



Newsletter

Septiembre-Diciembre 2020



Comité Ejecutivo

Presidente

Braulio Arsuaga Losada

Vicepresidentes

Pilar Aguilar Pariente

Adolfo Castro Rivas

Lorenza Martínez Trigueros

Liliana Mejía Corona

Valeria Moy Campos

Juan Ignacio Rodríguez Liñero

Alejandro Zozaya Gorostiza

Secretario

Fernando Galindo

Tesorero

Antonio Cosío

Comisario

Carlos Pantoja

Directora General

Lourdes Prieto

Gerente

Mercedes Elizalde

Capítulos Estatales

Los Cabos

Yucatán

Puerto Vallarta- Riviera Nayarit

Ciudad de México

Colima

Chihuahua

Caribe

Puebla

Asamblea General

Asociados



Afiliados



Socios Colaboradores



Consejo Consultivo

Rafael Aguirre Gomez

Cristina Alcayaga Núñez

Carlos Ancira Elizondo

Romarico Arroyo Marroquin

Braulio Arsuaga Losada

José Carlos Azcarraga Andrade

Pablo Azcarraga Andrade

Luis Barrios Sanchez

Carlos Berdegue Sacristan

Adolfo Castro Rivas

Jose Chapur Zahoul

Fernando Chico Pardo

Carlos Constandse Madrazo

Ernesto Coppel Kelly

Ruben Coppel Luken

Eduardo Cordero Rodriguez

Eduardo Cordero Staufert

Salomon Kamakhaji Ambe

Angel Losada Moreno

Jorge Paoli Diaz

Alfonso Pasquel Barcenás

Alfonso Rizzuto

Juan Ignacio Rodriguez Liñero

Héctor Rivas Camacho

Eduardo Sanchez Navarro Redo

Alejandro Soberón Kuri

Leandro Trejo

Juan Vela Ruiz

Joel Zorrilla Vargas

Alejandro Zozaya Gorostiza

Asesores

Sergio Allard

Eduardo Chaillo

Gerardo Corona

Francisco Madrid

Francisco Mijares

Pablo Hernández O Hagan

Alejandra Ríos

Teresa Solís

Patricio Trad

Contenido

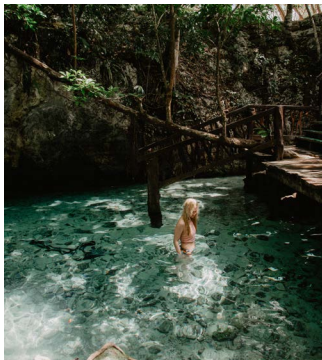
Destacados

P.04 ¡Bienvenidos!
Nuevos miembros.



P.10 CNET combate redes
de abuso infantil dirigidas a
turistas.

Industria



Gobierno

P.41 SECTUR y UNESCO
firman convenio para
incentivar el turismo
sustentable.

Destinos

P.49 Timbre de seguridad
busca reactivar la industria
turística de CDMX.

P.51 Huracán Delta.



¡Bienvenidos!

Nuevos miembros



WTTC y CNET solicitan acciones para **recuperar empleos** en el sector de viajes y turismo.

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés) y el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), sostuvieron un encuentro en el cual conversaron sobre la importancia del trabajo en conjunto entre los participantes del sector privado de la industria turística, frente a la actual crisis sanitaria por Covid-19, la cual ha golpeado seriamente al sector.



Gloria Guevara Manzo, Presidenta y CEO del WTTC, y Braulio Arsuaga, Presidente del CNET, coincidieron en que es fundamental impulsar y respaldar las acciones diseñadas para mitigar la pérdida de empleos en el sector de Viajes y Turismo. Guevara Manzo hizo un llamado a los principales líderes y representantes del sector para seguir y aplicar, desde su actividad, las acciones y protocolos globales que generen confianza a los viajeros, elemento básico para la recuperación de la actividad turística.

Por su parte, Braulio Arsuaga señaló el impacto positivo que los Viajes y el Turismo tienen sobre el desarrollo social del país, tales como la generación de empleo y la disminución en los niveles de marginación, ha impulsado una mejora en la calidad de vida de los trabajadores, así como movilidad social, entre otros.

“La actividad turística en México aportaba, hasta antes de la pandemia, casi 9% del PIB nacional y generaba alrededor de 4 millones de empleos, de ahí la importancia de impulsar la reactivación económica del sector de una manera ordenada, tal y como lo sugiere la Organización Mundial de Turismo y lo hemos venido haciendo en coordinación con el WTTC”, dijo el Presidente del CNET.

Como dato importante cabe señalar que el sector de Viajes y Turismo en el país, aporta más del 15 % al PIB nacional total, y genera 7.2 millones de empleos, es decir, representa el 13.3% del total de los puestos de trabajo en el país. Además, pese a que la economía mexicana en general se contrajo en 2019, la contribución de la industria de viajes y turismo al PIB creció a casi el 2%.

La Presidenta y CEO del WTTC mencionó durante la reunión que es importante aprender de las experiencias pasadas, así como de las acciones que otros países han aplicado y con las cuales se han logrado mitigar los impactos negativos que la pandemia ha provocado en el desarrollo económico.

Gloria Guevara y Braulio Arsuaga reconocieron los grandes esfuerzos que los representantes de la industria han venido realizando durante los últimos meses, para la recuperación del sector.



Fuente: reportur

Peter S. Greenberg grabará "The Travel Detective" en México.

El experto en viajes de Estados Unidos, Peter Greenberg, se encuentra en México grabando **"The Travel Detective"**. La serie de 30 minutos, presenta el segmento **"Gemas Ocultas"** en el cual, el presentador, destaca sus elecciones personales y experiencias favoritas fuera del mapa turístico.

El pasado 4 de diciembre, Peter, comenzó su recorrido en el estado de Jalisco, montando con legendarios charros en la ciudad de Guadalajara. Pero, el resto del viaje aún no se detiene, Greenberg, continuó su visita en Puerto Vallarta, desde donde realizó una transmisión a través de Facebook LIVE.

Greenberg, visitará diferentes estados de la República, prometiendo el encuentro de lugares especiales y se sumergirá a través de la cultura y tradiciones de México.

Las actualizaciones de sus viajes globales, serán transmitidos a través de [Facebook Live](#).



Fuente: petergreenberg.com

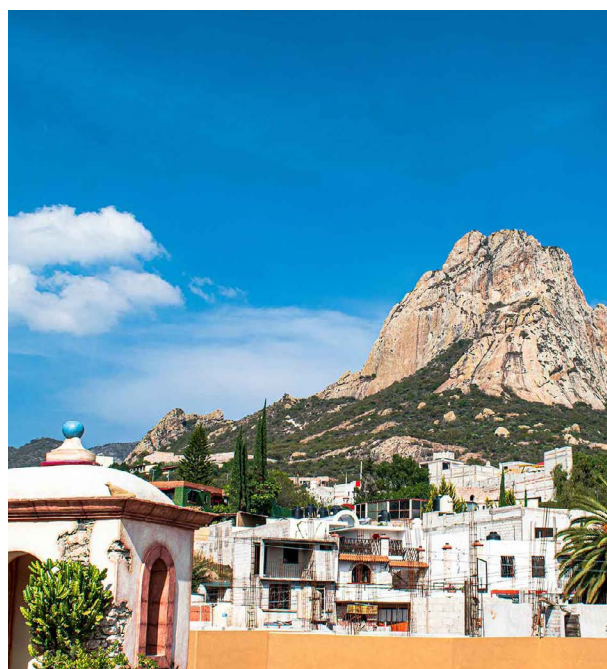
Se instala la **mesa de infraestructura** en México.

Durante la Asamblea General Ordinaria del Consejo Nacional Empresarial Turístico se instaló de manera formal la Mesa de Infraestructura Turística con la finalidad de identificar soluciones para las necesidades de infraestructura que puedan potencializar la actividad turística.

Los Gobiernos Estatales a través de las Comisiones de Turismo y de la Comisión Nacional de Gobernadores, en conjunto con asociaciones empresariales como la Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos y el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET); se encargarán de identificar soluciones para las necesidades de infraestructura que puedan potencializar la actividad turística nacional e internacional.

En la firma participaron Braulio Arsuaga, Presidente del CNET; Eduardo Ramírez Leal, Presidente de la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC) y Luis Araiza, Presidente de ASETUR. También Juan Ignacio Rodríguez, por la Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos (AMDETUR), Pablo González

Carbonell, Presidente de la Asociación de Inversionistas en Hoteles y Empresas Turísticas (AIHET), Enrique Téllez de la Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios y Daniel Shroyer de la Asociación Mexicana de Marinas Turísticas.





El principal objetivo de la Mesa de Infraestructura Turística es detonar al máximo la actividad turística nacional e internacional. Para esto, el grupo de trabajo interdisciplinario elaborará un banco de proyectos que permita mejorar el desempeño del turismo, así como impulsar la reactivación del sector y promover la innovación y la competitividad de los destinos.

Otras de las metas que la mesa tiene son fortalecer la preservación y restauración del patrimonio cultural en México, ampliar la conectividad aérea, terrestre y ferroviaria, desarrollar infraestructura e inversión privada en destinos de playa menos consolidados y hacer mejoras en la infraestructura hospitalaria.

Además, la Mesa de Infraestructura Turística también pretende fomentar la

infraestructura competitiva para que el turismo sea un punto estratégico de la productividad de cada región y sea un detonador de bienestar social.

Alianza Nacional Emergente por el Turismo

La ANETUR es una alianza firmada por asociaciones como el CNET, Gobiernos Estatales, la Asociación de Bancos de México, entre otras, para establecer las bases que darán inicio a una nueva ruta para el turismo de México. Esta ruta incluye impulsar la sustentabilidad, fortalecer el crecimiento de las Pymes, recuperar empleos del sector y fomentar el desarrollo inclusivo.

Fuente: Food and Travel México

CNET combate redes de abuso infantil dirigidas a turistas.

El Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), comenzó los trabajos para combatir la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes.

El Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), llevó a cabo la primera reunión de la Mesa de Combate a la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes, con el firme objetivo de crear estrategias conjuntas para combatir y erradicar el turismo sexual infantil en México.



El encuentro virtual contó con la presencia de Braulio Arsuaga, Presidente del CNET; Josefina Vázquez Mota, Presidenta de la Comisión de Derechos de la Niñez y de la Adolescencia del Senado de la República; Cristina Alcayaga, miembro

del Consejo Consultivo del CNET; Brenda Alonso y Yarla Covarrubias de la Asociación Femenil de Ejecutivas en Empresas Turísticas; y Salvador Villalobos, Presidente Ejecutivo del Consejo de la Comunicación.

De acuerdo con cifras que reveló la Senadora Josefina Vázquez Mota, cerca de 600 mil depredadores sexuales visitan nuestro país cada año, esto es, mil 600 por día.

Vázquez Mota señaló que, según datos de la Red Global de Organizaciones de la Sociedad Civil que trabaja para poner fin a la explotación sexual de los niños (ECPAT por sus siglas en Inglés), los depredadores suelen hospedarse en hoteles para cometer sus delitos; algunos no salen del hotel, mientras que otros piden el servicio de un taxi para ir a los parques de colonias populares y buscar a sus víctimas.

La Senadora destacó que durante la pandemia se incrementó en 73% el consumo de pornografía infantil en nuestro país. Se estima que un 36% de los criminales provienen de Estados Unidos y Canadá, aunque también hay ciudadanos de Inglaterra, Alemania y Holanda que vienen a México en busca de sexo con menores de edad.

Es por ello que durante la sesión se propuso que el sector hotelero, restaurantero y de transporte mantenga una política de oposición y cero tolerancia a la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes, informar al turista sobre las consecuencias de realizar algún acto vinculado a esta práctica, y dar aviso a la autoridad al detectar casos.

"Durante las últimas semanas hemos llevado a cabo reuniones con la Senadora Vázquez Mota y con el Consejo de la Comunicación, a fin de crear las estrategias conjuntas con las que podemos combatir y erradicar el turismo sexual infantil en nuestro país".

"Como resultado de esas reuniones es que estamos hoy aquí para instalar la Mesa para el Combate al Turismo Sexual Infantil, cuyo principal objetivo

es crear un programa de trabajo con acciones concretas para terminar con este problema, que está afectando de manera grave la vida de nuestras niñas y de nuestros niños", señaló Braulio Arsuaga, Presidente del CNET.

En los próximos días, la Mesa para el Combate al Turismo Sexual Infantil llevará a cabo una serie de reuniones para darle seguimiento al tema y atacar lo antes posible esta problemática.

Durante la reunión virtual, también estuvieron presentes: Francesca Romita, Dora Giusti y Leonardo Mier, del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF); Cuitláhuac Gutierrez, Director de IATA México y la Cámara Nacional de Aerotransporte (CANAERO); Libia Mariel López, Vicepresidenta General de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados (CANIRAC); María José Fernández, Directora de la Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios (ADI); y José Jiménez, Gerente General de la Cámara Nacional de Autotransporte de Pasaje y Turismo (CANAPAT), José Manuel de Alba, Vicepresidente de Turismo de la Cámara Nacional de Autotransporte de Pasaje y Turismo, y Teresa Solís también atendieron la reunión.

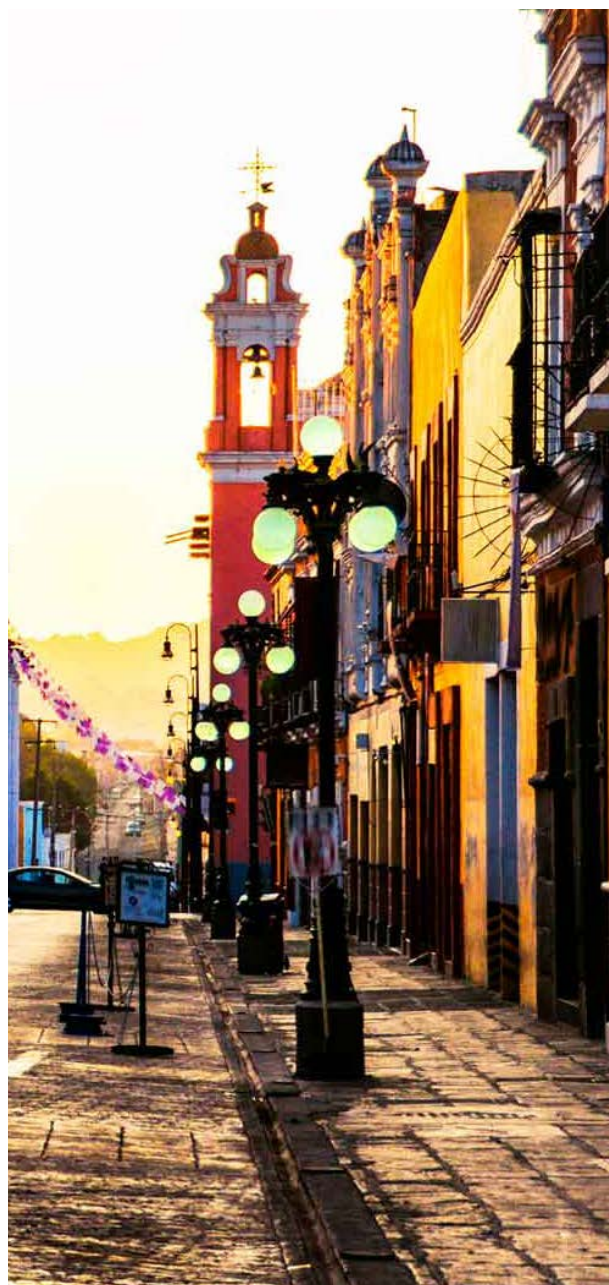
Integran 13 empresarios poblanos el Consejo Nacional Empresarial Turístico.

El organismo estará presidido por Félix Ruano, Gerente General del hotel Presidente InterContinental.

Para salir de crisis económica que ha generado el coronavirus al sector empresarial del sector hotelero, transporte y restaurantero, 13 empresarios poblanos consolidaron la mesa directiva para integrar a Puebla en el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), que presidirá Félix Ruano el Gerente General del hotel Presidente InterContinental.

El CNET Puebla informa en un comunicado de prensa, que buscará establecer un frente común ante la difícil situación del turismo derivada por la contingencia sanitaria causada por el Covid-19 a nivel mundial.

“Con el fin de unir y representar de manera transversal a todo el sector privado dedicado a la actividad turística, Félix Ruano, Gerente General del hotel Presidente InterContinental Puebla, junto con un grupo de empresarios y asociaciones poblanas”, refiere.



El capítulo Puebla atenderá los lineamientos del CNET Nacional presidido por el empresario Braulio Arsuaga.

La mesa directiva del CNET Capítulo Puebla, está conformada además por Gregory Camacho, Director de Desarrollo de Africam Safari como Vicepresidente, y Olga Méndez Juárez de la CANIRAC como Tesorera.

Otros integrantes son; José Luis Martínez, Gerente General de Marriott Puebla; Luis Javier Cué del Mural de los Poblanos y Comal Cocina de Antojo; Javier Domínguez Velázquez de la Alianza Nacional de Transportadoras Turísticas.

Además de Leobardo Espinoza López, de la Asociación Nacional de Tesoros de México; Angélica Galindo de Tip Tours & DMC;

Guadalupe Lozano Garfias del restaurante “La Chiquita”, Gerardo Moreno Martínez, Gerente General de Countryard Puebla; Roberto Carlos Quintero Vega de Selfcoach Venture Capital y Ricardo Aguilar Durán, Presidente de Acuario Michin Puebla.

“En este consejo prevalece la cooperación, integridad y confianza, en pro de impulsar el crecimiento del Turismo en el Estado, con el fin de sumar fuerzas y conformar un frente común de intercambio y negociación, procurando la unidad y ayuda mutua en defensa de sus intereses”, concluye el comunicado.

Fuente: El Sol de Puebla



CNET plantea a embajada de México en EU acciones para reactivar el Turismo.

Para proponer acciones que reactiven el flujo de turistas de Estados Unidos hacia México, socios del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), encabezados por Braulio Arsuaga, sostuvieron una reunión virtual con la Embajadora de México en aquel país, Martha Bárcena.

En el encuentro también estuvieron representantes de los Gobiernos de Querétaro, Yucatán, Baja California Sur y Jalisco, que concentran los destinos turísticos más importantes del país, entre otras entidades, y que junto con el CNET expusieron la importancia de generar estrategias en el principal mercado emisor de viajeros a México.

Uno de los temas principales que se abordaron fue el de la percepción de seguridad y alertas de viajes, y cómo manejar las crisis para generar confianza en el turista y motivarlo a viajar. Para ello, se propone trabajar con el Departamento de Estado de Estados Unidos y así mejorar el nivel de alerta que emiten. También se recomendó difundir en la Red Consular de México en Estados Unidos información

sobre las acciones para mejorar los índices de seguridad en los destinos turísticos y los resultados logrados.



El dirigente del CNET aprovechó la oportunidad de que este acercamiento con los cónsules de México en el país norteamericano para realizar más acciones, por lo cual sugiere que se defina una agenda común para el próximo año.

A través de este acercamiento se desarrollará un esfuerzo coordinado y permanente entre el organismo cúpula del turismo en México para atacar diferentes problemáticas que enfrenta el sector. Esto involucraría a los destinos de México afectados, la industria turística estadounidense con inversiones en nuestro país, y los medios de comunicación para que informen adecuadamente a los mercados emisores.

Además, el CNET propone un encuentro mensual con la Embajadora y los Cónsules de los estados emisores de turistas más importantes en Estados Unidos: California, Texas, Florida y Nueva York, por mencionar algunos.

Respecto a la promoción de México en el país vecino, Braulio Arsuaga pide armar una carpeta de información estratégica

que se entregue periódicamente a las autoridades estadounidenses y a las agencias de viajes más importantes.

“Sin una estrategia eficaz de relaciones públicas en nuestro mercado turístico más importante, los Estados Unidos, seguiremos perdiendo visitantes. De ahí la urgencia de diseñar y desplegar una estrategia integral de relaciones públicas, gestión de crisis, promoción y puesta en marcha de las acciones consideradas en la Alianza Nacional Emergente por el Turismo”, señaló Braulio Arsuaga durante la reunión.

Fuente: NITU

El CNET y la CONCANACO van por la digitalización de 450,000 **Mipymes Turísticas.**

Las cúpulas turísticas más importantes del país iniciaron trabajos conjuntos para promover la digitalización de 450 mil empresas del sector.

A través de un convenio, se darán opciones para que las mipymes tengan acceso a herramientas de promoción, financiamiento y otros recursos.

El Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET) y la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco Servytur), firmaron un acuerdo para dotar de mayores condiciones de competitividad a las 450,000 micro, pequeñas y medianas empresas que conforman al sector, a través de recursos que las fortalezcan a corto y largo plazo.

El acuerdo, que se da como parte de las acciones de la Alianza Nacional por el Turismo, irá desde la difusión de análisis e información clave del sector turístico para evaluar sus condiciones

actuales, a promover la realización de foros, reuniones con actores clave, y un enfoque de digitalización e innovación de los pequeños negocios para ayudarles a atravesar la crisis por la pandemia.



“Difundiremos materiales promocionales, webinars, campañas de capacitación, e impulsaremos a las mipymes turísticas con esquemas de financiamiento, con apoyos a las cadenas productivas (...) También lanzamos el programa ‘Digitaliza tu pyme’, un trabajo que va a estar incluido en VisitMéxico, mediante el que se invitará a todas las mipymes a que tengan su propia plataforma electrónica, y con el soporte de Google, que estén geolocalizadas y puedan acceder a los medios que tienen las grandes cadenas”, explicó José Manuel López Campos, Presidente de la Concanaco Servytur.

Braulio Arsuaga, Presidente del CNET, agregó que esto será importante para fortalecer el sector turístico que es el más afectado de la economía.

“El impacto de la pandemia por el coronavirus sigue siendo de dimensiones mayúsculas para el sector turístico y las pérdidas continúan creciendo; basta señalar que entre febrero y junio se ha perdido 27.7 por ciento de los empleos formales en los servicios de alojamiento temporal, y el 17.8 por ciento en los servicios de preparación de alimentos y bebidas en el país”, lamentó.

El convenio también busca generar créditos con mejores condiciones para los pequeños negocios respecto a otros esquemas, por lo cual ya se está trabajando con la banca privada, agregó el dirigente del CNET.

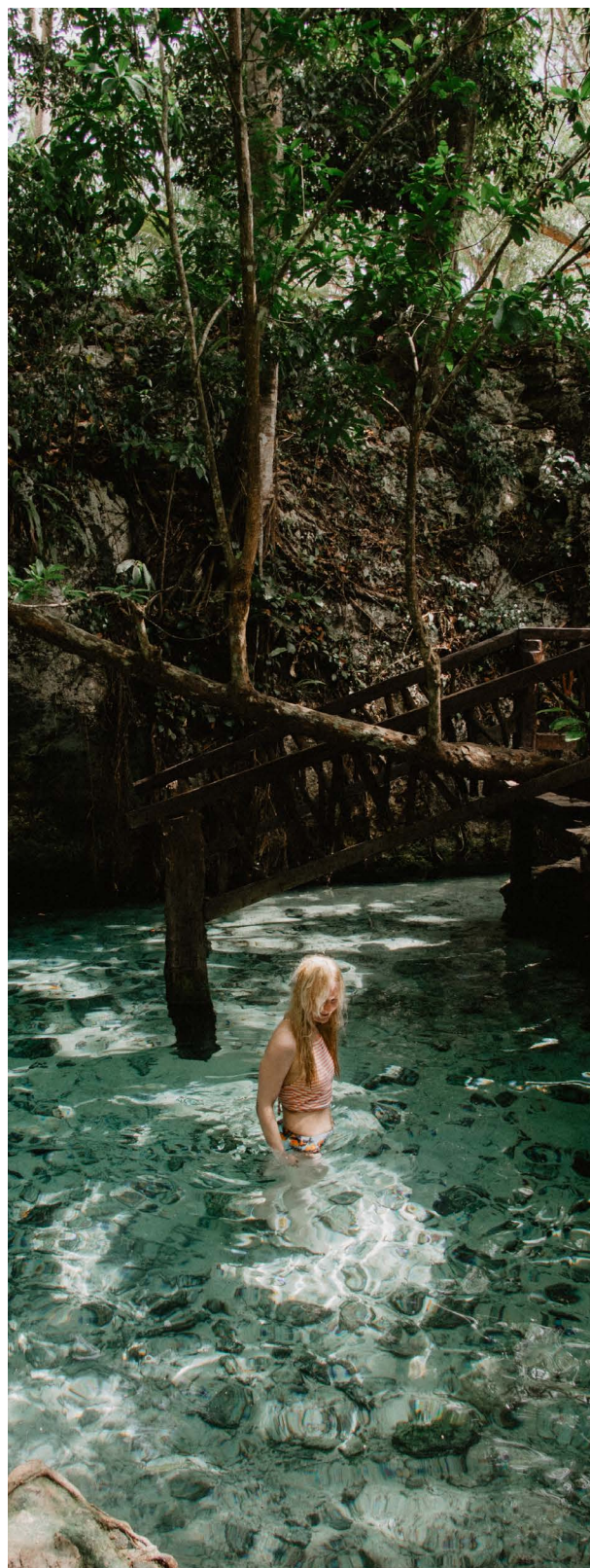
“Armamos un comité de impulso económico donde hablamos con la Asociación de Bancos de México, y otras entidades que han encontrado eco y ganas de cooperar en dos sentidos: en incentivar el consumo, y en dar o evaluar créditos con mayores plazos y menores tasas para empresas más chicas que hoy no estaban en el radar”, dijo en videoconferencia de prensa.

Respecto a las iniciativas del Gobierno Federal para la recuperación del sector, la iniciativa privada coincidió en que la realización de eventos como el Tianguis Turístico Digital son de gran soporte, pero advirtió que se deberían destinar más recursos en materia de promoción, luego de que 94% de los recursos para la SECTUR del Proyecto de Presupuesto de Egresos Federal para 2021 se destinaría para el Tren Maya.

“Ya hemos hablado de las ventajas del turismo en general, y sí aspiraríamos a que se le destine más recursos a la promoción, a la difusión, y al impulso de la actividad turística. Las obras de infraestructura son eso, obras de infraestructura que sí van a servir para los objetivos que están planteados, pero, además de que son temporales, no promueven al país en lo general, sino a una región en lo particular”, dijo López Campos.

Por lo pronto, el sector empresarial tiene en puerta la presentación de algunos proyectos en materia turística como parte del catálogo de obras en infraestructura que se anunciarán en octubre, y que también atenderá a otros sectores, como el energético.

“Este plan de infraestructura está basado en inversión privada, hubo una facilitación del gobierno pero los recursos son de la iniciativa privada, nacionales y extranjeros, y con esos se busca dinamizar el mayor número de empleos con las obras y la operación de los proyectos”, concluyó López Campos.



Fuente: El Heraldo de México

CNET exhorta a **reapertura coordinada** ante la Alianza del Pacífico.



Al participar en la VI Macrorrueda de Turismo de la Alianza del Pacífico, el Presidente del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), Braulio Arsuaga, enfatizó que sólo con la reapertura coordinada y responsable de los destinos, se recuperará la confianza de los viajeros.

Braulio Arsuaga destacó que la recuperación de dicha confianza es el gran reto que enfrenta la industria turística, y para lograrla, el primer paso es trabajar de forma conjunta en la reapertura responsable de los destinos turísticos, para ello es necesario definir y unificar los protocolos de bioseguridad para que

estén alineados internacionalmente, agregó el presidente del CNET en el encuentro que por primera vez fue virtual.

Arsuaga instó a las autoridades de los diferentes países para que ***“dialoguen y acuerden medidas que sean aplicables y reconocidas internacionalmente para facilitar la movilidad de los turistas; hay que procurar el trabajo conjunto para instrumentar las acciones que ayuden a la reapertura de los negocios, proteger la fuerza de trabajo, la salud y seguridad de los turistas y de su personal”***.

Durante el panel ***“Resiliencia del sector turismo: Cómo afrontar los nuevos retos del sector turismo post COVID-19”***, Braulio Arsuaga agregó que también se debe proteger la situación financiera y las condiciones de liquidez de los negocios para que puedan volver a operar de forma eficiente.

Uno de los segmentos en el que ve un potencial de recuperación es el turismo de reuniones, por el elevado gasto promedio por visitante que genera, que es hasta 50 por ciento más que el turista tradicional.



Mantener la ocupación hotelera en la temporada baja, la derrama económica que genera y la difusión del destino para motivar viajes de placer, son otros beneficios de este nicho, señala el presidente del CNET.

La VI Macrorrueda de Turismo de la Alianza del Pacífico es liderada por el Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR), la Secretaría de Turismo de México (SECTUR), PROCOLOMBIA y PROMPERÚ.

En el encuentro se esperan más de 850 citas de negocios entre 120 empresas receptoras de los países del bloque, y más de 60 emisoras provenientes de los países que integran la Alianza del Pacífico, así como de Argentina y Brasil.

Fuente: NITU

CNET y CICOTUR prevén recuperación del turismo en México para 2023.

La mayor parte de los empresarios turísticos no esperan recuperarse antes de ese año y apenas 14% de una muestra del sector prevé regresar a los mismos niveles de 2019.



Casi 51% de una muestra de empresarios turísticos prevé recuperar los flujos de turistas previos a la pandemia hasta 2023 o después, lo que supone un deterioro de las expectativas respecto a las previsiones que se tenían al inicio del año, de acuerdo con una encuesta realizada por el Centro de Investigación y Competitividad Turística Anáhuac (CICOTUR) y el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET).

Como parte del estudio 'Panorama de la actividad turística en México', elaborado

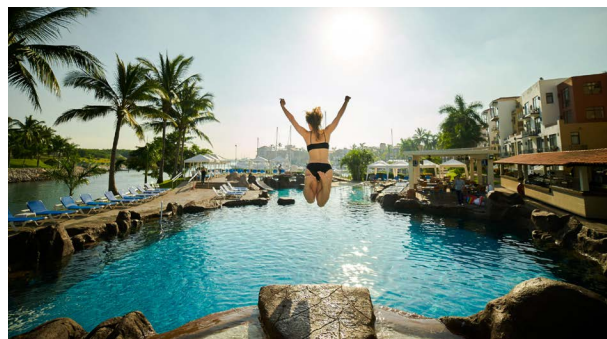
en el periodo de mayo a agosto, 35.1% de los encuestados espera recuperar los niveles de 2019 en 2022, una disminución desde el 48.1% que así lo consideraba en el periodo de enero a abril, mientras que apenas un 14% espera recuperarse para 2021, desde un 28.4%. Ninguno de los encuestados espera volver a los niveles de 2019 para este año.

"Hay una lectura de un muy mal momento en materia de expectativas hacia delante. Probablemente ha pasado el peor momento, pues el cuatrimestre del año fue dramático, y hay una cierta mejoría (de expectativas) hacia el final del año que debería ser tomada con reservas", explicó Francisco Madrid, Director del CICOTUR en conferencia de prensa.

Por segmentos, el de ocio a nivel nacional es donde se espera la mayor recuperación hacia diciembre de 2020, aunque con apenas 27.4% de lo registrado en 2019, mientras que el segmento de negocios internacionales es el más afectado, con apenas 16.3% de lo percibido el año pasado. En el conjunto de todos los segmentos, se espera que haya una recuperación de 22.6% respecto a 2019.

Braulio Arsuaga, Presidente del CNET, consideró que las previsiones de un rebrote empeoran el panorama.

“En la Ciudad de México, por ejemplo, se pusieron medidas más restrictivas para grupos, que son importantes para esta ciudad, y sólo se pueden hacer eventos de hasta 10 personas en salones y de 25 personas en terrazas. Esto supone que se vean afectados muchos segmentos, iremos cumpliendo con los semáforos de la Secretaría de Salud, pero las restricciones podrían tener un impacto mayor al que hoy se tiene”, dijo.



A esto se suman otros factores como el de la inseguridad, un rubro en el que 86% de los encuestados reconoce que hay una afectación, la cual prácticamente se ha mantenido desde 2019.

Ante estos resultados catastróficos y una recuperación que se ve muy lenta, Braulio Arsuaga reiteró el llamado a los diferentes niveles de gobierno y el Poder Legislativo para reconocer la importancia del sector turístico en la economía del país.

El Presidente del CNET comentó que confía en la recuperación del sector turístico como lo ha hecho en otras circunstancias, sin embargo, enfatiza que deben trabajar de manera coordinada con el gobierno para hacer un frente común en defensa del sector.



Desde el inicio de la pandemia, el organismo que concentra la cúpula del turismo en México, ha tocado la puerta de diferentes dependencias que pueden generar acciones para impulsar el sector, pero no se ha obtenido una respuesta que satisfaga plenamente las necesidades.

Respecto al impacto de la pandemia en el PIB turístico, el movimiento de las personas a segundas residencias y el turismo local abonarían a que la contracción esperada para 2020, de más de 45%, pudiera reducirse a alrededor de 35%, agregó Madrid, una previsión que el CICOTUR espera terminar de definir en las próximas semanas.

Para mayor información consulta:
[Panorama de la Actividad Turística en México Ed. 31](#)

Fuente: EXPANSIÓN

El sector **turístico** **resurge** entre COVID-19.

El trabajo conjunto y la coordinación permitirán que el sector turístico tenga una pronta recuperación.



En un contexto de análisis de la situación que vive actualmente el sector y los aprendizajes que ha dejado en las empresas turísticas, Paulina Reyes, vicepresidenta y directora ejecutiva de la Asociación Global para la Industria de las Atracciones, mencionó que antes de la pandemia la industria de atracciones generaban 226 mil empleos directos.

Durante la 6ª edición de la cumbre de las 1000 Empresas Más Importantes de México, señaló que: ***“Uno de los retos***

fue lograr que todos los colaboradores le entrarán a esta parte de la tecnología para trabajar de manera conjunta y acelerar procesos”.

También indicó que muchos de los proyectos que se tenían pensados a largo plazo, se tuvieron que agilizar para poder atender las necesidades actuales del entorno y que aunque todavía no hay una recuperación, se mantiene el optimismo de que la industria volverá a reactivarse.

Por su parte, Roberto Trauwitz, presidente de GMA indicó que la industria de las agencias de viajes tuvo una caída exponencial al pasar del 100 al 20%, lo que los obligó a actuar de manera inmediata, donde el tema de la comunicación fue fundamental.

“Hoy en día, las agencias de viajes están muy preparadas, creo que una de las cosas que nos tocó fue capacitarnos y meternos en este tema de webinars, aprendizajes importantísimos que cuando regresemos a una normalidad van a permitir mostrar el cambio que tuvieron las agencias”.

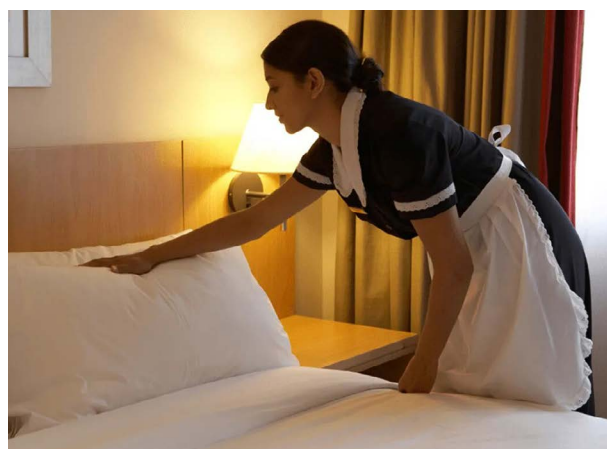
En tanto, Cuitláhuac Gutiérrez, director general de CANAERO y Country Manager IATA México, mencionó que para la industria aérea, el impacto fue de manera global, sin embargo, la industria aérea sigue jugando un papel muy importante en el desarrollo del país.

“Esta crisis nos pegó desde el minuto uno, con una caída en la demanda global de casi el 90%, en México se llegó al 87%”.

Asimismo indicó que en México, la aviación generaba más de 1 millón de empleos, y en el peor de los escenarios se estima la pérdida de casi 700 mil empleos.

Señaló que la tecnología y la capacidad para reinventar los procesos internos, permitirán que el sector avance, aunque estima que la recuperación no llegará en por lo menos 3 años.

Por su parte, Jorge Paoli, Grupo Diestra y miembro del Consejo Consultivo del CNET, mencionó que en la industria hotelera, la recuperación se está dando principalmente en el segmento de los hoteles que se ubican en playa y en los destinos que tienen conectividad con líneas de comunicación aérea y terrestre.



De igual forma dijo que esta crisis ha acelerado el uso de la tecnología, que si bien ya existía, no tenía el impacto que tiene actualmente en todos los sectores.

En este contexto, Juan Ignacio Rodríguez Liñero, presidente de AMDETUR y vicepresidente del CNET, mencionó que el tamaño de la industria turística es enorme, ya que no solo contempla los destinos turísticos, sino que también participan la industria hotelera, las agencias de viajes, las aerolíneas, transportes terrestres y muchos otros más.



Asimismo dijo que los turistas que han invertido en tiempos compartidos, están regresando a México y están impulsando al sector. De igual forma indicó que: ***“El concepto de innovación tiene que vivir en todo momento en todas las industrias y en todo lo que hacemos, al igual que la coordinación conjunta”.***

Este panel estuvo conformado por Paulina Reyes, vicepresidenta y directora ejecutiva de la Asociación Global para la Industria de las Atracciones; Roberto Trauwitz, presidente de GMA; Cuitláhuac Gutiérrez, director general de CANAERO y Country Manager IATA México; Jorge Paoli, Grupo Diestra y miembro del Consejo Consultivo del CNET; Juan Ignacio Rodríguez Liñero, presidente de AMDETUR y vicepresidente del CNET y Braulio Arsuaga, presidente del CNET, como moderador.

Fuente: Mundo Ejecutivo

Cumbre Global del WTTC se realizará en Cancún en marzo de 2021.

Será una cumbre híbrida física-virtual, con lo más avanzado en protocolos de higiene y seguridad.

La vigésima edición de la Cumbre Global del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés), se realizará en Cancún, México, del 23 al 25 de marzo de 2021, y será la primera gran conferencia internacional en la nueva normalidad del COVID-19.

El WTTC, que representa al sector privado global de viajes y turismo, realizará este evento de manera híbrida (físico-virtual) con sesiones al aire libre para asegurar el distanciamiento social, aplicando los más avanzados protocolos de higiene y seguridad para garantizar la salud de los participantes.



El formato híbrido de la cumbre, incluirá un número aproximado de mil participantes de manera presencial, y de forma virtual se estima una participación superior a los 20 mil registros, lo que permitirá a los interesados escuchar oradores internacionales.

La Cumbre Global buscará establecer un consenso sobre la coordinación internacional para enfrentar esta pandemia y cualquier otra crisis, en asociación público-privada, y restaurar la confianza para viajar con seguridad.

En conferencia de prensa conjunta, Gloria Guevara Manzo, Presidenta y CEO del WTTC, y el Gobernador de Quintana Roo, Carlos Joaquín González, explicaron que este formato innovador se hace con responsabilidad y congruencia ante la nueva normalidad que se vive en el mundo.

Gloria Guevara explicó que se tiene la intención de realizar el evento en esa fecha, y en este momento se analizan todos los aspectos de la Cumbre Global de WTTC y cómo usar esta experiencia para adaptarnos al COVID-19 y llevar al sector de viajes y turismo de regreso a la recuperación, salvando millones de empleos y miles de empresas que se han visto afectadas en el mundo.

“Mostraremos al mundo cómo las conferencias importantes se pueden llevar a cabo de forma segura en la nueva normalidad. México y Cancún serán un ejemplo a nivel mundial”, refirió.

Señaló que la Cumbre también marcará un hecho histórico, ya que el WTTC presentará cuatro iniciativas: 1) Contra la trata de personas, 2) Apoyo a las mujeres (estudiantes que inician su vida laboral, empleadas de corporaciones para asegurar igualdad de oportunidades y dueñas de Pymes, con accesos a créditos y capacitación, 3) Sustentabilidad y 4) Agenda digital.

Por su parte, el gobernador de Quintana Roo, Carlos Joaquín González comentó que este tipo de eventos son fundamentales para lograr la recuperación de empleos y de la actividad económica. ***“Hace poco, Cancún albergó con éxito la Reunión Anual de Notarios con más de 1,200 participantes sin ningún contratiempo, lo que nos da muestra de que estamos tomando las acciones adecuadas y necesarias para seguir en el gusto de los turistas nacionales e internacionales”,*** destacó.



“Cancún será el lugar donde se hablará y debatirá sobre las nuevas formas de hacer turismo con esta nueva forma de vida que hoy tenemos. Hemos adaptado nuestros protocolos de seguridad reforzando hábitos y costumbres como la obligación de portar cubrebocas, mantener la sana distancia, el lavado de manos y el uso de gel antibacterial, que además de la práctica de pruebas rápidas nos permite estar en condiciones de recibir grandes eventos como la Cumbre Mundial del WTTC y hoy estar realizando más de 300 operaciones al día en el Aeropuerto Internacional de Cancún”, explicó el gobernador.

José Chapur, Presidente de Grupo Palace Resorts, sede de la próxima Cumbre Mundial, agradeció la confianza del WTTC y del gobierno del estado para realizar este importante evento en sus instalaciones, las cuales cuentan con el Safe Travels Stamp y con los más altos estándares de higiene y seguridad.

La Cumbre Global, que se pospuso desde la primavera de 2020 debido a la pandemia, se llevará a cabo en este importante destino con reconocimiento internacional.

En ediciones anteriores, la cumbre ha contado con la participación de los ex presidentes de Estados Unidos Barack Obama y Bill Clinton; el ex primer ministro del Reino Unido, David Cameron; el ex presidente de Argentina, Mauricio Macri, y el ex presidente de la Comisión Europea, José Manuel Barroso, entre otros.

Fuente: TRAVEL2LATAM

FITUR **pospone feria** más grande de turismo por coronavirus.

El evento iba a desarrollarse en enero de 2021 en Madrid, España, pero ante la pandemia de coronavirus se recorrerá a mayo.

La próxima edición de FITUR se aplaza tres meses. En vez de realizarse en enero, se celebrará del 19 al 23 de mayo del próximo año, según acordaron IFEMA y el comité organizador de la Feria.

Los organizadores aseguran que este ***"cambio de fechas excepcional permitirá preservar el alto impacto internacional de esta gran cita mundial de la industria turística, en un momento en que la feria tiene un papel crítico para la recuperación del turismo"***.

Hace unas semanas se supo que la también tradicional feria turística World Travel Market de Londres, que se desarrolla anualmente en el mes de noviembre, había sido cancelada, según informó Reed Exhibitions, la entidad organizadora. Cabe recordar que la ITB de Berlín, la mayor feria turística mundial, se había cancelado ya el marzo pasado

La organización de la feria madrileña había intentado mantener la celebración de su 41 edición en las fechas previstas inicialmente, del 20 al 24 de enero, pero la expansión del covid-19 (coronavirus) en Madrid han llevado a que prime la cautela.

En su última edición, que se desarrolló un mes y medio antes del estallido de la crisis sanitaria (del 22 al 26 de enero), FITUR alcanzó cifras récords. Participaron 11.040 empresas de 165 países, 150.011 profesionales y 111.089 visitantes de público general.



Fuente: reportur / milenio

Por pandemia, han dejado de venir 15 millones de turistas extranjeros a México.

La crisis sanitaria ha ocasionado que se dejen de percibir 10 mil millones de dólares: Consejo Nacional Empresarial Turístico.

El Consejo Nacional Empresarial Turístico de México (CNET) informó que debido a la pandemia de coronavirus, hasta agosto de este año; aproximadamente 15 millones de viajeros internacionales han dejado de venir al país, lo que representa una pérdida de 10 mil millones de dólares por concepto de gasto de turistas extranjeros.

Durante su participación en el seminario virtual **"México: listos para despegar"**, organizado por la Asociación Latinoamericana y del Caribe del Transporte Aéreo (ALTA), el Presidente del CNET, Braulio Arsuaga, indicó que la crisis sanitaria se ha convertido en una económica, golpeando fuertemente al sector en todos los sentidos.

Así mismo, mencionó que la caída del Producto Interno Bruto (PIB) turístico para este año rondará los 1.6 mil millones de pesos, cantidad que equivale a ocho veces el costo de la refinería que Petróleos Mexicanos (PEMEX) construye en Dos Bocas.



El empresario comentó que el organismo estima que al cierre de 2020, el sector sólo crecerá 4.9% en comparación con el observado el año anterior, que fue de 8.7%

Arsuaga recordó que tan solo en restaurantes y hoteles se han perdido alrededor de 300 mil empleos.



Fuente: jornada / milenio

Ante la pandemia de coronavirus diversos Gobiernos en el mundo cerraron sus fronteras con la finalidad de reducir la movilidad de personas entre países, además que de acuerdo con la Asociación Internacional de Transporte Aéreo, se conoce que existe miedo a utilizar aeropuertos y aviones.

Ricardo Dueñas, Director de Grupo Aeroportuario Centro Norte (OMA), comentó que han logrado regresar a una capacidad de 55% en comparación del año pasado. Consideró que ven una oportunidad de innovación acelerada y la crisis les ha permitido trabajar juntos, aerolíneas, aeropuertos y autoridades: para homologar procesos de sanitización y protocolos de higiene.

Cuitláhuac Gutiérrez, Country Manager de México en la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), dijo que a pesar de que en nuestro país no se han cerrado operaciones, continúan trabajando en el mercado doméstico e internacional para generar confianza en los pasajeros.

Ven en **cocina mexicana** un detonante económico ante Covid.

La CANIRAC ve a este sector motor para fomentar la reactivación económica; debido a la crisis sanitaria 90 mil restaurantes han cerrado y 300 mil empleos se han perdido.

La cocina tradicional es uno de los principales detonantes del crecimiento económico de México pues fomenta la economía local, crea empleos y genera una cadena productiva que empieza en el campo y termina en la mesa de los comensales, y por ello se debe trabajar en recuperar las plazas de empleo perdidas por la pandemia de Covid-19, aseguró Francisco Fernández Alonso, Presidente de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados (CANIRAC).

“Como en la mayoría de los sectores económicos, esta crisis sanitaria ha impactado a la industria restaurantera mexicana y por consiguiente, al fomento de la cocina tradicional”, apuntó.

De acuerdo con la CANIRAC, hasta el momento la emergencia sanitaria ha generado el cierre de 90 mil restaurantes, la pérdida de más de 300 mil empleos y ventas que disminuyeron más de 50%.



En el marco de la ceremonia por el Día Nacional de la Gastronomía Mexicana, Braulio Arsuaga, Presidente del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), aseguró que la comida es un vehículo de promoción para el país ya que complementa el atractivo y la oferta de los destinos turístico, motivo por el que se debe hacer eco de la celebración.

“Con la gastronomía incrementamos el interés por México en los viajeros que vienen prácticamente de todo el mundo. La comida figura en todos los segmentos del turismo tanto en el de placer, aventura, deportivo, de naturaleza, etcétera”.

Por su parte, Germán González Bernal, Presidente de DICARES (Asociación Civil de Directores de Cadenas de Restaurantes), reiteró que es necesario el fomento gastronómico mediante eventos, ferias, exposiciones, competencias, foros y muestras gastronómicas a nivel nacional e internacional, virtuales y cuando se pueda presenciales.

“Es necesario mantener la unidad y trabajar juntos sociedad, empresariado y gobiernos, pues solos no podemos, requerimos de políticas públicas que de manera firme y decidida apoyen al sector y a la cocina tradicional mexicana. No podemos darle la espalda a lo que ya hemos construido. Al contrario, es nuestra obligación preservarlo”, dijo.



Fuente: excelsior

IATA ajusta su previsión 2020-2021 para la **industria aérea mundial**.

La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) ajustó su previsión de pérdidas del sector aéreo a nivel internacional para lo que resta del 2020 y el próximo año.

Según los ajustes del organismo, este año las pérdidas ascenderán 40% al ubicarse en 118 mil 550 millones de dólares (MDD), en tanto que para 2021 el escenario negativo subirá 144% con una cifra de 38 mil 700 MDD. Lo anterior, luego de que en junio anunciara sus previsiones que eran de 84 mil 300 millones y 15 mil 800 respectivamente.

En diversas ocasiones, la IATA ha reiterado que la recuperación de los efectos tras la pandemia del nuevo Coronavirus podría llegar hasta 2024, año en que podrían alcanzarse los niveles pre-pandemia de 2019.

“Los libros de historia registrarán 2020 como el peor año financiero de la industria, sin excepción. Las aerolíneas recortaron los gastos en

un promedio de mil millones de dólares al día durante 2020 y aún acumularán pérdidas sin precedentes”, argumentó el organismo internacional.

En cuanto a las regiones que podrían empezaramostrarligerarecuperación en 2021 —y también menor caída— se espera sean Asia y Norteamérica. De igual forma, la IATA insistió sobre la importancia de la implementación de pruebas de Covid-19 rápidas en los aeropuertos, toda vez que no se contempla un sistema de vacunación a nivel internacional sino hasta dentro de varios meses; esto teniendo en cuenta que, según lo observado, este año las aerolíneas perderán hasta 66 dólares por cada pasajero transportado.

Fuente: nitu

Pueblos Mágicos deja de ser exclusiva de SECTUR, será estrategia nacional.

La SECTUR oficializó el 5 de octubre como Día Nacional de los Pueblos Mágicos; como parte del festejo, entregó distintivos a algunos pueblos.



La Secretaría de Turismo (SECTUR) oficializó el 5 de octubre como Día Nacional de los Pueblos Mágicos a través de un decreto en el Diario Oficial de la Federación. En el marco de la primera conmemoración, el Secretario Miguel Torruco Marqués, anunció algunas modificaciones a la estrategia al tiempo que hizo algunos reconocimientos a Pueblos Mágicos en algunas categorías.

El 5 de octubre es el día designado ya que 19 años atrás, el 5 de octubre de 2001 surgió la iniciativa de la entonces Secretaria de Turismo Leticia Navarro, en cuya gestión fueron nombrados los primeros 15 Pueblos Mágicos, siendo el primero Huasca de Ocampo, Hidalgo.

“El programa Pueblos Mágicos fue creado en el 2001 como una estrategia para el desarrollo turístico, orientado a diversificar la oferta en las diferentes regiones del país y basada fundamentalmente en los atributos históricos y culturales”.

El titular de la SECTUR detalló que, en el marco de la transformación que se instruye en la actual administración, la estrategia de Pueblos Mágicos pasa a formar parte de la planeación nacional y no solo de su dependencia.

"Acorde a una visión socialmente integradora, el turismo se transforma y los Pueblos Mágicos ahora dejan de ser un programa de fomento exclusivo de la Secretaría de Turismo, para asumirse como una estrategia nacional".

Luego de 19 años, el programa ha reconocido a 121 pueblos con esa denominación. Sin embargo, apuntó el funcionario, es preciso hacer modificaciones en pro de la nueva realidad que se presenta en los respectivos Pueblos.

"Pero hoy es necesario reconocer que el turismo afronta nuevos retos y, ante ellos, el modelo de gestión anterior resulta limitado, dada la realidad que se vive en dichos destinos".

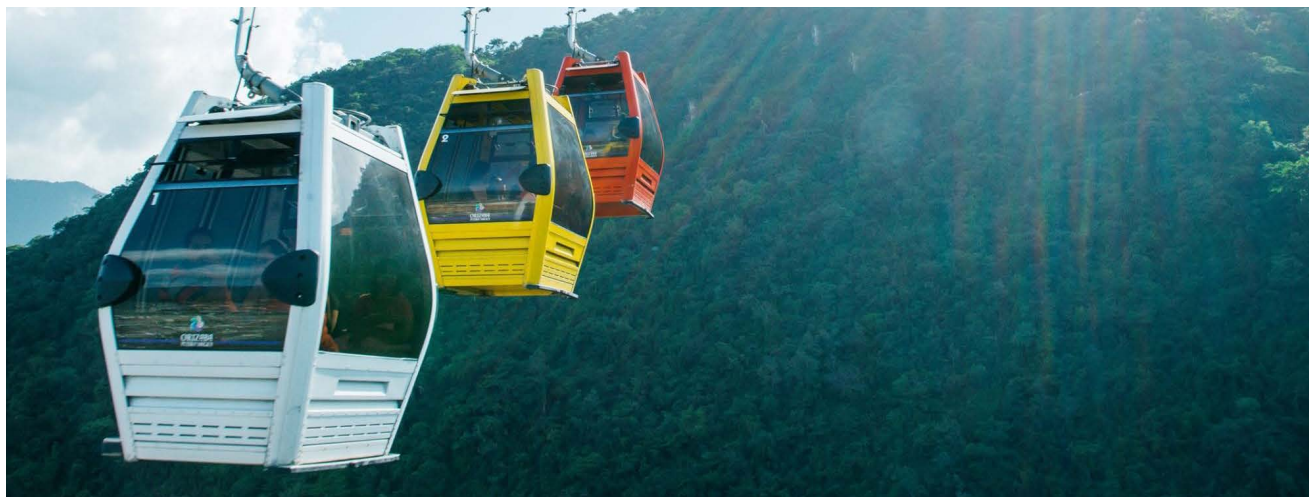
Torruco Marqués subrayó que la principal deuda del programa de fomento turístico en estas localidades es que los márgenes de pobreza y carencias sociales son superiores a los de la media nacional. Miguel Torruco insistió en que se busca que la estrategia de Pueblos Mágicos sea congruente con la estrategia de desarrollo nacional vista desde el turismo. Se trata no solo de la llegada de turismo sino también

de hacer del turismo una herramienta de reconciliación social y desarrollo regional.

"En este sentido, la política turística del Gobierno de México está encaminada hacia un nuevo modelo que permita hacer del turismo una sólida herramienta de bienestar y reconciliación social, con un efecto multiplicador en todo el territorio".

Incluso el Presidente de la Comisión de Turismo del Senado de la República, Antonio García Conejo, subrayó su importancia actual como programa para reactivar la dinámica de estos poblados en tiempos de pandemia: ***"Pueblos Mágicos es actualmente una extraordinaria oportunidad de reactivación económica en estas localidades"***, señaló.





Premios “Lo Mejor de México” a los mejores Pueblos Mágicos

En el marco del primer Día Nacional de Pueblos Mágicos, la SECTUR realizó la entrega de Premios “Lo Mejor de México” en 5 categorías. Estos fueron los resultados:

- Pueblos Mágico con Arquitectura Sorprendente: Orizaba, Veracruz
- Mejor Destino para disfrutar del Día de Muertos: Pátzcuaro, Michoacán
- Mejor Pueblo Mágico para vivir una escapada romántica: Bacalar, Quintana Roo
- Mejor Experiencia Culinaria: Zacatlán de las Manzanas, Puebla
- Mejor Pueblo Mágico con tradiciones ancestrales: Huamantla, Tlaxcala

Lanzan Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos

En aras de proceder a la modernización del programa, darle sustento y guiar a los actores interesados en el nombramiento de un lugar como Pueblo Mágico la Secretaría lanzó el documento ***“Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos”***.

“La Secretaría de Turismo lleva a cabo la instrumentación de una novedosa estrategia para redimensionar y consolidar el programa, con nuevos lineamientos para su operación, que faciliten su incorporación, funcionamiento y mecanismos de acceso a programas sociales, económicos y de infraestructura del Gobierno Federal”.

La nueva estrategia busca ser la guía para el desarrollo de una nueva visión de turismo en los Pueblos Mágicos, por lo que tendrá como objetivos: impulsar un enfoque social y de respeto a los derechos humanos en la actividad turística, para el bienestar de las personas que viven y trabajan en los mismos; así como fomentar el desarrollo justo y equilibrado entre los individuos, comunidades y regiones para democratizar los beneficios del turismo en las comunidades receptoras. ***“Además de fortalecer la innovación y diversificar las oportunidades de comercialización de la oferta turística de los Pueblos Mágicos, contribuir al turismo sostenible en los Pueblos Mágicos, priorizando la conservación y regeneración del patrimonio”.***



El documento, publicado en el Diario Oficial de la Federación, establece que para verificar la permanencia de una comunidad en el Programa Pueblos Mágicos, se realizará una evaluación y se podrá pedir la colaboración de los estados y municipios para puntos como la planeación y desarrollo del destino y examinar acciones puntuales para cada localidad, ya que, conforme a los registros de la Sectur, de los 121 Pueblos Mágicos evaluados en 2019, sólo 16 de ellos cumplieron con los requisitos de permanencia.

“Equivale al 13 % del total de las localidades con nombramiento, denotando la falta de apego de la norma a una realidad que se vive en tales destinos; además, esta reglamentación no se tradujo en una herramienta que brindará bases para analizar su verdadero potencial turístico, diseñar acciones de fomento y promoción focalizada, aprovechar los atractivos que los distinguen y conocer el impacto socioeconómico del turismo o la generación de desarrollo económico, social o cultural desde lo local”, indica el documento.

Dentro de estos señalamientos, la SECTUR expone que no se ha logrado consolidar un sistema de información estadística y geográfica ***“que permitiera dimensionar el impacto socioeconómico de la actividad turística en dichas localidades”***, señala que el nivel de participación de los municipios en cuanto a la excelencia de los establecimientos turísticos es baja, y que menos del 30% de ellos tienen empresas con certificación turística vigente.

Así también, señala que los Comités Ciudadanos no cuentan con criterios sólidos que permitan garantizar ***“la composición ciudadana y plural, así como definir con claridad su marco de actuación”***, por lo que resume que en este tema hay deficiencia en los mecanismos para el seguimiento de los acuerdos derivados de las sesiones realizadas por el comité.

Para aquellas localidades que tras la evaluación tengan entre 20% y 50% del cumplimiento de los requisitos deberán

ajustarse a un plan de fortalecimiento. Mientras que para aquellas que tengan un puntaje menor al 20%, el nombramiento les será revocado.



Fuente: Milenio / Centro Urbano / Excelsior

SECTUR y UNESCO firman convenio para incentivar el **turismo sustentable**.

La colaboración establecida por medio de este Convenio podrá concretarse por medio de asesorías, intercambio de experiencias e información.

Miguel Torruco Marqués, Secretario de Turismo del Gobierno Federal, firmó un Convenio Marco de Cooperación con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la cual está representada en México por Frédéric Philippe Vacheron.

Este acuerdo tiene como objetivo la colaboración entre la Secretaría de Turismo y la UNESCO para diseñar y desarrollar acciones que mediante la educación, la ciencia y cultura, incentiven el turismo sustentable en el país.

Lo anterior se llevará a cabo por medio de asistencia técnica para el fomento y desarrollo de la gestión de diversos destinos turísticos, como el Tren Maya, el Golfo de Cortés y los diversos Pueblos Mágicos; así como a través de la implantación de un código ético

para el cuidado y conservación de los ecosistemas y biodiversidad. De igual forma, mediante la gestión del turismo en sitios reconocidos por la UNESCO como Patrimonio Mundial.

Los organismos involucrados acordaron que la cooperación establecida en el convenio se concretará además de con asesorías, con la ayuda de un intercambio de experiencias e información, cooperación técnica, organización de seminarios e integración de grupos de trabajo para atender asuntos específicos para el desarrollo del turismo sostenible en México.



Torruco Marqués expuso que en la administración del gobierno actual están conscientes de la importancia del turismo como elemento fundamental para contribuir al desarrollo de las comunidades y ciudades. No obstante, consideró que como cualquier otra actividad económica debe ser planeada, administrada y regulada, teniendo en cuenta el respeto al entorno natural, cultural y social, para así fortalecer la identidad nacional.

Asimismo, explicó que México alberga 12% de la biodiversidad del planeta, ocupando el 5º lugar a nivel mundial, y algunos de sus sitios han sido nombrados Patrimonio Mundial por la UNESCO.

Además, cuenta con 35 destinos designados como Patrimonio de la Humanidad, lo que lo posiciona en primer lugar en América, y en séptimo a nivel global; 27 de los cuales también son Patrimonio Cultural y se ubican en diez localidades designadas Ciudades Patrimonio. En este sentido, México es el primer lugar en el continente, y el cuarto a nivel mundial sólo por detrás de Italia, España y Francia.

“En este contexto, tenemos, como nación, la obligación histórica y moral de ser guardián de la naturaleza y de nuestro patrimonio cultural”, sostuvo el secretario de gobierno.

“Con este esfuerzo, ponemos en práctica un turismo comunitario, donde se trabaja desde lo local; donde se contribuye a la disminución de la pobreza; donde se respeta la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando su patrimonio tangible e intangible; donde se asegura que las actividades sean viables a largo plazo y ofrezcan a mujeres y hombres ingresos bien distribuidos, empleo estable y digno, y condiciones de equidad y justicia social”, agregó. Frédéric Vacheron, manifestó que para la oficina de la UNESCO, ***“este convenio resulta estratégico”***.

Braulio Arsuaga, en su calidad de Presidente del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), presenció la firma de este convenio.

Fuente: Nitu

Tianguis Turístico Digital 2020.

El Secretario de Turismo del Gobierno de México, Miguel Torruco afirmó que la transición hacia la digitalización de la industria turística de México es una realidad que hoy se manifiesta con este exitoso foro.

El primer Tianguis Turístico Digital de la historia terminó exitosamente con ventas de 100 millones de dólares, informó el Secretario de Turismo del Gobierno de México, Miguel Torruco Marqués, de acuerdo con cálculos del 60% en el conteo sobre los resultados de la encuesta de salida.

“En los primeros datos podemos observar transacciones superiores a los 500 mil dólares por expositor, lo que nos da un primer valor estimado de cien millones de dólares, a reserva de confirmar las cifras finales”, destacó durante la conferencia de prensa al final del evento.

Además, en el transcurso del evento la cantidad de citas de negocios se incrementó a 27 mil 539; y el ***“Círculo de compradores”***, área diseñada para el

networking de compradores, visitantes y expositores, también fue un éxito al recibir más de dos mil 63 visitantes.

Durante el Tianguis Turístico Digital se realizaron diferentes conferencias magistrales con temas de interés general para todos los asistentes, a diferencia del evento presencial, donde se realizan varias conferencias al mismo tiempo con temas más específicos de empresas y destinos turísticos. Algunas de estas fueron: «Impacto de internet y la digitalización de las industrias en la economía global»; «Camino a la recuperación en la industria turística»; «Innovación de productos turísticos»; y «Tren Maya», impartido por expertos en los temas. También se dio oportunidad de exponer los proyectos ganadores del Reconocimiento a la Diversificación del Producto Turístico Mexicano 2020.

Los estados, destinos y empresas más visitados por los asistentes y participantes fueron: Guerrero, Puebla, Yucatán, la ciudad de Mérida, City Express, Interjet, Posadas, Vidanta y Xcaret. A nivel gobierno, el Tren Maya-Fonatur fue el proyecto más consultado.

En total, se subieron a la plataforma 730 archivos y se descargaron 21 mil 488 documentos, videos y acceso a ligas de internet; en tanto que la cobertura de prensa ascendió a 120 medios acreditados.

El Secretario Torruco Marqués recordó que este nuevo espacio turístico inició con cifras muy significativas: mil 964 compradores de mil 185 empresas de 45 países; 217 expositores; y veinte mil 838 citas registradas, lo que al finalizar el evento representó también una audiencia en la inauguración, conferencias magistrales y seminarios, de cuatro mil 820 personas, y la generación de más de 88 mil 695 interacciones comerciales entre los participantes.

Acompañado por Rodrigo Hurtado, Director del Tianguis Turístico Digital

México 2020, el titular de SECTUR afirmó que la promoción es uno de los elementos esenciales en la cadena de comercialización turística, por lo que las circunstancias adversas que hoy afectan al sector turismo, al igual que a todos los ámbitos de la economía mundial, no han sido una limitante para que los productos y destinos del país estén en la mente de los potenciales visitantes. Una de las respuestas es este Tianguis Turístico Digital (TTD), novedosa y eficiente estrategia de promoción nacional e internacional que llegó para quedarse, respondiendo a la nueva realidad de un turismo socialmente responsable.

Sostuvo que la crisis sanitaria está cambiando radicalmente las perspectivas del sector a nivel mundial, redefiniendo la forma de viajar, pero también la manera de hacer negocios. Las plataformas digitales se están consolidando como una poderosa herramienta que da a la cadena de valor turística un alcance y visibilidad inmejorables para la comercialización de productos y servicios.

“Reitero que este Tianguis Turístico Digital dejará huella en la industria del turismo, no sólo por ser el primero en su género, sino porque permanecerá en el gusto e interés de compradores y expositores a lo largo de los años”, dijo.

Añadió que la transición hacia la digitalización de la industria turística de México es una realidad que hoy se manifiesta con este inédito foro, y se refuerza con nuevas acciones y estrategias promocionales, como la puesta en marcha de la renovada plataforma VisitMexico, que cuenta con las mejores herramientas de tecnología para sorprender a nuestros visitantes.

Asimismo, informó que se está evaluando la posibilidad de crear espacios virtuales, como el TTD, para la promoción de segmentos de mercado específicos, como el Turismo Médico o de Aventura, entre otros.

El Secretario Torruco Marqués puntualizó que todas estas estrategias, que requieren de la comunión de esfuerzos del sector

público y privado, favorecen a una más rápida reactivación y recuperación económica de la industria turística nacional.

Anuncio de Reconocimientos

Previo a la conferencia de prensa donde se compartieron los resultados preliminares del evento, se dieron a conocer los nombres de los siete ganadores del Reconocimiento a la Diversificación del Producto Turístico Mexicano 2020, distinción con la que SECTUR reconoce las iniciativas que han contribuido a la innovación de servicios y productos turísticos del país. En la edición 2020 fueron 69 las propuestas recibidas.



Uno de los requisitos para ser reconocido por la Sectur por sus nuevos productos turísticos es que cuente con el Registro Nacional de Turismo, lo que garantiza que las empresas ganadoras están legalmente constituidas.

Otros aspectos que un producto debe reunir para ser acreedor al reconocimiento son:

- Demostrar los criterios de calidad, innovación, sustentabilidad ambiental, económica y social.
- Enfoque de perspectiva de género.
- Demostrar trato igualitario al consumidor, sin importar origen étnico, nacionalidad, género, edad, condición social o de salud, religión, preferencias sexuales, estado civil o cualquier otra.
- Promover el respeto, la protección y garantía de los derechos humanos.
- Ofrecer experiencia para turistas nacionales y extranjeros.

Las empresas ganadoras fueron el Hotel Chablé, en Yucatán, en la categoría Turismo Premium; Patronato Ultra Coahuila A.C, en Turismo Deportivo; Coyote Canyon con Aventura Romántica Deluxe Nombre, en la categoría de Romance;

Negros Mascogos con su producto Paseo por el Nacimiento, Negros Mascogos, en la categoría Turismo Cultural.

Además de Parque de Aventura Barrancas del Cobre en Chihuahua en la categoría Turismo de Naturaleza, y Tour atardecer Sotuta de Peón en Yucatán en la categoría de Turismo de Reuniones.



Fuente: publimetro / riodoce / foodandtravel / periodicoviaje

SECTUR presenta 11 nuevos Pueblos Mágicos y suman ya 132 destinos.

Las poblaciones se encuentran en 10 estados y sus nombramientos se dan con la expectativa de contribuir a la reactivación del turismo local, el de mayor potencial de recuperación tras la pandemia.

La Secretaría de Turismo (SECTUR) anunció el nombramiento de 11 nuevos Pueblos Mágicos en diez estados, los primeros de esta administración, y con lo cual los destinos de esta categoría ascienden a 132 localidades que podrán ostentar la marca turística, con la expectativa de impulsar al turismo local, el segmento con mayor potencial de recuperación ante la pandemia de COVID-19.

“El turismo interno será el gran motor en esta etapa de recuperación del sector turístico, y en esa dinámica los Pueblos Mágicos se configuran, hoy más que nunca, como pilares de la economía regional y nacional”, dijo Miguel Torruco, Secretario de turismo en conferencia de prensa.

Los nuevos Pueblos Mágicos son:

Isla Aguada, Campeche.
Zempoala, Hidalgo.
Ajijic, Jalisco.
Tonatico, Estado de México.
Paracho, Michoacán.
Mexcaltitán, Nayarit.
Santa Catarina Juquila, Oaxaca.
Tetela de Ocampo, Puebla.
Santa María del Río, San Luis Potosí.
Maní, Yucatán.
Sisal, Yucatán.





El programa, creado en 2001, tenía el objetivo de conformar una oferta turística complementaria y diversificada al interior del país, y aunque ha sido positivo, enfrenta nuevos retos acentuados con el desarrollo de la pandemia, matizó el titular de la Sectur.

“El modelo de gestión anterior resultó limitado, y una muestra de ello es la realidad que hoy se vive en dichos destinos. A casi 20 años del primer nombramiento, los márgenes de pobreza y carencia sociales en estas localidades persisten, y en general son superiores a la media nacional”, señaló.

Los nuevos nombramientos se dan luego de que la SECTUR creará reglas más estrictas para los Pueblos Mágicos, pues sólo 16 de los 121 municipios evaluados en 2019 cumplieron con la totalidad de los requisitos para su permanencia.

Esto derivó en la publicación de una nueva Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos que, entre otras acciones, obliga a los destinos a someterse a un proceso de evaluación, y, en dado caso, de fortalecimiento, que de no cumplirse podría costarles el nombramiento a los destinos.

Fuente: Expansión

Timbre de seguridad busca reactivar la industria turística de CDMX.

Hoteles, restaurantes, líneas aéreas y otros negocios que dan servicio a turistas podrán obtener el "Timbre Seguridad Turística" y el sello internacional "Safe Travels".

Bajo el Timbre de Seguridad, autoridades capitalinas buscan impulsar la reactivación turística de la CDMX, hasta alcanzar las mismas cifras del año pasado.

A seis meses de que se llamara al confinamiento con el cierre temporal de hoteles, atracciones turísticas, restricciones en restaurantes y la paralización de la llegada de turistas, la Ciudad de México apuesta para atraer de nuevo a los viajeros a través de la creación de dos certificaciones para garantizar su seguridad en medio de la pandemia de COVID-19.

Se trata del Timbre Seguridad Turística otorgado por el Gobierno capitalino a través de la Agencia Digital de Innovación Pública (ADIP), que recibirán los negocios y empresas después de comprobar ante autoridades de la

ciudad y federales que cumplen con las medidas sanitarias que establezca el Gobierno local para recibir a los turistas de forma segura.

También se dará el sello internacional Safe Travels, otorgado por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés), organización que representa a diversas empresas turísticas y certificará que se siguen los lineamientos de seguridad de la industria así como la aplicación de los protocolos.

Entre los lineamientos creados para el certificado Safe Travels se incluye el facilitar los pagos electrónicos para evitar el contacto físico, dar capacitación al personal para seguir las medidas sanitarias y desinfectar espacios y superficies con productos avalados por autoridades de salud.

Para las aerolíneas, por ejemplo, se pide proporcionar a los pasajeros gel antibacterial, monitorear la cantidad de personas en las salas de espera y evitar largas filas de espera para abordar o descender al colocar señalamientos.

De acuerdo con Carlos Mackinlay, Secretario de Turismo de la CDMX, más de ocho mil establecimientos turísticos recibirán el Timbre de Seguridad Turística. Con ello se garantizará el cumplimiento de protocolos sanitarios en toda la cadena de valor durante la reactivación del sector. Por ahora, se dio a conocer, que el Restaurante Miralto, el Museo Interactivo de Economía (MIDE), el hotel Stanza y Volaris obtuvieron dicho timbre.

Este anuncio lo dieron el Gobierno de la Ciudad de México, la Secretaría de Turismo y el Fondo Mixto de Promoción Turística de la CDMX, en el marco del Día Mundial del Turismo, evento en el cual el Gobierno capitalino dijo que con estas distinciones se podrá recuperar el gran potencial turístico que ha distinguido a la Ciudad, salvaguardar la salud de los turistas y posicionarla como destino seguro y confiable a nivel mundial.

“El distintivo dará certeza a los viajeros de que la Ciudad de México es un destino seguro, aquí adoptamos los protocolos globales estandarizados de salud e higiene para que los consumidores y turistas viajen con seguridad a nuestra ciudad”, dijo Paola Félix Díaz, Directora del Fondo Mixto de Promoción Turística.

También afirmó que la estrategia representa un gran aliciente y un gran compromiso del sector y del Gobierno de la Ciudad de México, y de manera segura y responsable muy pronto el turismo se recuperará.

“Se superarán los 14 millones de visitantes que se tuvieron el año pasado y la derrama económica de 113,113 millones de pesos”, comentó.

Ambas certificaciones, el Timbre Seguridad Turística y el sello Safe Travels, fueron creados a partir de las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y el Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) del Gobierno de Estados Unidos.

Fuente: Periodico Viaje

Huracán Delta.

El huracán Delta fue la vigésimosexta tormenta de la temporada de huracanes del Atlántico y tocó tierra en Puerto Morelos a las 5:30 horas del miércoles 7 de octubre como huracán categoría 2 y con vientos sostenidos de hasta 175 kilómetros por hora (km/h), de acuerdo con la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA).

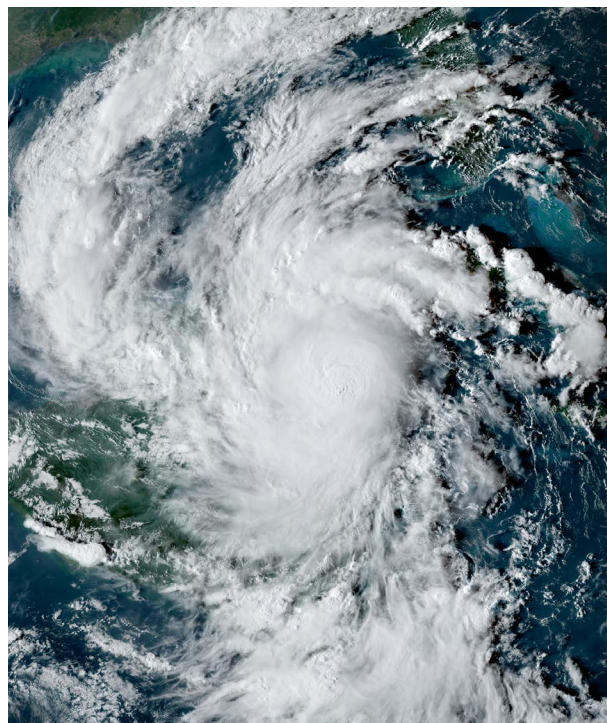
El Centro Nacional de Huracanes de EE.UU. (NHC, por sus siglas en inglés) había advertido sobre marejadas ciclónicas y fuertes vientos que amenazaban la vida, por lo que el gobierno mexicano evacuó a casi 40,000 personas y desplegó a más de 10,000 autoridades civiles y militares en la península de Yucatán; además que 150 refugios fueron abiertos para quienes buscaban resguardo de la tormenta en Cancún.

Las mayores consecuencias del fenómeno meteorológico, que se esperaba fuera el más potente de los últimos 15 años, fueron cientos de

árboles caídos, postes de luz dañados, cortes de energía eléctrica y algunos encharcamientos, según declaró el Gobernador del estado mexicano de Quintana Roo, Carlos Joaquín González.

"Esto nada más nos 'despeinó', afirmó Roberto Cintrón, Director de la Asociación de Hoteles de Cancún, Puerto Morelos e Isla Mujeres.

El pronóstico fue compartido tanto por autoridades, turistas y residentes de la entidad: "nos salvamos".



Tras el paso del huracán, la Asociación de Hoteles de la Riviera Maya (AHRM) señaló que se encontraban listos para recibir a los turistas nacionales e internacionales que deseen vacacionar en este paraíso caribeño luego de registrar un saldo blanco en la protección y resguardo de poco más 40 mil turistas que se encontraban en el destino durante su impacto.

El organismo hotelero destacó la excelente coordinación que se tuvo con las dependencias de Gobierno para realizar la evacuación y el traslado de los visitantes a los 42 diferentes refugios habilitados previo al paso del fenómeno meteorológico que afectó las costas de Quintana Roo.

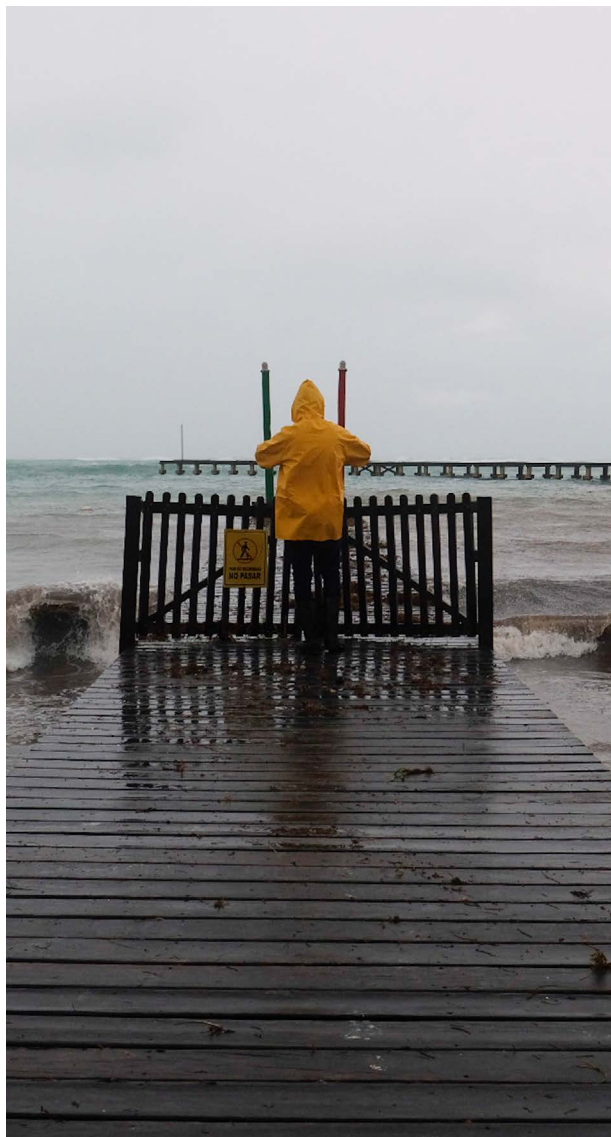


“La excelente cultura de prevención y actuación en caso de huracanes marcó la diferencia para que nuestros asociados aplicaran en forma organizada los protocolos de protección civil y pudieran llevar a sus huéspedes a lugares seguros y cómodos en tanto pasaba el mal tiempo”, comentó Conrad Bergwerf, Presidente de la AHRM.

La agrupación reportó que, en la mayoría de los hoteles de la Riviera Maya, los fuertes vientos del huracán Delta dejaron daños menores en sus instalaciones las cuáles empezaron a ser evaluadas y reparadas luego del paso del meteoro, para recibir de vuelta a los huéspedes desde la tarde del mismo miércoles.

“La Riviera Maya se encuentra abierta y en óptimas condiciones para seguir avanzando a paso firme hacia su recuperación turística”, enfatizó el dirigente de los hoteleros, quien destacó que con la reapertura del Aeropuerto Internacional de Cancún luego del paso del fenómeno natural, esperaban que la ocupación hotelera en el destino siguiera aumentando.

Cabe destacar que la terminal aérea reanudó operaciones la tarde del mismo 7 de octubre y para el jueves 8 tenía programadas 230 operaciones, de las cuales 115 son llegadas (de las cuales 61 son nacionales y 54 internacionales), así como 115 son salidas nacionales e internacionales.



Fuente: eluniversal / Valor compartido / La Jornada

Los vuelos internacionales programados fueron desde y hacia 17 diferentes ciudades de Estados Unidos, como Atlanta, Baltimore, Charlotte, Chicago, Dallas, Denver, Detroit, Los Angeles, New York, entre otros, de aerolíneas como American Airlines, Delta, Frontiere, Jet Blue, Southwest, Spirit y United.

De los poco más 40 mil turistas que se encontraban en la zona norte de Quintana Roo, tras el huracán permanecieron unos 35 mil, según cálculos de Cintrón.

"Los turistas ya están regresando a los hoteles, les estamos dando servicio. De los que había en el Estado, un 10% o 15% logró cambiar su salida anticipadamente, pero nos quedamos con 32 o 35 mil turistas, que van a regresar a sus hoteles", dijo el líder del gremio hotelero.

A diferencia de los huracanes Gilberto y Wilma, ocurridos en 1988 y 2005, respectivamente, en esta ocasión los arenales se mantuvieron casi intactos.



Lourdes Prieto Márquez

www.cnet.org.mx

lourdes_prieto@grupopresidente.com

T. 5327 7700 ext. 6507

Mercedes Elizalde

gerencia@cnet.org.mx

