas”, ante ello, destacó, la única forma de contrarrestar eso es recomendarle al viajero que adquiera sus paquetes vacacionales con las agencias que integran AMAV, asociación que tiene 74 años de experiencia.

Otro reto es fortalecer la Asociación y que a nivel nacional, sus

30 filiales tengan una línea de trabajo única, con los mismos estatutos, reglamentos, código de ética y manuales de procedimiento, los cuales están siendo modificados.

➤ NUEVO GIRO

El proyecto de la AMAV es cambiar los tradicionales tours por nuevos conceptos, rejuvenecerlos es la misión de Paniagua Morales de acuerdo con las tendencias en el mundo; una forma es involucrando los cinco sentidos y el uso de las nuevas tecnologías, impulsando, además, segmentos como el turismo social, de aventura, de naturaleza y ecológico, así como nuevos productos.

Para lograrlo trabajan de forma conjunta con los secretarios de Turismo de varias entidades, como Chiapas, Tabasco, Guanajuato, Tamaulipas y Zacatecas. “Ellos entienden bien que los agentes de viajes somos aliados importantes y podemos trabajar para hacer cambios. Como secretarios de turismo conocen su problemática, asimismo, saben de las oportunidades que hay”, añadió.

➤ EMBAJADAS Y CONSULADOS

La AMAV es parte del Consejo de Diplomacia Turística (CDT) que las secretarías de Relaciones Exteriores y de Turismo crearon para la promoción de México en otros países.

Paniagua Morales dijo que aún no sabe cuál será la técnica o la mecánica que aplicará el Consejo

para promover el turismo; sin embargo, en sus siguientes reuniones se establecerán las directrices y en qué etapa participarán.

Explicó que se tiene la idea equivocada que las embajadas o consulados no tienen el personal adecuado para promover el turismo de México, ante esa situación ve una gran oportunidad para los agentes de viajes de la AMAV de compartir sus conocimientos y experiencia.

Lo anterior podrían hacerlo a través de los sistemas de comunicación vía internet.

“No necesitamos viajar, ni gastar, sólo necesitamos coordinarnos con las embajadas y los agentes, con toda nuestra experiencia, podremos ayudarlos. Les daremos conferencias a los mismos embajadores, inclusive a los proveedores o tour operadores del extranjero, para que vengan y conozcan nuestro país”, comentó.

Recordó que en la última reunión de la Unión de Secretarios de Turismo (ASETUR) en Quintana Roo, les ofreció apoyar a los destinos, y en la ceremonia que realizó AMAV para celebrar el Día del Agente de Viajes, de manera pública externó: “aquí estamos nosotros, utilícenos, tenemos experiencia y profesionalismo, conocemos el mercado por más de 40 años, somos los especialistas”.



Vamos a velar porque se establezcan normas de ética comercial en las relaciones entre cada uno de los socios y el consumidor que hoy sufre por los defraudadores turísticos, que se aprovechan de la situación económica del país y con ofertas increíbles hacen sus fraudes”.

PANIAGUA MORALES.

La AMAV celebró el XLIV Aniversario del Día del Agente de Viajes y el LXXIV Aniversario de la Fundación de la asociación

¿SERÁ NECESARIO REDEFINIR LA DISOCIACIÓN DE DATOS?

Es probable que usted haya escuchado hablar del concepto de datos disociados; es uno de esos términos que la revolución digital volvió popular. Se trata de un esfuerzo por proteger la privacidad.

La ley de protección de datos personales en posesión de particulares, define en su artículo tercero la disociación como “el procedimiento mediante el cual los datos personales no pueden asociarse al titular ni permitir, por su estructura, contenido o grado de desagregación, la identificación del mismo”, y en su artículo 10 menciona como uno de los supuestos en los que no será necesario el consentimiento para el tratamiento de los datos personales, cuando estos se sometan a un procedimiento previo de disociación.

Esto simplemente, quiere decir, que por ejemplo, un operador de telefonía celular puede

vender información sobre la fecha, hora y tiempo de uso, modelo del teléfono, coordenadas GPS y aplicaciones utilizadas, género y edad del usuario, entre otros, siempre y cuando los separe del nombre del suscriptor, o de algún dato que permita identificarlo.

En la última década, la capacidad de recopilar y almacenar datos personales se ha disparado. Dos tercios de la población del mundo tienen acceso a Internet, compañías telefónicas, bancos, aseguradoras, centros de salud y dependencias gubernamentales, entre otras, manejan enormes cantidades de datos que sufren un proceso de “anonimato”. Con ellos se pueden hacer importantes estudios que son la base de la planeación de las denominadas ciudades inteligentes, permiten hacer más eficiente la logística para responder a eventos que



ocasionan grandes variaciones en los flujos habituales de personas, sirven para construir modelos de propagación de enfermedades y así poder controlarlas, por poner solamente algunos ejemplos de sus aplicaciones, aunque en las manos equivocadas, podrían resultar peligrosos.

Recientemente, un grupo de informáticos del Imperial College de Londres y de la Universidad Católica de Lovaina (Bélgica), bajo la dirección de Yves-Alexandre de Montjoye, han descubierto una enorme brecha de seguridad

para la protección de los datos de millones de personas en el mundo. Basta con conocer el sexo, la edad, el código postal y el estado civil de una persona para identificarla con un margen de error mínimo. Eso sí, para lograrlo es

necesario la ayuda de la inteligencia artificial. Utilizando un complejo algoritmo, aseguran, que han sido capaces de identificar al 99.9% de los estadounidenses empleando bases públicas de datos anónimos. Cuando los investigadores descubren una brecha de seguridad, normalmente

advierten a los fabricantes y a las dependencias gubernamentales encargadas. Pero en este caso han decidido publicar su estudio completo en la revista Nature Communications (<https://go.nature.com/2M7oyqE>), incluyendo una descripción detallada de su algoritmo.

En los últimos años se han producido diversos escándalos relacionados con la “fuga” o el robo de datos de algunas empresas. En 2013 Yahoo! reconoció el hackeo de más de mil millones de sus cuentas de usuario. En

2016 Uber denunció el robo de datos de 57 millones de personas y probablemente, el caso más conocido, el de Cambridge Analítica, la fuga de datos de Facebook que afectó a 87 millones de usuarios y que ocasionó una multa a la empresa de cinco mil millones de dólares.

La movilidad humana, podría a través de los smartphones generar algo equivalente a las huellas dactilares, de modo que su singularidad permita la identificación de un individuo.

Es posible que Nueva York se convierta en la primera ciudad del mundo en regular el comercio de datos de geolocalización de teléfonos, en un esfuerzo por proteger la privacidad y seguridad de sus usuarios.

Esto podría tener implicaciones para muchas plataformas relacionadas con la industria del turismo, que son de los principales consumidores de datos para su análisis orientado a conocer y reaccionar adecuadamente ante el mercado.

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

Magia, ciencia y turismo, todo en uno

➤ En conferencias es muy difícil poder capturar la atención de la audiencia, ante esa situación llega la neuromagia, especialidad que está revolucionando la industria de reuniones.

REDACCIÓN

Cartas, monedas, sombreros, gente flotando y pañuelos de los que salen sorpresivamente un ramo de flores, son tan sólo algunos de los trucos más populares realizados por los magos, quienes mantienen nuestra atención en todo momento tratando de adivinar dónde está el secreto.

Tomando en cuenta esa capacidad que tienen los magos para manipular la percepción de las personas, recientemente se ha creado una nueva especialidad que une la magia y la neurociencia con el fin de estudiar, de forma científica, los trucos realizados por magos e ilusionistas para ayudar a una mayor

comprensión de los procesos neuronales del ser humano.

Se trata de la neuromagia, un sistema funcional dinámico, multimodal y jerárquico que busca facilitar el procesamiento de la información que recibimos y que, actualmente, está siendo implementado en el turismo de negocios y convenciones con el fin de que los mensajes que se transmiten en ese tipo de eventos sean mejor recibidos por los asistentes.

➤ CÓMO FUNCIONA

La neuromagia no es una ciencia, sino un campo de estudio que permite entender cada vez mejor las conexiones neurológicas en el cerebro, basados en que “sólo vemos lo que conocemos”.



Y es que cada imagen y mensaje que llega a nosotros es analizada por el cerebro para darle significado, nuestro cerebro busca

prioritariamente objetos o formas que ya conoce. De esta forma, al ver una imagen puede que nos pasen desapercibidos detalles que

no esperamos ver si antes somos capaces de identificar objetos familiares que esperamos.

Por lo que eso le convierte en una herramienta útil para la elaboración de discursos que se mantengan por más tiempo en los espectadores a través de una poderosa apertura que atraiga la atención del público, como un hecho sorprendente o una estadística, una historia interesante o, incluso, una broma divertida.

Es importante recordar que las personas tomamos nuestra primera impresión en menos de 15 segundos. Es decir, en menos de 15 segundos ya determinamos cómo creemos que será el resto del discurso.

LOS  CABOS

LO MEJOR DE DOS MUNDOS

| MÁS CERCA DE LO QUE CREES |

VISITALOSCABOS.TRAVEL

 [LosCabosTourism](https://www.facebook.com/LosCabosTourism)

 [loscabostourism](https://www.instagram.com/loscabostourism)

 [VisitaLosCabos](https://twitter.com/VisitaLosCabos)

GENTE DEL TURISMO

Carlos Zuazua fomentará turismo en Nuevo León

El CEO de VivaAerobus, Juan Carlos Zuazua, asumió la presidencia del clúster de Turismo Nuevo León, donde buscará exponenciar la experiencia del viajero para fortalecer a la entidad.

Durante su toma de protesta, Zuazua presentó un panorama del destino en el que además de puntualizar sus ventajas competitivas, mostró las áreas a reforzar y que serán los ejes de trabajo de su gestión, los cuales se alinean al objetivo fundamental del clúster: impulsar el turismo con una visión a largo plazo bajo criterios de sustentabilidad, incorporación tecnológica y conocimiento del mercado.

Detalló que fortalecerá la marca Monterrey para traer beneficios a los demás municipios, fomentará la innovación a través del apoyo a emprendedores y tecnología 4.0 como blockchain, inteligencia artificial, cloud, bigdata, ciber seguridad, generará investigación turística de los visitantes para adaptar la oferta a sus necesidades, promoverá



la conectividad aérea internacional con más rutas directas y como clúster, colaborarán en las políticas públicas dirigidas a plataformas digitales para que, en trabajo conjunto con las tradicionales, se mejore la experiencia del visitantes en materia de movilidad, hospitalidad y actividades.

El Cluster de Turismo de Nuevo León fue pionero en México por su modelo de gobernanza y en fechas recientes obtuvo la certificación de "Cluster Management Excellence" que entrega The European Cluster Excellence Initiative (ECEI) con lo que se convirtió en el primer y único Clúster de Turismo de América en recibirla.

Monte Xanic fortalece su equipo

La compañía de vinos premium informó la incorporación a su equipo de trabajo a Sebastián Liquitay, como director de Operaciones para la Bodega; de José Antonio Calderón como gerente de Enología de Monte Xanic, y de Alberto Guzmán como director de Recursos Humanos.

Además del liderazgo de Hans Backoff Guerrero, en el equipo enológico de Monte Xanic, actualmente participan Scott McLeod, el renombrado consultor por su trabajo en los viñedos de Coppola, y el consultor Kelly Maher en el área de vitivinicultura.



José Antonio Calderón.

El chileno Liquitay cuenta con amplia experiencia en operación productiva, campo, logística, compra y calidad, se desempeñó como director operativo en Accolade Wines Anakena, una de las empresas más importantes a nivel mundial en la Industria del vino. Trabajó también en Nivea, Unilever como Head of Demand Planning & Logistics y Demand Planner.

Por su parte, Calderón, originario de Guanajuato, regresa a México tras 28 años de vivir y trabajar en Estados Unidos. Estudió enología en la Universidad Estatal de California en Fresno. Trabajó en diversos viñedos en Napa, como Ledson Winery del Valle de Sonoma y Constant - Diamond Mountain Vineyard, así como Quintessa. José Antonio, asume la posición de gerente de enología en Monte Xanic, siendo un claro representante de que los sueños se pueden cumplir.

Elise Postigo, nueva directora regional de OBG



La firma internacional de investigación de mercado y consultoría de Oxford Business Group (OBG), eligió a Elise Postigo como su nueva directora regional de América Latina, donde supervisará una amplia variedad de Proyectos.

Postigo es uno de los miembros más antiguos del equipo de OBG y, desde que se unió a la empresa en 2010, ha acumulado una gran experiencia en mercados emergentes de todo el mundo. Durante 2018, ayudó a dirigir las operaciones de OBG en América Latina, lo que le llevó a pasar la mayor parte del año en la región. Postigo tiene un MBA, una licenciatura en Administración de Empresas y realizó el Programa Executive Management Acceleration en la INSEAD en Francia. Tiene nacionalidad peruana y francesa.

"Gracias a su visión única como ciudadana peruana y miembro experimentado de nuestro equipo, Elise ha sido clave a la hora de aumentar las actividades de OBG en América Latina y consolidar la presencia de la empresa en esta región tan importante desde el punto de vista estratégico", afirmó Marc-André de Blois, Director de Relaciones Públicas y Contenido de Video de OBG.

Por su parte, Postigo dijo: "estoy impaciente por colaborar con los equipos que trabajan sobre el terreno en la región, y asegurar así que los responsables de la toma de decisiones que acuden a OBG tengan a su disposición la información más reciente sobre las oportunidades de inversión de estos mercados clave".

Palace Resorts reestructura equipo

La marca anunció nuevas contrataciones del equipo interno de marketing y publicidad para crear un departamento global de mercadotecnia.

Kathy Halpern fue promovida a vicepresidenta de Marketing Global, y supervisará todas las iniciativas digitales, de marca y marketing.

Durante sus siete años en Kathy Halpern. Palace Resorts, ha sido vicepresidenta de Marketing y ha liderado las diferentes iniciativas de la compañía en Estados Unidos.

Como vicepresidenta de Marketing Global, estará a cargo de la supervisión de todos los equipos de esta área y colaborará estrechamente para desarrollar estrategias eficaces enfocadas en el aumento de los ingresos, mientras continúa supervisando iniciativas estratégicas de marketing y publicidad.

Halpern es un fenómeno respetado de la industria de la hospitalidad, que aportará sus más de dos décadas de experiencia en ventas y marketing de hotelería y viajes a su función como vicepresidenta de Ventas y Marketing de Palace Resorts.

Cessie Cerrato fue nombrada vicepresidenta de Relaciones Públicas. En sus siete años en Palace Resorts, ha sido gerenta, directora y directora senior de relaciones públicas. Con más de 13 años de experiencia en la industria de los viajes y el turismo de lujo, Cerrato ha llevado a cabo campañas de relaciones públicas que han incluido comunicaciones de crisis, comunicaciones



Cessie Cerrato.

externas, relaciones con los medios, marketing y promociones cruzadas, periodismo, planificación de eventos y estrategias influyentes en redes sociales. Ha trabajado con marcas importantes tales como el Consejo de Promoción Turística de México, la Oficina de Visitantes y Convenciones de Cancún, Aeroméxico, Expedia, ESPN Deportes y Bacardí, entre muchas otras.

EVENTOS DEL Turismo

● San Miguel de Allende, la mejor ciudad del mundo

Por cuarto año consecutivo San Miguel de Allende fue reconocida con el distintivo World Best Awards 2019 (Lo mejor del mundo) por la revista de viajes Travel + Leisure.

La ciudad guanajuatense fue galardonada en 2016, 2017 y 2018 por la prestigiosa publicación.

“Es un gran logro que por cuarto año consecutivo sea San Miguel de Allende el mejor destino para visitar, y de los mejores cinco hoteles de México, tres están en San Miguel; Guanajuato se sigue con-



solidando como el Destino Cultural de México”, dijo Diego Sinhue Rodríguez, gobernador estatal.

San Miguel de Allende, considerada Ciudad Patrimonio de la Humanidad, llegó a la primera posición a nivel nacional con una puntuación de 90.2; le siguen la Ciudad de México con 89.3 puntos y Oaxaca con 89.1. A nivel mundial, la lista la encabeza la ciudad Hoi An, en Vietnam, con 90.3 puntos.

● Perú gana cuatro premios WTA

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ) fue premiada por cuarta ocasión consecutiva como la mejor oficina de turismo de Sudamérica por los World Travel Awards (WTA).

“Estos triunfos respaldan el trabajo de promoción que lideran PROMPERÚ, Mincetur y la industria. Es una labor articulada entre el sector público y privado. Estos esfuerzos ponen en valor al país ante los ojos del mundo, consolidándose como un destino con historia, cultura, naturaleza y gastronomía



reconocida a nivel global”, destacó Luis Torres, presidente ejecutivo de PROMPERÚ.

El país también fue reconocido como Mejor destino culinario de Sudamérica, Mejor destino cultural y Mejor atracción turística de la región por Machu Picchu.

Los ganadores de la edición sudamericana competirán en la edición mundial de los premios que se realizará el 28 de noviembre en Omán. En 2018, Perú fue elegido Mejor destino cultural y Machu Picchu ganó como Mejor atracción turística.

● Inaugura Sefotur Malecón Internacional de Progreso

Con una inversión de tres millones 750 mil pesos, la secretaria de Fomento Turístico, Michelle Friedman, en representación del gobernador Mauricio Vila, junto con el alcalde Julián Sacarías Curi, y miembros del gobierno de Yucatán, inauguraron el nuevo Malecón Internacional de Progreso que contará con 25 atracciones dentro de la zona.

Del total de la inversión utilizada para la construcción, el 80% fue obtenida de recursos gubernamentales, es decir, tres millones 124 mil 586 pesos, y el 20% restante de aportaciones privadas por un monto de 625 mil 532 pesos.

Entre los nuevos atractivos en el puerto destacan el carrusel que fue rescatado e iluminado con más de 500 luces, un área de juegos infantiles, un barco encallado, huesos de pescado, fi-



gura de un toro, estructura de una ballena para poner PET y cine en la playa.

Además de un mural y jardín de lectura, estacionamiento para bicicletas, barco pirata, tiburón martillo, espacios para jugar fútbol y voleibol, set de flamings, área para hamacas, el pabellón del mar, una atractiva estructura de colores y la osamenta de una ballena.

● ETN Turistar conecta ciudades Patrimonio

La línea de autobuses y la Asociación Mexicana de Ciudades Patrimonio (ANCMPPM) firmaron una alianza para promocionar los nueve sitios declarados por la Unesco en nuestro país.

El convenio de colaboración firmado por Jorge Ortega González, director general de la ANCMPPM, y José Ramón Valdiosera, director corporativo de Mercadotecnia y Comercial de ETN Turistar, contribuirá a difundir los atractivos de dichas ciudades mexicanas declaradas por la Unesco como Patrimonio Mundial de la Humanidad.

“En ETN vamos un paso más allá de conectar a nueve de las 13 emblemáticas ciudades, a través de más de 200 rutas y en autobuses de última generación, con seguridad y comodidad para nuestros pasajeros”, comentó Valdiosera.

Las nueve ciudades son Ciudad de México, Guanajuato, Morelia, Puebla, Querétaro, San Juan del Río, San Luis Potosí, San Miguel de Allende y Zacatecas.



● ALTA y Universidad de Panamá firman acuerdo

La Asociación Latinoamericana y del Caribe de Transporte Aéreo (ALTA) y la Universidad Tecnológica de Panamá (UTP) firmaron un acuerdo de cooperación académico, científico y cultural para impulsar programas que promuevan el desarrollo sustentable de profesionales aéreos en el país sudamericano.

De acuerdo con Héctor Montemayor, rector de la UTP, “el convenio representa una oportunidad, ya que promoverán becas con enfoque de género. Impulsarán la preparación de mujeres que deseen estudiar en la Facultad de Ingeniería Mecánica profesiones relacionadas con el mundo de la aviación, como: Técnico en Despacho de Vuelo y en Motores y Fuselajes, y las licenciaturas en Administración de Aviación y en Opción a Vuelo”, expresó el rector.

Por su parte, el director y CEO de ALTA, Luis Felipe de Oliveira, dijo: “este convenio representa la unión de esfuerzos entre la industria y la academia para la formación de profesionales integrales y altamente calificados, lo que hará posible que estemos preparados para duplicar de manera segura y eficiente el tráfico aéreo en la región en los próximos 10 años”.

● Premian a Lufthansa como la Mejor de Europa



La firma fue elegida por tercer año consecutivo como la Mejor aerolínea europea y la Mejor de Europa occidental, galardón entregado en la ceremonia de Skytrax durante la exposición aeronáutica y espacial en Le Bourget de París.

Austrian fue premiada como “El mejor servicio de catering a bordo de Premium Economy”, y la aerolínea Swiss en la categoría “La mejor sala de primera clase del mundo” por su excepcional Swiss Lounge en Zúrich. El instituto de investigación de mercado especializado en aviación, Skytrax, entrevistó previamente a unos 20 millones de pasajeros de más de 160 países en todo el mundo para poder conceder estos premios.

“Recibir cuatro premios de nuestros clientes es tanto un honor como un incentivo. En particular, la tripulación de cabina, de la cabina de mando y de tierra pueden estar muy orgullosos de todo ello. Ellos son los que cumplen con nuestro alto nivel de exigencia día tras día, señaló Harry Hohmeister, miembro de la Junta Ejecutiva y director comercial de Network Airlines de Lufthansa Group AG.

LA LÍNEA QUE NOS UNE



AEROMEXICO



Hay personas que son destinos

Entra a
personasquesondestinos.com
y descubre cómo personalizar tu viaje
a ese destino que tanto anhelas.

personasquesondestinos.com