Periódico VIAJE

@periodicoviaje

@eisa.travel

Porque el **turismo** también se **lee**

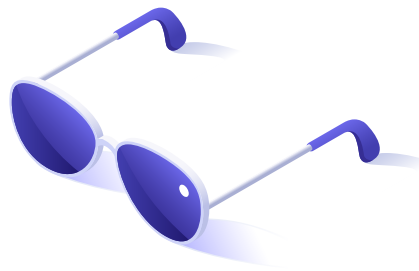
NÚMERO 126 AÑO 10 ENERO 2020

ENTREVISTA

Desde niño, el chef Carlos Gaytán aprendió a innovar en la cocina, lo vuelve a mostrar en su nuevo restaurante Tzuco en Chicago.

PÁG 5

Cautela para 2020



Las empresas y entidades ya tienen listas las estrategias que podrían llevarlos al incremento en el número de viajeros internacionales y de hasta 20% en la industria hotelera.

PÁGS 6 y 7

ACUERDO. Para la homologación total de procesos entre Delta y Aeroméxico resta 17% en la parte tecnológica y de aplicaciones.

PÁG 2

ANIVERSARIO. Fitur celebra 40 años. No dejarán de asistir Los Cabos, Mazatlán y Quintana Roo a la feria de Madrid. Más mexicanos estarán presentes.

PÁG 4

ESTRATEGIA. San Luis Potosí creó su comité organizador del Tianguis de Pueblos Mágicos, así atiende los requerimientos de la Sectur federal.

PÁG 8

AVIACIÓN

La homologación entre Delta y Aeroméxico está por concluir

El objetivo es que la experiencia sea similar al viajar por ambas compañías

MARGARITA SOLÍS

Los procesos de las aerolíneas son similares, pero hay temas técnicos que deben resolverse para alcanzar una homologación al 100%, en esta parte del trabajo se encuentra Aeroméxico y Delta Air Lines.

En entrevista con Periódico Viaje, Demetrio Acevedo, gerente general del Acuerdo de Colaboración Conjunta (JCA, por sus siglas en inglés), entre ambas aerolíneas, explicó que a dos años y siete meses de haberlo iniciado han logrado un avance de 83% en los procesos de homologación, el 17% restante es la parte más compleja porque involucra el tema tecnológico.

"Ahora vamos a la tecnología, es el 17%, es lo relacionado con la página web, entrar de un sistema a otro (de Aeroméxico a Delta y viceversa) y que el cliente pueda hacer su check in. Son inversiones a nivel mundial", señaló.

EXPERIECIA DE VIAJE SIMILAR

Ambas aerolíneas serán compatibles en sus páginas web para sus respectivos clientes; por ejemplo, el vuelo es operado por Delta pero el pasajero compró su boleto con Aeroméxico, para cualquier consulta o servicio adicional que requiera o hacer su check in se le redireccionará al portal de Delta para que lo haga, y a la inversa. En particular ese proceso simplificará la documentación en línea.

Ese mismo sistema lo harán para las aplicaciones móviles de ambas aerolíneas.

Otro tema que continúan trabajando es en Radio Frequency

> Estamos trabajando para tener una experiencia similar en ambas líneas aéreas"
> "Las expectativas se han superado gracias al esfuerzo de ambas aerolíneas. Ahora podemos decir que las bases para continuar innovando y creando mejores productos están a punto de consolidarse, por lo que esta alianza ha sido no solo una relación de negocios sino un aprendizaje que ha permitido potencializar oportunidades y brindarle un mejor servicio a nuestros clientes".
>
> DEMETRIO ACEVEDO
> GERENTE GENERAL
> DEL JCA

"En Aeroméxico tenemos ya la base donde estamos utilizando RFID para hacer el rastreo de maletas, pero todavía no está conectado a la aplicación de Aeroméxico", comentó.

Un beneficio más será que el viajero que pertenece al programa de TSA precheck (que pertenece a la Transportation Security Administration), con su tarjeta de embarque y que compró su boleto con Aeroméxico podrá cruzar por la línea de seguridad de una forma más rápida, el pasajero ya no tendrá que quitarse la ropa o alguna prenda de vestir. Delta ya lo tiene, y ahora es parte de la alianza y el trabajo que están haciendo para cerrar las brechas para que los clientes transfronterizos puedan utilizarlo.

Hacer compatibles las páginas web, contar con el RFID y el TSA precheck, además de mejorar las operaciones para las aerolíneas, también generarán un beneficio en la salud del pasajeros, esto se identificó luego que Delta realizó una serie de estudios donde detectó que el simplificar ciertos servicios y trámites reduce el estrés del viajero.

"En Estados Unidos hicimos estudios de cómo reacciona un cliente desde que hace su check in hasta que llega a su destino final. Analizado en qué puntos tiene más estrés: cuando pasa por la línea de seguridad y al documentar su equipaje por el temor que no llegue al destino", detalló Acevedo.

EL PRÓXIMO ACUERDO

La estrategia de Delta es tener aliados con la misma fuerza comercial, por ello es que está trabajando en un nuevo acuerdo entre Estados Unidos y Canadá.

En esta ocasión lo hará con WestJet Airlines, que "es la línea grande en Canadá", indicó, y será similar al acuerdo que tienen con Aeroméxico.

"Delta ha visto que las alianzas es una manera muy eficiente para crecer y dar más servicio y más destinos a nuestros clientes. La estrategia es tener aliados que son muy fuertes para combinar con la fuerza de Delta, porque tenemos un producto atractivo y competitivo con todo el mundo", afirmó Aceves.

De esta forma es como Delta espera concluir el 2020 que apenas inicia.

Escanea y suscríbete, ¡es gratis!

DIRECTORIO

● CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN, COBERTURA Y PERFIL DEL LECTOR folio 00281-RHY emitido por RHY 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.126, enero 2020, es una publicación mensual editada por **Eisa Multimedios 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 Solis 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 (en trámite). ● **CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO Y CONTENIDO** En trámite ● 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 diciembre de 2019 con un tiraje de **10,000 ejemplares** ● **DISTRIBUIDOR:** Eisa Multimedios 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)

Centros de esquí en Canadá para toda la familia

En Big White, Sun Peaks y Blue Mountain las actividades de nieve se pueden realizar en familia.

MARGARITA SOLÍS

En la Columbia Británica y Ontario, Canadá, existen algunos de los sitios predilectos de los viajeros mexicanos que gustan de practicar el esquí y otros deportes de invierno.

BIG WHITE

Es un resort ski-in/ski-out, ya que se puede esquiar desde el mismo momento en que se sale del hotel.

Se encuentra a cinco horas de Vancouver y una hora de distancia del Aeropuerto Internacional de Kelowna, en Columbia Británica, desde ahí se puede rentar un auto, contratar el servicio de taxis o reservar el traslado que ofrece el resort.

Big White tiene más de 118 pistas para quienes ya son expertos, pero también las hay para los niveles intermedios y principiantes.

Se recomienda esquiar en sus senderos de nieve fresca conocidos como "bowls" y admirar los "fantasmas de nieve", como les llaman a los árboles nevados.

Adicional a las actividades de nieve, otro de los deportes que ahí se practica es el snowboard en familia.

La experiencia de tener una sesión de spa a dos mil 318 metros de altura, es particular, más aún porque se utilizan sólo productos orgánicos.

SUN PEAKS

También se encuentra en la Columbia Británica, está a cuatro horas de la ciudad de Vancouver, otra forma de llegar es por el Aeropuerto de Kamloops.

El complejo está diseñado para actividades en familia, por ello cuenta con pistas adaptadas a todos los niveles de prácticas posibles.

En un área de cuatro mil hectáreas de terreno que abarcan tres montañas, se puede practicar el esquí y el snowboard.

Sun Peaks es considerado el segundo complejo más grande de Canadá para realizar actividades de invierno, como paseos en carruajes jalados por caballos, motos de nieve y trineos tirados por perros.

Si gusta de la pesca deportiva aquí puede aprender a hacerlo en hielo con un guía local.

Sun Peaks, British Columbia.

Blue Mountain, Ontario.

Big White, British Columbia.

BLUE MOUNTAIN

Es el tercer resort de ski más concurrido en Canadá, después de Whistler y Mont Tremblant. Tiene más de 40 pistas de esquí y snowboard, 16 remontes y tres terrenos para practicar actividades fuera de pista.

Blue Mountain se encuentra a dos horas y media de Toronto, Ontario, después debe hacerse un recorrido de dos horas en automóvil.

Los visitantes también tienen una amplía opción de sitios para disfrutar de la gastronomía local luego de su jornada de esquí.

Blue Montain es un sitio particular, ya que tiene atracciones diferentes a las que un destino de nieve ofrece normalmente, como es la montaña rusa llamada Ridge Runner, es un recorrido de un kilómetro a una velocidad de 42 kilómetros por hora; también se puede disfrutar de Plunge! Centro Acuático con albercas y toboganes en espacios abiertos y cerrados, para disfrutarlo cualquier temporada del año.

Otra actividad que se puede realizar es Hummer snowshoe tour, es subir hasta un monte en un vehículo cuatro por cuatro, para después recorrer los senderos en snowshoe.

Cada uno de estos destinos canadienses tiene sus propios atractivos que harán de las vacaciones días únicos e inolvidables, los viajeros tendrán ganas de regresar para continuar descubriendo nuevas actividades.

LO QUE DEBE CONSIDERAR

- **El servicio de traslado** desde el aeropuerto al resort se debe reservar con 72 horas de anticipación.
- **Al manejar en carretera** se deben extremar las precauciones, ya que el clima puede ser adverso.
- **Para cualquier actividad** de nieve debe llevar sus propios guantes, no son artículos que se incluyan en cualquiera de esos servicios.

Comentarios al Vuelo **ROSARIO AVILÉS**

BOEING DETIENE LA FABRICACIÓN DEL MAX

Uno de los asuntos que conmovieron a la aviación mundial en este 2019 fue la secuela del accidente de la aerolínea Ethiopian Airlines, cuando el vuelo 302 en un Boeing 737 MAX se precipitó a tierra en el momento del despegue. A pesar de los impresionantes márgenes de seguridad del transporte aéreo, de vez en cuando hay accidentes fatales, de modo que año con año nos enteramos de estos eventos, muy lamentables, que suelen provocar investigaciones exhaustivas para -una vez determinada la causa probable y los factores contribuyentes- se emitan recomendaciones a todas las aerolíneas para que tomen medidas que eviten que algo semejante se repita en el futuro.

Lo relevante en este caso, es que el accidente de Ethiopian en este modelo específico desarrollado por la Boeing, fue el segundo en un 737 MAX, muy semejante a lo ocurrido meses antes, en octubre de 2018, pero en el vuelo 610 de Lion Air. El resultado fue que las autoridades de diversas naciones prohibieron que el MAX siguiera volando en sus cielos, por lo cual las aerolíneas que estaban operándolo decidieron ponerlo en tierra. Estamos hablando de un total de 300, pero a partir de marzo dejaron de recibir las aeronaves ya pedidas, a pesar de que Boeing siguió fabricándolos hasta el 16 de diciembre pasado.

El anuncio de que Boeing decidió frenar la producción tomó por sorpresa a diversos sectores, pues justo unos días antes la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) había dicho que esperaban que el MAX sería autorizado a volar en poco tiempo, aunque no pudo precisar la fecha. Hasta donde las investigaciones han llegado, el problema se originó por innovaciones que

modificaron la estabilidad del avión en el despegue, por lo cual le fue incorporado un software que no fue explicado suficientemente a los pilotos, y ello generó los fatales desplomes.

Las secuelas de los accidentes han sido variadas y tocan no sólo a la empresa, que sin duda se ve afectada por las demandas de los deudos del accidente y de los operadores afectados, por la baja en ventas y por el daño reputacional que ya se deja ver en las preferencias de aerolíneas por otras marcas, en especial por el modelo rival, el Airbus Neo que es la competencia directa.

Muchas aerolíneas han tenido pérdidas económicas, como Southwest, que calcula un quebranto por más de 430 millones de dólares por la cancelación de 175 vuelos semanales. En nuestro país, Aeroméxico ha sufrido por la puesta en tierra de 12 aviones además de los que no ha recibido, con una pérdida de 7% en pasajeros. El asunto también implica afectaciones para la economía de los Estados Unidos, ya que Boeing es una de sus marcas insignia y uno de los empleadores y desarrolladores de tecnología más importantes. El caso dará, sin duda, mucho de qué hablar en el futuro, pero es innegable que, en adelante, las autoridades aeronáuticas serán mucho más rigurosas con las innovaciones.

raviles0829@gmail.com

Asistirán destinos mexicanos a Fitur

Los Cabos, Mazatlán y Quintana Roo son algunos de los que han confirmado suparticipación a la feria que cumple 40 años.

MARGARITA SOLÍS

La Feria Internacional del Turismo (Fitur) Madrid 2020 tendrá una doble celebración, su 40 aniversario y los 70 años de relaciones diplomáticas entre España y Corea del Sur, éste último nombrado como país socio en la edición 2020.

En el evento que se realizará del 22 al 26 de enero en el IFEMA, el Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo de Corea del Sur, como país socio, y su Organización de Turismo presentarán una campaña promocional dirigida a los viajeros españoles, denominada "Imagine your Korea".

Una novedad será el aumento en la extensión de la superficie de exposición y un orden diferente en la asignación de pabellones. Otra será la nueva plataforma llamada Fitur Meet Africa, que permitirá agendar reuniones para conocer la oferta turística de 31 países del continente africano.

Con la celebración de los 40 años se esperan superar las cifras de 2019, cuando registró 10 mil 487 empresas participantes de 165 países, donde también participaron 142 mil 642 profesionales y asistieron 110 mil 848 visitantes de público en general.

Fitur es el punto de encuentro global para los profesionales del turismo, es la feria líder para los mercados receptivos y emisores de Iberoamérica.

CASO MÉXICO

Los destinos y estados mexicanos que están confirmados en asistir a Fitur son Mazatlán, Baja California Sur (BCS) y Quintana Roo, con el objetivo de ampliar la promoción en los mercados europeos y así incrementar el número de viajeros internacionales, por tanto en la derrama económica.

Mazatlán tendrá un stand para que mostrará diferentes segmentos como el cultural, de naturaleza y gastronómico. Además, se realizarán reuniones con tour operadores y aerolíneas europeas.

Con el Fideicomiso de Turismo de Los Cabos estará representado BCS en Fitur, afirmó Luis Humberto Araiza López, secretario de Turismo, Economía y Sustentabilidad (Setues) de la entidad.

En tanto que Darío Flota Ocampo, director del Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo, confirmó que asistirán con el pabellón de Caribe Mexicano, el cual estará financiado con sus propios recursos y no contrataron los servicios de Crea, filial de OCESA, que ahora se encarga de las ferias internacionales.

ENTREVISTA

En Tzuco están presentes los sabores de la familia

En entrevista, el chef Carlos Gaytán habla de su nuevo restaurante y porqué es innovador en la gastronomía

LAURA RODRÍGUEZ

Estando en Chicago, una de las ciudades más vibrantes e intensas de Estados Unidos, se puede visitar un espacio que remonta a los sabores y ambientes de la gastronomía mexicana, es Tzuco del chef Carlos Gaytán.

Una segunda oportunidad está viviendo el chef en Chicago con su nuevo restaurante que inauguró hace tres meses, luego que con Mexique lograra la hazaña de ganar una estrella Michelin, aunque meses después tuvo que cerrar sus puertas.

El chef Carlos Gaytán otorgó una entrevista a Periódico Viaje donde refiere a Tzuco como su propia casa por los detalles y el ambiente de los cuales se gozan desde que se cruza su entrada. El lugar se hizo viral, hay que esperar cuatro semanas para tener una reservación.

"Es un lugar súper especial, es un pedacito de México en el extranjero. Desde que entras al restaurante tiene muchas cosas de mi pueblo natal (Huitzuco, Guerrero). Es venir y entrar a casa de mi madre", describió.

Gaytán considera como una bendición el que la gente esperara con ansias el regreso de su gastronomía, tiene reservaciones hechas para las siguientes tres semanas, esto lo ha llevado a considerar abrir el restaurante a las 16:00 horas, siendo que sus servicios inician a las 17:00 horas.

"Desafortunadamente o afortunadamente no hay espacio ni siquiera para los amigos. Estamos en pláticas para poder abrir una hora más temprano para poder atender a la gente que quiere venir. Imagínate cenar a las cuatro de la tarde, sería una comida o una cena. Abrir a esa hora será una de las soluciones, por el momento, en lo que decidimos qué hacer", aseguró.

Su historia de lucha y esfuerzo, reconoce, viene desde la familia, las enseñanzas que le ha dado la vida son de sus abuelos y su mamá.

La inspiración, dicho por él, viene de su pueblo y de su infancia, ya que a falta de dinero para ir al mercado a comprar los alimentos, los buscaban en el campo. Los tomatillos, el cilantro de monte, aprender a cazar, pelar, cocinar y conservar un conejo lo aprendió a muy temprana edad.

"Puedo mencionar muchos ingredientes silvestres que encuentras en el campo y aprendes a cocinar mil cosas con ellos, entonces no te limitas y no haces una cocina tradicional, estás innovando por la necesidad y porque no cuentas con el dinero suficiente para ir al mercado. Lo mismo me pasa aquí, cuando digo los sabores de casa me recuerda mucho eso, que cuando no tienes los ingredientes necesarios, pero si puedes encontrar otros, tienes que ser muy creativo para llegar a lo que quieres hacer", refirió.

Un platillo que no ha logrado replicar son los frijoles de su abuela, a quien visitaba diariamente de niño para comerlos. Junto con su madre ha intentado llegar a ese sabor, desde la preparación en olla de barro hasta la cocción lenta en el fogón, pero hay un ingrediente que nunca conoció, fue el secreto de la abuela.

Hay dos opiniones que son valiosas para él. De una forma honesta dijo que sigue aprendiendo de su madre, quien lo corrige día a día en las cosas que prepara. Desde los 8 años de edad su hija, afirmó, lo ha venido retando y ayudando a mejorar su comida, ella actualmente tiene 22 años.

"Me dio gusto que ella (su madre) me visitará a penas y probara todo mi menú, y me dijera de todo. Igual que mi hija, tiene un paladar increíble, ella me dice honestamente qué piensa de la comida, que cambiarle y que no, o que debo aumentarle", compartió.

Recibió una estrella Michelin "sin saber qué era o trabajar para una. Fue un aprendizaje nuevo para mí". Así se convirtió en el primer chef mexicano y de Latinoamérica en portar una. Esto sucedió en 2013 y la repitió en 2014.

En el nuevo restaurante hay un comal muy especial, es el primero que curó y donde hizo sus primeras tortillas hechas a mano.

> Me di cuenta que el sueño americano era muy superficial, no era nada real, era muy conformista, no era de batalla. Nunca he querido ser uno más de la lista, siempre he querido hacer la diferencia en todo lo que yo hago. Así han sido mis batallas".
>
> Lo que pueden esperar en Tzuco es un tipo de comida "comfort food", donde pueden compartir, todo es muy familiar, pero nada tradicional de lo que se prueba en México. Déjense sorprender por los sabores que son muy únicos".
>
> C G

ESQUITES A SU ESTILO

"Los esquites son inspiración de los mercados de la Ciudad de México. Te vas al mercado de Jamaica a buscar unas flores y de repente te encuentras con un puesto de esquites, lo que es una maravilla. Eso es lo que quiero hacer recordar, los mercados y calles de México. Siempre le voy a poner mi toque, mis esquites son únicos, ¿cómo te voy a sorprender? Agregando un toque de mayonesa de azafrán con chile piquín y queso de cincho de Huitzuco, los termino con un poco de ahumado de madera de manzana".

MARGARITA SOLÍS,
VÍCTOR CISNEROS
Y JANETH OCHOA

Hay confianza en que la economía repunte y se genere un crecimiento sostenido en la industria turística

Con reservas en pronósticos para

Las condiciones estructurales que tiene el sector turístico se mantienen firmes, por lo que autoridades, empresarios y especialistas confían en el desarrollo positivo para 2020 de la llamada: industria sin chimeneas; sin embargo se mantuvieron reservados para dar cifras y porcentajes de crecimiento.

La conquista de nuevos mercados, la diversificación de segmentos, mejorar la competitividad, la apertura de más cuartos de hotel, inversiones sostenidas y la ampliación de la infraestructura que también beneficie al turismo, son algunos de los elementos que se desarrollarán este año.

LA OPINIÓN

De acuerdo con Teresa Solís, experta en la industria de Turismo de Deloitte México, para este nuevo año se mantendrá el interés de los inversionistas, en particular de los extranjeros que buscarán explorar las áreas de oportunidad que tiene nuestro país en destinos como Los Cabos, Ciudad de México, Riviera Nayarit, Riviera Maya y Puerto Vallarta, ya que son lugares que siguen desempeñándose con niveles de crecimiento muy importantes.

Adicionalmente, comentó que el turismo es una industria fortalecida por los muchos años de trabajo en su ordenamiento, por tanto cuenta con las condiciones estructurales para que trabajen de manera conjunta los sectores privado y público, lo que "seguramente traerá un 2020 con buenas noticias".

La exfuncionaria federal no adelantó sus proyecciones para este año en materia de derrama económica, número de viajeros y crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) Turístico, porque en Deloitte, donde ahora se desempeña, se encuentran en el proceso de análisis y de cierre de año.

"Seguramente en este mes de enero nos reuniremos con la industria para dar las perspectivas desde el punto de vista político y económico, entonces se sabrá la perspectiva de crecimiento", afirmó.

Agregó que la industria turística a nivel global ha crecido por arriba de 4% y lo que se espera es que México continúe por encima del promedio global. "Tenemos que crear esas condiciones, esto tiene que ver con la colaboración público-privada. Sabemos que hay unos retos en materia de conectividad aérea que deben resolverse para mantener ese crecimiento, ya que debemos recordar que nuestro principal mercado emisor es Estados Unidos".

Y señaló que "afortunadamente", tras un año de la nueva administración federal, hay una mejor organización en pro del sector, muestra de ello fue la creación del Consejo de Diplomacia Turística (CDT), donde el sector privado participa con voluntad y compromiso por cerrar filas, y a nivel estatal, municipal y de Gobierno federal para asumir una actitud propositiva.

LA INDUSTRIA Y LOS DESTINOS

Los Cabos, en Baja California Sur, se ha caracterizado por detonar el crecimiento de la industria hotelera de lujo, este año no será la excepción.

Lilzi Orcí Fregoso, presidenta ejecutiva de la Asociación de Hoteles de Los Cabos, expuso que la expectativa para 2020 es un incrementó de 20% en el inventario hotelero de lujo, comportamiento que mantendrá hasta 2023. Afirmó que estos resultados son derivados de las estrategias de promoción del destino.

Para este año también esperan la llegada de viajeros de España, Francia y Alemania, luego que TUI iniciara operaciones desde Londres con una frecuencia semanal y que se prevé un segundo vuelo para los siguientes meses, por ello es que atrajo el interés de otras aerolíneas europeas.

Orcí Fregoso también expuso los retos que tienen para este año, derivados del crecimiento que está reflejando el destino: "tenemos retos que cubrir internamente, como son la rotación del personal, trabajar con las autoridades para ofrecerles vivienda a los nuevos

colaboradores por toda la creación de empleo. Porque se necesita vivienda y servicios públicos".

En el transcurso del año se mantendrán diversificando campaña de promoción para ofrecer productos acorde a las necesidades de cada segmento turístico, los esfuerzos continúan en los viajeros frecuentes de Estados Unidos y Canadá, pero también en los mercados emergentes como Australia, Brasil, Colombia y Reino Unido que mantienen su interés en el destino.

QUÉ DICE EL CPTQR

Pese a que fue un año complicado para Quintana Roo, Darío Flota, titular del Consejo de Promoción Turística del estado (CPTQR), indicó que para 2020 espera superar las cifras de 2019 que, aunque fueron mayores que las de 2018, no crecieron como se esperaba.

"El 2020 es muy especial porque se celebra el medio siglo de Cancún. Esperamos que haya un repunte, una recuperación del mercado, en especial el de Estados Unidos. Las aerolíneas nos han manifestado que van a ir incrementando el número de asientos hacia Cancún, luego que hubo una disminución por la obligación de dejar en tierra sus aviones nuevos Boeing 373 Max", dijo en entrevista.

Para 2020, indicó que se abrirán alrededor de 25 mil cuartos de hotel en el área denominada Costa Mujeres, cerca del Pueblo Mágico de Isla Mujeres, donde hasta el momento ya están operando más de seis mil habitaciones, lo que convertirá a esa franja en uno de los mayores puntos de inversión.

En Costa Mujeres, además de cadenas que ya operan como AM Resorts, Paladium, Atellier, entre otras, hay un campo de golf; sin embargo, se espera la llegada de hoteles de categoría cinco estrellas.

En cuanto a otros proyectos, señaló que están programadas obras como la ampliación de la carretera Cancún-Playa del Carmen; la construcción del puente sobre la laguna Nichupté que ayudaría a acortar el trayecto de ese lugar a la zona hotelera y aliviaría el tránsito, además de servir de alternativa en caso de accidente o algún otro percance.

EN MICHOACÁN

Claudia Chávez López, secretaria de Turismo de Michoacán, comentó que para 2020 reforzarán las rutas aéreas con conexión directa a la entidad, principalmente las de Monterrey, Tijuana, Ensenada y la Ciudad de México, que es su principal mercado.

"Nos importa seguir fortaleciendo estas rutas, principalmente la de CDMX y el Bajío que es nuestro mercado natural. Nos interesa la parte del sureste mexicano a donde queremos llegar; sin embargo, ahí hay que tener una buena conexión aérea", afirmó en entrevista Chávez López.

Aseguró que la conectividad en el aeropuerto de Michoacán es inmejorable, ya que además cuentan con siete rutas desde Estados Unidos, prueba de ello es la recién apertura del vuelo procedente de la terminal Hertz en Chicago. No obstante, apuntó que quieren ampliar su aeropuerto, "pasito a pasito".

Asimismo, se le dará impulso al Turismo Deportivo en la entidad al ser sede de eventos como el primer triatlón avalado por la federación mexicana, el Ultra Trail y Campeonato Nacional de Motocross, los cuales generan una gran derrama económica en poco tiempo (tres días).

IMPULSO AL SEGMENTO DE NEGOCIOS

Guanajuato quiere mantenerse en la mente de los viajeros mexicanos, por lo que además de impulsar el Turismo de Reuniones y de seguir creciendo en el segmento romántico, desea atraer más turistas internacionales, en especial viajeros de Japón.

"Para 2020 queremos abarcar más mercados, por ejemplo, el japonés, en el estado hay más de mil 500 japoneses viviendo, han llegado por viajes de negocios y muchas veces vuelven a trabajar aquí, así que como ya tenemos un dinamismo con estas visitas, queremos aprovecharlo para que lleguen más y recorran nuestro estado ya como visitante de placer. Ahí estaremos picando piedra para atraer ese importante mercado y también el de Alemania y España", destacó Teresa Matamoros, titular de la Secretaría de Turismo de Guanajuato.

Matamoros destacó que para este año tienen planes para mejorar la competitividad, a pesar que 2019 fue un año lleno de retos, se tiene la esperanza de luchar para sacar el turismo adelante.

"El plan para 2020 será mejorar la competitividad, no solo decir: ¡ven a Guanajuato!, sino asegurarle al visitante una experiencia que cumpla con su expectativa; por eso seguiremos impulsando el programa Estrellas Guanajuato para mejorar la experiencia del viajero. Sin duda es la capacitación y la cultura turística lo que puede ayudarte a sobresalir como estado, por lo que seguiremos trabajando muy cerca con cada una de las ramas del turismo. Seguiremos impulsando los segmentos de lujo, romance, de negocios y de eventos en los que tenemos una oferta importante", concluyó Matamoros.

APUESTA POR LOS EVENTOS

De todo el turismo que llega a Nuevo León, y en especial a la ciudad de Monterrey, entre 50 y 65% hace Turismo de Reuniones; sin embargo, la entidad apuesta por el desarrollo de otros segmentos como es el de los eventos.

"Al estado llegan casi un 50 a 65% de hombres y mujeres de negocios, pero también la gente llega por el Turismo Cultural o en busca de algún espectáculo que cada vez está generando más oferta, misma que a su vez genera más demanda y es uno de los segmentos con mayor crecimiento que forma a grandes promotores de Nuevo León y del turismo. Seguiremos apostando por este y otros segmentos a los que queremos llegar y así atraer no solo turismo nacional, sino también extranjero haciendo alianzas con Estados Unidos, especialmente con la gente de Texas. También creamos sinergias con aerolíneas y otras empresas que invierten en Nuevo León", resaltó Miguel Ángel Cantú, director general de Desarrollo Turístico de la entidad, sobre los planes para 2020.

Cantú mencionó que se espera un 2020 esperanzador para el turismo y esto se puede ver en el desarrollo de infraestructura hotelera que tiene el estado y principalmente la ciudad de Monterrey.

"Para 2020 traemos a partir de ahora más de dos mil 400 habitaciones en construcción, seguramente, durante el año abriremos otras mil 500 más, por lo que llegaremos a más de 17 mil habitaciones en Monterrey, son inversiones que hacen que tengamos una ciudad más fuerte", concluyó el funcionario.

Nuevo León también impulsará los segmentos Médico y de Naturaleza y Aventura, para mantener el crecimiento de la industria en la entidad.

Hablemos de Turismo **DRA. NATHALIE DESPLAS**

ASTROTURISMO

Desde hace miles de años, las culturas más avanzadas se guiaban por las estrellas cuando de ubicación se trataba. Esta no es una práctica nueva, pues la humanidad ha desarrollado esta técnica desde inicios de la civilización misma. Después, esta técnica fue utilizada para ubicarse en viajes largos, para saber dónde estaba el norte, el sur, el este y oeste y corroborar que la dirección tomada era la correcta. Sin embargo, con la innovación en nuevas formas de ubicación, esto dejó de ser indispensable.

Hoy en día, el avistamiento de astros y fenómenos como eclipses, lluvias de estrellas o hasta nacimientos de nuevos planetas, ha obtenido una tendencia en importante crecimiento a través de los últimos años. Ya no es para guiarse, sino para admirar los cuerpos celestes disponibles a la capacidad de la vista humana, o asistida por herramientas como telescopios u observatorios científicos. Sin embargo, debido a la contaminación ambiental, contaminación lumínica y posición geográfica, lograr ver las estrellas y los planetas implica un entorno ad hoc bien definido. Por ello, cada vez más turistas buscan las locaciones más adecuadas alrededor del globo donde puedan avistar cuerpos o fenómenos en el espacio exterior. Estos lugares suelen ser zonas alejadas de las ciudades donde no se presenta contaminación alguna.

En la actualidad existen oportunidades para hacer astroturismo en países como España o Islandia que despliegan una infraestructura óptica de observación astronómica de relevancia y muchas noches con cielo despejado al año. También, nuestro país presenta una oferta considerable de lugares para este tipo de turismo. Con alrededor de 280 alojamientos dedicados a este tipo de actividades, México es el segundo destino más importante para hacer turismo astronómico en América Latina después de Chile. Entre los lugares más atractivos para el turismo astronómico en nuestro país están la Zona del Silencio (Chihuahua, Durango y Coahuila), el Salto (Durango) y el Parque Nacional San Pedro Mártir (Baja California), entre otros. En estas locaciones se ofrece alojarse en cabañas, probar la cocina tradicional, ser parte de la cultura local, y a partir de que se mete el sol, preparar el telescopio para disfrutar de los avistamientos de los astros.

El turismo astronómico es uno de los subsectores del turismo con gran potencial de crecimiento y participación económica importante. En México, este mismo se presta para seguir promoviendo un turismo sustentable debido a las circunstancias, características y el estudio de las actividades que fomentan el astroturismo, ligan de alguna manera la investigación de nuestra existencia en la Tierra y la importancia de preservar la misma. Esta es una muestra más de que México lo tiene todo para seguir impulsando el desarrollo en cualquier lugar y comunidad de nuestro país. Trabajemos por seguir ofreciendo experiencias únicas y de calidad mundial en beneficio de nuestras comunidades.

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

SLP se alista para el Tianguis de Pueblos Mágicos

Comienzan con logística y preparativos. Buscarán atraer más turismo a la capital

VÍCTOR CISNEROS

Tras ser seleccionado para ser la próxima sede del Tianguis de Pueblos Mágicos, San Luis Potosí ya comenzó con la logística y preparativos para uno de los eventos más importantes del sector turístico nacional.

"Estamos reforzando el tema de la logística. Tenemos una reunión para la creación del Comité junto con el secretario de Turismo de San Luis para atender las sugerencias y requerimientos que solicita la Secretaría de Turismo federal para poder asignar a cada miembro del comité su función correspondiente", indicó Juan José González Velázquez, titular del Fideicomiso Público de Inversión y Administración para el Desarrollo del Turismo (Fidetur).

Entre las funciones que podrían corresponderle a González Velázquez es la promoción de San Luis Potosí capital junto con su Centro de Convenciones, y la oferta hotelera a lo largo de la entidad que "está en muy buen momento".

"La cadena de valor (iniciativa privada) está muy entusiasmada en participar en el próximo Tianguis de Pueblos Mágicos, junto con los tour operadores. Y uno de los propósitos es dar a conocer otra cara de San Luis, además de la de aventura y cultura, como es la de negocios", expresó.

La entidad cuenta con 10 recintos y un centro de convenciones que pueden dar cabida a cocteles y reuniones pequeñas con capacidad de entre 100 y 200 personas cada uno. "Estamos trabajando con el tema de los incentivos, en especial en la Ciudad de México porque es nuestro principal mercado a nivel nacional y es donde se concentran casi todos los meetings planners", dijo.

Otro de los propósitos al convertirse en la sede del Tianguis, acotó, es atraer más turismo a la capital de San Luis Potosí, que la gente voltee a ver más destinos además de la Huasteca que cuenta con hoteles de tres y cuatro estrellas, y que en mediano plazo se prevén más aperturas.

En cuanto a los Pueblos Mágicos que poseen: Aquismón, Real de Catorce y Xilitla, indicó que año con año se les ha dado el apoyo necesario a través del fideicomiso por impuesto sobre hospedaje que ha tenido buena derrama económica, aunado al trabajo que se ha realizado con la Secretaría de Turismo federal, por lo que este rubro no ha tenido problemas para el Tianguis.

Experiencias auténticas en Québec

Hasta
30%
de descuento

Québec©TQ/S. Deschênes

»Travelinn®

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

Reserva antes del 31 de Enero del 2020 para viajar antes del 22 de Marzo del 2020, oferta sujeta a cambios y disponibilidad.

SALÓN TIC ARTURO VELÁSQUEZ

EL 5G, UNA DE LAS TENDENCIAS PARA 2020

5G en el contexto de las telecomunicaciones son las siglas utilizadas para referirse a la quinta generación de tecnologías de telefonía móvil.

La primera generación de redes de telefonía móvil, 1G apareció en 1979, se basaba en tecnología analógica y solo permitía las llamadas telefónicas. A principios de los noventas apareció la 2G que marcó el cambio de lo analógico a lo digital, permitiendo el inicio de nuevos servicios, como los mensajes de texto. Con la red 3G, en 1998, apareció el internet móvil, muy limitado. Evolucionó al 3.5G permitiendo mayores velocidades de transmisión de datos, dando lugar al crecimiento del mercado de aplicaciones móviles. La red 4G que surgió en 2008 y posteriormente la 4G LTE en 2009, aumentaron la velocidad e hicieron posible el streaming, llevando el video a nuestros dispositivos móviles.

Los principales beneficios que ofrecen las redes 5G que están comenzando a desplegarse son:

- Una mayor velocidad de transmisión de datos, hasta 1 Gbps.
- Hasta 100 veces más dispositivos conectados por unidad de área en comparación con las redes 4G LTE.
- Reducción del 90% en el consumo de energía de la red.
- Hasta diez años de duración de la batería en los dispositivos IoT (Internet de las Cosas) de baja potencia.
- Un tiempo de latencia reducido probablemente de un milisegundo.

El tiempo de latencia es el retraso entre el envío y la recepción de información. Por ejemplo, cuando hablamos por WhatsApp y tardamos en escuchar la respuesta de la otra persona, eso tiene que ver con un elevado tiempo de latencia.

Para algunas aplicaciones, es fundamental reducirlo. Por ejemplo, los vehículos autónomos no podrían ser seguros si hubiera retrasos en la red. Algunas aplicaciones como la cirugía teledirigida no han tenido el crecimiento esperado, por limitaciones de las redes de comunicación. La tecnología 5G promete superar estos obstáculos.

Consideremos que el tiempo de una persona para comenzar a frenar cuando percibe la necesidad de hacerlo, es de medio segundo. Si viaja a 80 km/h habrá recorrido 11.1 metros; en un vehículo equipado con sensores y funcionando con una red que tenga tiempos de latencia de un milisegundo, antes de iniciar el frenado, solamente habría recorrido 2.22 centímetros.

Así, la red 5G es ideal para el crecimiento del internet de las cosas (IoT) lo que facilitará el desarrollo de automóviles autónomos y ciudades inteligentes. Estos cambios tendrán un impacto importante en la forma de viajar.

La realidad virtual (VR) y la realidad aumentada (AR) son otras dos de las tecnologías que impactarán considerablemente el sector del turismo junto con los nuevos estándares de la red 5G. Su aplicación permite mejorar la experiencia del viajero. Están surgiendo numerosos proyectos de experiencias inmersivas, como el "5G Interactive City", promovido por la alianza 5G Barcelona, una iniciativa digital para la adopción de esta red, con la colaboración del Grupo Mediapro, líder del sector audiovisual europeo y Orange, empresa multinacional dedicada a proveer servicios de conectividad. El turista podrá descubrir el interior de monumentos, edificios y tiendas, ver contenido relacionado o inclusive comprar virtualmente, mientras recorre una zona de la ciudad equipado con unos anteojos de VR y un control.

¿CUÁNDO LLEGARÁ LA 5G?

La tecnología 5G ha comenzado a desplegarse en países como Corea y Estados Unidos. En México es posible que en 2020 inicie la disponibilidad del servicio, aunque seguramente en zonas limitadas de Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Es importante considerar que los teléfonos compatibles con 5G son de la gama premium. Se espera que la cobertura 5G en Latinoamérica llegue al 40% de la población en 2025.

Es importante tener en cuenta que Apple actualmente no vende ningún iPhone que admita 5G, pero es muy probable que lo veamos el próximo año.

Seguramente 2020 será un año en el que escucharemos mucho sobre 5G.

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

Uber sigue innovando y podría traer sus helicópteros a México

La compañía cumplió seis años en el país con ocho millones de usuarios

JANETH OCHOA

Uber llevó su servicio a las alturas e inició vuelos en helicóptero en la ciudad de Nueva York, así conecta la isla de Manhattan con el aeropuerto John F. Kennedy en tan solo ocho minutos, una innovación que podría llegar a México en cualquier momento.

El Uber Elevate inició operaciones en Dubái en 2019, donde realiza viajes panorámicos a turistas por 12 minutos y que en Nueva York se ofrece más como servicio de traslado, podría ser una de las innovaciones que tiene planeadas esta empresa para traer a México en un futuro, explicó María Fernanda Reséndiz, directora de comunicación de Uber México.

"La innovación es parte de nuestro ADN, incluso Uber copter que es parte de nuestro Uber Air que corresponde a nuestra línea de vehículos de despegue vertical, seguirá creciendo y por supuesto que todo el próximo año seguiremos innovando y presentando soluciones en México y en todo el mundo", indicó.

La compañía que recientemente lanzó en México Uber para empresas acaba de cumplir seis años en el país y considera que 2019 fue un año en el que la compañía

refrendó su compromiso con el país, ya que actualmente se encuentran en más de 50 ciudades y 20 estados, además de que ya alcanzan los más de seis millones de usuarios.

"Queremos seguir siendo una plataforma para las ciudades y tenemos una serie de soluciones para las empresas, para ofrecer opciones de movilidad a sus clientes e invitados y seguimos trabajando con productos como Uber, Uber eats y Jump, mismos que México ha sido la puerta de entrada para llegar a Latinoamérica, entonces la introducción de estos diferentes productos marca un paso adelante para seguir innovando o presentando soluciones a los mexicanos", mencionó Reséndiz.

Es así como la compañía espera realmente seguir conectando con más personas y ampliar su oferta como Uber en más ciudades del país, siempre logrando buenos acuerdos con las autoridades para ofrecer mejores servicios.

"Intentamos que todo lo que presentemos sea algo que beneficie a las ciudades, a las personas y a las empresas, para que nuestros servicios estén al servicio de todos", concluyó.

GENTE DEL TURISMO

Nuevo Managing Director de BestDay.com

El corporativo turístico anunció el nombramiento de Nicolas Garber como su nuevo Managing Director de BestDay.com, en el área B2C (Business to Costumer).

Garber es licenciado en Economía Empresarial egresado de la universidad Torcuato Di Tella en Buenos Aires, y tiene una maestría en Marketing por parte de la Universidad de San Andrés en Argentina. Su trayectoria consta de más de 10 años en marketing digital asesorando a empresas en la optimización de su inversión publicitaria.

"La familia Best Day da la bienvenida a Nico Garber en esta importante posición dentro de la empresa. Sin duda, la combinación de su juventud, experiencia y compromiso darán excelentes resultados en BestDay.com, una de línea de negocio icono del corporativo", declaró Alejandro Calligaris, CEO de Best Day Travel Group.

"Agradezco la confianza que Best Day Travel Group ha depositado en mí. Este honor es motivo de orgullo y también una gran responsabilidad, la cual asumo como un reto que me entusiasma", mencionó Garber.

American Airlines hace cambios en Monterrey

Quien hasta la fecha se había desempeñado como supervisor del Aeropuerto de Los Cabos (SJD), Carlos Ortiz, fue designado como el nuevo gerente general de American Airlines en los aeropuertos de Monterrey, San Luis Potosí y Torreón.

"Carlos ha demostrado ser un líder ejemplar a lo largo de su trayectoria de más de 13 años dentro de American, tiempo en el que ha destacado por su dedicación, su atención al cliente y su capacidad de liderazgo, entre otras muchas habilidades que hoy nos llevan a otorgarle esta distinción", mencionó José María Giraldo, director general en México y Canadá.

Mientras que Ortiz dijo sentirse honrado y agradecido con American por haber pensado en él para liderar los tres aeropuertos. "Esta promoción representa un gran reto en mi carrera profesional y estoy seguro de que junto al gran equipo que tenemos seguiremos consolidando nuestras estaciones y superaremos los objetivos planteados por la compañía", añadió.

Carlos Ortiz comenzó su carrera en la aerolínea en 2006 como agente de Servicio en Los Cabos y posteriormente fue promovido a supervisor en 2011.

CTW amplía su equipo con nombramiento

Charlie Sullivan fue nombrado jefe de producto del equipo de distribución aérea de CTW para trabajar en colaboración con Erik Magnuson, vicepresidente de Capacidad de Distribución Aérea de la plataforma de gestión de viajes.

Ambos serán los encargados de dirigir la evaluación, estrategia y entrega de las capacidades de distribución de nueva generación de la compañía.

"Como directivo sénior comercial y de producto dentro de la industria de los viajes Charlie aportará a nuestro equipo recientemente establecido un profundo conocimiento de las necesidades de todas las partes interesadas. Además, reforzará el enfoque de nuestras operaciones, especialmente en lo referente al desarrollo de las futuras capacidades de distribución aérea, incluyendo la Nueva Capacidad de Distribución o NDC (por sus siglas en inglés)", señaló Magnuson.

Antes de su nombramiento, Sullivan fue responsable del programa de transformación de NDC de Travelport, empresa para la que trabajó más de 10 años en diversos puestos, incluido jefe de operaciones comerciales globales y vicepresidente de operaciones de proveedores. Asimismo, fue vicepresidente senior y director general de comercio en Worldspan.

EVENTOS DEL Turismo

Triunfa Perú en los World Travel Awards 2019

Durante la ceremonia de los World Travel Awards, considerados los "Oscar del Turismo", Perú fue uno de los máximos ganadores al obtener tres galardones.

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú) obtuvo "Mejor destino culinario del mundo", "Mejor destino cultural" y Mejor Atracción turística: Machu Picchu". Hay que destacar que el país sudamericano ha obtenido el reconocimiento en materia culinaria por ocho años consecutivos.

"El mundo cada vez reconoce más las maravillas de nuestro país: nuestra cocina, nuestro icónico Machu Picchu y nuestra cultura milenaria. También respalda los esfuerzos de promoción que venimos realizando desde el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Promperú, y nuestras Oficinas Comerciales en el Exterior, con el fin de atraer más turistas e impulsar este sector", destacó el ministro de Comercio Exterior y Turismo, Edgar Vásquez.

Por su parte, Luis Torres, presidente ejecutivo de Promperú, señaló que a través de la marca "Perú, Mucho Gusto", han impulsado la gastronomía y revalorado los usos, costumbres e insumos de todas las regiones del país; posicionando, además, las marcas sectoriales Super Foods Peru, Cafés del Perú y Pisco, Spirit of Peru. "Cabe destacar que ha contribuido a generar espacios de identidad y articulación regional", acotó.

Cozumel, doble celebración

Premiado como el mejor destino de buceo del Caribe y la celebración de su aniversario fue lo que destacó en la agenda de Cozumel.

Durante el Dema Show 2019, principal encuentro de buceo en Estados Unidos, Cozumel fue galardonado con el Premio Internacional "2020 Readers Choice Awards" como el mejor destino de buceo del Caribe que fue entregado por la revista Scuba Diving al director de Turismo municipal Pedro Hermosillo.

Por su parte, el presidente municipal, Pedro Joaquín Delbouis, destacó que por primera vez los tres niveles de gobierno y prestadores de servicios acordaron desde octubre pasado, restringir temporalmente las visitas a los arrecifes Palancar, Colombia y El Cielo para evitar la enfermedad denominada "síndrome blanco" provocado por el estrés de la gran cantidad de turistas y el calentamiento global.

Con motivo del 170 aniversario del decreto del pueblo de San Miguel Cozumel, autoridades del municipio se reunieron en una cena para celebrar este acontecimiento en el Dolphin Discovery. Durante la velada se logró recaudar fondos que se entregaron al DIF municipal.

Asimismo, el presidente municipal Joaquín Delbouis otorgó a Eduardo Albor un reconocimiento para la Fundación Dolphin Discovery I.A.P. por su compromiso y entrega con la comunidad, así como sus esfuerzos por mejorar la calidad de vida de los niños y niñas de México y el Caribe.

EVERYTHING CONCEIVED

to make every wish come true

Las vacaciones son muy personales, es por ello que ofrecemos tres opciones para viajar:
– Endless Privileges®, Unlimited-Luxury® y Unlimited-Fun® –
y sus espectaculares hoteles, todos frente al mar. Desde románticos sólo para adultos; clásicos y contemporáneos para familias, parejas y amigos; o elegantes paraísos tropicales enfocados al bienestar.

Pida un deseo

THE **AMRESORTS®** COLLECTION

ZOËTRY WELLNESS & SPA RESORTS	SECRETS Resorts & Spas	breathless RESORTS & SPAS	DREAMS Resorts & Spas
800 272 0612	**800 272 0613**	**800 022 1045**	**800 272 0614**
ZoetryResorts.com.mx	SecretsResorts.com.mx	BreathlessResorts.com.mx	DreamsResorts.com.mx

now resorts & spas	REFLECT RESORTS & SPAS	ALUA HOTELS & RESORTS	SUNSCAPE RESORTS & SPAS
800 020 3564	**800 062 4589**		**800 087 4891**
NowResorts.com.mx	ReflectResorts.com.mx	AluaHotels.com	SunscapeResorts.com.mx

Disfrute Endless Privileges®, Unlimited-Luxury® y Unlimited-Fun® en:

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 • La Romana • Puerto Plata • Punta Cana