

Consejo de Diplomacia Turística listo para sustituir al CPTM

Los miembros del nuevo organismo encargado de promocionar a México, en el extranjero y a nivel nacional, se

dieron a conocer en la ceremonia de instalación del Consejo de Diplomacia Turística, llevada a cabo de la

Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE). De acuerdo con el Director de Promoción Turística de SRE, Ignacio Cabrera, el consejo que sustituirá al Consejo de Promoción Turística (CPTM) fungirá como órgano de consulta, asesoría, apoyo técnico, y creador de estrategias que promuevan los intereses de México en la industria turística.

¿Cómo se financiará?

Como ya fue anunciado por el presidente Andrés Manuel López Obrador, y rectificado por el Secretario de Turismo, Miguel Torruco, el impuesto que pagan los extranjeros al ingresar a nuestro país, el Derecho No Residente (DNR),

VAYA A LA PAGINA 18



Miguel Torruco, Secretario de Turismo; Marcelo Ebrard, Secretario de Relaciones Exteriores; e Ignacio Cabrera, Director de Promoción Turística de SRE.

Sigue creciendo el compromiso de Travelinn con los agentes de viajes

Travelinn, B2B de PriceTravel Holding con atención exclusiva a más de 4,000 agencias de viajes en México y Colombia, está cada vez más comprometida con los agentes, por ello invierte más en tecnología para brindarles

las mejores funcionalidades para contribuir a incrementar sus ventas.

Guadalajara, Mérida, Monterrey, Querétaro y Veracruz fueron los destinos a donde llegó recientemente el

equipo de Travelinn para dar a conocer las nuevas funcionalidades de la plataforma. Los agentes también se reunieron con más de 20 socios comerciales que estuvieron en esta gira, con el fin mostrarles las novedades de sus productos.

Travelinn, unidad de negocio que logró un crecimiento en transacciones de más del 32 por ciento durante este primer semestre comparado con el mismo periodo en 2018, ofrece una plataforma integral de ventas con tecnología de punta, diversidad de productos, variadas formas de pago, servicio con atención exclusiva 24/7, un programa de lealtad a través de puntos, un sistema de marketing para crear y difundir promociones.

VAYA A LA PAGINA 11



Juan Socas, Director de Alianzas Comerciales de PriceTravel Holding.

El nuevo Tamaulipas que promueve Olivera Rocha



Edgar Solís, Subsecretario de Turismo de Tamaulipas; Salvador Rosas, Diputado Federal de Tamaulipas; y Fernando Olivera Rocha, Secretario de Turismo de Tamaulipas.

“Queremos dejar muy claro que Tamaulipas no es la misma del 2013, es el nuevo Tamaulipas donde Tampico es la tercera ciudad más segura del país y donde las inversiones extranjeras están aumentando. Es un reto hacer promoción teniendo en cuenta la situación de seguridad que se tuvo en el pasado. Pero se ha trabajado fuertemente para consolidarse como un estado seguro para viajar”, dijo Fernando Olivera Rocha, Secretario de Turismo de Tamaulipas, en conferencia de prensa.

Durante el evento, convocado para dar a conocer la oferta vacacional del estado fronterizo, aseguró que, además de bajar su índice delictivo, se posicionó como el séptimo estado que recibe más inversión directa extranjera durante este año, lo que refleja un sentido de confianza y seguridad para los empresarios que

VAYA A LA PAGINA 16



Las Escolleras, en Playa Miramar, que separan el Río Pánuco del mar. Para comer ricos mariscos y disfrutar la hermosa vista.

Novedades de los mejores proveedores de Travel Impressions



Los 29 proveedores que asistieron a Best of the Best 2019.



El equipo de CWW Travel México presente en Best of the Best 2019



Inés Goróze, representante de Brand USA, con el equipo de Travel Impressions.

HOUSTON
¡HEMOS ATERRIZADO!

Hola Houston

VIVE UNA AVENTURA FUERA DE ESTE MUNDO
WWW.HOLAHOUSTON.COM

Durante el marco del Best of the Best 2019, evento de Travel Impressions que reúne a lo mejor de la industria turística en nuestro país. Se presentaron 29 proveedores ante los agentes de viaje más productivos para la operadora. Durante los 3 días de evento, llevado a cabo en Dreams Tulum Resort & Spa, cada uno brindó seminarios de utilidad para los invitados.

El primer día de capacitación arrancó con un desayuno patrocinado por Visit Orlando, Ismael Borja, representante de Visit Orlando en México, mencionó que el destino siempre se está renovando y es necesario capacitarse, por lo que recordó que hay muchas herramientas para los agentes de viaje, como Orlando Travel Academy que tiene 7 módulos para ser experto en el destino. Apuntó que siempre tienen material para sus clientes en la página exclusiva para agentes de viaje o pueden bajar la aplicación móvil.

En caso de Disney Destination, Eduardo Rocha, Sales Training Manager International Travel Industry Sales, precisó que para el 29 de agosto llegará Star Wars Galaxy's Edge a Walt Disney World, el

nuevo territorio temático de los parques de diversiones que marcará un referente para los fanáticos de las cintas ya inaugurado en California. Respecto a otras novedades, dijo que se espera un nuevo show a partir de octubre en Epcot, junto con la inauguración de la montaña rusa de Guardians of the Galaxy, la experiencia de Ratatouille en el pabellón de Francia.

También apuntó que en disneyagentesdeviajes.com se encuentran capacitaciones e información de utilidad para el agente. Uno de los temas que más resaltó fue el plan de comidas Disney, 3 tipos de planes exclusivos para huéspedes de resort Disney, que van desde paquetes de servicio rápido, crédito de servicio a la mesa y snacks. Un servicio que será beneficio para los visitantes ya que el cuarto mayor costo de viaje es la comida, un plan exclusivo de venta a través de agentes de viajes.

En Orlando también se ubica el Space Kennedy Center, el único lugar de la tierra donde puedes ver un lanzamiento de cohetes, entre sus actividades

VAYA A LA PAGINA 5

¡VACACIONES ALL-INCLUSIVE EN EL CARIBE!

PALLADIUM
HOTEL GROUP

GRAND PALLADIUM
HOTELS & RESORTS

TRS
HOTELS

FAMILY SELECTION
AT GRAND PALLADIUM HOTELS & RESORTS

OFERTAS VÁLIDAS HASTA EL 17 DE AGOSTO DE 2019



RIVIERA NAYARIT
FAMILY SELECTION
AT GRAND PALLADIUM
VALLARTA RESORT & SPA

\$3,050 MXN
\$1,525 MXN
MENOR (3 A 12 AÑOS)

VIGENCIA DEL 15 DE JULIO AL 17 DE AGOSTO 2019
Tarifas por persona por noche para estancias de domingo a miércoles en categoría Family Selection Jr Suite.



RIVIERA MAYA
GRAND PALLADIUM WHITE SAND RESORT & SPA

\$3,263 MXN
\$1,632 MXN
MENOR (3 A 12 AÑOS)

VIGENCIA DEL 15 DE JULIO AL 17 DE AGOSTO 2019
Tarifas por persona por noche en categoría Jr Suite White Sand.



RIVIERA MAYA
TRS YUCATAN HOTEL
(SOLO PARA ADULTOS)

\$3,816 MXN

VIGENCIA DEL 15 DE JULIO AL 17 DE AGOSTO 2019
Tarifas por persona por noche en categoría Jr Suite.



COSTA MUJERES, CANCÚN
GRAND PALLADIUM COSTA MUJERES RESORT & SPA

\$4,140 MXN
\$2,070 MXN
MENOR (3 A 12 AÑOS)

VIGENCIA DEL 15 DE JULIO AL 17 DE AGOSTO 2019
Tarifas por persona por noche en categoría Jr Suite.



COSTA MUJERES, CANCÚN
FAMILY SELECTION
AT GRAND PALLADIUM
COSTA MUJERES RESORT & SPA

\$4,968 MXN
\$2,484 MXN
MENOR (3 A 12 AÑOS)

VIGENCIA DEL 15 DE JULIO AL 17 DE AGOSTO 2019
Tarifas por persona por noche en categoría Jr Suite Family Selection.



COSTA MUJERES, CANCÚN
TRS CORAL HOTEL
(SOLO PARA ADULTOS)

\$5,140 MXN

VIGENCIA DEL 15 DE JULIO AL 17 DE AGOSTO 2019
Tarifas por persona por noche en categoría Jr Suite.



Ingresa tus reservas en **Palladium Connect**, el programa de beneficios exclusivo para agentes de viaje para ganar dólares y que tus recompensas sigan creciendo.

PalladiumConnect.com

CONSULTA DISPONIBILIDAD Y CATEGORÍA DE HABITACIÓN SOBRE LA QUE APLICAN LOS DESCUENTOS.
RESERVA AHORA LLAMANDO AL 01 800 990 1234 O EN PALLADIUMHOTELGROUP.COM

PROMOCIÓN VÁLIDA PARA EL MERCADO DE MÉXICO. OFERTAS VÁLIDAS EN RESERVAS EFECTUADAS DESDE EL 15/07/2019 HASTA EL 17/08/2019.



LA RED LÍDER MUNDIAL EN
SERVICIOS COMERCIALES
DE DISTRIBUCIÓN PARA
AEROLÍNEAS

Consulte con su agencia de viajes



airpromotiongroupmexico

@APG_Mexico

apgmexico



Av. Paseo de la Reforma No. 195, Piso 11, Col. Cuauhtemoc, C.P. 06500.
Ciudad de México. / Tel. (55) 57051717 / www.salesinternacional.com

Navitur Operadora celebró alianza con Copa Vacations



Verónica Mittel, Jaime Rogel, Mauro Arredondo, y Erwin Romero en el brindis de la alianza Copa Vacations y Navitur.

Navitur celebró alianza estratégica con Copa Vacations, de Copa Airlines, para formar parte de las 8 operadoras oficiales y certificadas que Copa Vacations México tiene para distribuir sus productos. La unión comercial se da en el marco de los 25 años de Navitur que se compone, además de su operadora especializada en cruceros, de Naviterra para completar los viajes por barco en tierra, y Babylon Tours, la operadora especializada en el mercado LGBT+.

Durante el brindis de la alianza, realizado en las oficinas de la operadora, Mauro Arredondo, Gerente General de Copa Airlines en México, mencionó para Turistampa que buscaron operadores certificados que tengan la calidad y prestigio entre los agentes para distribuir los productos vacacionales. “Esto significa que el producto de Navitur se verá beneficiado con tarifas privilegiadas de Copa Airlines que resultará en paquetes con descuentos de hasta del 30%, volviéndose más competitivo aún en el mercado”, aseguró Verónica Mittel, Gerente de Operaciones de Naviterra.

“Navitur coincide totalmente con los objetivos de Copa Airlines. Queremos impulsar el mercado de cruceristas partiendo del Caribe, Centroamérica y Sudamérica, y justo estos son los productos que tiene Navitur que se complementan con los viajes que ofrecen en tierra, antes y después del crucero, con Naviterra; así como Babylon que refleja la pluralidad que tenemos en nuestra aerolínea”, detalló Mauro Arredondo.

Jaime Rogel y Erwin Romero, Director General y Director Comercial de la operadora, aseguraron que con la mancuerna prevén un crecimiento del 30% en sus ventas que se verá reflejada a finales de año, esto debido al aporte de producto nuevo, diferente y más conveniente para las agencias de viaje.

Por Ariadna Ramo



PORTE PAGADO
PUBLICACIONES
PP 09 03 94
AUTORIZADO POR SEPOMEX

FUNDADO EN NOVIEMBRE DE 1969
PUBLICADO QUINCENALMENTE POR TURISTAMPA, S.A. DE C.V.
14,000 EJEMPLARES

Turistampa, S.A de C.V.
Tel.: 5280-1984 Fax: 5280-8316

www.turistampa.com info@turistampa.com ventas@turistampa.com
facebook.com/turistampanews twitter.com/TuristampaNews

REPRESENTANTE EN ESTADOS UNIDOS
Victoria Barbosa-Pineda & Assoc.
2461 Santa Monica Blvd. Suite 610 Santa Monica, CA 90404
Cel. 305-775-6217 victoria.barbosa.ICON@gmail.com
www.iconcorp.us skype: marivibar

CERTIFICADO DE LICITUD DE TITULO No. 1660
CERTIFICADO DE LICITUD DE CONTENIDO No. 949
No. DE RESERVA DE DERECHO DE AUTOR 021313331500-101

Distribuido por Servicio Postal Mexicano
Los originales de colaboración espontánea NO serán devueltos.
Ninguna parte de esta publicación puede reproducirse o transmitirse de ninguna forma, ni por ningún medio, conocido o por conocerse, sea éste eléctrico, químico, mecánico, óptico, de grabación o fotocopia, sin la previa autorización escrita por parte de TURISTAMPA, S.A. de C.V.

Novedades...

VIENE DE LA PAGINA 2

destacan la Pantalla iMax con películas del espacio, encuentros con un astronauta, el simulador de Marte, Jardín de los cohetes, visita al centro especial donde se ensamblan los cohetes y la montaña rusa de simulador de despegue.

Por parte de Universal Studios, destacaron los beneficios de hospedaje en los hoteles, el programa de entrenamiento y también el calendario de eventos que enriquecerá la experiencia de su cliente, siendo uno de los más populares Halloween Horros Nights y la temporada navideña.

El segundo día, el desayuno fue presentado por Brand USA, la primera vez que participan en Best of the Best. La presentación, llevada a cabo por Inés Gorozpe, representante de Alchemia, se basó en herramientas para agentes de viaje como la página traveltrade.visittheusa.mx; USA Discovery Program, el programa de certificación donde se dan incentivos cada semana como entradas a conciertos, tarjetas de Amazon y otros premios, funciona por región y estados, en una plataforma interactiva y se divide por especialidad como: parques nacionales, cultura y música, o grandes ciudades.

También dijo que Brand USA se enfocará en promover más allá de los destinos de entrada, en esos que hay por descubrir que están a solo unas horas de los más populares, tales como Antelope Canyon, Arizona, Indianapolis, Nashville, Nueva Orleans o Washington.

Por su parte, Carlos Allende, representante de Visit California, dijo para Turistampa que este año se reforzará la promoción hacia los viajes en carretera ya que es uno de los pilares en California, se hará a través de un folleto de 50 rutas diseñadas para el mercado mexicano. "Gracias al Cross Border Xpress (CBX) se ha incentivado más a recorrer en auto el destino de California. Adicionalmente, continuamos con la campaña Kidifornia (dirigida para atraer familias más allá de los parques de diversiones). Actualmente, recibimos el 52% del total de visitantes mexicanos que va a Estados Unidos. Para agentes de viaje tenemos el programa de certificación en línea California Star", detalló.

Otros destinos de Norteamérica que se hicieron

presentes fueron: Las Vegas, Arizona, Houston, Kissimmee, Visit Florida, San Diego, British Columbia, Travel Alberta. Además de Simón Shopping Destination, que estará por abrir el segundo outlet en nuestro país Premium Outlet Querétaro.

Servicios

April, los seguros para viajeros, cambia de nombre a Terrawind Global Protection, Carlo Eduardo Fernandez, CEO de Latinoamérica de la compañía, aclaró para Turistampa que esto no implica modificaciones en las políticas

de la empresa, tampoco el proceso de emisión de pólizas por internet con opciones de reportes de ventas y que los productos seguirán con las mismas contraseñas del agente. Recordó que algunos de los beneficios de Terrawind Global Protection son: seguro incluso para mayores de 85 años; cobertura casi ilimitada y por las veces que se enferme o accidente el cliente; el único servicio pet friendly al cubrir guardería de los perros, entre otros.

También participaron: Amstar, con sus servicios de circuitos, excursiones y

transportación en destinos de playa en México, República Dominicana, Jamaica, Costa Rica y Hawaii. Special Tours, famosos por sus circuitos en todo el mundo que incluyen aéreos también. Surland, el tour operador español con sede en Madrid, con más de 30 años en el mercado, que ofrece circuitos en todos los continentes. El programa de acumulación de puntos Payback; la cadena de hoteles Hilton; y la aerolínea Lufthansa, representada por Felipe Bonifatti, Director de ventas México, Centroamérica y el Caribe.

Por Ariadna Ramo

¡UNA OFERTA DELICIOSA, GRATIS Y LLENA DE MAGIA!

travel impressions
cerca de TI



PLAN DE COMIDAS GRATIS¹

Reserva del 16 de Julio al 29 de Septiembre 2019 y obtén:

PLAN DE COMIDAS RÁPIDAS SIN COSTO²

(Quick Service) Código PGG / PGJ

Estancia mínima 4 noches y ticket de mínimo 4 días opción Park Hopper o Park Hopper Plus. Aplica en hoteles Resort Disney Económicos y Moderados Selectos



PLAN DE COMIDAS REGULARES SIN COSTO²

(Plus Dining) Código PGH

Estancia mínima 4 noches y ticket de mínimo 4 días opción Park Hopper o Park Hopper Plus. Aplica en hoteles Resort Disney de Lujo y Villas Selectos

Viaja del 17 al 27 de Noviembre y del 8 al 23 de Diciembre de 2019



0 3 MESES SIN INTERESES* + 3,000 PUNTOS PAYBACK³
CON OTRAS TARJETAS

Walt Disney World
RESORT
FLORIDA

©Disney LATAM-19-979002



*CAT 0%. Sin IVA. Informativo. 3 Mensualidades sin Intereses con tarjetas participantes (American Express, HSBC, IXE, Banorte, Santander, Inbursa, Scotiabank) para reservar y pagar hasta el 29 de Julio de 2019. Para participar en el Programa de Mensualidades sin Intereses el pago debe realizarse con cualquier tarjeta excepto Bancorner, Banamex y las emitidas en el extranjero además debe estar vigente y al corriente de sus pagos. El programa de Mensualidades sin Intereses no aplica en tarifas aéreas, seguros, impuestos ni cargos aplicables. (1) Mínima: 4 noches y ticket de mínimo 4 días Park Hopper o Park Hopper Plus. No aplica para noches posteriores al 23 de Diciembre de 2019. (2) Plan de comidas sin costo al reservar mínimo 4 noches en hoteles Resort Disney y un Ticket de mínimo 4 días (no aplican tickets básicos ni de 1 a 3 días). Plan de Comidas Rápidas sin costo (incluye dos comidas de servicio rápido y dos snacks por persona (a partir de los 3 años de edad), por cada noche del paquete) incluido en la reserva de hoteles categoría económicos y moderados selectos. Plan de comidas regulares incluye una comida con servicio rápido, una comida de servicio a la mesa y dos snacks por persona (a partir de los 3 años de edad), por noche del paquete) incluido en la reserva de hoteles categoría de lujo y villas selectos. El número de habitaciones disponibles para esta oferta es limitado y esta sujeta a disponibilidad. Aplican restricciones (3) 3,000 Puntos PAYBACK³ por reservación de paquete de hotel con Tickets Disney de mínimo 4 noches. Los puntos se bonificarán en el monedero PAYBACK³ en un máximo de 5 días hábiles posteriores a la compra. El monedero deberá estar activo al momento de la bonificación. Sujeto a capacidad y a cancelación. En cuanto a artes, logotipos y propiedades Disney. ©Disney. "Todos los productos y servicios ofrecidos y prestados por Travel Impressions, son proporcionados de forma exclusiva por ALG Viajes México, S. de RL. de CV."



CONSEJO DE DIPLOMACIA TURÍSTICA:

Ni están todos los que son ni son todos los que están

Hace unos días se presentó el llamado "Consejo de Diplomacia Turística." Al Consejo de Promoción Turística de México no se le podía reemplazar con un organismo con cualquier nombre común y corriente, así que el nuevo organismo tiene un nombre muy rimbombante, y si la experiencia que ha tenido el país con organismos con nombres rimbombantes nos sirve como referencia, entonces el nuevo organismo es para preocuparse.

Durante el anuncio del consejo se dijo que este cuenta con 28 miembros. Al revisar la lista de los mismos se puede ver que incluye empresas y personas de capacidad comprobada, pero hay otros cuya presencia es preocupante, ya que ha sido notorio que en los últimos años ha habido asociaciones, que ahora forman parte del consejo, que han servido de trampolín para sus líderes buscar otros fines políticos y beneficios económicos... habrá que vigilarlos muy de cerca.

También llama la atención que nada más Viajes Bojórquez, como agencia independiente, forme parte del consejo. ¿Por qué solamente una agencia y no mejor un grupo de operadores de turismo receptivo como Conexstur? ¿Y por qué no incluir otras asociaciones como la Metropolitana y para tener el valioso punto femenino la AFEET, por ejemplo?

Por otro lado, es interesante que en el grupo de cadenas hoteleras presentes no figuren AMResorts y Hoteles City Express, dos cadenas cuyos líderes han mostrado su capacidad no solamente para manejar magistralmente sus hoteles, sino para hablar franca e inteligentemente sobre los desafíos a los que se enfrenta el turismo mexicano. Esperemos que el consejo no haya decidido dejar fuera a las voces críticas y nada más quiera darle cabida a voces complacientes.

Sería bueno que se anuncie si los miembros del consejo serán permanentes o si serán reemplazados después de un periodo determinado de tiempo, lo cual sería muy sano. Y también sería conveniente que las compañías y asociaciones presenten den a conocer cualquier tipo de incentivo económico que el gobierno les haya dado en el pasado, para evitar conflictos de intereses.

Sería interesante dar a conocer lo más pronto posible el programa de trabajo y la función de cada uno de los miembros, así como la regularidad con que se reunirán y el beneficio real de las acciones que tomen. En fin, démosle el beneficio de la duda al Consejo de Diplomacia Turística, pero esperamos ver estrategias y resultados reales muy pronto, ya que nombres rimbombantes no atraen turistas por sí solos.

- 50 aniversario de la llegada del hombre a la luna:
- Los viajes que no se han realizado y que TURISTAMPA no ha podido reseñar.

Por Daniel Olivares Villagómez

Este mes de julio se cumplen 50 años de la llegada del hombre a la luna, gran acontecimiento en el contexto de la muy emocionante Carrera Espacial que protagonizaron los EEUU y la URSS en el marco de la denominada Guerra Fría. Esa carrera tuvo un primer hito en 1957, con el lanzamiento del "Sputnik 1", primer satélite artificial, y continuó con las hazañas de haber colocado en órbita un ser vivo (la perrita Laika un mes después); El primer impacto no tripulado en la luna (Programa Luna de la URSS, 1959); el primer ser humano en el espacio (Yuri Gagarin en abril de 1961), y la primera mujer (Valentina Tereshkova el 16 de junio de 1963).

La Misión Apolo 11, fue impulsada por un enorme cohete polietápico con una altura similar a la de la Torre Latinoamericana, con una carga útil de apenas dos pequeños módulos, uno de Comando y el Lunar propiamente dicho, que asemejaba una araña debido a sus patas posaderas. Recientemente se desclasificó documentación que permitió conocer que un desperfecto en el Módulo Lunar estuvo a punto de frustrar el regreso al Módulo de Comando, desperfecto que fue solventado gracias al repuesto de un bolígrafo que llevaba el comandante Neil Armstrong. El presidente Nixon tenía preparados dos discursos, el que leyó saludando la hazaña, y el que por fortuna no tuvo que leer, homenajeando a los heroicos astronautas que habían perdido la vida en el intento.

Estos datos curiosos se suman a uno más: En los 60's, "Pan Am" creo una lista de espera para viajes a la luna, y tarjetas de pertenencia al "First Moon Flights Club", así como "vouchers" que en su momento podrían ser canjeables por un viaje a la luna, tan pronto como el servicio se iniciara. Cerca de 98,000 personas hicieron reservación y se supo de un individuo que intentó pagar un millón de dólares para asegurarse un lugar, aunque la aerolínea no aceptó el pago.

Las tarjetas no eran transferibles, y los tenedores debían mostrarlas para poder comprar los boletos propiamente dichos. Entre los recuerdos de infancia de este columnista está la presentación hecha por "Telesistema Mexicano", antecesora de TELEvisa, de una de esas tarjetas a nombre de Miguel Alemán, entonces uno de los principales accionistas. Ese recuerdo fue confirmado con el hallazgo de una nota de Robert E. Dallos, en el periódico "Los Angeles Times", fechado el 10 de febrero de 1985. ("Pan Am has 90 002 Reservations: Public Interest Grows in Flights to the Moon.")

La lista de espera de "Pan Am" para los vuelos a la luna se cerró en 1971, derivado de dificultades financieras que motivaron eliminar los costes administrativos que significaban las tarjetas. Hasta entonces, "Pan Am" distribuía esas tarjetas numeradas a cualquiera que las solicitara, habiéndose impreso 100,000.

Aparte la nostalgia, vale reflexionar en el hecho de que, aunque se ha avanzado en muchas áreas de la técnica, el sueño de los niños de aquella época, no se ha realizado: Muchos pensábamos que nuestra "luna de miel" iba a ser precisamente en nuestro satélite natural, al que íbamos a llegar en un vuelo interplanetario de "Pan Am" o de "TWA", viaje previamente reseñado por TURISTAMPA, que a partir de noviembre de 1969 ya existía. La realidad es que, aunque ha habido intentos de "turismo espacial", todavía se está muy lejos de lo que imaginábamos en 1969.

10

LOS MEJORES RESTAURANTES VEGETARIANOS O VEGANOS DE ESPAÑA

RESTAURANTE	CIUDAD	RESTAURANTE	CIUDAD
1. Cat Bar	Barcelona	7. Vegetart	Barcelona
2. Superchulo	Madrid	8. Veggie Garden	Barcelona
3. Pizzi&Dixie	Madrid	9. Teresa's	Barcelona
4. VA DE BO	Palma	10. Restaurante Cúrcuma	Vigo
5. Veganitessen	Sevilla		
6. Les Maduixes	Valencia		

Fuente: Smart Lemur



Podría aprovecharse la coyuntura de los amparos y continuar el NAIM

- ♦ AMLO NO DEBE TIRAR MÁS DE 120 MIL MILLONES DE PESOS.
- ♦ ESTUDIOS DE TEXCOCO TARDARON AÑOS, SANTA LUCIA, DÍAS.

Por Víctor Manuel Bermúdez

En 2001 siendo titular de SCT Pedro Cerisola, en conferencia de prensa presentó la decisión del Gobierno Federal sobre la ubicación del Nuevo Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, determinando que la mejor opción fue Texcoco.

En aquella ocasión se dijo: "Para una mayor confiabilidad en las operaciones de vuelo, una mayor economía de escala en el manejo de personal, equipo de vuelo, programación de itinerarios y conexión de pasajeros, es mucho mejor una terminal integrada. Desde el punto de vista aeronáutico la mejor opción es Texcoco".

La evaluación de la problemática de los sitios propuestos y sus soluciones posibles fueron realizadas en materia ambiental, por el Programa Universitario del Medio Ambiente; el hidrológico por la Conagua por la gerencia del Plan Texcoco a cargo del ingeniero Cruickshank.

Esos estudios fueron retomados por la administración de Peña Nieto, además de los aspectos mecánicos, geológicos y volcánicos por el Instituto Nacional de Ingeniería y el Cenapred; los aeronáuticos por la Asociación de Controladores del Tránsito Aéreo de México y el Seneam; los operacionales del tipo aeronáutico por el Colegio de Pilotos Aviadores de México y los aspectos comerciales y operativos de las aerolíneas por la Cámara Nacional del Aerotransporte.

El prestigiado arquitecto Norman Foster se basó en esos estudios y los de Mitre del Tec de Massachusetts y las opiniones de la OACI y la IATA para elaborar el Proyecto del Nuevo Aeropuerto Internacional de México (NAIM).

Como podemos observar los mencionados estudios tardaron años, y no podemos presumir intereses de los organismos internacionales, sino por el contrario fueron soluciones técnicas las que imperaron.

Todos esos actores han manifestado que desde el punto de vista técnico no es viable para las operaciones comerciales el Aeropuerto Militar de Santa Lucía, donde se han hecho estudios en unos cuantos días, más bien respondiendo a intereses particulares.

En esta etapa cuando el nuevo gobierno que encabeza AMLO se ha ponderado la *austeridad, la honestidad y la anticorrupción*; no se deben despilfarrar, enterrar o ahogar más de 120,000,000,000 de pesos.

Probablemente los 147 amparos interpuestos por #No Más Derroche, pudieran ser la salida para que el Jefe del Ejecutivo reconsidere su decisión y retome el Proyecto Texcoco, mirando por el bien del país, en beneficio del pueblo y de su administración.

Recordemos cuando a principios de los años 50 cuando se construyó el AICM, las obras fueron ampliamente criticadas como faraónicas, dispendiosas e innecesarias, al cabo de algunas décadas estas obras resultaron insuficientes, queriendo solucionar el problema de saturación por medio de *parches, remiendos e improvisaciones de todo tipo*.

Los habitantes de la capital del país y del área metropolitana se pronuncian por la salida del AICM de la mancha urbana, para evitar el excesivo ruido provocado por las aeronaves y el riesgo de un posible accidente sobre el Valle de México, como los ocurridos en 1987 cuando un Boeing 377 se desplomó en Cuajimalpa o el del 4 de noviembre de 2008, Lear Jet 45 cayó en Reforma y Periférico.

Para quienes conocen de aeronáutica todos los aviones que vienen del norte del área poniente de la urbe que van aterrizar en el aeropuerto capitalino tienen que tomar como referencia el VOR Mateo, que no es otra cosa que un gran disco metálico dirigido hacia el cielo, ubicado en el cerro San Mateo, en la colonia Balcones del Valle en Tlalnepantla.

El Radiofaro Omnidireccional de muy Alta Frecuencia -VOR- llamado por los pilotos Mateo, donde los tripulantes saben que tras pasar ese radar, los aviones se colocan por encima de las Lomas de Chapultepec y Tacubaya hasta llegar a la zona de la colonia Nápoles, después de haber recibido la señal de la última radioayuda ubicada en la Torre de la SCT en la alcaldía Benito Juárez para tomar una de las dos pistas del AICM.

Precisamente en ese punto llamado VOR Mateo donde se cruzarían las aeronaves que despegarían del aeropuerto "Felipe Ángeles" de Santa Lucía, por ello la distancia entre aeronaves por seguridad se deberá de duplicar a ocho millas náuticas, por lo que la ganancia en operaciones es marginal.

Respecto al cierre del AICM y que se convertiría en un nuevo Santa Fe, pues es una gran oportunidad para equilibrar el desarrollo económico entre el oriente y poniente de la capital, porque de las 720 hectáreas se podrían aprovechar algunos edificios para, universidades, tecnológicos, escuelas, además de parques, viviendas y cercanía con el lago Churubusco.



Hace 35 años, en el número 354 de TURISTAMPA del 20 de julio de 1984, publicamos:

JESUS BERUMEN anda hoy en día muy cerca de ROMAN PEREZ, se nos hace que es ya su colaborador, es más se nos comentó que ABE-LARDO GARCIA dejó la agencia Pérez, Pérez y Pérez... CELEDONIO SANCHEZ, gerente de British Airways, a la expectativa con su empresa, ya que todo parece indicar que para 1985 regresará a México para iniciar sus vuelos a Londres. Esto sería magnífico, pues sería la demostración de que los de allá tienen confianza en nuestro México.

HOTELES Camino Real premió a dos instituciones turísticas en el extranjero y una mexicana, que por su constante labor en pro de México y en particular a Hoteles Camino Real se hicieron acreedores a tal distinción Las empresas premiadas fueron Liberty Travel/Gogo Tours de Nueva Jersey, la Mexican Representatives de Houston, Texas y la Compañía Mexicana de Aviación.

HACE 15 AÑOS, en el número 835 de TURISTAMPA del 20 de julio de 2004, publicamos:

RODOLFO Elizondo, Secretario de Turismo de México, designó hace unos días a Francisco Madrid Flores, como nuevo Subsecretario de Operación Turística en sustitución de Emilio Goicochea Luna, quien fue designado por el presidente Vicente Fox como su nuevo secretario

particular. Goicochea era una pieza muy importante dentro de la Sectur, y seguramente su presencia va a extrañarse, pero afortunadamente está siendo reemplazado por una de las personas más conocedoras de la actividad dentro de Sectur, Francisco Madrid.

DESPUÉS de ocho años de ausencia Mexicana de Aviación regresa a San Luis Potosí, lugar desde donde operará no sólo vuelos diarios a la ciudad de México, sino también dos frecuencias semanales directas a la ciudad de Chicago, en los Estados Unidos. El nuevo vuelo a San Luis Potosí, que fue inaugurado el pasado 1º de julio, es parte de la estrategia que la aerolínea inicia ahora en ese destino para ofrecer así mayores posibilidades a los viajeros de negocios y placer, no sólo de dicha entidad, sino de sus alrededores.

1971



1971



En la comida mensual del Club Skala de la ciudad de México celebrada en el Hotel del Prado. En la foto (de izq. a der.) aparecen Roberto Camarena, Luigi Galzerano, Ricardo W. González, Jean Berthelot, presidente del Club; Xavier Lartilleux, y Carlos Ibarquén Bueno.

1971

Cuatro periodistas mexicanas a Hawaii



Gail Stanford, Esperanza Salazar, "Kena" Moreno, Rogelio Alfaro, Emma Prieto de Baca, Helen Krauze y William M. Tappé. Las cuatro periodistas estuvieron en Hawaii en un viaje de observación.



Vuelo de LATAM Airlines es el único en el mundo que siguió la sombra del ECLIPSE TOTAL



El vuelo fue designado EFLIGHT 2019-MAX.

Una vista única del eclipse total desde el vuelo de LATAM. ▶

■ UN VUELO ESPECIAL DE LATAM LLEVÓ A MÁS DE 50 DE LOS PRINCIPALES CIENTÍFICOS, EXPERTOS Y FANÁTICOS DEL ECLIPSE EN EL EFLIGHT 2019-MAX PARA DISFRUTAR LA OSCURIDAD TOTAL POR MÁS DE OCHO MINUTOS AL NORTE DE RAPA NUI, TRIPLICANDO LOS 2.5 MINUTOS APROXIMADAMENTE QUE DURA EN TIERRA.

■ DR. GLENN SCHNEIDER, ASTRÓNOMO DE LA UNIVERSIDAD DE ARIZONA, Y QUIEN LIDERA EL GRUPO, CUMPLIÓ 35 AVISTAMIENTOS DE ECLIPSES SOLARES TOTALES, LO QUE LE ACABA DE VALER EL RECORD MUNDIAL GUINNESS.

■ COMO PARTE DE LA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD DE LATAM, LA COMPAÑÍA COMPENSARÁ LAS EMISIONES DEL VUELO CON BONOS PARA UN PROYECTO DE REFORESTACIÓN EN LA AMAZONÍA PERUANA.

Rapa Nui, Chile – El 2 de julio, a las 13:19 horas (UTC-6) el vuelo EFLIGHT 2019-MAX (LA1296) voló a la sombra de eclipse solar total sobre a 12.500 metros de altura del océano Pacífico. Con una velocidad de 900 kilómetros por hora, el Boeing 787-9 Dreamliner de LATAM persiguió el camino del eclipse, permitiéndoles a los pasajeros a bordo ver la obscuridad total por más de ocho minutos, triplicando los 2.5 minutos aproximadamente que dura en tierra.



La vista desde la cabina del avión.



Los pasajeros aprovecharon para fotografiar el evento.



Una vivencia inolvidable.

“Como LATAM, tenemos un gran compromiso de mostrar lo mejor de Latinoamérica al mundo y estamos orgullosos de haber sido la aerolínea elegida por los principales expertos de los eclipses del mundo para perseguir este fenómeno en un sobrevuelo único por el Pacífico, despegando de la isla más remota del planeta: Rapa Nui”, dijo Yanina Manassa, Director de Clientes, LATAM Airlines Group.

El vuelo despegó a las 09:50 horas desde el aeropuerto Mataverí de Rapa Nui/Isla de Pascua, volando hacia el noroeste por dos horas y 30 minutos para posicionarse en la trayectoria que recorrió el eclipse hacia el este, antes de volver a la isla con un tiempo de viaje total de cinco horas y 30 minutos.

A bordo, LATAM llevó más de 50 viajeros de 10 países –en su mayoría, astrónomos aficionados y fanáticos de estos fenómenos– para experimentar el equivalente a tres eclipses solares totales en un solo avistamiento. Uno de los pasajeros, el Dr. Glenn Schneider de Estados Unidos, astrónomo de la Universidad de Arizona, no solo ayudó planificar el vuelo, sino también cumplió 35 avistamientos de Eclipses Solares Totales; un Record Mundial Guinness.

Como uno de los tres grupos de aerolíneas más sostenibles del mundo, la prioridad para LATAM es reducir su huella de CO2. Por lo tanto, la compañía decidió compensar las emisiones del EFLIGHT 2019-MAX a través de un proyecto de reforestación en Madre de Dios, situado en la Amazonía peruana.

LATAM trabajó con T.E.I. TOURS & TRAVEL –que organizó el viaje– y científicos líderes por cerca de dos años para planificar cada detalle del vuelo y predecir la trayectoria del eclipse e identificar la mejor ruta en la que debería volar un avión para experimentar el fenómeno, evitando las nubes y otros elementos del clima en tierra.

Fotos del eclipse: Vamos LATAM

4 al 6 de septiembre - OMNI Orlando Resort at Championsgate - Kissimmee, Florida

Seis Razones para Asistir a La Cita

La Cita se ha convertido en la reunión turística de negocios favorita de los compradores latinoamericanos de habla española y portuguesa.



1. Los proveedores de La Cita están específicamente interesados en el mercado latinoamericano y para ser invitados deben pasar por una cuidadosa selección, asegurando la más alta calidad.
2. Tenemos un evento significativamente más corto (sólo 3 días) por lo que requiere menos tiempo fuera de la oficina que algunos otros eventos.
3. Pequeñas e íntimas funciones sociales que proporcionan oportunidades adicionales para establecer contactos.
- 4 - Software de citas: Innovador sistema con una red avanzada de última generación y herramienta de matchmaking. Los delegados gestionan las franjas horarias de cada reunión. Todos los delegados tienen cita sin cargo adicional.
- 5 - Todos los delegados se alojan en un hotel, lo que ofrece más oportunidades para establecer contactos.
- 6 - Valoramos la familia. Los cónyuges son bienvenidos a alojarse en una habitación de hotel sin cargo adicional.



VIAJA MÁS TRABAJA MENOS

TU MAGNO PAQUETE INCLUYE:

- Habitación de lujo con balcón privado.
- Desayuno buffet para dos personas diariamente.
- Menores de entre 4 y 12 años desayunan, comen y cenan gratis del menú infantil con el consumo de sus padres.
- Acceso al Marriott Kid's Club para 2 menores de entre 4 y 12 años de edad.

RESERVA CÓDIGO MPO

www.puertovallartamarriott.com


MARRIOTT RESORT
PUERTO VALLARTA
@marriottpv

Términos y Condiciones: Paquete para 2 adultos o combinación de 2 adultos y 2 menores de 12 años compartiendo habitación. Incluye impuestos y propinas. No incluye cargo de Resort Fee. Inscripciones a Kid's Club en caseta de actividades. Cargo por desayuno adicional para mayores de 12 años \$425 MXN más 15% de servicio. Oferta sujeta a disponibilidad. Vigencia 14 agosto 2019.



Entre selva y mar, DREAMS TULUM RESORT & SPA



Dream Tulum & Spa cuenta con espectaculares jardines que constantemente acompañan al huésped. **▲ También** cuenta con una encantadora capilla, lo que lo hace perfecto para celebrar bodas.

Un resort enclavado entre la selva maya y el mar turquesa caribeño con arena blanca. Ubicado a solo 10 minutos de zona arqueológica de Tulum, en un pedazo de paraíso tropical en la Riviera Maya. Dreams Tulum evoca una antigua hacienda con 18 hectáreas de exuberantes jardines con flores, y espacios abiertos que fungen como plazas para actividades durante el día y noche con fiestas temáticas para toda la familia.

Está compuesto por 432 elegantes y cómodas suites de espaciosos baños, salas de estar, terrazas privadas o balcones y magníficas vistas hacia los jardines del complejo o al cristalino mar Caribe. Con opciones también de habitaciones swim out que otorga aún más lujo al tener acceso a una piscina desde su terraza. Para quienes buscan relajación y privacidad, el complejo cuenta con un área sólo adultos. Un hotel de grandes espacios y excelente servicio que incluso está galardonado con el AAA Four Diamond Award.

Dreams Tulum Resort & Spa, cuenta con el programa Unlimited-Luxury de AMResorts, es decir, con servicios y productos premium que van más allá de un

todo incluido cualquiera. En el caso de su gastronomía, AMResorts se destaca por su calidad de productos y platillos variados para todo tipo de gustos y antojos. Los huéspedes tienen acceso ilimitado a opciones de restaurantes gourmet a la carta sin necesidad de reservaciones, licores nacionales e internacionales premium ilimitados, así como refrescos y jugos naturales; servicio de mesero en la playa, bares en las albercas, y buffet y cafetería para el hambre entre comidas.

Un día de ensueño en Dreams Tulum Resort & Spa puede ser relajándose en su spa con una tradicional ceremonia de temazcal; jugar una ronda en el Riviera Maya Golf Club con green fees de cortesía; o hacer snorkel y buceo con sus tours disponibles. Para los pequeños se encuentra el Explorer's Club de temática maya, un programa para niños completamente supervisado con muchas actividades divertidas, mientras que los adolescentes pueden disfrutar de diversos

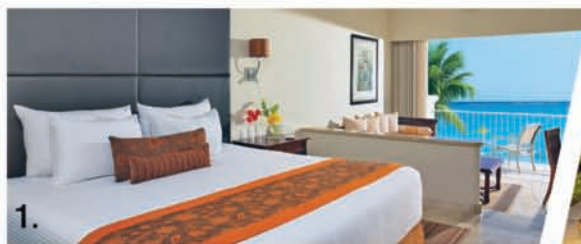
deportes y juegos en The Core Zone.

Además de ser perfecto para vacacionar con la familia o pareja, es ideal para celebrar eventos, que al tener capilla es muy conveniente para bodas. Sus salones son espacios amplios que se adaptan a convenciones y reuniones de negocios, conocido también como el "Centro de convenciones de Tulum", donde se realizan eventos incluso a nivel gobierno por sus instalaciones y servicios.

LA IMPORTANCIA DE SU MEDIO AMBIENTE

Dreams Tulum Resort & Spa está certificado por Rainforest Alliance Certified, un reconocimiento a sus esfuerzos para reducir el impacto de sus actividades sobre el planeta y las comunidades locales. Son iniciadores de Fundación Tulum, la cual busca promover educación, cultura y conservación a través de programas como becas escolares para hijos de empleados y apoyo a la preservación de la tortuga marina en peligro de extinción. Además cuentan con el Certificado de calidad ambiental en el turismo otorgado por PROFEPA.

Por ARIADNA RAMO



1. Amplias y lujosas suites ideales para parejas o familias. **2. Dentro** de sus servicios de spa, cuentan con temazcal y tratamientos holísticos. **3. De noche** se puede disfrutar de la tranquilidad de playa o de las fiestas temáticas en sus espacios. **4. Cuentan** con área para niños y clubs para adolescentes. **5. Los grandes** espacios en salones hace que sea conocido como "el centro de convenciones de Tulum".

Travelinn...

VIENE DE LA PAGINA 1

“Nos interesa satisfacer las necesidades específicas de nuestros más de ocho mil agentes de viajes; por ello, siempre nos estamos innovando y este año no fue la excepción”, comentó Juan Socas, Director de Alianzas Comerciales de PriceTravel Holding.

La mayorista sorprendió a los agentes ofreciéndoles la funcionalidad “Sistema de Apartado”, la cual permitirá impulsar sus ventas; los agentes de viajes podrán reservar paquetes de viajes para sus clientes con un pago mínimo inicial, con la posibilidad de liquidarlo posteriormente.

“Sistema de Apartado es una excelente opción para el agente de viajes, con éste podrán garantizar la tarifa original de la reservación, ofreciendo así mayor seguridad a sus clientes, pues su viaje quedará confirmado desde el momento en que se haga la reserva mediante este sistema” concluyó Juan Socas.

La tecnología siempre nos alcanza; por ello, tenemos que aprovechar al máximo las

bondades que está nos brinda, por lo que en Travelinn siempre estamos innovando para nuestras agencias de viajes afiliadas, para así potenciar y generar más ventas, ampliar su cartera de clientes y por supuesto tener un contacto aún más profesional con los mismos.

Acerca de PriceTravel Holding

PriceTravel Holding es la agencia de viajes en línea y mayorista más innovadora en Latinoamérica, y especializada en ofrecer las mejores y más amplias alternativas para viajar a todo el mundo. Cuenta con importantes y exclusivas alianzas comerciales con aerolíneas nacionales e internacionales, cruceros, arrendadoras de autos, más de 164,000 hoteles en más de 23,000 ciudades alrededor del mundo, un sinfín de tours y excursiones, así como diversas alternativas de compra de boletos de transportación terrestre con importantes líneas de autobuses en México y Colombia. Los productos turísticos de PriceTravel Holding se pueden adquirir a través de sus sitios web www.pricetravel.com o www.tiquetesbaratos.com en

“Sistema de Apartado es una excelente opción para el agente de viajes, con éste podrán garantizar la tarifa original de la reservación, ofreciendo así mayor seguridad a sus clientes, pues su viaje quedará confirmado desde el momento en que se haga la reserva mediante este sistema”

La tecnología siempre nos alcanza; por ello, tenemos que aprovechar al máximo las bondades que está nos brinda, por lo que en Travelinn siempre estamos innovando para nuestras agencias de viajes afiliadas, para así potenciar y generar más ventas, ampliar su cartera de clientes y por supuesto tener un contacto aún más profesional con los mismos.

uno de los más de 150 centros de atención ubicados en los principales centros comerciales y tiendas departamentales así como de autoservicio en México

y Colombia. Así como a través de sus marcas B2BTravel Program que atiende el programa de afiliados y Travelinn que ofrece atención

exclusiva a agencias de viajes. Así como su modelo de negocio, especialistas en turismo de reuniones y viajes corporativos con la marca BTC.



TE ASEGURAMOS EL PRECIO MÁS BARATO

HOTELES NACIONALES E INTERNACIONALES

Reserva hasta el 31 de julio y viaja hasta el 31 de diciembre de 2018.
Tarifas sujetas a disponibilidad y cambios sin previo aviso. Consulta términos y condiciones.

» Travelinn®

www.travelinn.com.mx
01 800 849 4974 | agencias@travelinn.com.mx



BACALAR, destino ideal para la aventura

- ◆ Nadar en las aguas cristalinas de su laguna de siete colores es una gran experiencia.
- ◆ Su fuerte protegió a sus habitantes de los ataques de los piratas.



Bacalar es "Pueblo Mágico" desde 2006.

Con su icónica laguna de los Siete Colores, Bacalar es el destino ideal en el Caribe Mexicano para los amantes de la naturaleza, la historia y las manifestaciones culturales, que lo convierten en un sitio ideal para descansar en cualquier época del año.

Ubicada en el sur de Quintana Roo, a tan sólo media hora de Chetumal, Bacalar es una pintoresca comunidad cuyo origen se remonta a la época precolombina, cuyos habitantes están dedicados casi en su totalidad al turismo tras ser nombrado "Pueblo Mágico" en 2006.

Asaltada por piratas en los siglos XVII y XVIII, ofrece a los turistas el circuito del "Canal de los Piratas", que consiste en un recorrido a bordo de un pontón por la ruta que transitaban estos personajes y llevaban a cabo sus temibles batallas, la cual une al Río Hondo con la Laguna de Bacalar.

En esta zona se pueden disfrutar también los rápidos de Bacalar, que son aproximadamente 200 metros donde se puede disfrutar de sus peculiares formas y paisaje subacuático que los estromatolitos han formado a lo largo de miles de años, el cual es ideal para hacer snorkel y por su ligera corriente es recomendable para toda la familia.

Dentro del sistema lagunar se encuentra también una pequeña extensión de tierra conocida comúnmente como "La Isla de los Pájaros", la cual alberga diversas especies de aves propias de la región.

Lo anterior se complementa con un área de estromatolitos, compuesto por rocas primitivas resultado de la unión de microorganismos unicelulares y cianobacterias, que viven en mares cálidos y aguas poco profundas, las cuales se forman muy lentamente, capa sobre capa y al morir las células, se deposita el carbonato cálcico de sus paredes sobre la capa anterior, formándose sobre ellas una nueva capa viva.

Asimismo, sobre la Costera de Bacalar, se encuentra el Balneario Municipal "El Aserradero", el cual cuenta con la certificación internacional "Blue Flag". El lugar cuenta con palapas, zona de jardín, muelle, estacionamiento, baños y disponibilidad para nadar.

OTRO DE SUS ATRACTIVOS

Entre sus atractivos destaca también su gastronomía, que tiene una gran influencia de la cocina yucateca y beliceña, en la que destacan los platillos denominados "rice and beans" cocinado con aceite de coco, tamales de espelón y el soto bichay (brazo de reina).

Así, Bacalar constituye un destino de baja densidad hotelera que lo hace el favorito del turismo europeo, convirtiéndose en uno de los lugares turísticos más importantes de la Zona Sur de Quintana Roo.



Bacalar es un destino de baja densidad hotelera y un lugar ideal para el descanso.



La Laguna de los Siete Colores de Bacalar.



Bacalar es uno de los favoritos del turista europeo.

“Hyatt House Mexico City Santa Fe”, de “Grupo Presidente”, celebra su segundo aniversario con la inauguración de la exposición “México Invisible”



“Hyatt House Mexico City Santa Fe” cumple dos años ofreciendo un concepto de hospitalidad innovador para largas estancias, siendo el punto de encuentro para aquellos huéspedes interesados en no interrumpir su rutina cotidiana por viajes laborales, educativos, de ocio, o con fines médicos. Para celebrar su Segundo Aniversario de una manera especial, “Hyatt House Mexico City Santa Fe” inauguró la exposición de fotografía sensorial “México Invisible”, de los alumnos con discapacidad visual de la fundación “Ojos que

Sienten”, la cual funge como un canal de comunicación y expresión acerca de su visión personal sobre su entorno y cómo ellos ven las cosas a través de la lente de una cámara. En México hay un millón 561 mil personas con discapacidad visual que también tienen una historia que contar, y esto se puede hacer a través del uso de la fotografía sensorial, la reflexión y aplicación de conceptos y técnicas, con los que se construyen experiencias audiovisuales que impulsan nuevos diálogos sin necesidad del sentido de la vista, lo que les

da a estas fotografías una expresión más poderosa.

Acompañando esta exposición se llevó a cabo una Cena en la Oscuridad, donde los anfitriones/meseros a cargo del excelente servicio brindado a los comensales, son personas ciegas de la fundación “Ojos que Sienten”, permitiéndoles desarrollar todo su potencial con el fin de integrarlas a la sociedad, generarles oportunidades de empleo y una mejor calidad de vida. En su búsqueda por difundir las diferentes expresiones artísticas y culturales del país, “Grupo Presidente” desarrolló el concepto “HospedArte”, una iniciativa que tiene como objetivo exhibir el trabajo de artistas mexicanos de diversos ámbitos y en esta ocasión, el trabajo fotográfico de estos talentosos artistas estará presente en el lobby del hotel “Hyatt House Mexico City Santa Fe” hasta el 20 de agosto de 2019 y el público interesado podrá disfrutarlo sin costo alguno. La venta de las obras generará ingresos para el autor de la fotografía como parte de la inclusión social y laboral de las

personas con discapacidad visual.

Julien Debarle, Director de Operaciones de Grupo Presidente, encabezó la celebración recordando que es una historia de éxito y que también se aprovecha este Segundo aniversario para convertirlo en un reconocimiento al talento de los artistas de “Ojos que Sienten”.

Sergio León, Gerente General de “Hyatt House Mexico City Santa Fe” enfatizó el que celebrar con causa no solo sirve para agradecer la preferencia del público y de los socios comerciales, sino también para tener un impacto positivo en la comunidad.

José Manuel Pacheco, Director de la fundación “Ojos que sienten” dijo por su parte que las experiencias vivenciales, expresando lo cotidiano de una forma diferente, ayudan a convertir una foto, que es desde luego visual, en una manifestación de una imagen sensorial que puede ser compartida por todos.



Sergio León y Julien Debarle

El “Hyatt House Mexico City Santa Fe” es el primer establecimiento fuera de Estados Unidos con este concepto para estancias prolongadas, ofrece 119 espaciosas habitaciones, la mayoría con cocina completa y áreas de sala y dormitorio separadas. Y se cuenta con cerca de 700 m2 de espacio flexible para eventos y reuniones, piscina climatizada al aire libre, tienda de conveniencia para los clientes abierta las 24 horas, Wi-Fi de cortesía, Centro de Negocios, gimnasio 24/7 y habitaciones “Pet-friendly”.

Por Daniel Olivares



Los Clásicos Destinos Milenarios

lejano ORIENTE

ISRAEL Tierra Santa - 8 Días - \$1,330 USD
Tel Aviv, Tiberias, Galilea, Jerusalén, Mar Muerto.

EGIPTO, tierra de Faraones - 9 Días - \$1,690 USD
El Cairo, Luxor, Edfú, Kom Ombo y Aswan

Leyendas de JORDANIA - 7 Días - \$815 USD
Amman, Jerash, Mt. Nebo, Madaba, Petra y Wadi Rum

medio ORIENTE

CHINA CLÁSICA - 8 Días - \$1,335 USD
Beijing, Xí'an y Shanghai.

JAPON IMPERIAL - 7 Días - \$2,295 USD
Tokyo, Mt. Fuji, Hakone, Nara y Kyoto.

TAILANDIA. Cultura, tribus & playas - 12 Días - \$ 2,530 USD
Bangkok, Ayudhaya, Pitsalunok, Lampang, Sukhothai Chiang Mai, Chiang Rai.

**DESTINOS MILENARIOS
TOUR OPERADOR**
Emilio Castelar 19 Depto. 1
Col. Polanco, C.P. 11560
Ciudad de México



DESTINOS MILENARIOS
Tel. (55) 52 81 20 19
info@destinosmilenarios.com
www.destinosmilenarios.com



Los tres barcos de la naviera en la Amazonia Peruana.

“Background Representaciones Turísticas,” que dirige la muy estimada Lupita Gómez, organizó la presentación en México, ante agentes de viajes y operadores turísticos, de “Delfin Amazon Cruises”, en un desayuno de trabajo llevado a cabo en el Salón Astor del Hotel St. Regis de la Ciudad de México. A tal efecto se trasladó especialmente desde Estados Unidos Inés Orihuela, Directora de Promoción y Ventas de “Delfin Amazon Cruises”, quien explicó: “Estos bellos cruceros, únicos reconocidos por “Relais & Chateaux” desde 2018, están dirigidos al mercado de lujo y recorren la Amazonia Peruana en un gran plan, pues tienen un radio de servicio de apenas 1 o 2 pasajeros por tripulante, lo cual da idea del grado de exclusividad y atención de que gozan los viajeros. Los cruceros parten de un puerto de embarque de Nauta, cercano a la ciudad peruana de Iquitos, y recorren la Reserva Natural Pacaya Samiria, también conocida como “El Bosque Espejo”, pues en temporada de lluvias se cubre el 85% de la Reserva con las aguas provenientes de los Andes, constituyendo el bosque protegido cubierto por agua más grande del mundo. Los tres barcos de la flota de “Delfin Amazon Cruises” recorren los ríos Ucayali y Marañón, afluentes del Amazonas, que se juntan precisamente para dar vida al Amazonas propiamente dicho en el lugar preferido de los delfines rosados, hermosos mamíferos acuáticos que se pueden avistar desde los barcos, denominados “Delfin I”, “Delfin II” y “Delfin III”.

Se presenta en México “DELFIN AMAZON CRUISES”

“El primero es el más exclusivo, con solo 4 enormes suites, dos de ellas con su propio jacuzzi privado. Los ventanales son de piso a techo que hacen del paisaje parte integrante de la decoración. El Delfin II tiene 14 suites de grandes dimensiones, 4 master suites y 10 suites standard, espacio para ejercitarse, servicio de spa y sala de lectura y multimedia para conocer más de la Amazonia Peruana. Por su parte el “Delfin III” tiene 18 suites, 2 espaciosas Suites

de esquina que ven al frente, y la Suite del Propietario, la más grande de todas. Tiene una cubierta-soleadero con alberca, spa y gimnasio. Las tres naves cuentan con lounge y bar. Las excursiones que se pueden disfrutar incluyen recorridos en puentes colgantes sobre la selva, desayuno en cabaña flotante, baño en lodo, visita a las comunidades ribereñas autóctonas, avistamiento de distintas clases de primates, perezosos, manatíes, natación kayak, “padding”, caminatas en la selva y desde luego actividades a la medida para familias y grupos a solicitud. Hay dos temporadas: La de aguas bajas y la de aguas altas, cada una ofreciendo sus encantos. LATAM Perú ofrece vuelos estacionales desde Cuzco que combinan muy bien con la clásica visita a esa zona arqueológica y siempre está disponible la conexión Lima-Iquitos.”

Lupita Gómez, por su parte, recordó que “Delfin Amazon Cruises” es parte de la cartera de clientes de su empresa “Background Representaciones Turísticas” en la que también están “Incarail”, el tren escénico que recorre el trayecto de Cuzco a Machu Picchu; el “Sumaq Machu Picchu Hotel”, situado justo en la falda de la zona arqueológica y presentó a su nuevo socio: el “Hotel B” de Lima, un boutique de 20 habitaciones atendidas por 80 empleados, ubicado en la “trendy”, cultural y bohemia área de Barranco.

Por DANIEL OLIVARES



1.



2.



3.



4.

1. Master Suite del “Delfin I”.
2. “Delfin II”. 3. Suite con Jacuzzi. 4. Juan Manuel Reyna, Lupita Gómez e Inés Orihuela.

Bienvenue Québec, la mejor forma de aprender sobre ese destino

BIENVENUE QUÉBEC 2019 – QUEBEC CITY (YQB) – OCT. 28-30, 2019

BIENVENUE QUÉBEC 2020 – TROIS-RIVIÈRES (YUL OR YQB) – OCT. 26-28, 2020

¿Deseas aprender más de la provincia de Quebec? ¿Deseas tener contacto directo con proveedores de la provincias de Quebec, Ontario y las Provincias Marítimas? ¿Deseas ampliar tus programas o crear un nuevo programa de Canadá del Este?

Entonces deberías de asistir a Bienvenue Québec. Por más de 31 años, Bienvenue Québec ha puesto en contacto a muchas agencias de viajes internacionales, agencias receptoras y tour operadores con proveedores (tanto al nivel individual como grupal) y hemos visto grandes itinerarios de Canadá del este surgir de estas reuniones: itinerarios con un conocimiento más profundo de la provincia, incluyendo algunos lugares desconocidos para los turistas pero bien apreciados por los locales y ¡mucho más!

Las metas de Bienvenue Québec son:

* Proveer a los compradores la oportunidad de reunirse con los proveedores de productos y servicios turísticos de Quebec, Ontario las Provincias

Marítimas, durante tres días de actividades planeadas.

* Aumentar las actividades de entrenamiento, redes profesionales y promocionales de los negocios turísticos de Quebec.

* Aumentar a nivel global la cantidad y alcance de los productos y servicios de Quebec.

* Contribuir para reforzar el destino Quebec como una experiencia auténtica, atractiva y de calidad.

¿Cómo funciona?

Bienvenue Québec te ofrece tres posibilidades para aprender más de Quebec. En primer lugar, en colaboración con QuebecOriginal, ofrecemos viajes de familiarización en algunas de las regiones de Quebec. En segundo lugar, la ciudad sede ofrece dos excursiones especiales, preparadas especialmente por tour operadores, donde irás tras bambalinas para aprender más de las empresas antiguas y nuevas que están involucradas en el turismo.

Finalmente, después de leer cuidadosamente los perfiles de



Tenemos incentivos especiales para nuevos compradores: registro GRATUITO y alojamiento GRATUITO.

¡Pero apúrese! Quedan pocos lugares.

todos los proveedores que asisten a Bienvenue Québec, podrás elegir a los proveedores con los que quieres reunirte. ¡Durante este trade show podrás realizar más de 82 citas preestablecidas de ocho minutos cada una!

Por supuesto que también tenemos tiempo para divertirnos. En las noches se organizan algunos eventos especiales donde nuevamente

puedes conocer a nuevos proveedores mientras descubres un nuevo lugar, algunos productos locales y escuchas música local.

¿Estás haciendo grupos, quieres ofrecer un nuevo destino, quieres diferenciarte de todos los programas en tu mercado? ¡Entonces Bienvenue Québec es para ti! Además de ser una referencia básica para el desarrollo de negocios para la

industria turística de Quebec, Bienvenue Québec es el lugar perfecto para reuniones, intercambios, desarrollo de redes de negocios y entrenamiento.

¿Estás interesado? Para registrarte en línea, por favor visita la página www.bienvenueqc.ca. Es importante que llenes tu perfil meticulosamente, para poder hacer la unión perfecta entre ti y los proveedores. Además, tenemos incentivos especiales para nuevos compradores: registro GRATUITO y alojamiento GRATUITO. ¿Qué más podemos hacer por ti?

Este trade show amigable con el medio ambiente con una cucharadita francesa es exclusivo de Quebec, donde bajo un mismo techo promovemos reuniones entre más de 120 compradores y 380 vendedores.

Para descubrir Bienvenue Québec en fotos o videos, visita nuestra página:

www.federationautobus.com/en/bienvenue-quebec/pictures

Para mayor información: francois@vielmarketing.com

BIENVENUE QUÉBEC 2019

Québec City • Convention Centre

OCTOBER
28-29-30

BIENVENUE QUÉBEC IS:

- The largest Trade Show in Eastern Canada since 30 years
- 300 suppliers from the province of Québec, Eastern Canada and Northeastern United States
- 3 days of efficient business meetings including about 80 pre-established 8-minute appointments
- A group of networking activities

To register:
www.bienvenueqc.ca

Information: 1 647 502-1161
francois@vielmarketing.com

© Francis Fontaine

Houston...tenemos biblioteca

El Aeropuerto William P. Hobby (Houston, Texas) recientemente abrió una pequeña biblioteca llamada "Little Library". Ubicada en el

segundo nivel cerca de la Puerta 44, los pasajeros pueden dejar un libro o llevarse uno para su viaje. Fue creada para fomentar la lectura en niños y adultos y

fortalecer la comunidad mediante el intercambio de libros entre personas de todo el mundo.

"Las bibliotecas pequeñas se están volviendo cada vez más populares, y pensamos por qué no ofrecer una en el aeropuerto para que los pasajeros se entretengan antes de un vuelo o simplemente aligeren su carga", dijo la gerente general de Aeropuerto William P. Hobby, Lilliana Rambo. "También es una excelente manera de promover la alfabetización. Esta pequeña biblioteca cuenta con una selección de libros para niños, adolescentes y adultos, e incluso libros en diferentes idiomas", agregó.

Un intercambio de recuerdos, historias e imaginación, eso es lo que



"Little Library": Ubicada en el segundo nivel cerca de la Puerta 44, los pasajeros pueden dejar un libro o llevarse uno para su viaje.

"Little Library" busca lograr a través de pequeñas acciones en su comunidad. Es momento de despegar y emprender vuelo a tierras que solo podríamos

conocer a través de la lectura y la imaginación. ¿Qué mejor lugar para iniciar esta aventura que en el Aeropuerto William P. Hobby, en Houston?

Cae cifra de mexicanos reservando a Canadá con agentes de viaje

El porcentaje de mexicanos que reserva sus viajes a través de agentes de viaje tradicionales decrece a nivel mundial, y en Canadá no es la excepción. La competencia contra los OTAS (Online Travel Agencies) se complica durante la era digital, y se agrava al tener viajeros autónomos que buscan planear y reservar su viaje directamente con los proveedores. De acuerdo con cifras del estudio global de turismo 2018 de Destination Canada, solamente el 19% del total de los visitantes mexicanos reservaron sus vuelos a través de agentes de viaje tradicionales o tour operadores, lo que significa una caída del 32% durante 2018 en comparación al año anterior, mientras que las reservas en hoteles a través del mismo medio, bajaron 17% contra el 2017 que ya había caído 30% anteriormente.

La cifra de las reservas con agencias de viaje no quiere decir que los mexicanos no estén viajando hacia Canadá, al contrario. México continúa rompiendo record con la llegada de 400 mil visitantes anuales, es decir, el 4.9% más a comparación del 2017. De ellos, el 55% confió en reservar con agencia de viajes, pero el 36% lo hizo con una OTA.

Para evitar la caída de las cifras de las agencias de viaje tradicionales, o incluso darle crecimiento, Jorge Morfín, Director de Destination Canada México, mencionó en entrevista que dependerá de la digitalización y modernización de las agencias de viaje, su marketing y manera de llegar al cliente y de promocionarse, así como una labor de los operadores de viaje para desarrollar producto distinto, único y específico para que el consumidor final tenga la necesidad de reservar su viaje a través de un profesional.

Oferta y demanda

Jessica Ortíz, representante de Destination Canadá en México, por parte de PR Central, reiteró para Turistampa que Destination Canada está en busca de ampliar el panorama de otros destinos en Canadá para el viajero mexicano y convencerlo de visitar fuera de los tours comunes, cuestión que también ayudaría a los agentes de viajes a mantener sus ventas y elevarlas al ofrecer un circuito distinto para atraer al cliente.

Explicó que la estrategia es generar contenidos emocionales para conectar, enamorar y crear la demanda de destinos no tan conocidos. Ejemplificó que aunque las grandes ciudades siempre serán los puertos de entrada, son una oportunidad para explorar destinos, como Toronto, donde se puede conectar con Blue Mountain, Muskoka, Niagara on the Lake y otros.

"La industria turística en general está vendiendo lo que vendían hace 10 años, el clásico, oeste canadiense o este canadiense y como se vende bien no se han convencido de generar nuevo producto, son contados los que están ofreciendo nuevos circuitos. Lo que ha pasado, es que en consecuencia de las temporadas altas, se han visto en la necesidad de vender otro destino, ven que les funciona y comienzan a apostar por nuevos productos. Si estamos viendo más interés pero sabemos que es algo que requiere evolución, por eso queremos plantar demanda a través de contenidos para que se genere oferta".

Adicionalmente apuntó que Jonview está creando nuevo producto como operador receptivo que resulta bastante atractivo para operadores y consumidores.

Por Ariadna Ramo

Tamaulipas...

VIENE DE LA PAGINA 1

garantiza el crecimiento económico, y por lo tanto para el turismo también.

Referente al crecimiento del destino, mencionó que el turismo durante verano ha crecido 15% a comparación del año pasado, así como el gasto del visitante se ha elevado de 500 a 700 pesos por día. "Eso quiere decir que la gente está confiando y está visitando y retomando la visita a Tamaulipas a través de sus carreteras. Se siente la seguridad en las carreteras con el apoyo de protección civil", explicó el secretario.

Entre las principales acciones para continuar con el crecimiento del destino aseguró que Edgar Solís, subsecretario de turismo de Tamaulipas, se encargará de impulsar los lazos con las agencias de viaje y tour operadores, buscará fortalecer la relación con las asociaciones de profesionales del turismo y certificarán a operadores receptivos con productos específicos de Tamaulipas. Además, se generarán acuerdos de rutas de aventura interestatales con Nuevo León promoviendo también que no hay cobro de casetas en el estado que representa.

En caso de la promoción en el extranjero manifestó que por el momento se enfocarán a Estados Unidos y los estados del medio oeste y sureste para

cuando estos tengan temporadas invernales. "Tamaulipas se volverá a convertir en el destino favorito del noreste de México para 2019, va a tener la fama que merece", advirtió.

En la oferta vacacional del destino destacan las actividades de pesca, que este año reúne 105 torneos; actividades en sus playas desde liberación de tortugas, globos aerostáticos,

voleibol; espectáculos diarios agendados en Palmillas; en Ciudad Victoria, clases de ajedrez o cursos en el zoológico; recorridos en el pueblo mágico de Tula y Mier; paquetes con spa y naturaleza en Jaumave y Nogales; entre otras riquezas, naturales, culturales y gastronómicas que guarda Tamaulipas.

Por Ariadna Ramo



El kiosco barroco que adorna la Plaza de Armas, uno de los atractivos del centro de Tampico.

Gran éxito de la 19ª edición de “EXPORESTAURANTES”

Se llevó a cabo en el “World Trade Center” de la Ciudad de México la 19ª edición de “Exporestaurantes”, que presentó las tendencias del sector, las innovaciones en “food service” y todo lo relacionado con la industria gastronómica. “Exporestaurantes” es la plataforma líder dirigida a restaurantes, cafeterías, hoteles, negocios de comida rápida, empresas de catering, comedores industriales, clubes deportivos, “brokers” y distribuidores. Es organizado por “E.J.Krause & Associates”, “SYSE” y “Tarsus México”. La ceremonia de inauguración de este evento contó con la participación de Carlos Mackinlay Grohmann, Secretario de Turismo de la CDMX; Carlos Roberts, Presidente de la Asociación Mexicana de Restaurantes; Alejandro Borja, Presidente de Servicios y Soluciones para Exposiciones y Eventos “SYSE”; Lizeth Quintero, Presidenta Ejecutiva de “México Calidad Suprema”; Paul St. Amour, Vicepresidente para Latinoamérica de “Tarsus México”; Carlos Enrique Galindo, Director General de Comunicación de la Ciencia de la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO) y Lourdes Fernández, representante del Consejo Mexicano de Promoción de los Productos Pesqueros y Acuícolas, COMEPESCA.

De acuerdo con Carlos Mackinlay, actualmente la actividad turística se nutre de la actividad restaurantera, sobresaliendo como uno de los sectores que generan mayor volumen de tráfico y turismo: “Estoy muy orgulloso que exista un espacio para los productores de artesanías de la Ciudad de México y también para algunos del Estado de México. Creo que estamos llegando a hacer un acercamiento entre la gastronomía y la artesanía que nos interesa mucho. Las nuevas tendencias indican que los visitantes primero van a disfrutar de la gastronomía y luego van a los atractivos, lo cual habla de la importancia de este rubro”, explicó Mackinlay.

Por su parte, Lizeth Quintero indicó que a lo largo de 19 años, “EXPORESTAURANTES” siempre ha sido un gran escaparate para el sector agroalimentario, donde los cierres de ventas siempre han generado buenos resultados, además de ser un foro para actualizarse sobre las tendencias del mercado y de

los consumidores.

Alejandro Borja también resaltó la importancia de esta exposición, que sigue representado a los actores más destacados del sector, al ser el espacio ideal para que empresas nacionales e internacionales ofrezcan sus productos y servicios, buscando el crecimiento exponencial del sector.

En su oportunidad, Carlos Roberts afirmó que “EXPORESTAURANTES” brinda una invaluable oportunidad para que todo el gremio restaurantera pueda generar “networking”, innovar y recuperar la ventaja competitiva que podrían haber perdido en el camino.

Durante esta edición participaron más de 100 expositores de catorce países que



ofrecieron productos y servicios para la exitosa operación de un establecimiento de alimentos y/o bebidas, entre los que destacan: utensilios de cocina; equipo y mobiliario; tecnología; productos orgánicos; uniformes; cristalería y loza; pescados y mariscos; salsas y aderezos; lácteos; bebidas alcohólicas y no alcohólicas; productos especializados de limpieza y desinfección; cocinas

profesionales y decoración; entre otros.

Los asistentes a este magno evento tuvieron la oportunidad de establecer nuevos negocios, y además participar sin costo en talleres, degustaciones, catas, conferencias y pláticas demostrativas impartidas por destacados especialistas del ámbito gastronómico. Entre los atractivos

temas que se abordaron destacaron: “¿Cómo ser un profesional de éxito en el medio Gastronómico?”; “Mercadotecnia del Vino; El arte de vender la botella”; “Importancia de la trazabilidad en la pesca sustentable”; “Público Comedor”: Rápido, moderno y verdadero”; “Administración sin dolor, los sistemas Punto de Venta y la gestión restaurantera”; “Implementación de una estrategia de marketing digital en tu restaurante”; “WiFi en tu Restaurante”; “Sustentabilidad y Nutrición al plato: una tendencia gastrosófica”; “La importancia y empleo del costo potencial de alimentos y bebidas”; “Maíces y mezcales - sabores de origen, sabores históricos”; “Check list de 30 puntos de Marketing Gastronómico”; “Ventajas y beneficios de comprar productos certificados y sustentables”.

Por Daniel Olivares

Holiday Inn Express® México Aeropuerto

El Hotel Holiday Inn Express® México Aeropuerto es la mejor opción para los viajeros tanto de negocios como placer por su excelente ubicación.



Muy cerca del aeropuerto



- * 112 habitaciones. * 4 suites,
- * 1 habitación para huéspedes con movilidad reducida.
- * Habitaciones comunicadas.
- * Desayuno Express Start en cortesía, con opción ToGo.
- * Centro de Negocios.
- * Estacionamiento.
- * TV de pantalla LED de 52”.
- * Servicio de lavandería y tintorería.
- * Gimnasio. * WiFi en cortesía.
- * Transportación aeropuerto/Hotel/Aeropuerto 24 hrs.
- * Llamadas locales y accesos 800 nacional sin costo.
- * Salón hasta para 100 personas.

Reservas. 01 800 000 4000
Río Churubusco No. 253 México, D.F.
C.P. 08400 recepcion@himex.mx
Recepción 52-55-58034900



Holiday Inn Express® México Basílica

El nuevo Hotel Holiday Inn Express® México Basílica está ubicado cerca del AICM, Centro Médico La Raza, Centro Histórico, Centro Cultural Tlatelolco, y del hospital Materno Infantil.



Muy cerca de la Basílica



- * 138 amplias habitaciones.
- * Desayuno Express Start en cortesía, con opción ToGo.
- * Gimnasio.
- * Centro de Negocios.
- * Internet inalámbrico en cortesía.
- * Llamadas locales y accesos 800 nacional sin costo.
- * Estacionamiento.
- * TV pantalla plana LED de 49”
- * Servicio de lavandería y tintorería.

Reservas. 01 800 000 4000
Calzada de Guadalupe No. 54,
Col. Ex-Hipódromo de Peralvillo,
México, D.F. C.P. 06250
hiexpress.com/mexicobasilica



CDT...

VIENE DE LA PAGINA 1

que se utilizaba como el fondo para la CPTM en 85%, ahora será utilizado para la construcción del Tren Maya. Por lo que las acciones de promoción turística a través del Consejo de Diplomacia Turística serán financiadas por la iniciativa privada. Pero también habrá un presupuesto federal —el cual no se especificó un monto aproximado— que tendrá que ser aprobado previamente por la Secretaría de Hacienda, informó Cabrera.

¿Cómo operará?

El Consejo de Diplomacia Turística se encargará de diseñar, asesorar, planear y evaluar las acciones de promoción que se ejecutará a través de las 80 embajadas y 70 consulados. Cabrera aseguró que a través del Instituto Matías Romero de la Cancillería y el

Instituto de Competitividad Turística de la Setur ya se está realizando la capacitación del cuerpo diplomático a través de foros e intercambios para que se familiaricen con el tema, una acción que arrancará en su totalidad durante agosto.

Aunque se tiene ya a los miembros del consejo, aún no se tiene un programa de trabajo. Ignacio Cabrera, entrevistado al final de la ceremonia, mencionó que la primera reunión se centrará en crear una planeación de trabajo, como crear alianzas con sector gubernamental y privado para que la marca México esté presente en todos los eventos internacionales.

¿Quiénes conforman al consejo?

Se dieron a conocer 28 miembros, donde destaca la presencia de dos aerolíneas: Aeroméxico, con Giancarlo

El Consejo de Diplomacia Turística se encargará de diseñar, asesorar, planear y evaluar las acciones de promoción que se ejecutará a través de las 80 embajadas y 70 consulados.

Mullineli, Vicepresidente de ventas; e Interjet, con su Presidente Miguel Aleman Magnani. Sólo dos representantes de destinos: Darío Flota Director del Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo y Rodrigo Esponda, Director de Fidetur Los Cabos. Siete cadenas hoteleras: Cristina Alcayaga, Presidenta Grupo Sunset World; Juan Vela Ruiz, Presidente Grupo Velas; Francisco Bulnes, Presidente Grupo Solmar; Daniel Chávez Moran, Presidente Grupo Vidanta, Pablo Azcárraga Andrade, Presidente de Grupo Posadas; Braulio Arsuaga, Director de Grupo Presidente; y José Chapur, Director de Palace Resorts. Solamente una

agencia de viajes con Armando Bojórquez de Viajes Bojórquez.

Mientras que el resto son representantes de asociaciones, cámaras nacionales y consejos de la industria turística, así como empresarios inmobiliarios. Entre ellos: Eduardo Paniagua, Presidente de AMAV; Jorge Manos Esparragosa, Presidente de ASETUR; Julian Arroyo, Presidente de AMAV CDMX; Francisco Fernández, Presidente de Canirac; Juan José Fernández Carrillo de AMHM; Simon Galante, de Fibrahotel; José Manuel López Campos, Presidente de Concanaco-Servytur; Jean Paul Pelletier, preside la Asociación Empresarial Progresista; Ma-

del Carmen Morfin, presidenta de la Confederación Panamericana de Escuelas de Hotelaría, Gastronomía y Turismo; Aurelio Pérez de ASUR; y Alejandro Alonso Olivares, Presidente de la Canaero.

Asimismo, resalta la participación de Lourdes Berho, presidenta de Alchemia, agencia de relaciones públicas y marketing, quien fungió como titular del extinto CPTM.

¿Cuándo?

“Este consejo lleva un proceso en sentido de que hay que sentarnos, hay que formalizarlo e hay que reunir los requisitos con la ley en un plazo dentro de 60 días para definir programa de trabajo”, explicó Cabrera.

¿Qué opina el sector hotelero?

A nombre del Consejo Empresarial Turístico (CNET) y del sector hotelero, Jorge Chapur pronunció su apoyo al consejo con algunas recomendaciones: que haya transparencia entre los fideicomisos locales y estatales; no descuidar a la promoción turística; considerar tener expertos en marketing digital; tecnología y relaciones públicas para una óptima promoción; y revisar áreas de oportunidad que podrían sustituir el monto recaudado anual del DNR que ascendía a 7 mil millones de pesos.

“Por ejemplo, las plataformas digitales de rentas vacacionales no cuentan con regulaciones, no pagan impuestos IVA ni ISR, no están verificados por protección civil, no tienen uso de suelo autorizado, entre otras deficiencias que amenazan y desvían ingresos del sector turístico formal. Las autoridades están dejando de captar 6 mil millones de pesos al año, de acuerdo con datos estimados de la Asociación Nacional de Cadenas de Hoteles. Lo mismo pasa con los cruceros, ingresan 4 millones de cruceristas al año...en otras islas del Caribe se pagan derechos entre 5 y 60 dólares por pasajero, en México la tarifa es 0”.

Por Ariadna Ramo



DM
DESTINOS MILENARIOS

ORIENTE INÉDITO

NEPAL, TIBET & BUTHAN

MONASTERIOS DE NEPAL & TIBET
11 Días – \$3,360 USD
Valle de Katmandú, Pokhara, Chitwan, Lhasa, Gyantse y Xigatse.

Extensión BUTHAN
7 Días – \$3,150 USD
Thimpu, Punakha, Bumthang, Paro

Incluye vuelos internos entre Nepal, Tibet y Buthan

IRAN, antigua Persia
9 Días – \$3,160 USD
Terhan, Shiraz, Yazd e Isfahan
Servicios Privados en Español

MONGOLIA, la tierra de Genghis Khan
7 Días – \$2,250 USD
Ulán Bator, Parque Nacional Terelj, Karakorum, Valle de Orkhon, Reserva Natural Pico Khogno Khan, Dunas de Arena Elsen Tasarkhai.
Servicios Privados en Español

DESTINOS MILENARIOS TOUR OPERADOR
Emilio Castelar 19 Depto. 1 | Col. Polanco 11560 | Ciudad de México
Tel. (55) 52 81 20 19
info@destinosmilenarios.com | www.destinosmilenarios.com

MAIZAL *llega con su cocina endémica a HOTEL BOUTIQUE CASONA DE LOS SAPOS*

■ EL CHEF DANIEL NATES, GANADOR DEL PREMIO S. PELLEGRINO YOUNG CHEF 2016 SERÁ EL ENCARGADO DE DIRIGIR ESTA GASTRONOMÍA CON ESENCIA Y EXPRESIÓN POBLANA.

La cocina mexicana se caracteriza por presentar platillos llenos de historias y fantasías que enamoran a más de uno. Sus colores, olores y sabores son la esencia distintiva que por siglos han atrapado el paladar de millones de personas. De norte a sur y de este a oeste, nuestro país es considerado un destino de turismo gastronómico que brinda cientos de opciones para sus pobladores y visitantes, y lo mejor un sazón inigualable.

Dentro de la cocina mexicana se encuentra la gastronomía poblana, llena de ingredientes autóctonos que representan no sólo a la ciudad o al estado, sino a México entero. En este sector de arte culinario podemos encontrar gran variedad de platillos como el mole y los chiles en nogada que representan a la alta cocina nacional. Pero detrás de cada fusión gastronómica se encuentra una mente creativa, un chef que quiere dejar huella o sabores irremplazables, tal es el caso de Daniel Nates, un joven arriesgado y vanguardista de México que expondrá su cocina endémica dentro del Hotel Boutique Casona de Los Sapos con su restaurante Maizal, proyecto que nace de la inspiración del territorio poblano, visto desde su lado más natural, en donde el producto local es la fuente de creación.

Maizal es un proyecto de cocina local poblana que busca resaltar el territorio por medio del producto de la región; un fiel representante de la gastronomía mexicana, que encarna los sabores y conocimientos de



Quitamal.

nuestras tierras, trabajando con productores locales e ingredientes silvestres para que al final se presente un trabajo de arte; su principal objetivo es hacer que la gente cambie de opinión acerca de combinar insumos que son benéficos y se producen de manera local.

El Chef Daniel Nates sigue consolidando su estilo basado en la mezcla de lo tradicional y lo contemporáneo; esta filosofía, su creatividad y su pasión por la gastronomía lo llevó a ser representante de Latinoamérica y ganador en la segunda edición de S. Pellegrino Young Chef 2016, ganó con su platillo "Quintamal", un tamal de quelites, pinole de frijol y hojas de aguacate, inspirado en los cultivos de maíz y en la comida prehispánica.

Para el Chef Daniel, la propuesta con Maizal significa revolucionar el paladar de los poblanos y sus visitantes ante una cocina que explora más allá de lo tradicional pero sin dejar a un lado lo característico de los sabores mexicanos con sus ingredientes únicos.

El restaurante Maizal estará dentro de las instalaciones del Hotel Boutique Casona de Los Sapos, ubicado en el centro histórico de Puebla, un hotel con historia, lujo y exclusividad; además este recinto te ofrece una experiencia inigualable en una atmósfera de confort, donde podrás disfrutar de obra de arte en la Galería de los Los Sapos y también encontrarás un toque francés en el restaurante Le Crapaud y el pan recién elaborado en Au Pain Chaud, sin duda una excelente opción para tu siguiente visita a Puebla.



Humos y tiznes.



Elote tierno.



Calabaza y sus guías.



Tamal de frijol.



Sandwich de amaranto.



Casona de Los Sapos.



Casona de Los Sapos.



ESTA VERANO ;TENEMOS ALGO ESPECIAL PARA TODOS!

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

Habitaciones y suites de lujo • Todos los alimentos en restaurantes de especialidades con servicio a la carta • Bebidas premium ilimitadas • Minibar reabastecido diariamente • Servicio a cuartos las 24 horas • Shows y programa de entretenimiento y actividades diarias • Explorer's Club para menores de 12 años y Core Zone para adolescentes de 13 a 17 años • Programa de cenas Sip, Savor & See Unlimited Connectivity • Impuestos y propinas • Y mucho más...

PRECIOS DESDE

de Julio 06 a Agosto 17, 2019

CANCÚN

NOW EMERALD CANCUN **\$2,155**
 REFLECT CANCUN⁽²⁾ **\$2,775**
 DREAMS SANDS CANCUN **\$3,419**

COZUMEL

SUNSCAPE SABOR COZUMEL⁽³⁾ **\$1,870**

HUATULCO

DREAMS HUATULCO **\$2,840**

IXTAPA

SUNSCAPE DORADO PACÍFICO IXTAPA⁽⁴⁾ **\$2,025**

LOS CABOS

REFLECT KRYSTAL GRAND LOS CABOS **\$2,115**
 DREAMS LOS CABOS⁽¹⁾ **\$2,835**

NUEVO VALLARTA

REFLECT KRYSTAL GRAND NUEVO VALLARTA⁽¹⁾⁽⁵⁾ **\$2,539**
 DREAMS VILLAMAGNA NUEVO VALLARTA⁽¹⁾⁽⁶⁾⁽⁸⁾ **\$3,205**

PLAYA MUJERES

DREAMS PLAYA MUJERES⁽⁸⁾ **\$6,535**

PUERTO VALLARTA

SUNSCAPE PUERTO VALLARTA⁽⁷⁾ **\$2,185**
 NOW AMBER PUERTO VALLARTA⁽¹⁾ **\$3,319**

RIVIERA CANCÚN

DREAMS PUERTO AVENTURAS **\$1,925**
 DREAMS RIVIERA CANCUN⁽¹⁾ **\$2,989**

RIVIERA CANCÚN

NOW JADE RIVIERA CANCUN **\$2,765**
 NOW SAPPHIRE RIVIERA CANCUN⁽¹⁾ **\$2,765**
 DREAMS TULUM⁽⁸⁾ **\$3,035**

Tarifas en M.N. por persona, por noche, en base a ocupación doble, incluyen impuestos y propinas. Exclusivas para comprar y reservar en México. Vigencia para comprar y viajar según se indica. Tarifas y promociones sujetas a cambio sin previo aviso. No son combinables con otras promociones y/o descuentos. Aplican restricciones (*) de domingo a miércoles (***) de domingo a jueves (2) de julio 13 a agosto 17, 2019 (3) de julio 13 al 19, 2019 (4) de julio 06 al 18, 2019 (5) de julio 06 al 31, 2019 (6) de julio 06 a agosto 04, 2019 (7) de julio 13 al 27, 2019 (8) de julio 06 a agosto 03, 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

Tarifas comisionables al 15% para agentes de viajes.



RESERVE EN: **01 800 272 0614** DreamsResorts.com.mx | **01 800 020 3564** NowResorts.com.mx | **01 800 522 3058** ReflectResorts.com.mx | **01 800 087 4891** SunscapeResorts.com.mx | O CONSULTE A SU AGENTE DE VIAJES

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

