

AFEET EN RUSIA

La OMT ratificó a la Asociación Femenil de Ejecutivas de Empresas Turísticas (AFEET) como miembro afiliado, durante su reunión realizada en Rusia.



PÁG 5



@periodicoviaje



@eisa.travel

Porque el **turismo** también se lee

NÚMERO 123 AÑO 10 OCTUBRE 2019

Lento avance del Tren Maya

Los empresarios tienen apetito de invertir, pero se debe garantizar la rentabilidad de la obra para no arriesgar su dinero.

PÁGS 8-9



INCERTIDUMBRE Los Pueblos Mágicos desconocen de dónde saldrán los recursos para construir su infraestructura turística.

PÁG 2

EXPANSIÓN Un nuevo hotel abrió sus puertas en Riviera Nayarit. Fue una inversión de casi 100 millones de dólares.

PÁG 10

DESTINO Alberta, en Canadá, tiene un mercado potencial de 1.6 millones de mexicanos que podrían visitarla.

PÁG 11

Pueblos Mágicos siguen; preocupa presupuesto: Igor Rojí

El Programa y la denominación seguirán existiendo, de acuerdo con la Secretaría de Turismo federal.

VÍCTOR CISNEROS

No desaparece el Programa de Pueblos Mágicos, así como tampoco su denominación, afirmó Igor Rojí López, presidente de la red nacional de Alcaldes de Pueblos Mágicos, luego de una plática que sostuvo con Miguel Torruco, titular de la Secretaría de Turismo (Sectur).

“La preocupación para nosotros es saber de dónde van a venir los recursos para lograr que se siga generando la infraestructura turística e incluso los servicios básicos que los municipios necesitan”, dijo en entrevista Rojí López.

Al respecto, indicó que se buscan otras formas para obtener financiamiento para solventar las necesidades de los Pueblos Mágicos, como acercarse a los gobiernos estatales y se propuso que los impuestos de hospedaje sean destinados a estos propósitos.

“Los acercamientos son de manera individual entre los alcaldes y los secretarios de Turismo de cada estado. Algunos ya han tenido acercamientos y han planteado esta propuesta, incluso las secretarías estatales han hablado de este fideicomiso de hospedaje. Hay una fórmula, pero debe quedar clara para que el apoyo sea parejo para todos los Pueblos Mágicos”, agregó.

PEF 2020

Sobre la falta de presupuesto contemplado en el Paquete de Egresos de la Federación (PEF) para 2020, Rojí López indicó que los alcaldes de la red de Pueblos Mágicos están preocupados por esta situación, en especial los municipios pequeños.

“Nos extraña la desaparición de los recursos para Pueblos Mágicos



en el PEF 2020 cuando precisamente el turismo es uno de los sectores que ha tratado de apoyar e impulsar la economía del país, en especial los pueblos originarios que eran tan importantes para el presidente Andrés Manuel”, comentó.

Señaló que el sector turismo era la tercera fuente de empleos y de ingresos en el país, tan sólo después de las remesas y el petróleo.

“Es una actividad muy noble y además cuida el medio ambiente, que a fin de cuentas puede ser muy fácil de desarrollar en los pueblos originarios”, añadió.

Por último, instó a las autoridades federales y estatales a seguir fomentando el apoyo a los Pueblos Mágicos, para buscar un nuevo rumbo de estos destinos.

TIANGUIS 2019

La edición de este año que se llevará a cabo del 24 al 27 de octubre, anteriormente conocida como Feria de los Pueblos Mágicos, será un Tianguis enfocado a los negocios donde se dará prioridad a las alianzas y tratos con las agencias de viaje, tour operadores, líneas aéreas y transportistas para atraer más turismo a los municipios.

“En esta ocasión los stands no tendrán costo alguno para los Pueblos Mágicos. El secretario Torruco y el de Turismo de Hidalgo, Eduardo Baños, confirmaron que la participación de los 121 pueblos del país será gratuita, los espacios en los pabellones no tendrán costo alguno”, aseguró.

Asimismo, argumentó que el apoyo de las sociedades civiles, del sector privado y de los presidentes municipales, para darle continuidad al Tianguis, y la asistencia de los Pueblos Mágicos en este tipo de eventos, es fundamental.

En su calidad de alcalde de Orizaba, indicó que pronto se sentarán a definir la estrategia para seguir con la promoción de los seis Pueblos Mágicos de Veracruz ante la eliminación del presupuesto federal de 2020, buscarán apoyo del gobierno estatal.

NIÑOS GRATIS*

*CONSULTE HOTELES PARTICIPANTES Y VIGENCIA DE LA PROMOCION.

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

CANCÚN DREAMS SANDS CANCUN ^(*) \$1,755 REFLECT CANCUN \$2,019 NOW EMERALD CANCUN \$2,029	COZUMEL SUNSCAPE SABOR COZUMEL \$1,540	HUATULCO DREAMS HUATULCO ^(*) \$1,875	IXTAPA SUNSCAPE DORADO PACÍFICO IXTAPA ^(**) \$1,599
LOS CABOS REFLECT KRystal GRAND LOS CABOS \$2,029 DREAMS LOS CABOS ^(**) \$2,905	NUEVO VALLARTA REFLECT KRystal GRAND NUEVO VALLARTA ^(*) \$1,915 DREAMS VILLAMAGNA NUEVO VALLARTA ^(**) \$2,559	PLAYA MUJERES DREAMS PLAYA MUJERES ^(*) \$3,269	PUERTO VALLARTA SUNSCAPE PUERTO VALLARTA ^(*) \$1,789 NOW AMBER PUERTO VALLARTA ^(*) \$3,005
RIVIERA CANCÚN SUNSCAPE AKUMAL BEACH ^(*) \$1,475 DREAMS TULUM \$2,255		RIVIERA CANCÚN DREAMS PUERTO AVENTURAS \$1,885 NOW JADE RIVIERA CANCUN ^(*) \$2,569 DREAMS RIVIERA CANCUN ^(**) \$2,079 NOW SAPPHIRE RIVIERA CANCUN ^(**) \$2,679	

Tarifas en M.N. p/persona, p/noche, en ocupación doble, incluyen impuestos y propinas. Excluyentes para comprar y reservar en México. Vigencia p/comprar y viajar según se indica. (*) Promoción "Niños Gratis" aplica sólo en hoteles participantes, lo cual debe consultarse al momento de reservar. Máx. 2 menores de 12 años en la habitación de sus padres. No aplica en puentes ni días festivos. 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) hasta octubre 14, 2019 (3) hasta octubre 31, 2019 (4) de octubre 03 al 06, 2019 (5) hasta octubre 10, 2019 (6) de octubre 07 al 31, 2019 (7) hasta octubre 30, 2019 (8) de octubre 11 al 31, 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: **800 337 3267** DreamsResorts.com.mx | **800 002 0669** NowResorts.com.mx | **800 522 3058** ReflectResorts.com.mx | **800 087 4890** SunscapeResorts.com.mx

Costa Rica | Curaçao | España: Ibiza • Fuerteventura • Mallorca • Tenerife | Jamaica: Montego Bay | México: Acapulco • 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

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, POR QUE EL TURISMO TAMBIÉN SE LEE (PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO), Año 10, No.123, Octubre 2019, es una publicación mensual editada por Eisa Multimedia 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 Sola Peña • CERTIFICADO DE RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO No. 04-2018-10953-77662200-101 otorgado por la Dirección de Reservas de Derechos del Instituto Nacional de Derechos de Autor. • ISSN (entrante): • CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO Y CONTENIDO Entrante • Este número se terminó de imprimir en Impresos Galván, Canarias #103, Col. Portales, Alcaldía Benito Juárez, Ciudad de México, C.P.03300 el 28 de septiembre de 2019 con un tiraje de 10,000 ejemplares • DISTRIBUIDOR: Eisa Multimedia 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)



Comentarios al Vuelo ROSARIO AVILÉS

LA TECNOLOGÍA EN LA EXPERIENCIA DE VUELO

Una de las peores cosas que ocurrieron al iniciar el presente siglo fueron los ataques a las Torres Gemelas de Nueva York por parte de un grupo terrorista que utilizó los aviones como armas para detonar el peor ataque a un blanco occidental. A partir de este hecho, la aviación no volvió a ser la misma.

Desde hace 18 años las cosas han cambiado mucho, el tránsito por los aeropuertos es mucho más penoso de lo que fue en todo el siglo XX, pero afortunadamente las cosas están cambiando gracias a la tecnología, aunque todavía hay muchos aeropuertos y autoridades que siguen utilizando mecanismos que o bien retrasan innecesariamente los trámites de turistas o maltratan los equipajes de los viajeros, a pesar de que podrían pedirles que abran sus maletas sin necesidad de cercenar cierres o candados.

Para evitar que en el futuro se sigan presentando estos inconvenientes, empresas como SITA, empresa global que maneja



tecnologías de información y de identificación de equipajes y personas en diversos aeropuertos del mundo y que está presente en nuestro país, tienen sus soluciones para hacerle la vida más llevadera a los pasajeros en su tránsito por las terminales aéreas.

DE LOS RAYOS X A LA IDENTIFICACIÓN BIOMÉTRICA

Todos recordamos la época en que se introdujeron las máquinas de rayos X para revisión de equipajes y, en ciertas ocasiones, de pasajeros. Esto causó molestias a muchos usuarios porque se sentían, literalmente, desnudados por los vigilantes de los aeropuertos.

Ni hablar de las revisiones entre la zona libre y la estéril, donde un grupo de empleados buscan no saben ni qué, pero se dan el lujo de detener a cualquier persona y revisar sus pertenencias con criterios dispares y, en ocasiones, molestas revisiones y cacheos que pueden resultar humillantes.

Pero las cosas poco a poco están logrando facilitar el embarque. Actualmente el 88% de los aeropuertos ya cuentan con quioscos de documentación, y el 95% espera hacerlo en los próximos tres años. Otras áreas de modernización permitirán que en 2021, 78% de los aeropuertos tendrá entrega de equipaje sin asistencia y 77% planifica la introducción de grandes programas

de identificación biométrica para evitar las largas colas y la pérdida de tiempo en ventanillas de paso.

La satisfacción de los pasajeros ha aumentado desde que se implementaron medidas tecnológicas en aeropuertos, pues les permite agilizar su viaje. Prueba de ello es que, durante 2018, 44% de pasajeros hicieron uso del control de pasaportes automatizado, lo que indica un aumento de 21% respecto a 2017.

“En general, los pasajeros están dispuestos a utilizar el proceso de autoservicio biométrico; cuando se les da la opción, más de 90% de los viajeros suelen optar por participar”, declaró Matthys Serfontein, presidente

del área de Air Travel Solutions de SITA.

El 31% de las aerolíneas ya usa el Internet de las Cosas (IoT) para monitorear el combustible y los motores, un incremento de 18% en comparación con 2018, explica un reporte de la empresa de soluciones tecnológicas.

Sin duda que hay aún mucho por hacer en este rubro, pero de que las cosas tienden a mejorar con la tecnología no cabe la menor duda. Ojalá que esto nos permita disfrutar del viaje desde el instante mismo en que lleguemos al aeropuerto.

raviles0829@gmail.com
Twitter: @charoaviles

Aeromar y Tepic se unen para atraer turismo

La aerolínea y los hoteles de Nayarit ofrecen paquetes a precios especiales.

VÍCTOR CISNEROS

Con el objetivo de atraer más turistas a la entidad, Aeromar y Tepic realizaron una alianza para ofrecer paquetes a los viajeros a costos especiales para así incentivar el interés y posicionar a Nayarit como uno de los destinos preferidos por nacionales y extranjeros.

La aerolínea ofrece boletos redondos al destino por menos de mil pesos, con ventajas como la selección de asientos, snacks y bebidas de cortesía durante el vuelo, cambio de horario sin costo extra y uso de su salón exclusivo en la Terminal 2 del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), sin cargo adicional.

Juan Enrique Suárez, presidente de la Asociación de Hoteles y Moteles de Tepic, señaló que buscan brindar a los visitantes una experiencia completa con paquetes



que incluyen alojamiento, tours, transporte y comidas incluidas por precios desde los mil 500 por persona.

“Si tienen algún problema con la higiene, atención o pérdida de objetos personales en cualquier hotel de Tepic pueden llamar a la asociación y de inmediato resolvemos el problema. Es algo que ningún otro destino ofrece”, aseguró.

Entre los tours que se incluyen en los paquetes se pueden seleccionar los de aventura, culturales, gastronómicos y acuáticos en los principales puntos de interés de Tepic como San Blas, Santa María del Oro y la Sierra del Nayar.

Por ejemplo, los turistas pueden seleccionar un hotel de dos a cuatro estrellas que incluye desayuno y tomar un tour

por el Puerto de San Blas donde se hace avistamiento de ballenas o un recorrido por la jungla de La Tovar para los amantes de la adrenalina donde podrán ver de cerca cocodrilos, tortugas y descansar en un manantial.

O bien pueden visitar la Isla de Mexcaltitlán, donde se dice que los mexicas partieron para buscar la señal que les dio el dios Huitzilopochtli de dónde construir su hogar, en un lugar donde encontrarán un águila devorando una serpiente. Ahí pueden recorrer en lancha los manglares de la región y disfrutar de la gastronomía local.

“Todos los tours, ya sean de aventura o culturales incluyen comidas, transporte, un guía profesional o experto en la materia, junto con un seguro de viaje que, a diferencia de otros estados, sólo Tepic lo incluye en los paquetes de los turistas”, aclaró Suárez.

AFEET presente en la OMT

La Organización Mundial del Turismo ratificó a AFEET como miembro afiliado dentro de su XXIII Asamblea General.

LAURA RODRÍGUEZ
SAN PETERSBURGO

En esta ciudad de Rusia se llevó a cabo del 9 al 14 de septiembre la Reunión de Ministros de la Organización Mundial del Turismo (OMT), a la que por primera vez no acudieron las autoridades mexicanas.

La presencia de México se hizo patente con la participación de cinco mujeres que pertenecen a la Asociación Femenil de Ejecutivas de Empresas Turísticas (AFEET) presidida por Yarla Covarrubias a quien acompañaron Carmen Torreblanca, Blanca Herrera, Danielle Van Der Kwartel y la autora de este espacio.

Por primera vez esta asociación participó con el objetivo de hacer crecer los lazos de relaciones que se establecen con los miembros asistentes, entre los que se encuentran ministros de turismo de más de 120 naciones y representantes de importantes empresas turísticas.

Además estuvieron Iliana Rodríguez, directora de relaciones públicas de Grupo Xcaret, y Francisco Madrid, director de la Facultad de Turismo de la Universidad Anáhuac.

ÁREAS DE OPORTUNIDAD

En la reunión de turismo más importante, encontramos áreas de oportunidad con operadores y agentes de viajes de otros países que vienen a exponer sus experiencias e inquietudes y que muchas de ellas son muy parecidas a las nuestras, afirmó Covarrubias.

Es sorprendente la cantidad de mujeres que participan en el sector turismo y encontramos que también hay asociaciones femeninas en otros países como Ghana o Panamá, que además son afines a los principios de Afeet, expuso.

Podríamos trabajar en conjunto con ellas para alcanzar mayores logros y beneficios para



Zurab Pololikashvili, Secretario general de la Organización Mundial de Turismo.

nuestro sector y crecer las redes de negocio, aseguró.

Hay mucho trabajo que hacer, como formar parte de los comités, entre ellos el de equidad de género, un tema que estuvo presente durante las conferencias, destacó Covarrubias.

¿Y EL GOBIERNO MEXICANO?

La falta de autoridades federales que representaran a nuestro país en uno de los eventos turísticos de mayor importancia a nivel mundial se hizo evidente, cuando se mencionó al país reconocido por el mejor video promocional de un destino por regiones y México resultó el ganador para América.

La extrañeza también llegó hasta Zurab Pololikashvili, secretario general de la Organización Mundial de Turismo, quien declaró a Periódico Viaje que la relación de la OMT con nuestro país siempre ha sido cercana y empática, por lo que no entendía la ausencia del ministro de turismo de México.



Blanca Herrera, Danielle Van Der Kwartel, Francisco Madrid, Carmen Torreblanca, Laura Rodríguez, Yarla Covarrubias e Iliana Rodríguez, fueron los mexicanos que asistieron a la Asamblea de la OMT.

CAPACITACIÓN Y SUSTENTABILIDAD

Dentro de las decisiones que se tomaron durante la reunión de la OMT, una de las primordiales fue la creación de la Academia en línea, para que a partir de noviembre se les pueda ofrecer capacitación básica a los prestadores de servicio sobre los temas de turismo en forma gratuita.

También fue importante la innovación del voto electrónico, para la toma de decisiones durante las asambleas.

Además se tomó la decisión de acercar turismo y deporte, así como turismo y cine para fomentar esta actividad a través de la cultura.

El secretario general de la OMT recomendó, en declaraciones a

este medio, impulsar los viajes sin visado y terminar con trámites que resultan engorrosos; Rusia y próximamente Arabia Saudita, harán anuncios importantes sobre el tema de la agilización del visado para incrementar su potencial turístico.

El tema es accesibilidad del turismo para todos, para hacer un turismo incluyente en el que todos puedan viajar sin tener inconvenientes.

Sobre el tema de sustentabilidad, el líder de la OMT dijo que después de tres años de trabajo se ha redactado un informe sobre lo que el turismo impacta al medio ambiente y las consecuencias del cambio climático.

Esperamos que el resultado de ese documento sirva para influir en los países para el cuidado al medio ambiente. México tiene enorme potencial para inversión en este rubro, señaló.

RECONOCIMIENTO A XCARET

Así mismo, Pololikashvili reconoció que Grupo Xcaret ha hecho un trabajo excelente al impulsar el turismo sostenible.

Iliana Rodríguez en representación del grupo, asistió a la asamblea de la OMT para reafirmar el compromiso de la empresa para crear un equipo multidisciplinario que genere proyectos productivos en comunidades vulnerables e integrarlos a las cadenas de valor de las empresas turísticas.

Otro de los miembros afiliados que también fue ratificado por la OMT fue la cadena de Hoteles City Express, la primera en Latinoamérica y cuarta a nivel mundial en ser parte de este organismo de las Naciones Unidas, encargado de promocionar un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

Uno de los miembros afiliados que asiste consistentemente es Francisco Madrid, quien en el sexenio de Ernesto Zedillo, ocupó la dirección para “Las Américas” de esa organización y ahora lo hace como Director de la Facultad de Turismo de la Universidad Anahuac.

Hablemos de Turismo **DRA. NATHALIE DESPLAS**

TURISMO CHINO A MÉXICO

La atracción del turista chino se posiciona como un objetivo clave en las estrategias de promoción turística a nivel mundial. Impulsar este turismo empieza por conocer el perfil de dicho visitante, especialmente sus motivaciones y exigencias de viaje. La población de turistas chinos ha crecido de manera exponencial en estos últimos años. Un mercado potencial muy fuerte para cualquier economía.

De acuerdo con la Secretaría de Turismo federal, 167 mil 663 turistas chinos arribaron al Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) en 2018 (18.7% más que en 2017) logrando una derrama económica de 154.8 millones de dólares (20.1% más que en 2017). Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), los turistas chinos se colocan en el primer lugar internacional de gasto turístico justo antes de Estados Unidos, Alemania, Reino Unido y Francia.



En México, el Sistema Integrado de Información de Mercados Turísticos afirma que los turistas chinos ocupan el segundo lugar en cuanto a derrama económica se refiere, con mil 878 dólares por visitante y la posición 15 en el ranking de países que llegan a México. Al analizar el porqué de su poca presencia en los mercados latinoamericanos, se encuentra

que las principales razones son la gran distancia, la escasez de vuelos directos, la falta de hablantes en el destino y tal vez poca empatía para su cultura y para poder ofrecer lo que realmente necesitan. En ciertos países latinoamericanos, la dificultad que les representa conseguir la visa afecta mucho la decisión de compra. Sin embargo, el costo del trans-

porte no parece ser, a priori, un obstáculo al viaje.

Para el 2019, El Financiero prevé que saldrán de China 124 millones de turistas, de los cuales 22 millones serán de alto poder adquisitivo. Es un mercado a atender en conjunto de manera regional. De manera tradicional, les interesa el turismo de sol y playa, las zonas arqueológicas, las ciudades coloniales, viajar para estudiar o hacer negocios. Pero no es todo, la demanda del turista chino ha cambiado.

Los *free independent travellers* (viajeros libres independientes) organizan sus propios viajes con experiencias auténticas y deciden en función de una digitalización óptima del destino. Sus nuevas motivaciones se han vertido en cultura, naturaleza, comida tradicional, arquitectura, antiguas civilizaciones, así como experiencias locales diferentes. Los pequeños detalles también resaltan como primordiales para ellos en el hotel: tener pantuflas, una tetera en lugar de cafetera y comida china.

Finalmente, el turista chino es ávido de conocer varias zonas o países en un solo viaje. De ahí la importancia de sumar esfuerzos y hacer sinergias entre estados dentro de México o entre países dentro de América Latina.

Nos importa otra vez en este caso, resaltar y consolidar nuestras ventajas comparativas y competitivas. ¿Qué tal una visa única y sencilla para varios países, tours que incluyan naturaleza, negocios y compras de lujo o cultura, estudio, tren Chepe, playa y experiencias locales? Podríamos albergar lo anterior bajo la sombra de un turismo de gran calidad en cuanto a la tecnología, con WiFi gratuito, métodos de pago móvil con China Union Pay/Alipay/WeChat, gastronomía china y local en proporciones deseadas.

México lo puede todo para la atracción y luego la fidelización del turista chino, tan deseado en un mercado de gran potencial de crecimiento y desarrollo.

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

Experiencias exclusivas en viajes a la CDMX

El concepto que ofrece Morenita para conocer la cultura atrae a extranjeros y ejecutivos de alto nivel.

CORINA ORTEGA

Crístina Lugo dirige Morenita Experience, agencia que ofrece a los visitantes extranjeros servicios de lujo y viajes en torno a las raíces de México; nació hace dos años como una necesidad urgente del mercado y propone nuevos productos turísticos que rompan con el estándar de unas simples vacaciones.

El nombre evoca a la Virgen de Guadalupe y el proyecto tiene como finalidad enamorar de manera profunda al viajero que llega a México para crear un lazo emocional, contundente y permanente con nuestra cultura.

“El arte es un pilar estrella de los servicios de Morenita, por ello, los clientes podrán tener un encuentro a puerta cerrada con la obra de Ángela Gurria, la

dama de la escultura en México, y otros artistas como Arno Avilés y Jesús Mayagoitia, a través de nuestro popular tour privado de arte”, comentó la directora.

Para adentrarse en la cultura mexicana y celebrar su segundo aniversario, Morenita estrenará un recorrido alternativo por el Centro Histórico de la Ciudad de México para conocer los sitios que han formado parte de la vida cotidiana de muchas generaciones y mostrar las transformaciones que ha tenido con el paso del tiempo; además, se visitarán las primeras tiendas departamentales y de ultramarinos, cafeterías antiguas y droguerías cuyo mobiliario sigue siendo el original.

Otra opción será el servicio Golf Experience, el cual permitirá que las familias asistan a torneos internacionales con



hospedaje en casas privadas y amenidades full-service que incluyen chef personal, instructor fitness, niñera, clínicas de golf con galardonados golfistas mexicanos

y la personalización de ropa, guantes y bolsas de bastones a cargo de las marcas top del deporte.

La nueva carta de itinerarios suma un recorrido sobre la

historia de la migración judía en México, el tour se realizará en compañía de la directora de la primera sinagoga del país. La visita incluirá una parada en el Teatro del Pueblo, el cual alberga las primeras obras yiddish y caminatas por las calles donde existieron panaderías judías y casas de oración.

Asimismo, Morenita ofrece servicios de concierge de lujo, clases de cocina con el chef Enrique Olvera, un día de compras, visitas privadas a hogares de importantes coleccionistas de arte y acceso VIP a espectáculos, desfiles de moda y eventos deportivos.

El 99% de sus clientes son viajeros extranjeros, principalmente de Estados Unidos; en el caso de los mexicanos, buscan viajes de incentivos para subdirectores, agentes de ventas o invitados especiales.

PORTADA

El Tren Maya aún no corre, sigue en la mesa

El costo del proyecto está subestimado, tiene tres nuevas estaciones y menos presupuesto federal; son variables que califican los inversionistas privados, ellos requieren de certeza en el proyecto.

MARGARITA SOLÍS

La obra ferroviaria, considerada emblemática en la actual administración federal, avanza en papel y no en obras, esto se refleja en el anuncio que hizo el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur) hace unas semanas respecto al incremento de estaciones en la ruta y que sólo se ha hecho una licitación, la de ingeniería básica, encargada de los estudios técnicos, ambientales y sociales, y preparará el proyecto ejecutivo. Otro tema relevante a considerar es que si bien aumentan las



5 PROPUESTAS PARA AUMENTAR LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO

1. **Obtener** la totalidad de los derechos de vía de los tres tramos antes de iniciar la obra
2. **Incluir** a la población en mecanismos de consulta regulares desde la etapa de planeación del proyecto, con lo que el Gobierno podrá gestionar de mejor forma diversos riesgos sociales
3. **Incorporar** actividades distintas al turismo en la planeación de la obra
4. **Asegurar** que las líneas se construyan en tramos urbanos, densamente poblados y cortos
5. **Evaluar** el costo de oportunidad de otros proyectos que puedan generar un mayor beneficio a la sociedad, un ejemplo de esto podría ser el Ferrocarril Transistmico

estaciones entre los estados involucrados: Quintana Roo, Yucatán, Campeche, Tabasco y Chiapas, el presupuesto federal será menor, luego que se redujera el monto en el Proyecto del Paquete Económico para 2020.

Lo mencionado anteriormente genera diversas opiniones sobre el proyecto, tanto en el tema de su viabilidad, como del arranque de los estudios.

LOS PUNTOS DE VISTA

Al respecto, Francisco Madrid, rector de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Anáhuac, afirmó que la rentabilidad del proyecto Tren Maya aún no queda claro, eso genera "grandes preocupaciones" entre los inversionistas, lo que justificaría su operación sería el servicio como medio de transporte

para la población de la región que debe moverse a sus trabajos.

Si bien, este es uno de los tres servicios que ofrecerá, junto con turismo y carga, Madrid aseveró: "eso le daría sentido, por lo menos en la operación, aunque la inversión fuese a fondo perdido, al ser escaso el número de pasajeros de las comunidades".

Madrid expresó su duda respecto a por qué no continuó la ruta del tren entre Valladolid, Yucatán, y Cancún, Quintana Roo, si se considera que ya hay un trazo de vía. En plan sólo aparece como una alternativa.

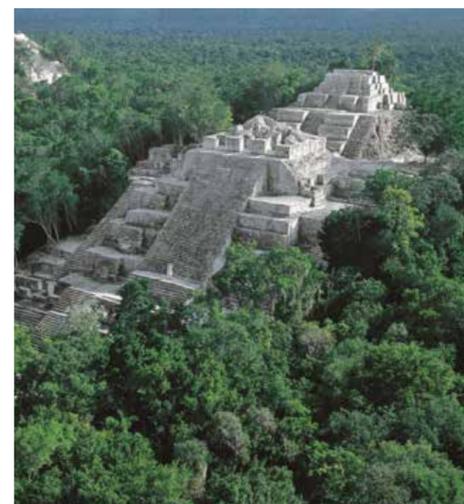
"No entiendo por qué no continuar de Valladolid a Cancún, en la lógica de que el nodo de distribución de pasajeros es el aeropuerto. El trazo (de la ruta) no lo incluye", agregó.

Para el rector es difícil reconocer los beneficios que podría gene-

rar el proyecto para estados como Campeche y Tabasco.

"Que bueno que hay infraestructura, que podamos ir de Mérida a Cancún en dos horas, pero tengo dudas de cómo se va a concretar", expresó.

Por su parte, Benjamín Izquierdo, presidente de la Asociación Metropolitana de Agencias de Viajes (Metro), dijo estar de acuerdo en considerar los temas de impacto ambiental y el social, pero, aseveró que "un tren puede traer mayores beneficios" a la región, al recordar que Europa está



- Los estudios de ingeniería básica que realiza Senermex (empresa ganadora de la licitación) estarán listos el 13 de diciembre, se entregará a los concursantes entre enero y febrero de 2020, lo que permitirá llevar a cabo la licitación para iniciar la construcción de la obra.
- El tren pasará por estados en donde 56% de la superficie es propiedad social (según el Registro Agrario Nacional 2018) y con una alta proporción de población indígena (Conapo 2016)
- 95% del trazo tiene derechos de vía existentes
- Financiamiento mixto: 10% público y 90% privado
- En 2024 estarán operando los 1,460 km del tren

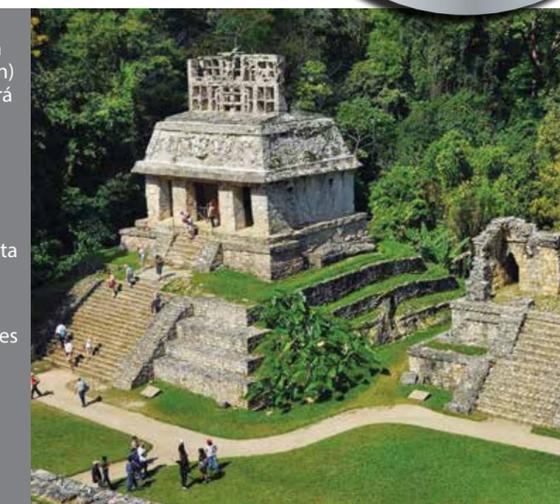
EL IMCO RECOMIENDA QUE EL GOBIERNO EVALÚE:

- Costos estimados
- Aforo
- Densidad poblacional
- Conectividad
- Uso principal de las vías
- Competencia con otros medios existentes de transporte

conectado por trenes y le ha resultado fructífero, eso mismo, comentó, "podría hacerse en México".

Destacó Izquierdo que en materia de infraestructura turística, a las autoridades correspondientes les hace falta tomar decisiones y acciones, porque muchos temas se quedan en la proyección y no se están llevando a cabo.

"Obviamente esto impacta económicamente a la zona y políticamente al país, ya que no se toman las decisiones que se tienen que tomar. El Tren Maya sí es un proyecto



Con nuevo trazo pasará de 15 a 18 estaciones:

- Balancán, Tabasco
- Cobá y Chetumal, Quintana Roo

interesante, cuidando los aspectos que mencioné anteriormente, si debería llevarse a cabo", afirmó.

DETALLES PARA 2020

El próximo mes de diciembre Fonatur lanzará una licitación sobre los primeros cuatro tramos de la ruta del tren, se incluirá desde la construcción de la estación hasta la instalación de rieles.

COSTO

La experiencia internacional dicta que los proyectos ferroviarios elevan en 45% su costo, sobre lo presupuestado.

Por una mala planeación, el monto se eleva a 479 mil 920 mdp y hasta un billón 599 mil 767 mdp, 4 y hasta 10 veces más en comparación con los 120 o 150 mil mdp estimados por el Gobierno federal.

EN 2020 INICIARÁ LA CONSTRUCCIÓN DE CUATRO TRAMOS:

- Selva 1 - 233 km
- Selva 2 - 264 km
- Caribe 1 - 246 km
- Caribe 2 - 130 km

licitaciones que suman arriba de 80 mil millones de pesos, cantidad equivalente a 4 mil o 5 mil millones de dólares", comentó.

La reducción en el presupuesto del próximo año no le preocupa a Jiménez Pons, debido a que el 90% de la inversión inicial del proyecto ferroviario será del sector privado.

El monto que le asignó la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y que está pendiente de aprobar por el Congreso de la Unión, será para terminar el estudio de impacto ambiental en los tramos donde no hay vía región, trabajo que le corresponde realizar a Fonatur.

Recordó Jiménez Pons que firmó un acuerdo con el 98% de las comunidades por las cuales pasará el tren; sin embargo, recordó, le falta la anuencia de 2% restante, sus motivos son que el gobierno aún no les ha pagado una adeuda de hace 20 años.

"Estamos en la mejor disposición de ayudarlos. Hay adeudos de derechos de vía de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) SCT, estamos tratando de arreglarlo porque están en su derecho de que se les pague. Estamos en ese proceso", señaló.

Se prevé que el tren facilite la conexión con algunos aeropuertos, eso será parte de los beneficios para habitantes y turistas, por lo que las adecuaciones que requieran las terminales aéreas deberán hacerse en paralelo con las obras ferroviarias.

"Pasamos por algunos aeropuertos, vamos a tratar de darle una conexión con aeropuertos y puertos para generar vigor a la carga del tren, porque debemos recordar que se darán tres servicios: pasajeros que se subsidia, turismo que sí deja, y carga que va a ayudar a pagar parte de la inversión", detalló.

En el caso del Aeropuerto Internacional de Chetumal, Fonatur se acercó con las autoridades aéreas para tratar el tema de construir una extensión del tren, de esta forma se aprovechará que nuevamente será una zona libre y harán un centro logístico.

Aún faltan licitaciones por publicar para iniciar la construcción y el tendido de vías, así como de la realización de estudios de impacto ambiental por parte de las autoridades federales, por lo que los beneficios sociales y económicos que podría generar la puesta en marcha del Tren Maya tendrán que esperar.

Nueva inversión en Riviera Nayarit



➤ Inauguró su tercera propiedad y van por una cuarta. El siguiente proyecto podrían desarrollarlo en Cancún

MARGARITA SOLÍS
BAHÍA DE BANDERAS

En Riviera Nayarit hay una marca hotelera que ha concentrado su expansión en estas costas, aunque sus propietarios no son nayaritas, es Marival Group. Su tercer resort fue inaugurado recientemente.

En 1980 inició su historia con un hotel para amigos y familiares, ahora tiene más que eso. Opera sus resorts bajo los conceptos que los distingue: home feeling, all inclusive y suites con habitaciones multiunidad.

En entrevista con Periódico Viaje, Salvador Ramos Leos, vicepresidente de ventas y mercadotecnia de Marival Group, detalló que se abrieron las puertas de su nuevo Marival Armony Luxury Resort & Suites, en el cual se invirtieron casi 100 millones de dólares.

Al pie de Playa Destiladeras y con vista a la Sierra Madre, por un lado, y por el otro a las Islas Marietas, sus 268 habitaciones y suites, 80 de las cuales son suites con hasta cuatro habitaciones, buscan mantener su principal mercado de huéspedes que son del Bajío y Norte de nuestro país.

En noviembre próximo será la inauguración para los viajeros estadounidenses y canadienses, que son sus principales clientes en la temporada de invierno.

LOS NUEVOS RETOS

Por otra parte, Ramos Leos expuso que en el país hay "retos interesantes" luego de los "cambios fuertes con la desaparición del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM)", por lo que los destinos y empresarios deben adaptarse y tratar de mantenerse en el gusto de los turistas nacionales y extranjeros.

"La competencia está agresiva con el Caribe, en particular por parte de la República Dominicana que ofrece atractivos productos para los viajeros", agregó.

A pesar de ello, señaló, la industria hotelera no deja de crecer en lo que originalmente se le conoce como Bahía de Banderas, muestra de ello son las inversiones que las grandes marcas están haciendo para construir sus resorts, son los casos de The Ritz-Carlton y Marriott International, entre otros.

Y Grupo Marival no es la excepción, ya que mantiene sus proyectos de crecimiento y construirá lo que será su cuarto hotel. Ya cuentan con el terreno que se encuentra en Nuevo Vallarta, muy cerca de Marival Distinct, el que es su primer resort.

Otro proyecto en la cartera es un hotel en Playa Blanca, Cancún; si bien ya cuentan con los terrenos, se prevé que la construcción será a largo plazo debido a la falta de la urbanización de la zona.



Hotel Choice, la marca que está creciendo en México

➤ Se prepara para arrancar el año 2020 con nuevos desarrollos en cuatro entidades de la República Mexicana.

FERNANDO CARRETO

Choice Hotels International Inc. nació en 1939, cuando siete hoteleros independientes de Florida unieron fuerzas para crear un nuevo concepto que ayudara a satisfacer mejor las necesidades de sus clientes.

Hoy, más de 20 millones de clientes reservan en un hotel Choice cada año y en 2017 se generó una derrama de más de 70.2 mil millones de dólares.

A partir de 2020, Choice Hotels inaugurará otros seis hoteles, continuando así con su expansión en territorio nacional. Los nuevos complejos serán: Sleep Inn Guadalajara Norte, Sleep Guadalajara López Mateos, Sleep Inn Saltillo, Sleep Inn Cancún Bonampak, Sleep Inn Guadalajara Technology Park y Comfort Ciudad Juárez.

Con más de 80 años de experiencia y múltiples reconocimientos, se ha convertido en una de las compañías hoteleras más grandes del mundo, logrando posicionar 11 marcas que ofrecen una amplia gama de servicios que van desde el lujo hasta un segmento más económico.

A la fecha, esta cadena tiene más de siete mil ho-

teles, abiertos y/o en desarrollo, en más de 40 países. En el caso particular de Estados Unidos, uno de cada 10 hoteles tiene marca Choice Hotels.

En México tiene presencia en ciudades como CDMX, Chihuahua, Monterrey y Querétaro, entre muchas otras, con cuatro marcas: The Ascend Hotel Collection, enfocada al segmento de lujo; Comfort, para los viajeros de negocios; y Sleep Inn y Quality, ambos manejan un concepto de alojamiento para un mercado más asequible. Entre todas suman 39 propiedades, de las cuales la mayoría son construcciones nuevas.

EMPRENDER E INNOVAR

Choice Hotels también incursiona en el mundo de la comunicación digital, lanzando una aplicación global y completamente gratuita para iPhone. A través de ella, los viajeros contarán con un canal más rápido y conveniente para buscar los hoteles de la marca; conocer las promociones de servicio; así como abrir y administrar su cuenta Choice Privileges, el programa de lealtad que ofrece recompensas a los clientes y cuenta con 40 millones de socios en el mundo y 500 mil en México.



FERNANDO CARRETO

Hoy en día, México se ha convertido en uno de los tres mercados internacionales que han mostrado un crecimiento constante en el número de turistas que visitan Canadá, sumando un total de 222 mil personas, lo cual representa un incremento de 30% con respecto al mismo periodo del año anterior.

De acuerdo con Destination Canada, se estima que existe un mercado potencial de 1.6 millones de mexicanos amantes de los viajes al país del maple, de los cuales 35% estaría interesado en visitar los atractivos que ofrece Alberta.

"El trabajo que desde hace un año y medio se ha venido haciendo con Alberta ahora empieza a rendir frutos. Ahora Calgary y Edmonton ya están compitiendo con destinos de alto calibre como Vancouver, Quebec y Toronto. Ambas ciudades traen una oferta súper atractiva para las nuevas generaciones, las cuales están buscando experiencias nuevas", comentó Carlo Bond, gerente de Medios de Price Travel Holding.

Edmonton, capital de Alberta, y Calgary, la ciudad más grande de la provincia, se encuentran a sólo tres y media horas de distancia en coche una de otra. Ambas poseen una amplia oferta gastronómica, paisajes, ambiente multicultural, así como obras de arte urbano, que "no le

Alberta, a la conquista del mercado mexicano

➤ Más rutas y frecuencias aéreas, una buena relación diplomática, la exención de visa, un tipo de cambio favorable y una tasa baja de impuestos hacen de este destino una opción atractiva.



piden nada al resto de los destinos en Canadá", enfatizó Bond.

El auge por el destino se debe, principalmente, a los siguientes factores: a la buena relación que existe entre ambas naciones, y al tipo de cambio, que es más favorable para el bolsillo del viajero mexicano (un dólar canadiense equivale a 14.63 pesos mexicanos aproximadamente).

También al hecho de que Alberta es la única provincia de Canadá que no cobra impuestos locales (sólo aplica el 5% federal), lo que la hace un destino altamente competitivo así como una opción muy accesible.

La exención de visa para mexicanos, fue sustituida por el Electronic Travel Authorization (eTA), el cual debe tramitarse en línea antes de realizar el viaje y tiene un costo de siete dólares canadienses (102 pesos mexicanos aproximadamente).

Asimismo, el incremento en las frecuencias aéreas, aunado a la apertura de nuevas rutas por parte de aerolíneas internacionales.

Actualmente, hay dos formas en que los mexicanos pueden viajar a Alberta, ya sea para visitar Edmonton o Calgary; la primera es saliendo desde la Ciudad de México vía Vancouver volando con Interjet o Air Canada, ambas ofrecen vuelos directos, después de una escala se realiza un vuelo corto con West Jet.

La segunda es vía Cancún o Puerto Vallarta: ambos destinos tienen frecuencias con rutas directas a Alberta.

RANSOMWARE

¿Ha escuchado alguna historia de alguien que repentinamente ya no pudo utilizar los archivos de su computadora pues todos habían cambiado de extensión y le exigían un pago para descifrarle el contenido? De acuerdo con un informe de Kaspersky Lab, durante el segundo trimestre de 2019, el número de víctimas de ransomware en México, creció 46% respecto al mismo periodo del año anterior.

Existen tres tipos de ransomware, con diferentes niveles de impacto. El scareware, es el menos temible, usa ventanas emergentes en donde aparecen avisos falsos que buscan asustar al usuario con amenazas de haber encontrado pornografía o archivos peligrosos y solicitan un pago para descargar un antivirus que elimine el riesgo.

Hay ransomware que bloquea la pantalla, impidiendo el uso de la computadora. Al encenderla aparece un aviso con un aspecto que simula la imagen de una dependencia policiaca, indicando que se han realizado actividades ilegales con el equipo, como piratería y que debe pagarse una multa.

El más peligroso es el ransomware de cifrado, que "encripta" el contenido de la computadora, haciendo imposible utilizarlo, a menos que alguien tenga las claves para descifrarlo y para hacer esto, solicitan el pago de un rescate. En ocasiones dan una muestra de los archivos originales, para convencer al usuario de hacer el pago, este no es el mejor camino, pues no hay garantía de que los ciberdelincuentes devuelvan los archivos. Hay muchas variedades, pero quizá el conocido como WannaCry es el más difundido.

Las primeras versiones de ransomware ocurrieron a finales de los ochentas y solicitaban un pago por correo. Actualmente, lo común es que soliciten una transferencia en bitcoins.

Hay varias formas de "infectarse", una de las más comunes es a través de correos electrónicos que incluyen archivos PDF o Word, que al abrirlos ejecutan el código que inicia el secuestro. En ocasiones se utilizan técnicas de "ingeniería social" para hacer creer al usuario



de una computadora que debe abrir los archivos anexos o hacer clic en los vínculos que parecen legítimos.

Por ejemplo, una notificación de la autoridad fiscal o de algún banco, que parece urgente; una oferta irresistible, o inclusive pueden enviar en el mensaje una parte de alguna contraseña que hayamos utilizado para registrarnos en algún servicio del que se ha obtenido ilegalmente una lista de usuarios, con información adicional como nombres, pistas para la recuperación de la contraseña, o inclusive estas.

Existen sitios como haveibeenpwned.com, que nos per-

miten evaluar rápidamente si nuestra cuenta de correo estuvo en riesgo debido a que algún servicio al que estamos suscritos ha sido comprometido o "pwned", que en la jerga hacker, significa tener el control de un sitio web, aplicación o dispositivo de acceso a una red.

En sus orígenes las víctimas del ransomware eran particulares, sin embargo, los ciberdelincuentes identificaron el potencial que tenía utilizarlo contra empresas e inclusive gobiernos. De acuerdo con el portal welivesecurity.com, el pasado 20 de agosto 23 dependencias gubernamentales del estado de Texas

fueron víctimas de un ataque de ransomware.

CÓMO PROTEGERSE DEL RANSOMWARE

Lo más recomendable es el sentido común al descargar un archivo o ingresar a un link de dudosa reputación.

El software malicioso regularmente utiliza vulnerabilidades del sistema operativo. Estas son constantemente reparadas por los fabricantes; por eso la necesidad de mantener nuestro dispositivo actualizado y usar software debidamente licenciado. También hay herramientas que, por cantidades de aproximadamente 20 dólares anuales, ofrecen una protección adicional.

Es fundamental tener un respaldo que se haga periódicamente y que conservemos en un dispositivo externo o mejor aún en un sitio de almacenamiento en la nube. Así, en caso de una infección solamente se perderá el contenido de algunas horas de trabajo.

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

Entre los viajeros aumenta la contratación de asistencia médica

➤ Se recomienda cuando sale a otro país, debido a los altos costos de esos servicios.

MARGARITA SOLÍS

Si bien existen diversos seguros para el viajero que tienen coberturas de acuerdo a la póliza contratada, en el mercado también hay otra opción de asistencia en caso de presentarse algún accidente menor o grave.

Los viajeros tienen cada vez más conciencia sobre la importancia de tomar medidas preventivas antes de visitar otro país, en particular, en lo referente al cuidado de su salud.

En entrevista Carlos Bricka, Country Manager de Assist Card, señaló que contrario a lo que dice la vox populi: "en México no son



previsores", nuestro país se encuentra entre las cinco naciones más importantes en ventas a nivel mundial para la compañía.

Esto se refleja, agregó, en el crecimiento que registra la empresa en función a sus ventas, ya que en los dos últimos años incrementaron 25%, en los últimos 12 meses vendió en México 250 mil tarjetas de asistencia.

La empresa tienen 47 años en el mercado con presencia en 180 países, en América Latina tiene 20 oficinas en aeropuertos.

Explicó que son una empresa especializada en asistencia al viajero, eso la diferencia de las compañías aseguradoras que también venden diferentes tipos

de pólizas: para automóviles y casas, entre otras, y las cuales hacen el reembolso al cliente hasta que presenta los comprobantes de gastos y pague el deducible.

Detalló que con Assist Card, el viajero, antes de salir del país, paga los servicios que podría necesitar, de esa forma ya queda cubierto el percance de salud y tendrá asistencia personal, en su idioma, durante todo el periodo de emergencia.

Un ejemplo del costo: pagando 90 dólares por 10 días se tiene protección por hasta 60 mil dólares. Dependiendo el producto contratado, la cobertura es por hasta un millón de dólares.

Bricka precisó que los servicios más solicitados son dos: asistencia médica y pérdida de equipaje, en el último caso el reembolso será hasta por tres mil dólares.

Considerando las necesidades del viajero, también hay cobertura para dispositivos móviles en caso de robo, serán mil dólares de reembolso, y asistencia a mascotas.

RIVIERA MAYA

Hoteles desde
\$3,072 MXN

Válido reservando antes del 20 de diciembre de 2019 y viajando antes del 20 de enero de 2020. Tarifa por noche. Consultar términos y condiciones.

» Travelinn® www.travelinn.com.mx
998-881-4815 | agencias@travelinn.com.mx



Incluyen a chef tapatía en Larousse



Fernanda Covarrubias, chef de La Postrería, fue incluida en la edición del libro "Larousse Grandes Chefs Mexicanos. Panadería, repostería y chocolatería".

La chef tapatía brinda su aportación a través de tres recetas: macaróns de coctel de margarita, un cheese cake de mandarina y un cacaoal que simboliza la historia e identidad del cacao mexicano.

El concepto de La Postrería que Covarrubias dirige en sociedad con el chef español Jesús Escalera, surgió en 2013 por la necesidad de tener un lugar donde ir a comer exclusivamente postres. Durante estos seis años los ingredientes más utilizados han sido el chocolate, huevo y vainilla, todos de carácter orgánico y genuino.

En cuanto al menú de La Postrería, se pueden encontrar tartaleta de cacao con almendras fritas, pastel de limón con mousse de coco y gel de maracuyá, galleta con nubes sabor a guayaba, cheesecake, yogurt, chocolate blanco y amaranto, bizcochos de miel, pastel de mango-coco con limón amarillo, biscochos y croissants artesanales, trufas negras y macaron de mole, por mencionar algunos.



Nuevo presidente en Carlson Inc.

La compañía internacional de gestión de viajes y firma de inversión privada anunció el nombramiento de Richard Gage como el presidente de la Junta Directiva. Durante 2018, fue nombrado vicepresidente de la empresa, ahora reemplaza a Diana Nelson en la Junta Directiva, ella completó su periodo como presidenta después de dos años consecutivos, de acuerdo a los requerimientos de la Carta de la Junta.

Durante la administración de Nelson, Carlson sufrió una reestructuración substancial en la cartera de sus negocios, incluida la venta de sus hoteles y restaurantes.

Cambios directivos en CWT

CWT, la agencia de gestión de viajes B2B4E, nombró a Andrew Gunnels como oficial jefe de compras, donde será responsable de las operaciones estratégicas globales de aprovisionamiento y compras de la firma, así como dirigir la gestión global de bienes raíces e instalaciones de compañía.



"Antes de dar el salto a compras estratégicas, Andrew trabajó en Finanzas. Esto le ha permitido sumar a su amplia experiencia global en aprovisionamiento y compras una visión y comprensión holística de cómo los resultados negociados influyen en el rendimiento de la empresa", dijo Michelle Frymire, vicepresidenta ejecutiva y CFO de CWT. "Su nuevo rol como Chief Procurement Officer se alinea con la estrategia 3.0 de CWT y permite a la función de compras tener un papel determinante en la mejora de la competitividad mediante el impulso de eficiencias en la provisión de gastos generales", añadió Frymire.

Antes de formar parte de CWT, Gunnels ocupó el cargo de vicepresidente senior de First Data, donde ayudó a liderar la transformación completa de la función de aprovisionamiento estratégico global de la compañía, consiguiendo mejoras financieras significativas.

Michael D. Waterman se une a Visit Orlando

El presidente y CEO de Visit Orlando, George Aguel, anunció que Michael D. Waterman se une a la empresa como nuevo director de Ventas, quien supervisará la industria de viajes y los equipos de ventas de convenciones para la asociación.

Con más de 30 años en ventas y marketing en la industria hotelera, Waterman ha colaborado por 24 años en múltiples puestos de liderazgo en Marriott International y su último trabajo fue como presidente y CEO de Visit Houston.

Su servicio en la industria incluye las



juntas directivas de la US Travel Association y Destination International.

"Mike es un líder de la industria, muy respetado, con gran experiencia y será una aportación fenomenal a nuestro equipo", dijo Aguel. "No podría unirse en un mejor momento, ya que nuestro destino está experimentando un extraordinario nivel de crecimiento desde la emocionante expansión de nuestro centro de convenciones de clase mundial, hasta la incorporación más significativa de habitaciones de hotel en 20 años, y el más reciente anuncio de nuestro nuevo parque temático".

"Estoy encantado de unirme a una de las organizaciones de destinos más respetadas y dinámicas del mundo. Empecé mi carrera en Orlando y sé que se sentirá como volver a casa", dijo Waterman.

Un hotelero al frente del Consejo de la Comunicación

José Carlos Azcárraga, CEO de Grupo Posadas, asume la presidencia del Consejo de la Comunicación (CC), tras la conclusión del periodo de Federico López Otegui, director de Administración y Finanzas de Conservas La Costeña.



Durante el evento, el presidente saliente presentó su informe de actividades y resultados del periodo 2017-2019, donde agradeció a todos los sectores de la sociedad.

"Mi periodo se dio en un momento de muchos cambios en el país, sabíamos la importancia y la responsabilidad de asumir los retos y ser partícipes. Es por ello por lo que no sólo dimos continuidad y fortalecimos los proyectos ya existentes, sino que también desarrollamos estrategias innovadoras para impulsar nuevos y relevantes movimientos sociales, logrando impactar a millones de mexicanos, convirtiéndolos en embajadores que se comprometieron con México y con los movimientos sociales del Consejo", mencionó López Otegui.

Por su parte, Azcárraga indicó que durante su gestión buscará la participación de todos los sectores y sentará las bases para crear la visión 2030 del CC.

"Estamos orgullosos de nuestra historia como organización. A lo largo de 60 años, el Consejo de la Comunicación ha trabajado incansablemente de la mano de empresarios, medios de comunicación, organismos sociales, instituciones de gobierno, agencias y miles de personas que han aportado lo mejor de sí mismos, de su compromiso, trabajo y corazón para impulsar las grandes causas de México", señaló Azcárraga.

"De parte de la Junta Directiva, estoy encantado de anunciar la decisión de nombrar a Rick como presidente de Carlson Inc., seguido de su efectivo rol de vicepresidente", mencionó Michael Sweeney, presidente del Comité de la Junta Directiva de Nominación y Gobernación, Carlson Inc. "La Junta también expresa su gratitud a Diana por su liderazgo en la compañía estos últimos 6 años y por posicionar a Carlson como una compañía sustentable y con crecimiento a largo plazo. Esperamos con antelación la transición de líder de la junta, bajo la dirección de Rick".

EVENTOS DEL Turismo

Hotel Xcaret recibe certificación 5 Diamantes

A tan solo 18 meses de su apertura, Hotel Xcaret México obtuvo la certificación 5 Diamantes de la Asociación Automovilística Americana (AAA) que cada año evalúa y distingue a los hoteles y restaurantes con los mayores estándares de calidad de Estados Unidos, Canadá, México y el Caribe.

"Actualmente, alrededor de 121 hoteles en el mundo cuentan con una certificación 5 Diamantes, lo cual representa que menos de 1% de los más de 27 mil hoteles inspeccionados y aprobados por la AAA han logrado esta certificación", aseguró Francisco Gutiérrez, director ejecutivo Hoteles Xcaret, quien agregó que "formar parte del selecto grupo de hoteles que ha conseguido esta certificación es un motivo de orgullo y alegría para todos en Grupo Xcaret".

En este sentido, los cinco pilares de Hotel Xcaret México están alineados a dicha meta y fueron las piezas clave para la obtención de la certificación AAA 5 Diamantes:

1. Arquitectura Eco-Integradora: preserva la ética y estética de la zona. Mantiene los paisajes naturales de la misma.
2. All-Fun Inclusive: brinda acceso ilimitado a sus parques y tours de Grupo Xcaret, así como transporte aeropuerto-hotel-aeropuerto y hotel-parques-hotel.
3. Sostenibilidad: Trabaja por lograr el balance y beneficio de las personas, el planeta y la prosperidad del negocio.
4. Plataforma Multiplicadora de Arte Mexicano: Uno de sus principales objetivos ha sido impulsar, fomentar, promocionar y preservar el arte y cultura del país.
5. Calidad extraordinaria de alimentos y bebidas: Su oferta gastronómica es una de las principales características de Hotel Xcaret México.



Aeroméxico, líder en reputación de la industria aérea

Por tercer año consecutivo Aeroméxico fue premiada como la compañía con mejor reputación del sector aeronáutico nacional por Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOR).

Asimismo, ubicó a Andrés Conesa, director general de la aerolínea, en el lugar 11 del ranking "Líderes con mejor reputación", que evalúa a 100 directivos de marcas con presencia en México, lo que le significó un avance de cinco posiciones respecto al año pasado.

Los resultados se basan en la valoración de más de 25 fuentes de información por parte de diversos especialistas, entre los que destacan



analistas financieros, representantes de ONGs, sindicatos, asociaciones de consumidores, periodistas económicos y académicos.

Entre otros indicadores, la empresa evalúa aspectos de servicio al cliente, prácticas de recursos humanos y proveedores, así como acciones de sostenibilidad, es decir, en ámbitos financieros, sociales y ambientales.

"Este logro de Aeroméxico se debe al esfuerzo de sus 16 mil colaboradores y la preferencia de sus clientes, por lo que refrenda el compromiso de continuar ofreciendo un servicio de excelencia para convertirse en la opción número uno", indicó su director general.

Nuevo capítulo de MPI en el Caribe mexicano



La mesa directiva 2019-2021 del MPI México, capítulo Caribe mexicano, creado para continuar impulsando el crecimiento de congresos, convenciones, incentivos y exhibiciones de los destinos turísticos de Quintana Roo, Yucatán y Campeche, tomó protesta ante los 58 invitados y socios que lo integran.

Al respecto Valeria Serrano, presidenta de MPI capítulo Caribe Mexicano, comentó: "buscamos ser agentes de cambio, un parteaguas entre el hoy y el futuro de nuestros destinos".

Dentro de los principales objetivos de este capítulo están: crear oportunidades de negocio B2B para sus socios a través de viajes de familiarización na-

cionales e internacionales, así como viajes de promoción en conjunto con asociaciones de hoteles de Cancún y Riviera Maya, el Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo y las secretarías de Turismo de Campeche y Yucatán.

La mesa directiva de MPI, capítulo Caribe Mexicano, está integrado por Guadalupe Ávila, como secretaria, y por Danielle van der Kwartell, como asesora. En las vicepresidencias están Andy Ortiz, de Membresías; Vicente Madrigal, de Administración y Finanzas; Salvador Bernal, de Educación; Bernardo Santillana, Comercial; Manuel Saracho, de Relaciones Institucionales, y Rocío González, de Comunicación.

Reconocen a Despegar como líder de eCommerce

La empresa de viajes online ganó el premio eCommerce Award dentro de la categoría "Los líderes del eCommerce de la industria turística", en Latinoamérica.

"Estamos muy contentos de recibir este reconocimiento. Contamos con 20 años de historia y operamos en 20 países de la región, lo que nos permite seguir acompañando a los latinoamericanos en la experiencia de vivir viajando. Gracias a la fuerte apuesta por el desarrollo tecnológico Despegar ofrece una experiencia personalizada para más de 18 millones de clientes", aseguró Sebastián Mackinnon, gerente general de Argentina y Uruguay.

El eCommerce Institute instauró estos premios con el objetivo de reconocer a las empresas que cumplen con las buenas prácticas y que con su constante trabajo hacen posible el desarrollo de la economía digital en cada país de la región.

Más de 150 empresas participaron en categorías como viajes y turismo, retail, moda y belleza, entretenimiento, entre otras. Entre los ganadores estuvieron Rappi, Adidas, MercadoPago y Falabella.

Hilton, segundo puesto entre mejores lugares para trabajar en México

El consorcio Hilton fue elegido como la segunda mejor empresa para trabajar en el país en el sector de hospitalidad, dentro del ranking de Los Mejores lugares para Trabajar Multisectorial 2019.

Con este reconocimiento, Hilton México es catalogada como una organización en donde existe un compromiso de implementar estrategias y prácticas de Recursos Humanos para mejorar su ambiente laboral.

La cadena fue galardonada por su liderazgo como empresa, donde la gente es tratada con respeto e imparcialidad, siente orgullo por el lugar donde trabaja y existe compañerismo. Así como por su ambiente de trabajo incluyente, oportunidades de crecimiento, desarrollo dentro de la empresa y el sentimiento de pertenencia.

Hilton México ofrece programas para ayudar a los miembros de equipo a prosperar personal y profesionalmente, con oportunidades globales de desarrollo y capacitación, tanto nacional como internacional. En las prestaciones laborales son líderes en la industria e incluyen, educación y estancias con descuento en las propiedades de Hilton en todo el mundo. En el marco de Thrive Hilton, la compañía está diseñando y creando un innovador espacio de oficina corporativa y vestimenta especial para los Miembros de Equipo que realizan tareas físicas demandantes.



GranPlan



Con Gran Plan, no tienes nada de qué preocuparte

Tienes avión, hotel y tour incluidos
para que tú, puedas relajarte

Gran Plan, tu viaje todo planeado

granplan.com