

enlaceMetro®

“UNIDOS SOMOS MÁS FUERTES”



Recorriendo el Mundo:
WHISTLER, CANADÁ

EPTUR logra excelentes resultados en su tercera edición



CONTENIDO



Querida Familia Metro,

Ya estamos adentrados en septiembre, un mes muy especial para todos, no solo porque conmemoramos la gesta de Independencia, sino también porque enmarcó la conmemoración de nuestro 30 aniversario METRO.

Celebramos la **intachable trayectoria de una gran asociación** que desde su creación fue clara en los objetivos que perseguía al conformarse como la primera y única asociación que representara a los Agentes de Viajes del Área Metropolitana de la Ciudad de México, y que hoy integra a importantes empresas fuera de su campo inicial de acción, pero que también son símbolo de confianza.

Tras arduos trabajos encabezados por visionarios agentes de viajes, el 1º de septiembre de 1993 se constituyó la Asociación Metropolitana de Agencias de Viajes, siendo nuestro querido Isaac Brown (que en paz descansa) el presidente fundador de lo que hoy por todos es conocida como La Metropolitana, o La Metro, pero siempre nuestra.

Conservamos intactos los valores que le dieron forma, enalteciendo el sueño de un puñado de mujeres y hombres que dejaron bases sólidas para que sus asociados encuentren en ella oídos atentos a sus preocupaciones, y una voz que transmite su sentir en búsqueda del desarrollo.

Es por ello, que el 7 de septiembre tuvimos una cena de gala en la Hacienda de Los Morales, donde dimos paso a una velada llena de grandes momentos, porque nuestra METRO también es ese espacio donde hemos creado un extraordinario grupo donde reina la camaradería. Nos hemos dedicado a reconocer a quienes han centrado su vida en nuestro sector; y desde 1997 se instituyó la PRESEA METROPOLITANA, máximo galardón que otorga nuestra asociación, y que en el marco de esta velada fueron entregados dos, por primera y única vez, sumando ya 20 a lo largo de estos 30 años.

Fueron para dos hombres cuya entrega al turismo ha sido plena, aportando su inteligencia y cariño a este noble quehacer. Felicitamos a **Edgar Solís** y a **Roberto Trauwitz**, y esperamos sigan cosechando éxitos.

Deseo extender un sincero agradecimiento a mi comité organizador, quienes trabajaron arduamente para que hiciéramos de esta cena una noche única, por igual a los 33 patrocinadores, sin su apoyo esto no hubiera sido posible.

Nuestra tercera versión de **EPTUR**, se llevó a cabo el 30 de agosto, y fue un éxito. Desde su inicio, se fijó meta clara al ser un evento de los agentes de viajes para los agentes de viajes, incluso con las necesidades de los proveedores de servicios turísticos.

Hace un año, cuando recién comenzábamos a salir de la pandemia, nació EPTUR, donde METRO y Ladevi se arriesgaron a realizar este encuentro, hoy vemos con gran satisfacción los frutos.

Quiero mencionar el Taller de Aviación, realizado el 22 de agosto, y donde directivos de IATA nos adentraron en el complejo tema del "NDC", porque sabemos que es una inquietud de los agentes de viajes, siendo este el inicio de un programa que delineamos para crear un acercamiento con líneas aéreas.

Familia METRO, es un honor representarlos, trabajar en mejores acuerdos y llevar la labor que ustedes me han encomendado de la más honrosa manera. Agradezco el cariño y solidaridad que he recibido; siempre es y será un honor llevar el nombre de nuestra METRO a lo más alto posible. Celebremos estos 30 años y brindemos por los próximos, por cada uno de ustedes porque son el motor que mueve a nuestra asociación.

Con todo mi afecto.

"UNIDOS SOMOS MÁS FUERTES"

José Luis Medina Garzón
Presidente

Mensaje del Presidente 3

El Tema de Hoy
EPTUR logra excelentes resultados y supera expectativas 4

Las Plumas del Turismo
¿Qué sigue para el turismo mexicano? 6

Recorriendo el Mundo
Whistler: Una experiencia inolvidable para todo el año 8

Los Socios Participan
Primera Visita al Museo D'Orsay 12

Aniversario
30 años de una Visión Consolidada 16

Entrevista
Juan Rossello: Cuando las experiencias son conocimiento 20

La Aviación Hoy Día
Nueva Mexicana de Aviación: Cómo será su operación y cuáles serán sus rutas 22

En la Mira
Una delicia llena de historia 24

Ciencia y Tecnología
Microchips, su escasez y la importancia en el sector turístico 30

Ecometro
¿Cómo ser una agencia de viajes socialmente responsables? 36

Presidente
JOSÉ LUIS MEDINA G.
One2 Travel Group

Vicepresidentes
ARTURO JAVIER GALICIA
Concierge Travel & Life

JOSÉ ANTONIO PINTO
Hoteles y Más

Tesorera
YOLANDA GONZÁLEZ
Le Blanc Tours

Secretaria
ALICIA TERÁN
Giras Turísticas y Empresariales

Consejeros
MA. EUGENIA DENIGRIS
Contravel

FEDERICO MAINFELT
Travel Time Agencia de Viajes

SALVADOR MAIZ
Integradores BTS

ALICIA MEJIA
Mexitours

ADRIANA REYES
Punta del Este Operadora

JOSÉ TRAUWITZ
Pe-Tra

Asesores
LORENZO SALSAMENDI
Viajes Intermex American Express

EDGAR SOLIS
Vimsa

Comisiones
Vigilancia
BENJAMIN IZQUIERDO
Forza Eventos y Convenciones

Honor y Justicia
CARMEN ORDOÑEZ
Viajes Dua Tours

Representantes
CÉSAR ROMERO
Oitsa



Asociación de Agencias de Viajes y Empresas Turísticas, A.C.

Diseño y Producción



Colaboradores
MAURICIO CANDIANI, FERNANDO COMPEÁN, CLAUDIA CORDOVA, MA. EUGENIA DENIGRIS, VICENTE FERREYRA, RAÚL GARCÍA M., VIRGILIO GARZA, ARTURO IBARGÜEN, MAC KROUPENSKY, JORGE IBARRA, JOSUÉ MEZA, CÉSAR ROMERO, EUGENIO TORRES, DALIA VÁZQUEZ.





José Luis Medina, presidente de la Metro, estuvo acompañado de directivos y autoridades de la industria en la inauguración.

EPTUR logra excelentes resultados y supera expectativas

La más reciente edición de este encuentro sumó más participantes y abrió espacios a importantes conferencias

■ Por Claudia Córdova
Fotos: SS Media

¿Sabían que el número tres significa creatividad, comunicación y acción?

Esto no es solamente un dato curioso; este pasado 30 de agosto, llevamos a cabo por tercera ocasión el Encuentro de Promoción Turística (EPTUR) en su versión Otoño-Invierno. Y sin lugar a dudas, ha sido un evento que desde su primera edición nos ha puesto en acción a todos.

Hemos creado una gran plataforma de negocios que ofrece a los agentes de viajes, operadores mayoristas, hoteles, aerolíneas, navieras, globalizadores, transportistas y destinos la posibilidad de compartir los nuevos productos que marcarán las tendencias de viajes en la segunda mitad del año; decimos con orgullo que hemos creado **el mejor evento de la industria turística de México.**



El hotel María Isabel Sheraton nos recibió nuevamente. Fuimos 120 expositores haciendo negocio con mil 500 agentes de viajes. Se dieron 4 seminarios a cargo de **Operadora Concierge** con el tema "Expandiendo Horizontes", **Punta del Este Operadora** quienes se enfocaron en el estado de Yucatán, **Brand USA** expuso "Descubre los destinos maravillosos de Estados Unidos" y **Aeroméxico** presentó "Rumbo al futuro con NDC".



Iniciamos con un desayuno que ofreció Punta del Este Operadora, de la mano de Copa Airlines, presentando como producto turístico a Brasil. A las 10 de la mañana se tuvo la ceremonia de inauguración, donde se dieron cita agentes de viajes, así como invitados especiales.

Destacó la presencia del Excelentísimo Señor Julio Reinoso, Encargado de Negocios de la Embajada de Perú en México; la Señora Noelia Martínez, Cónsul General de la República del Uruguay; la Licenciada Judith Guerra, Presidente de Grupo Mexicano de Asociaciones de Agencias de Viajes y Empresas Turísticas (GMA); la Licenciada Diana Olivares, Presidente de la Cámara Nacional de Aerotransporte (CANAERO); el Licenciado Arturo Javier Galicia, Director del Comité Organizador de EPTUR; y nuestro Presidente José Luis Medina.

En este espacio, José Luis Medina comentó que "nuestra actividad se da en el marco de una gran demanda de servicios y una gran reactivación que se consolida día a día; más debemos estar alertas hoy como nunca a las nuevas tecnologías, es una de las grandes oportunidades que tenemos. También debemos ocuparnos de incentivar e integrar a nuestro gremio a las nuevas generaciones, que tienen ideas frescas, quieren aprender y aportar, debemos hacer simbiosis con ello".



Julio Reinoso, Encargado de Negocios de la Embajada de Perú en México.

La Metro de la mano con Ladevi Medios y Soluciones, busca con este evento en su ya tercera edición, sumar y dar opciones en favor de los agentes de viajes; convocando a todos los profesionales del sector turístico.

¡Sigamos poniéndonos en acción, creciendo, creando, comunicando; nos vemos en el 2024 nuevamente en EPTUR!



¿Qué sigue para el turismo mexicano?

La pandemia demostró que el sector es resiliente, pero aún hay varios retos por cumplir



■ Por Francisco Madrid Flores
Director del Centro de Investigación y Competitividad Turística (Cicotur) Anáhuac
Twitter: @fcomadrid



Pasará mucho tiempo para que las innumerables complicaciones derivadas de la pandemia queden atrás. Y si bien no se puede descartar la aparición de nuevos patrones de viaje y una reconfiguración de la industria turística en los años venideros, me parece que una de las más importantes lecciones que nos ha dejado este catastrófico evento es que el turismo es estructuralmente resiliente.

Evidentemente, esta afirmación no desestima las graves afectaciones sufridas por el sector que incluyeron pérdidas, destrucción de empleo y, en miles de casos, el cierre definitivo de empresas turísticas. Luego de un formidable verano es plausible afirmar que la demanda se ha repuesto a niveles por arriba de 2019. Paradójicamente, la vuelta a las condiciones normales de competencia ha impactado de manera negativa el flujo de los viajeros internacionales hacia los destinos turísticos mexicanos.



Los resultados más recientes muestran que ocho de los 10 mercados emisores más importantes para nuestro país tuvieron un peor mes de julio en 2023, comparado con 2022.

La mayor preocupación aparece en el mercado norteamericano que desde el pasado abril muestra una importante contracción, la cual en julio alcanzó sólo un 8.5%, recordando que este segmento representa un poco más del 60% de todos los visitantes aéreos al país.

Por lo que se refiere al mercado nacional, aunque no tenemos toda la información del cierre del verano, la percepción que hemos recogido entre diferentes actores de la industria es que se han superado los niveles previos a la pandemia; y, de manera notable, hay un fuerte incremento en el tránsito aéreo, a pesar de las crecientes limitaciones del AICM.

Del otro lado, **la fortaleza del peso ha catapultado como nunca los viajes de los mexicanos al exterior.** Este proceso ha sido acompañado

En los últimos meses se ha visto una desaceleración de los viajeros internacionales que llegan a México.

por el incremento en las frecuencias aéreas y los mexicanos parecen estar viajando como nunca antes lo habían hecho, lo que representa **una gran noticia para las agencias de viajes que se mueven en el mundo del turismo emisor.**

Con estos antecedentes y retomado la pregunta que da título a esta colaboración: **¿Qué sigue para el turismo mexicano?**

Lo que vemos es un proceso de desaceleración de los viajeros internacionales hacia el país que puede acentuarse en la medida que México siga sin tener una inversión relevante en materia de promoción turística y, de la mano de lo anterior, la percepción sobre la inseguridad y la violencia siga dominando las notas en los medios de comunicación nacionales e internacionales. Tampoco ayuda mucho a este grupo de viajeros la ya mencionada fortaleza del peso, ya que los productos mexicanos se ven caros en una renovada competencia internacional.

En cuanto al mercado nacional, las perspectivas parecen ser buenas, pero sin echar cohetes, pues en tanto la economía nacional avance de manera más bien contenida, no es posible que los mexicanos se vuelquen en los viajes por el país.

Finalmente, por el lado de los viajes de los mexicanos al exterior habría que esperar un periodo en torno a unos seis meses en los que se mantenga la notable fortaleza de la moneda nacional.

Este fenómeno de la mano de las altas tasas de interés se produce por empecinamiento del Banco de México que considera que el riesgo de una inflación alta sigue siendo elevado. Con ello, el premio por invertir en nuestro país sigue siendo alto en el corto plazo, aunque esto no es sostenible en el tiempo. Parece más razonable pensar que hacia el final del 2024 el dólar esté más cerca de los niveles de los 20 pesos que en los que se encuentra ahora.

En consecuencia, la recomendación debe ser alentar a los clientes a aprovechar esta situación que puede ser irrepetible y, en la medida de lo posible a buscar alianzas con proveedores y en el sistema financiero, para obtener los productos a meses sin intereses.

La combinación de precios bajos y apoyo en financiamiento deberían traducirse en más viajeros mexicanos... al extranjero, por lo pronto.



WHISTLER:

Una experiencia inolvidable para todo el año

Si bien este destino es famoso por sus pistas de esquí, también tiene infinidad de actividades más allá de la nieve



Foto: Tourism Whistler/Mark Mackay

Whistler es un lugar de impresionante belleza natural que, sin duda, cualquier viajero anhela conocer ya sea por sus impresionantes glaciares, hermosos lagos cristalinos, imponentes montañas y enormes bosques.

Si bien la mayoría de los visitantes llegan para esquiar o hacer *snowboard*, Whistler cuenta con un entretenimiento de clase mundial al ser **la meca de las aventuras al aire libre en cualquiera de las cuatro estaciones del año**. Aquí el corazón se acelera con infinidad de actividades como ciclismo de montaña, paseos en trineo o motonieve, tirolesas o recorridos en helicóptero.

Aunque, de igual manera, es un destino que resulta perfecto para relajarse y tomarse un desconectarse del estrés diario. Los lugareños son los mejores anfitriones, siempre preocupados por hacer sentir al viajero como en casa, sin dejar de lado que tienen una profunda pasión por sus raíces y celebrar el estilo de vida de la montaña.



Foto: The Adventure Group



Foto: Tourism Whistler/Guy Fattal



Fotos: Tourism Whistler/Guy Fattal

Además, en el centro de este destino, entre las montañas Whistler y Blackcomb, se encuentra la **Villa de Whistler**, una zona peatonal llena de tiendas, restaurantes y lugares de reunión. En este destino hallarás una mezcla perfecta de tiendas de categoría mundial y locales que ofrecen lo mejor de la moda, arte, souvenirs, y lo último en ropa para deportes al aire libre.

Para disfrutar el invierno

Whistler cuenta con 8 mil 171 acres de terreno ideal para disfrutar del esquí, snowboard o cualquier paseo de nieve. Sus dos montañas, Blackcomb y Whistler, posee más de 200 pistas señalizadas, 16 cuencos alpinos y 3 glaciares combinados; sus pistas son aptas para principiantes, intermedios y avanzados.

Por su cercanía con la costa, este destino tiene un clima moderado en los meses de invierno, con una temperatura alpina promedio de -5 grados centígrados.



Sus actividades top

- **Heli Ski:** El terreno a campo traviesa de Whistler es accesible por helicóptero y snow cat (tractor de nieve) para disfrutar de la nieve jamás pisada por nadie.
- **Esquí de fondo:** Tiene más de 150 kilómetros de senderos para practicar esquí de fondo que cruzan Lost Lake, el parque olímpico de Whistler y el parque de Callaghan.



Foto: Tourism Whistler/Guy Fattal

Para quienes disfrutan la nieve sin esquiar, Whistler ofrece:

- Trineo de Perros
- Paseos en motonieve
- Caminatas con raquetas de nieve
- Parque de llantas de deslizamiento
- Paseos en Góndola (Peak 2 Peak)
- Patinaje en Hielo en el Whistler Olympic Plaza
- Vuelos a un remoto glaciar para recorrer cuevas de hielo
- Cenas en la cima de la montaña con fondue

Un verano perfecto

Debido a su ubicación en la costa Oeste de Canadá, Whistler ofrece veranos lo suficientemente cálidos como para nadar en sus numerosos lagos alpinos. Con una temperatura promedio diaria de 27 grados centígrados, julio y agosto son los meses más calurosos del verano.

Igual que en el invierno, hay infinidad de actividades, ya sea disfrutar de alguno de los restaurantes o terrazas con un tentempié, una copa de vino o una exquisita cena gourmet.

O bien, relajarse en los numerosos spas y espacios de bienestar de Whistler. Le Scandinave Spa ofrece una experiencia de hidroterapia escandinava tradicional para que cualquiera se relaje por completo. Hay infinidad de formas de consentirse en Whistler para encontrar el equilibrio y volver a conectar: mente, cuerpo y alma.



Foto: Tourism Whistler/Justa Jeskova

En verano la Villa Whistler ofrece eventos internacionales de cine y gastronomía, exhibiciones, música en vivo, así como su famoso Farmers Market, donde se ofrecen infinidad de productos locales. Consulta la programación de eventos en whistler.com/events.

Algunas actividades para el verano

- **Senderismo:** Su red de senderos se extiende por el escarpado paisaje alpino de la cordillera costera y el extenso valle para experimentar a pie, la belleza natural del bosque.
- **Ciclismo:** La emoción de la fuerza de gravedad se vive en el parque de ciclismo para montaña conocido como **Whistler Mountain Bike Park**. Ideal para pedalear a toda velocidad siguiendo caminos de tierra en los senderos a campo traviesa.

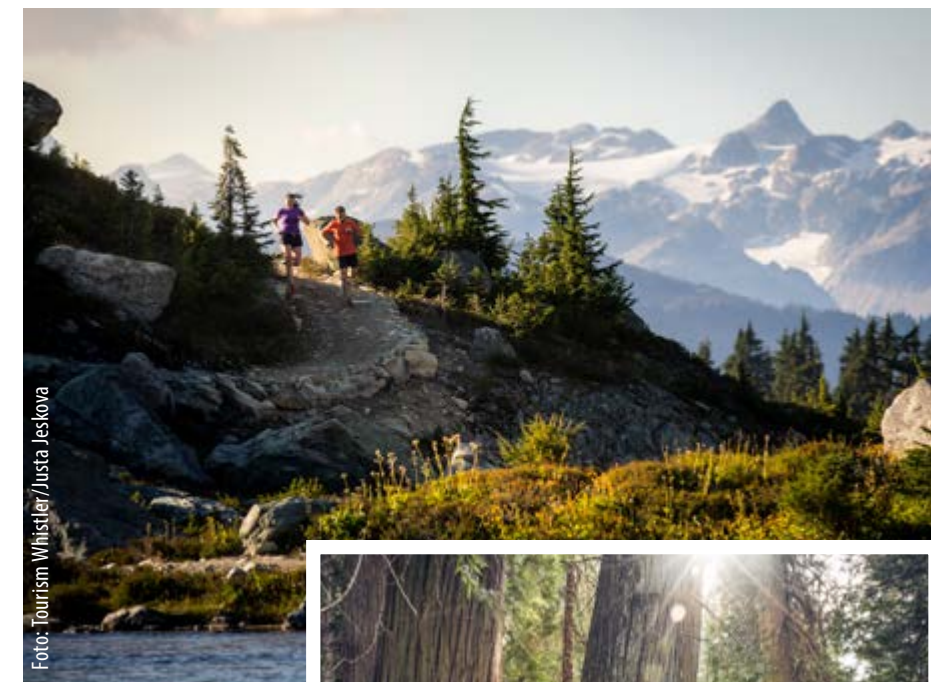


Foto: Tourism Whistler/Justa Jeskova



Foto: Tourism Whistler/Justa Jeskova



Foto: Tourism Whistler/Justa Jeskova

- **Avistamiento de osos:** Dirigido por guías experimentados e investigadores expertos, resulta perfecto para adentrarse en la naturaleza y observar a los famosos osos negros y oseznos de Whistler deambular en su hábitat natural. Se conocen los lugares donde se alimentan, dormitan durante el día y sus madrigueras, desde la comodidad de un vehículo 4x4.
- **Tirolesa:** Nada como volar sobre las copas de los árboles en una emocionante aventura a través de un cable suspendido en las alturas sobrepasando arroyos y árboles milenarios.

¿Cómo llegar?

Hay vuelos directos a Vancouver desde la Ciudad de México. De Vancouver a Whistler puedes llegar en helicóptero, charter o en hidroplano, o recorre la panorámica autopista 99 en autobús o un transporte colectivo o "shuttle".

Las distancias y tiempos aproximados de viaje en automóvil son: desde el centro de Vancouver a Whistler: 127 kilómetros (cerca de 2 horas). Desde el Aeropuerto Internacional de Vancouver a Whistler: 140 kilómetros (aproximadamente 2.5 horas)

¿Dónde dormir?

Whistler cuenta con una diversa selección de alojamiento incluyendo casas alpinas recludas, y hotelería a pie de montaña.



Foto: Tourism Whistler/Justa Jeskova



Primera Visita al Museo D'Orsay

Este recinto se convierte en el escenario perfecto para que dialoguen artistas de distintas corrientes

■ Por Raúl García M.
Fotos Cortesía: Museo D'Orsay

Asomaba su fachada entre los follajes de las Tullerías frente a la Plaza de la Concordia, y en todas mis visitas a París, cuando era conductor de grupos de turistas, el **Museo Jeu de Paume** solía ser mi refugio contra las exigencias del mundo actual y de los viajeros a mi cargo. Me gustaba esconderme en este recinto solo, sin ninguna compañía que contaminase con su presencia o sus comentarios; el diálogo secreto entre mi mundo interno y aquellas pinturas que parecían deshojar sus colores en audaces pinceladas.

Llegué a invertir hasta dos horas regando mis ojos y el alma con aquellos cuadros impresionistas que colgaban de las paredes del museo. Recuerdo este sitio como un espacio rectangular, relativamente pequeño y acogedor, si lo comparaba con las apabullantes inmensidades del Louvre u otros museos como la National Gallery de Londres o la de Washington, con el Metropolitan de Nueva York o el Hermitage de la entonces Leningrado, hoy San Petersburgo.

El Jeu de Paume era una especie de rincón bohemio donde se reunían los fantasmas de **Manet, Monet, Renoir, Degas, Van Gogh, Cezanne, Pissarro**, y otros artistas para mostrarse entre sí algunas de sus obras rechazadas en el Salón de París. Para mí y

muchos enamorados del Impresionismo era una experiencia memorable colarse en ese club de mujeriegos, borrachos y excéntricos pioneros de la nueva visión que transformaría la historia de la pintura.

En 1986 la colección del Jeu de Paume se cambió a su nueva casa, el **Museo d'Orsay**. En mi primera visita me sentí desconcertado al principio. El espacio me pareció demasiado grande e invadido por artistas antagónicos a los maestros impresionistas, que me parecían cohibidos como pequeños que se mudaron del jardín de niños del pueblito a la primaria del gran colegio de la ciudad. Ya no estaban juntos haciendo ruido regodeándose en burlas contra la estereotipada y artificial rigidez de la Academia. Ahora veían su 'taberna' privada con las artificiales venus de Ingres, Bougureau y otros academistas neoclásicos.

Al no encontrar reunidas en una sala las obras de Monet y los demás 'rebeldes' decidí regresar en otra ocasión con el ánimo dispuesto a buscar a 'mis amigos' dispersos en aquella mezcolanza de estilos.



Ugolino de Jean Baptiste Carpeau.

Al pasar entre las esculturas de la planta baja me detuve frente al terrible **Ugolino**, creado por Jean Baptiste Carpeaux, representando al personaje de Dante que se come a sus hijos. La obra me asombró. Quedé atrapado viendo con detenimiento el rostro de bronce deformado por los agujonazos del hambre y el horrible dilema de devorar a sus vástagos. Comencé a merodear por el salón y me topé con la **Mujer Mordida por una Serpiente** de Auguste Clésinger. Jamás había oído de este artista. La mujer de mármol es como una ola de sensualidad rompiéndose en forma femenina en un estertor de agonía. ¡Qué maravilla de escultura!, flexionada es su cintura y peraltando su prodigiosa cadera de ánfora, la obra entera es un grito de voluptuosidad.



Mujer Mordida por una Serpiente de Auguste Clésinger.

Mirando esta pieza caí en cuenta sobre la misión del Museo d'Orsay: No es proporcionar un recinto palaciego y más grande a los impresionistas, se trata ahora de dar un espacio digno, representativo de la plástica del siglo 19. Aquí estaban invitados los más importantes artistas de los 1800, a pesar de las rencillas y odios entre algunos de ellos.

Es todo un regalo encontrar un espacio donde podemos ser testigos de los importantísimos cambios sociales en la ciencia, la política, en el pensamiento y en la sensibilidad durante el período transcurrido entre la caída de Napoleón y la Primera Guerra Mundial.

Todas las inquietudes filosóficas, los múltiples enfrentamientos bélicos de Francia en Crimea, Indochina o América, las intervenciones francesas en México, las revoluciones de 1830 y 1848, el huracán de la Revolución Industrial, la nueva burguesía y su nueva riqueza fueron el germen de inquietudes inéditas. El renacimiento de una literatura explosiva y profunda en la que las plumas de Stendhal, Balzac, Zola, Baudelaire escarbarían nuevos abismos del espíritu. Todo este sería el humus que entre otros factores nutriría la insaciable búsqueda en las manifestaciones del arte. Incluso los pintores tradicionalistas, academistas aplaudidos por la prensa de su tiempo, el gobierno y el gran público emprenderían su búsqueda a través de perfeccionar hasta el amaneramiento retratos y cuadros con temas mitológicos muy diferentes a la pintura galante del siglo 18.



El Nacimiento de Venus de Alexandre Cabanel.



La Olympia de Édouard Manet.

Imperdibles

El Nacimiento de Venus de Bougereau y de Cabanel, respectivamente, son asombrosas por su perfección irreal y etérea... el trazo de las líneas es inmaculado, el tono nacarado de la piel sin arterias ni lunares. La composición de las Venus es suave como el vuelo de una gaviota donde no se perciben siquiera las huellas del pincel sobre la pintura en el lienzo. Son mujeres que no parecen de verdad, creaciones a punto de disolverse en el cielo o el mar.

Por otro lado, están los rebeldes que rompieron con la Academia: **La Olympia de Manet** fue denostada porque parecía demasiado "de verdad". Desde su lecho y su mirada franca ella desata una nueva revolución francesa: el Impresionismo.

La colección del Museo d'Orsay nos regala la más importante muestra en el mundo de este movimiento trascendental, y aunque solo fuera por esa razón su visita, es imprescindible en cualquier estancia en París. Pero seamos generosos con nuestros precursores concediéndonos la oportunidad invaluable de explorar las obras maestras del siglo 19 correspondientes a otras escuelas. Aquí podremos ver una inmensa muestra de las pasiones artísticas que agitaron nuestro siglo bisabuelo.

ELEGANCE IS A JOURNEY
AIRFRANCE

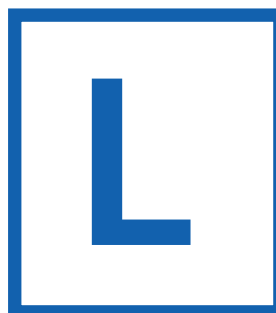


30 Metro®

ANIVERSARIO asociación metropolitana de agencias de viajes ac

DE UNA VISIÓN CONSOLIDADA

Celebramos como la Asociación Metropolitana de Agencias de Viajes un camino lleno de éxitos, retos y parabienes



La "Metro" es el diminutivo o hipocorístico que con tanto cariño le ha otorgado la industria. Gracias al trabajo, enfoque, unión y resultados que hemos generado a lo largo de nuestra historia, la asociación ha cumplido 30 años este 1 de septiembre. Han sido 365 días, un año de celebraciones, que culminaron con una cena de gala el pasado jueves 7 de septiembre. Ahí estuvimos más de 250 personas entre socios, invitados especiales y nuestros patrocinadores, que sin éstos últimos nada hubiera sido posible.

Nos dimos cita en punto de las 19:30 horas en los jardines de la icónica Hacienda de los Morales, un referente turístico de la Ciudad de México y escenario idóneo para celebrar 30 años de lazos y fuerza.

Desde la entrada iniciaban las fotografías en el *photowall*. Todo eran abrazos, felicitaciones y brindis. Después del coctel de recepción, pasamos al salón; la decoración llevaba nuestra identidad corporativa, el azul y blanco predominaban en el montaje de las mesas.



Y se abrió la noche con Paola Rojas, conductora del evento, quien fue llevando el programa de la noche; compartieron sus felicitaciones al micrófono con nosotros, **Lourdes Berho, Directora Regional de Brand USA** y **Silvina García, Country Manager para México de Universal Assistance**; entre el público, escuchando atentamente estuvieron el Excelentísimo Señor Aníbal Cabral, Embajador de Uruguay y Julio Reinoso, Encargado de Negocios de la Embajada de Perú en México.

José Luis Medina, presidente de la Metro, fue el encargado de conducir el evento al lado de Paola Rojas.



José Luis Medina acompañado de Adriana Reyes, directora general de Punta del Este Operadora.



José Luis Medina, nuestro presidente, dio una emotiva bienvenida, afirmando que el turismo es una batalla cotidiana, que está el que ama al sector, pero que diariamente tiene enfrentar muchísimos retos. Así mismo, compartió que nuestra asociación, fue creada para generar oportunidades y negocio a sus socios, así como para representarnos y acompañarnos en nuestro quehacer cotidiano.

Si bien toda agrupación tiene un líder, el trabajo no es de una sola persona, es de todos, de un consejo y la estructura en comités. "Doce presidentes han pasado y cada uno de ellos ha puesto su granito de arena para construir lo que la Metro es hoy. A lo largo del tiempo, se han creado alianzas con socios comerciales que han sido claves para crecer; agradecemos su confianza, los resultados aquí están", compartió Medina,



La velada fue el marco idóneo para hacer entrega de la **Presea Metropolitana**, rindiendo tributo a aquellos agentes de viajes que han dedicado su vida al turismo. Este año y por única ocasión dicho homenaje reconoció por partida doble a **Edgar Solís, CEO de Visma Tours** y a **Roberto Trauwitz, Director General de Pe-tra Operadora**. ¡Felicidades a nuestros compañeros y amigos, sin duda, un reconocimiento de lo más merecido!



Después de cenar brindamos todos juntos a la invitación de nuestro presidente. De igual manera se reconoció a los 32 patrocinadores de nuestro magno evento, en el cual disfrutamos de un espectáculo por demás "singular" del cantante "Luis Miguel", o alguien muy similar a él.

Celebrando, bailando y reconociendo nuestros logros y retos, nos dio la madrugada.



¡MUCHÍSIMAS FELICIDADES ASOCIACIÓN METROPOLITANA DE AGENCIAS DE VIAJES!



Universal Assistance

Celebra 30° aniversario de La Metro en una cena de gala inolvidable y anuncia programa de responsabilidad social 2024

El 7 de septiembre la prestigiosa **Metropolitana De Agencias De Viajes** celebró su **30° aniversario** en una cena de gala, un evento de gran significado que reunió a socios, proveedores y amigos de la industria del turismo en un momento lleno de emoción y camaradería.

El presidente de La Metro, **José Luis Medina**, expresó su gratitud y entusiasmo por los logros alcanzados durante estas tres décadas, brindando junto a los asistentes en un emotivo gesto de celebración.

La cena de gala, que tuvo lugar en el corazón de la ciudad, se destacó por su elegancia y sofisticación. El ambiente festivo estuvo acompañado de una exquisita gastronomía, así como un escenario perfecto para celebrar **el éxito continuo de La Metro en la industria de viajes y turismo**.

Universal Assistance, patrocinador del evento y líder global en servicios de asistencia al viajero, se unió a la celebración y aprovechó la ocasión para revelar un proyecto innovador que **impactará positivamente a comunidades indígenas en México**.



Silvina García FilloI, Directora Comercial y Country Manager de Universal Assistance, felicitó a La Metro por su gran éxito, así como su adaptación a los cambios de la industria y su apoyo continuo a más de 200 socios. Además, anunció un **programa de responsabilidad social empresarial llamado "Transforming the Future"**, que se lanzará en 2024 en México en colaboración con la **Fundación Zurich**.

El programa tiene como objetivo **generar un impacto positivo en las comunidades indígenas cercanas a destinos turísticos latinoamericanos**, en este caso, la comunidad indígena Nahuas de Veracruz. Se busca mejorar sus habilidades y emprendimientos, **fomentando el turismo sostenible** vinculado a la promoción de su cultura y patrimonio.

Este anuncio **refuerza el compromiso de Universal Assistance con la responsabilidad social empresarial** y su deseo de marcar una diferencia positiva en las comunidades locales en las que opera. El programa **"Transforming the Future"** representa un **paso significativo hacia un futuro más sostenible y equitativo en el sector turístico**.



Transforming The Future es sin duda el programa de responsabilidad social empresarial **más importante que lanzamos en la compañía**. Es un orgullo para Universal Assistance **promover estas iniciativas** y sabemos que **contaremos con el apoyo de todos ustedes**

Silvina García FilloI
Country Manager México

JUAN ROSSELLO:

Cuando las experiencias se convierten en conocimiento

El Country Manager en México de Civitatis nos recuerda lo dadivoso que puede ser el turismo y comparte sus enseñanzas

■ Claudia Córdova



Juan Rosello nos comparte un poco de su trayectoria y conocimientos.

Argentino de nacimiento, con una larga trayectoria en el área comercial de diferentes empresas turísticas. Se ha desarrollado en la industria hotelera, en la aviación y ahora en la distribución online de visitas guiadas con Civitatis. Nuestra charla en esta edición de Enlace es con Juan Ignacio Rosello.

CC: ¿Cómo empieza tu camino en el turismo?

JR: Trabajé en contabilidad y también en ventas industriales. Comencé en el turismo en 2010 por mera casualidad, y son de esos caminos que encuentras y te identificas. Estaba haciendo mi MBA cuando conocí al Director de Operaciones de Hoteles City, quien me contó que la compañía haría una expansión en Sudamérica y me invitó a desarrollar la parte comercial de ese proyecto. Era un reto ambicioso y no dudé en tomarlo. Cada día me enamoro más de esta industria y de México, es un sector apasionante, y con Civitatis mucho más.

CC: ¿Qué es lo que más te divierte de tu trabajo?

JR: Sin importar la experiencia que tengas en esta industria, siempre es cambiante, te enfrenta a nuevos escenarios. Lo que más me apasiona es conocer el siguiente destino; me encanta viajar y compartir experiencias. Como empresa constantemente estamos armando nuevos recorridos; por ejemplo, cada viernes agregamos nuevos productos y destinos. En mi caso, me centro en buscar nuevos tours para México, pienso que más quiero conocer.



CC: ¿Momentos complicados en tu carrera?

JR: La pandemia nos puso a prueba en muchos sentidos. Especialmente el turismo recibió un golpe duro, ya que la mayoría de las empresas tuvieron que cuidar sus recursos económicos, lo que trajo ajustes de objetivos, recursos, y prioridades. No hay que olvidar que toda crisis es una oportunidad. En Civitatis se enfocó la pandemia de esta forma; pensando que no se realizarían tantos tours por los cierres, se implementaron mejoras en el rendimiento de la plataforma y se incrementó la oferta de actividades, logrando duplicar el portafolio.

CC: ¿Qué oportunidades ves para cerrar 2023 en el sector turístico en México?

JR: Ha sido un año histórico para nosotros. Nos marcamos la meta de crecer en Latinoamérica con foco especial en México, Colombia, Argentina y Brasil, donde abrimos posiciones de Country Manager y Account Manager. En México hemos crecido a triple dígito. Esperamos en 2023 superar el medio millón de viajeros mexicanos experimentando travesías con Civitatis.

CC: Si tuvieras la oportunidad en este momento de hablar con los jóvenes que estudian turismo, ¿Qué les dirías?

JR: Como es una industria versátil, les recomendaría que hagan lo que les apasiona, que dediquen tiempo a explorar las diferentes áreas del sector, y cuando la descubran, trabajen para desarrollar habilidades. Que aprendan de sus errores y que cada obstáculo resulta una oportunidad que nos acerca a las metas. La vida es un viaje de ida, disfrutemos el proceso.

CC: ¿Cómo eres?

JR: Alegre, dispuesto, siempre con ganas de resolver y de apoyar a los demás. Me gusta aportar para que las personas o equipos donde estoy sean más felices y crezcamos juntos.

CC: No todos tenemos las herramientas personales para poder vender un producto, si pudieras dar un solo consejo a alguien que se dedica a las ventas, ¿qué le dirías?

JR: Lo primero es estar seguro de lo que vendemos. Tenemos que entender qué estamos solucionando y qué aportamos. En el turismo vendemos sueños, y si estamos convencidos del producto, sabemos las necesidades que cubre y trabajamos con pasión, entonces se vende casi solo.

CC: Ya cumpliste 6 años siendo parte de la Metro, ¿algún mensaje para los socios?

JR: No hagan en "casa del herrero cuchillo de palo", viajen cada vez que puedan. Tenemos muchos socios que ofrecen experiencias inolvidables de viaje, no lo vean como trabajo, disfrútenlo más. A veces caemos en lo técnico, cuando hay que conocer con pasión y curiosidad de niños.

"Parte del crecimiento de México es estar en asociaciones tan importantes como Metro, las cuales realmente nos ayudan; por ejemplo, recién lanzamos una funcionalidad de 'Reserva ahora y paga al final', solo para agencias de viajes y consiste en que hay lugares que se llenan muy rápido, entonces apoyamos a las agencias a que reserven y de acuerdo al arreglo con sus clientes, paguen después, les evitamos problemas".

Juan Ignacio Rosello
Country Manager México Civitatis

Nueva Mexicana de Aviación: Cómo será su operación y cuáles serán sus rutas

La próxima aerolínea promete tarifas más baratas y en un principio sólo operará vuelos nacionales

Por Arturo Ibarguen ■
Fotos Cortesía: Segob

En esta ocasión me dirijo a ustedes para compartirles varios puntos acerca de la reactivación de la nueva Mexicana de Aviación operada por la SEDENA.

La aerolínea iniciará operaciones con 20 rutas de vuelo, y se espera que ofrezca tarifas hasta 20% más baratas, en comparación con las demás líneas aéreas que operan hoy en el mercado. Sus itinerarios operarán desde el **Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles (AIFA)** y abarcarán gran parte del país. Se estima que la venta de boletos comience en octubre para arrancar con los viajes a finales de año.



Los destinos que conectarán son: Acapulco, Campeche, Cancún, Chetumal, Cd. Juárez, Cozumel, Guadalajara, Hermosillo, Huatulco, Ixtapa Zihuatanejo, La Paz, Los Cabos, León, Mazatlán, Mérida, Monterrey, Oaxaca, Puerto Vallarta, Tijuana y Villahermosa.

De inicio contarán con una flota compuesta por 10 aviones **Boeing 737-800** de nueva generación los cuales tienen capacidad de transportar hasta 180 pasajeros.

Después se agregarán a la flota los **Airbus A320** con una capacidad de hasta 150 pasajeros, que se espera sean utilizados principalmente en vuelos nacionales e internacionales de corta y media distancia. Y por último llegarán los **Boeing 767** con capacidad de hasta 218 pasajeros para ser usados en vuelos de larga distancia hacia Europa.



La mayoría de los aviones de **Mexicana de Aviación** contarán con una configuración de clase Turista, la cual ofrece asientos cómodos con una inclinación adecuada para un descanso confortable durante el vuelo.

La nueva aerolínea tiene previsto iniciar operaciones en diciembre de este mismo año a cargo de la empresa Olmeca-Maya- Mexica, la cual estará operada por el Ejército.

Dicha empresa, a cargo de la SEDENA, también será la encargada de administrar el Tren Maya, el AIFA, así como el próximo aeropuerto del Caribe mexicano en Tulum, este último estará ubicado en la carretera Tulum-Koba a unos 7 kilómetros del famoso destino turístico. Tanto la construcción como la operación de dicho aeropuerto tendrá un impacto económico significativo en la región, generando empleos directos e indirectos y atrayendo aún mayor flujo de turistas a la zona.

El Aeropuerto Internacional de Tulum tendrá una pista de 3 mil 700 metros de longitud, contará con 13 posiciones para aeronaves comerciales, 28 más para la aviación general y ejecutiva, así como un hangar de resguardo con capacidad para 12 aviones.

Además, tendrá una terminal de combustible, plantas de agua potable y de tratamiento de aguas residuales y una base militar. Se dice que esta base militar es el principal motivo de la construcción y apertura de este aeropuerto para lograr mayor presencia en nuestra frontera sur.

Inicialmente podrá atender a 5.5 millones de pasajeros (se calcula que el 75% serán extranjeros) y hasta 32 mil operaciones anuales. Será el segundo aeropuerto más concurrido del sureste después del de Cancún. Aún no existe fecha oficial para la apertura del Aeropuerto Internacional de Tulum, sin embargo, se prevé que sea inaugurado a fines de 2023 o principios de 2024.

Nos vemos en la próxima edición de la afectación aérea debido a la reducción de 9 vuelos por hora en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM).

UNA DELICIA LLENA DE HISTORIA

El Día Internacional del Chocolate es el pretexto perfecto para conocer la historia de este alimento

■ Por Dalia Vázquez



El 13 de septiembre se le rinde homenaje a uno de los productos más sabrosos que ha dado la naturaleza, por supuesto que hablamos del **Día Internacional del Chocolate**. Una festividad que surgió en Francia en el año 1995, como homenaje al escritor británico Roald Dahl, autor de la magnífica y deliciosa historia **Charlie y la Fábrica de Chocolate**, pero esta fecha también contó con el apoyo de los Estados Unidos, ya que ese mismo día también nació Milton S. Hershey, el fundador y dueño de la Compañía de Chocolates Hershey.

El chocolate procede del cacao, más propiamente de su semilla. Este árbol era bastante común en los países tropicales de América, como México, Colombia, Costa Rica y Venezuela. Durante la época precolombina, cuando existían civilizaciones como los **mayas, incas y aztecas**, la semilla de cacao era considerada moneda de cambio, su sabor y versatilidad eran tan codiciadas, que muchos artesanos, cazadores y poblados agrícolas, vendían sus productos a cambio de ella.

Entre los antiguos habitantes de toda Mesoamérica, beber el chocolate en agua era solo para guerreros o personajes de la alta sociedad, y en algunos casos se destinaba a celebraciones o ritos.

Aunque muchos no lo saben, el chocolate tiene su origen en México. Según cuenta la leyenda, Quetzalcóatl regaló el árbol de cacao a los hombres; años después este fruto se bautizaría con el nombre científico *Theobroma Cacao*, que significa en griego "alimento de los dioses".

Con la conquista de los españoles el chocolate llegó a Europa. Se compartió de España a todo el continente y así fue como llegó a manos de Coenraad Van Houten que en 1828 lo convirtió en cocoa. Para 1870, el chocolatero Daniel Peters mezclaría el cacao con leche y azúcar para crear las barras de chocolate que se consumen como golosina en todo el mundo.

¿Dónde hacen el mejor chocolate del mundo?

Bélgica

Con más de 2000 tiendas de chocolate por todo el país, Bélgica se gana a pulso el primer lugar en esta lista, de los productores del mejor chocolate del mundo. Hay una diferencia fundamental entre el chocolate belga y el del resto del mundo, y esto es durante el proceso de enfriamiento, en lugar de enfriarse durante todo el proceso, el chocolate belga solo se enfría al final, lo que da como resultado el dulce y delicioso aroma a chocolate que muchos reconocen al entrar en una tienda de chocolate belga. Otro punto a destacar del chocolate belga es su producción a mano, algo que contrasta con la producción industrial de otros fabricantes mundiales.

Suiza

En el imaginario popular, Suiza es, probablemente, el lugar donde hacen el mejor chocolate del mundo, y esto tiene un motivo: sus chocolates son básicamente, deliciosos. Uno de los productos más destacados de la industria chocolatera suiza son sus trufas, tan deliciosas que todo el mundo debería probar al menos una vez en su vida.

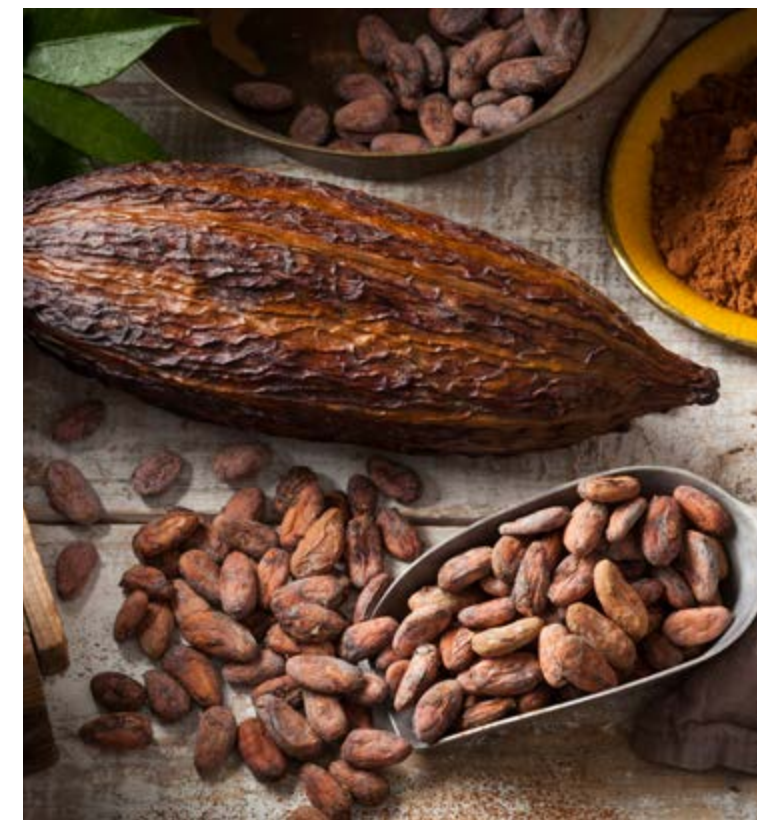
Aunque el chocolate suizo no es solamente trufas, sino que ofrece una amplia variedad que va desde el chocolate blanco, con leche, amargo, o con nueces, avellanas, miel, coñac. Son algo incomparables.

Ecuador

Si bien Bélgica o Suiza son los dos países que pueden reclamar los primeros lugares al mejor chocolate del mundo, en realidad es Ecuador el dueño de los mejores granos de cacao en todo el planeta.

El cacao ecuatoriano cuenta con lo que se conoce como etiqueta de "Aroma Fino", un reconocimiento del que solo el 5% del cacao mundial puede jactarse. De este 5% Ecuador produce el 63%, lo que habla claramente de la calidad de su producto y dado a esto ha empezado a elaborar su propio chocolate, que ha ganado innumerables premios a lo largo de los últimos años para acercarse, a los puestos más altos de la tabla de productores del mejor chocolate del mundo.

Hay muchos otros países con grandes producciones de chocolate, pero para ti, ¿Cuál es el mejor?





¡Prost!: Oktoberfest, la fiesta perfecta para brindar

■ Por Dalia Vázquez

La fiesta bávara más popular y grande de Alemania y el mundo se celebra siempre a finales de septiembre y a principios de octubre en el centro de Múnich; una celebración anual que desde inicios del siglo 19 ha sido una parada obligada para los amantes de la cerveza.

El origen del **Oktoberfest** se remonta al 12 de octubre de 1810, cuando se celebró la boda entre Luis I de Baviera y Teresa de Sajonia-Hildburghausen. El enlace duró cinco días durante los cuales se podía disfrutar de muchas actividades, pero no del consumo de cerveza. Por esta razón, al año siguiente se repitió por parte de los ciudadanos, y fue hasta la octava edición cuando se introdujo la cerveza.

Actualmente 7.2 millones de personas visitan cada año el Oktoberfest de Múnich, consumiendo hasta 7 millones de litros de cerveza. Desde sus orígenes, la fiesta ha ido ampliando sus días de fiesta, por lo que se ha extendido desde los largos y calurosos días de septiembre hasta la primera semana de octubre. También ha incorporado otras actividades ya tradicionales, como el desfile de inauguración, el arranque con la apertura del primer barril al grito de: ¡O 'zapft is!, y el servicio de cervezas en jarras de vidrio características, las Maß.

Desde finales del siglo antepasado se sustituyeron las barracas por las carpas, y a inicios del pasado fue inaugurada la Bräurol, una enorme carpa con asientos hasta para 12 mil asistentes. Aunque hay otras 30 carpas más en el festival, cada una con su propio ambiente.



A pesar de lo que muchos piensan, la cerveza no era el atractivo principal del Oktoberfest, ya que no fue introducida sino hasta 1818, y solo porque se decidió agregar cabinas de comida para los clientes.

El Club de Cerveceros de Múnich, el cual agrupa a las cervecerías Paulaner, Spaten, Löwenbräu, Augustiner-Bräu, Hofbräu München y Hacker-Pschorr, suministra la cerveza, y es que, de acuerdo a las regulaciones del festival, las cervezas deben ser producidas dentro de los límites de la ciudad.

Actualmente, muchas marcas y cervecerías alrededor del mundo, tanto industriales como artesanales, aprovechan para lanzar cervezas con el término de Oktoberfest, pese a que existe una discusión en torno a si los procesos y estilos se asemejan a los del festival.

La Historia Del Origen de los Chiles En Nogada ¿Podría Ser Falsa?



■ Dulce García

Por años nos han dicho que el origen de la receta de los chiles en nogada fue creada para sorprender a Agustín de Iturbide; sin embargo, diversos historiadores aseguran que dicha anécdota es falsa. Entonces, **¿cuál es la historia real detrás de este plato mexicano?**

La versión tradicional

Existen muchas leyendas, pero la más popular relata que el 28 de agosto de 1821 fue por primera vez preparado el chile en nogada para ofrecerlo como postre a Agustín de Iturbide en su paso por Puebla, luego de firmar los Tratados de Córdoba.

Se dice que fueron preparados con la creatividad de las monjas del Convento de Santa Mónica en Puebla. Los ingredientes y colores del plato no fueron casualidad, se menciona que querían hacer un guiño a los colores de la bandera del Ejército Trigarante. El verde representado con el chile, el blanco con la salsa con el que se baña llamada nogada y el rojo con la granada que lo corona.

Sin embargo, muchos historiadores y arqueólogos han desmentido esta anécdota, apuntando a que los chiles en nogada en realidad tienen un origen barroco o neoclásico.

¿Cuál es la historia real?

La receta de lo que hoy conocemos como chile en nogada, se ha encontrado en libros de cocina del siglo 18, muchos años antes incluso de la existencia de Agustín de Iturbide. Lo que es cierto es que no se servía como plato fuerte, sino como un elaborado y hermoso postre.

La entrada de Agustín de Iturbide a Puebla ocurrió algunas semanas antes, el 2 de agosto, cuando apenas se dirigía a Córdoba para firmar los documentos donde España aceptaba la Independencia de México, no el 28 como dicta la historia popular.

En aquel día (2 de agosto) se preparó un enorme banquete llamado en aquel entonces "Refresco" de 14 tiempos. Como postre se sirvió un chile relleno de frutas (sin carne) con salsa de nuez, lo que conocemos ahora como chile en nogada.

No se sabe en qué momento se empezó a rellenar con carne y con este cambio se convirtió en plato fuerte. De igual manera Puebla sigue siendo la cuna del chile en nogada, año con año se ofrece diferentes restaurantes y hoteles. Así que no importa el origen o la historia verdadera, hoy contamos con un platillo delicioso que se ha convertido en un ícono mexicano.



10 razones para reservar contenido de NDC

El NDC o Capacidad de Nueva Distribución es un estándar de comunicación que tiene el objetivo de modernizar y mejorar la distribución de contenido en la industria de viajes



Anteriormente, las aerolíneas utilizaban canales de distribución tradicionales que limitaban la cantidad de información disponible para las agencias de viajes y las empresas. Con el NDC, se abre una nueva vía de comunicación directa entre las aerolíneas y los sistemas de reservas de las agencias, permitiendo una transmisión más completa y en tiempo real de datos.

Sabre, especialista en software y tecnología, cuenta con todas las herramientas para implementar el NDC. Además, la compañía es reconocido por IATA como proveedor de sistemas tanto para aerolíneas como para vendedores de viajes en el índice ARM (Airline Retailing Maturity). A continuación, presentamos algunas razones para reservar contenido de NDC.

- 1. Ayudamos a que NDC y ATPCO/EDIFACT coexistan**
Nuestros equipos de producto han optimizado la visualización de nuestra solución de reserva de agencias, Sabre Red 360, para que las ofertas NDC aparezcan junto con las opciones tradicionales de ATPCO / EDIFACT.
- 2. Apoyamos flujos de trabajo de extremo a extremo**
En Sabre hemos diseñado nuestras capacidades de NDC para admitir flujos de trabajo de extremo a extremo. Estamos pensando no solo en flujos sencillos, sino también en flujos extremos que son importantes para sus operaciones. Estamos optimizando nuestras capacidades para gestionar ofertas y pedidos de manera eficiente a lo largo de todo el ciclo de vida de los viajes.

3. Cuando los planes cambian, mantenemos a los viajeros en movimiento

Viajar implica sorpresas, algunas buenas y otras no tan buenas. Cuando los planes cambian, le damos la posibilidad de cancelar, reembolsar, anular e intercambiar contenido NDC utilizando las API de Oferta y Pedido y en Sabre Red 360.

4. Acceda a NDC desde múltiples rampas de acceso

Si usted es un desarrollador, agencia o comprador de viajes corporativos, conéctese con nosotros de la manera que mejor se adapte a sus necesidades: utilice las API de oferta y pedido de REST/JSON Sabre, Sabre Red 360 o nuestra herramienta de reservas en línea: GetThere.

5. Manejamos la tecnología para que usted pueda manejar los viajes

Acceder a las ofertas de NDC de las aerolíneas requiere habilidades de desarrollo técnico y tiempo. Estamos trabajando con más de 35 aerolíneas líderes, incluidas Lufthansa Group, Iberia, Emirates y Latam Airlines, entre otras, para integrar su contenido en el mercado Sabre. De esa manera, se conecta con nosotros una vez y obtiene acceso a muchas aerolíneas en lugar de construir y administrar docenas de conexiones. En México, ya están disponibles **Aeroméxico, American Airlines, United Airlines y Avianca Group**.

6. Escalamos con usted

Ya sea que sus reservas diarias sean decenas o miles, los robustos sistemas de Sabre están listos para escalar y satisfacer las necesidades de su negocio. Las principales aerolíneas del mundo y miles de agencias en todo el mundo dependen diariamente de Sabre para mantener a sus viajeros en movimiento.

7. Vamos a la velocidad de su negocio

Las personas están hambrientas de tiempo y la capacidad de atención se está reduciendo. La diferencia entre una venta y una oportunidad perdida se define en segundos. La tecnología basada en Google Cloud de Sabre y los tiempos de respuesta de compra líderes en la industria ponen el contenido NDC a su alcance cuando lo necesita.



8. Manejamos el estrés de los procesos de seguridad

El proceso de diseño técnico de Sabre tiene en cuenta el panorama de seguridad digital en rápida evolución, incluidos los protocolos 3D-Secure y las regulaciones regionales de privacidad de datos.

9. Tenemos un asiento en la mesa de la industria

Los estándares NDC continúan madurando. Varios grupos de trabajo de la IATA están ayudando a cerrar las brechas en los estándares para los casos de uso críticos para el negocio. Los representantes de Sabre participan en esos foros.

10. Estamos en cada paso del camino

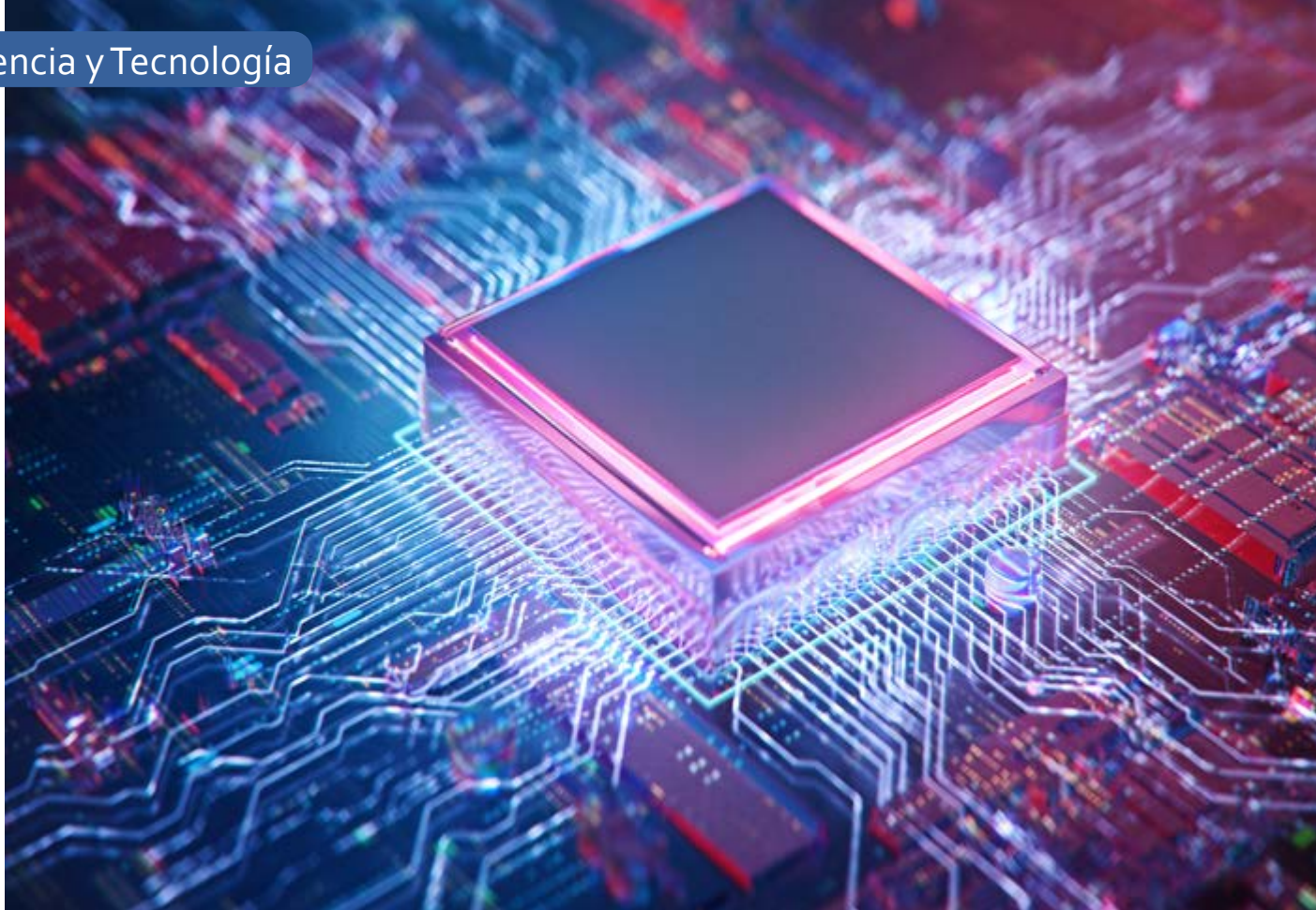
Los viajes se están convirtiendo en un mundo de contenido híbrido, de ofertas NDC y opciones ATPCO / EDIFACT. No querrá perderse, pero tal vez no esté seguro de cuándo o cómo empezar. Los directores de cuenta, los consultores de producto y tecnología, así como los equipos de soporte de Sabre están listos para responder sus preguntas y ayudarlo.

Para conocer más acerca de Sabre y NDC:

Si usted ya es un agente de viajes conectado a Sabre, vaya a Sabre Central Marketplace y active la funcionalidad de NDC a través de Oferta y Pedido y Sabre Red 360. Si es cliente de GetThere, póngase en contacto con su representante para recibir indicaciones de cómo activar NDC en sus sitios. Si su agencia no está conectada aún a Sabre, en México contacte a Mariana Pérez (mariana.perez@sabre.com), Gerente Regional de Nuevos Negocios y Gestión de Cuentas.

Más información

<https://www.sabre.com/insights/ndc/>



MICROCHIPS, su escasez y por qué nos debe importar en el sector turístico

La cadena de suministro global de microchips se enfrenta a vientos en contra sin precedentes, lo que resulta en una escasez de microchips

■ Por Jorge Ibarra

Aproximadamente seis meses después de la pandemia, comenzamos a escuchar sobre una escasez de microchips. Ahora que estamos del otro lado de la pandemia, este problema se ha magnificado debido al aumento de las ventas de productos electrónicos, y porque en su momento las economías de todo el mundo cerraron y los fabricantes de chips también tuvieron que cumplir con los bloqueos. Pero no solo detuvieron la producción, sino que también se enfrentaron a un futuro incierto: no previeron la demanda masiva de productos electrónicos como resultado del trabajo remoto y la escuela en línea.

De repente, las ventas de computadoras personales, que estaban en declive, vieron un aumento en la demanda. Mientras que los proveedores de redes inalámbricas del mundo también estaban comenzando a construir sus redes 5G, que requerían potencia informática.

La producción de teléfonos inteligentes, computadoras portátiles, consolas de videojuegos, televisores e incluso electrodomésticos se vio afectada por falta de microchips. Su uso es tan esencial y tan extendido que algunos expertos piensan que esta crisis podría amenazar la recuperación económica mundial post pandemia.

Sin duda, el **microchip está en el centro de las economías y sociedades digitalizadas**. El mundo depende de la tecnología para hacer negocios, entretener, viajar e incluso dirigir gobiernos, pero para que todo esto funcione, la tecnología requiere un microchip.

A pesar de que los microchips se han vuelto esenciales en tantos productos, su desarrollo y fabricación han llegado a estar dominados por un pequeño número de productores con capacidad y apetito limitados para producirlos. Esto porque requiere cientos de pasos y meses su producción; la industria de semiconductores no puede pivotar rápidamente para satisfacer el aumento de la demanda impulsado por la pandemia.

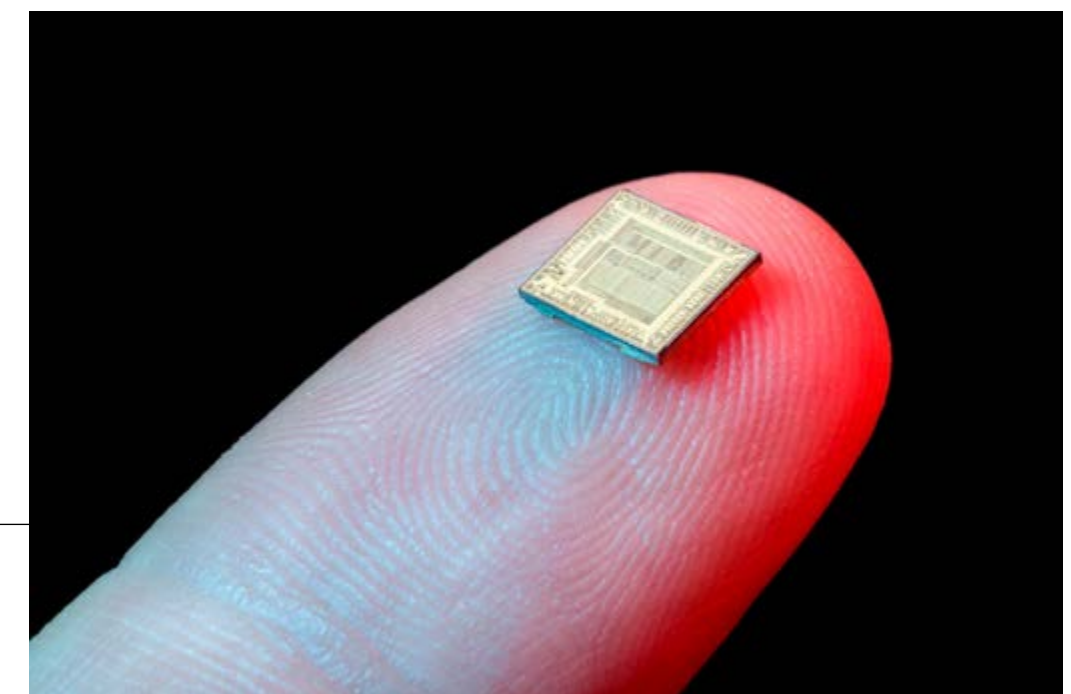
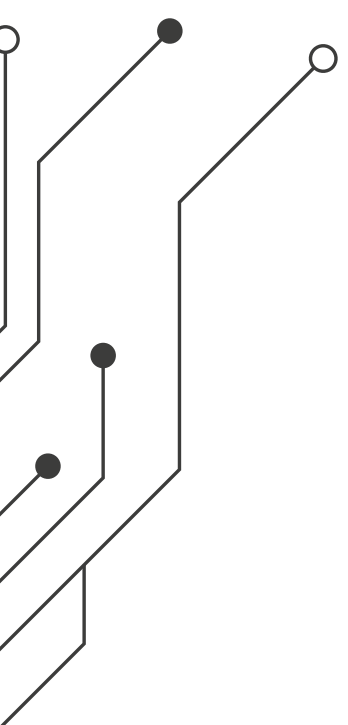
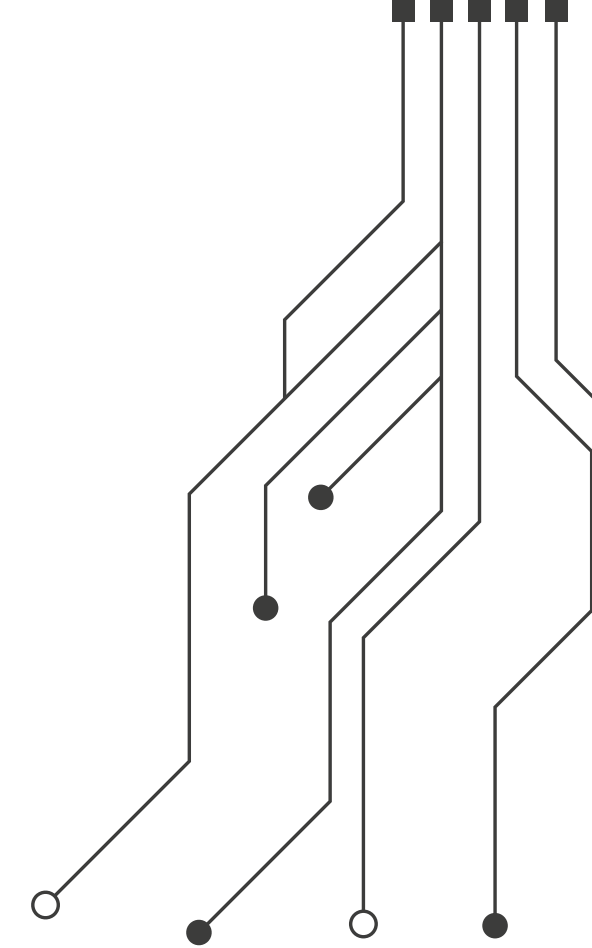
Hace veinte años, el mundo tenía 25 fabricantes que fabricaban chips de vanguardia. Hoy son solo algunos como Taiwán Semiconductor Manufacturing Company (TSMC) en Taiwán; Intel en los Estados Unidos y Samsung en Corea del Sur, quienes tienen las instalaciones que producen los chips más avanzados.

Pero ¿qué es un microchip?

Se trata de un conjunto de circuitos electrónicos en una pequeña pieza plana de silicio. En él, los transistores actúan como interruptores eléctricos en miniatura que pueden encender o apagar una corriente.

El silicio es el material elegido para fabricarlos. A diferencia de los metales normalmente utilizados para conducir corrientes eléctricas, el silicio es un "semiconductor", lo que significa que sus propiedades conductoras se pueden aumentar mezclándolo con otros materiales como el fósforo o el boro. Esto permite encender o apagar una corriente eléctrica.

De forma simple: **Los chips lógicos son los "cerebros" de los dispositivos electrónicos y procesan información para completar una tarea.**



La falta de producción de microchips afecta de una manera importante al sector turístico.

Cómo la escasez de microchips podría afectar a la industria de viajes.

Los microchips desempeñan un papel crucial en la industria de viajes, ofreciendo numerosos beneficios y mejorando varios aspectos de los viajes, por ejemplo:

- **Seguridad mejorada:** Los microchips incrustados en pasaportes, visas u otros documentos de viaje proporcionan un medio seguro de identificación y autenticación. Almacenan información biométrica, como huellas dactilares o datos de reconocimiento facial, lo que dificulta el robo de identidad u otras actividades fraudulentas.
- **Procesos de inmigración simplificados:** Los microchips permiten sistemas automatizados de control fronterizo, como puertas electrónicas o quioscos de inmigración de autoservicio, que permiten procedimientos de inmigración más rápidos y eficientes. Los viajeros pueden simplemente escanear sus pasaportes o documentos de viaje con microchips incorporados y proceder a través de los controles de inmigración rápidamente.
- **Experiencias de viaje personalizadas:** Los microchips se pueden usar para experiencias de viaje personalizadas, como etiquetas de equipaje inteligentes o dispositivos portátiles que almacenan las preferencias del viajero, incluidas las preferencias de asiento, las restricciones dietéticas o los detalles del programa de lealtad.
- **Seguimiento y seguridad en tiempo real:** Es posible integrar los microchips en documentos de viaje o dispositivos portátiles que permiten el seguimiento en tiempo real. Las aerolíneas, las agencias de viajes o las autoridades de transporte público pueden monitorear la ubicación de los viajeros, ayudándolos en caso de emergencias o mejorando las medidas generales de seguridad.
- **Sistemas de pago eficientes:** Los viajeros pueden usar microchips integrados en sus tarjetas de crédito o débito para realizar pagos seguros sin necesidad de contacto físico, reduciendo las colas y minimizando el riesgo de fraude.



- **Mejora del servicio al cliente:** Los perfiles y preferencias de los viajeros se pueden almacenar en microchips, lo que permite a los proveedores de servicios ofrecer recomendaciones personalizadas, descuentos especiales u ofertas exclusivas, fomentando así la lealtad del cliente.
- **Análisis de datos:** Los microchips proporcionan información valiosa que se puede analizar para obtener patrones de viaje o las preferencias de los clientes. Esto permite a las empresas de viajes tomar decisiones basadas en datos, optimizar las ofertas de viajes y mejorar las experiencias de los clientes.

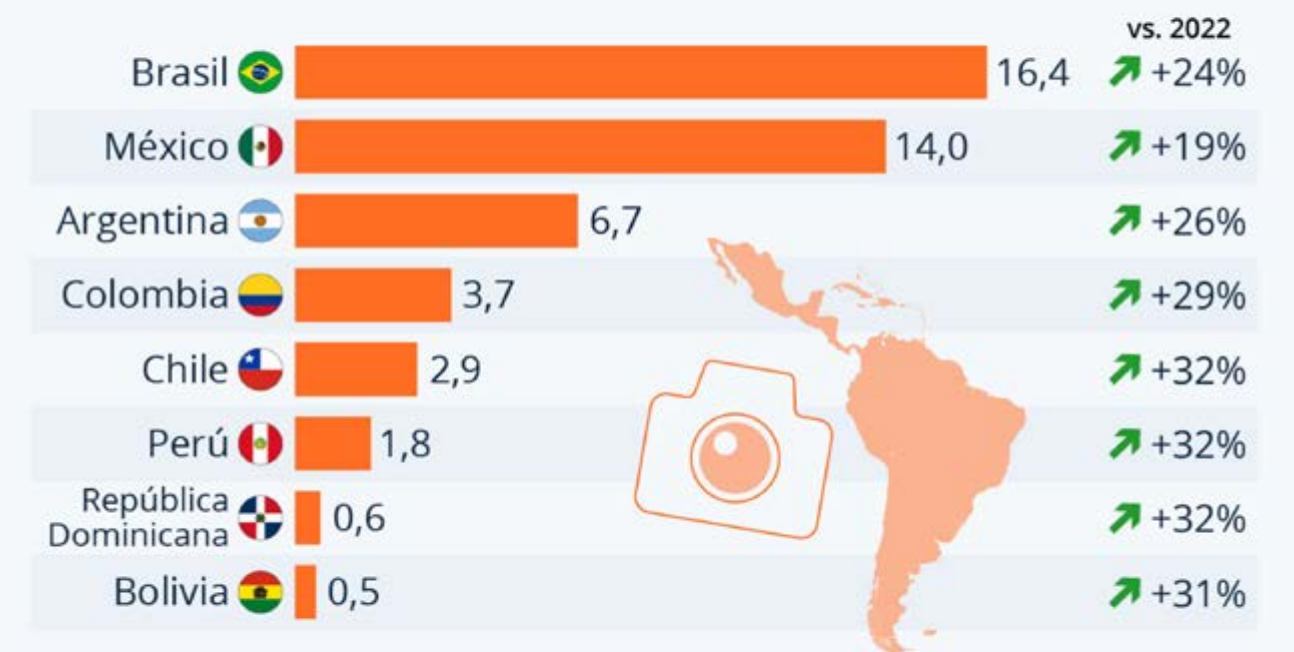
En general, los microchips han revolucionado varios aspectos de la industria de viajes, incluida la seguridad, la conveniencia, la personalización y la eficiencia. Su integración ha mejorado significativamente las experiencias en las travesías, tanto para las empresas como para los viajeros, lo que los convierte en de suma importancia para este sector.

Así que mantengamos atentos a esto y veamos cómo reacciona la industria de tecnología con respecto a los microchips en un futuro próximo, así como la manera en que se comporta la demanda, producción y distribución a nivel mundial.

SIGUE AL ALZA EL SECTOR TURÍSTICO EN AMÉRICA LATINA

Viajes y turismo siguen en alza en América Latina

Ingresos por reservas de viajes y turismo en países latinoamericanos seleccionados en 2023 (en miles de mill. de USD)



Estimación de enero de 2023
 Incluye paquetes turísticos, estancias en hoteles, alquileres vacacionales y cruceros.
 Fuente: Statista Market Insights



Posiblemente ninguna otra industria haya resultado más afectada por la pandemia de COVID-19 que la del turismo. Sin embargo, según la **Organización Mundial del Turismo** (OMT), se registran signos positivos de recuperación en todas las regiones del mundo.

De acuerdo con el **Statista Market Insights**, se prevé que los ingresos del mercado de los viajes y el turismo aumenten cerca de un 60% en América Latina y el Caribe al finalizar 2023, volviendo a niveles anteriores a la pandemia. En Brasil, se espera que los ingresos procedentes de reservas de cruceros, hoteles, alquileres vacacionales y paquetes turísticos alcancen aproximadamente 16 mil 360 millones de dólares estadounidenses, frente a los 13 mil 150 millones del año anterior.

Con la demanda de reservas hoteleras casi triplicándose tras la pandemia, se pronostica que la facturación por viajes y **turismo en México supere este año los 14 mil millones de dólares**. En el caso de Argentina, los ingresos del sector ascenderían a 6 mil 700 millones de dólares.



¿QUÉ TAN ABIERTO ESTÁS PARA...?

La mente empresarial y directiva tiene una apertura variable en función del contexto, la forma en que nos es planteado cada asunto y nuestro estado emocional

Tendemos a pensar que somos de mente abierta. Que tenemos la capacidad para observar, escuchar, leer o conversar asuntos, temas o ideas que están totalmente fuera de nuestra estructura de pensamiento, entendimiento o confort.

Asumimos que esa mente abierta, ofrece una capacidad reflexiva, analítica o de asimilación de cualquier tema y eso tiende a ser falso.

La mente empresarial y directiva tiene una apertura variable en función del contexto que tenemos en frente, la forma en que nos es planteado cada asunto y nuestro estado emocional del momento.

Todos los días, asuntos varios confrontan nuestras preconcepciones, nuestra estructura de información y, más importante aún, nuestros niveles de tolerancia a lo que nos es ajeno en distinto grado. Y cada minuto debemos decidir qué tan abiertos estamos para diversos asuntos.



■ Por Mauricio Candiani El Financiero.com.mx



¿Cómo colocar a nuestros interlocutores en el carril de apertura a nuevas posibilidades? Aquí una pregunta en tres vertientes que tiende a permitir la reflexión directiva:

1) ¿Qué tan abierto estás para pensar...?.- Nuevos procesos, negocios, métodos, formas, socios o a lo que necesitemos darle espacio para ser examinado o masajeado intelectualmente para resolver cualquier tipo de problema, dilema o nueva idea. Cuando al interlocutor se le introduce primero su propio grado de apertura para un tema, no sólo tenderá a decir que está más abierto de lo que quizás en realidad pueda estar, sino que ofrecerá un grado de tolerancia inicial mayor a lo distinto si accedió a la conversación inicial.

2) ¿Qué tan abierto estás para analizar...?.- Decisiones costosas, complejas, dolorosas o disruptivas respecto de aquello que nos es afín en nuestra bien asimilada cotidianidad. Cuando una contraparte acepta abrirse a estudiar con determinado grado de profundidad un tema, ensancha su carril de apertura a digerir nuevos ángulos de las causas que pueden estar provocando un efecto indeseable o nuevos instrumentos de acción para mover una aguja en la dirección que se busca.

3) ¿Qué tan abierto estás para hacer...?.- Cambios fuertes, despidos, nuevas inversiones, compras de competidores o salidas de mercados marginales. Pensar o analizar no conlleva en automático que las personas quieran actuar en cierta dirección propuesta. Cuando un interlocutor es consultado sobre el margen de actuación frente a sucesos complejos, sensitivos u onerosos, se ofrece a espacio para delimitar el margen de maniobra real que ese sujeto se quiere o se puede dar en un contexto concreto. Luchar contra la cerrazón inmediata es una batalla de movimientos calculados, no de actos bruscos o precipitados.

Trabajar el acceso a cierta posibilidad, implica mover piezas intelectuales evitando que el interlocutor brinque a conclusiones o juzgue un planteamiento antes de siquiera haber escuchado argumentos o posibles desenlaces.

No es casualidad que los expertos en cambio organizacional nos recuerdan que cada nueva posibilidad tiene dos momentos. Uno primero en la mente de su promotor original. Y sólo si sobrevive a los primeros rebotes conversacionales en contextos sensitivos, vivirá un segundo momento de polinización corporativa hasta que emerja la acción colectiva que materialice ese algo en una realidad concreta. Luchar contra la cerrazón anónima o pública es una batalla silenciosa.

Y es que sólo cada individuo sabe el grado de apertura que tiene para cada tema o el nivel de bloqueo que tiene con cada asunto en particular.

¿Cómo ser una agencia de viajes socialmente responsables?



Es un hecho que cada día somos una sociedad más comprometida con el medio ambiente, por lo tanto, las empresas y en especial las agencias de viajes debemos asumir el reto de ser responsables con nuestro entorno al momento de satisfacer las necesidades y expectativas de clientes cada vez más exigentes.

La **Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**, se define como la actitud y actividad de una empresa u organización que toma, de forma voluntaria, para el mejoramiento económico, social y ambiental hacia las comunidades.



Va más allá de leyes y normas, en realidad, es una forma de pensar, ser y actuar. Está en el ADN y cultura de las empresas u organizaciones y se puede aplicar de las siguientes maneras:

- Produciendo productos de calidad
- Creando riqueza de la manera más eficaz posible
- Respetando los derechos humanos de los colaboradores con condiciones dignas de trabajo y mejores oportunidades, sin olvidar el personal.
- Cuidando el medio ambiente y sus recursos
- Distribuyendo equitativamente la riqueza generada

Para las agencias Metro, la Responsabilidad Social Corporativa no es una moda, es un deber ser. Se trata de responder a lo que el mundo, la sociedad y el nuevo viajero les está interpelando. Es abrazar la tecnología y las nuevas formas de operación en los negocios.

Lo anterior, mejora la imagen no solo con el consumidor final, sino también con proveedores y socios. Sin dejar de lado que facilita el acceso a financiamiento, pues favorece la credibilidad, y es de gran apoyo en el momento de atraer talento.

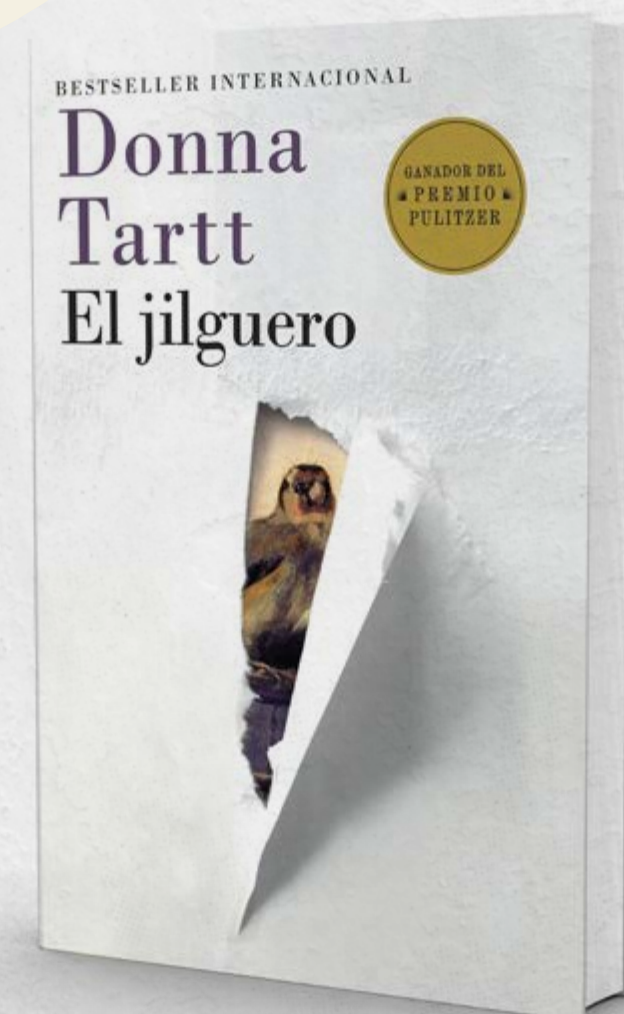
Esta obra fue galardonada con el **Premio Pulitzer** a la mejor obra de ficción en 2014 y con el Premio del Círculo de Críticos Nacional del Libro en 2013.

La trama se centra en **Theo Decker**, quien lleva más de una semana encerrado en la habitación de un hotel de Ámsterdam, fumando sin parar, bebiendo vodka y masticando miedo. Es un hombre joven, pero su historia es larga y ni él sabe bien por qué ha llegado hasta aquí.

¿Cómo empezó todo? Con una explosión en el **Metropolitan Museum de Nueva York** hace unos diez años y la imagen de un jilguero de plumas doradas, un cuadro espléndido del siglo 17 que desapareció entre el polvo y el cascajo. Se lo llevó el mismo Theo, un chiquillo entonces, que de pronto se quedó huérfano de madre y se dedicó a malgastar su vida, al tiempo que el recuerdo de una niña pelirroja llenaba sus noches y un bulto sospechoso iba pasando de mano en mano hasta llegar a Holanda.

¿Cómo acabará todo? Para saberlo hay que dejarse llevar por el talento de Donna Tartt, la autora que ha conseguido poner al día las reglas de los grandes maestros del siglo XIX, siguiendo a Dickens pero también a los personajes de Breaking Bad, y aquí está El jilguero, probablemente el primer clásico del siglo 21.

“El Jilguero” Donna Tartt



Pibot: el robot que es capaz de volar un avión

■ Por Josué Meza

El equipo de investigación del Instituto Avanzado de Ciencia y Tecnología de Corea (KAIST) reveló que han desarrollado un **robot humanoide llamado Pibot**, el cual está capacitado para realizar una secuencia de vuelo completa, desde el despegue hasta el aterrizaje. Tiene la facultad de aprender a utilizar cada botón en la cabina de un avión convencional y es increíblemente preciso al aterrizar en la pista, igual que un piloto humano altamente entrenado y experimentado. Este avance en la tecnología de la aviación forma parte del proyecto Minimal Invasion, y está diseñado para operar aeronaves sin pasajeros, por lo que encaja perfectamente para aplicaciones como entrega de carga y observación aérea.



Una ciudad en altamar

Las empresas de cruceros continuamente comparten noticias del lanzamiento de nuevos barcos con capacidad para miles de pasajeros. Recientemente se ha revelado que está en construcción un gigantesco buque que se convertirá en la primera ciudad flotante del mundo. Se trata del **MV Narrative** que se encuentra en una etapa de diseño en Croacia y se espera que comience a navegar en el 2025.

Está diseñado para tener 500 habitaciones para unos mil residentes que harán del barco su domicilio de manera más o menos permanente. Esta ciudad flotante contará con escuela, banco, biblioteca, hospital, spa, pista para correr, oficinas, 20 restaurantes y bares.

Las cabinas, o residencias, pueden medir hasta 133 metros cuadrados con todas las comodidades y distribución de un departamento con vista al mar, y sus precios "de por vida" oscilarán entre 1 a 8 millones de dólares, y con un pago adicional de 2 mil 100 dólares por persona al mes, los propietarios tendrán cubiertos los alimentos y bebidas en los restaurantes, así como servicios de lavandería, gimnasio y chequeos médicos. También podrán alquilar sus departamentos a terceros.



27-28
noviembre

Festival de las Linternas: Loy Krathong

Bangkok, Tailandia

Esta fiesta está cargada de simbolismo, pues los tailandeses celebran con ella el final de la época de lluvias. Miles de cestas en forma de loto con velas y flores flotando en los ríos por la noche. Según la tradición, este gesto similar a una ceremonia de purificación, un momento en el que los participantes en el Loy Krathong dejan atrás la ira, los errores pasados o los pensamientos negativos e iluminan su mente.

Esta celebración no sólo se festeja en Bangkok, sino también otras ciudades como Chiang Mai, Sukhothai, suele estar acompañada por música, fuegos artificiales y mucha alegría. Sin duda es uno de esos eventos que hay que ver por lo menos una vez en la vida.



Hasta el
17
diciembre

Feria de la Esfera

Tlalpujahua, Michoacán

Aún faltan meses para que sea Navidad, pero este Pueblo Mágico es famoso por las esferas navideñas que producen que aquí sus artesanos con gran dedicación y detalles. Este año desde finales de septiembre hasta mediados de diciembre se celebra su ya tradicional feria, en la que se ofrecen esferas de todo tipo, tamaño, forma y color a precios realmente económicos, así como otros artículos navideños. De igual manera, hay muestras gastronómicas y eventos culturales para toda la familia.

El evento se realiza en el Auditorio Municipal y en la Explanada Hermanos Rayón, aunque también están los talleres de los artesanos en el centro del pueblo, donde se puede comprar y conocer la técnica de vidrio soplado con la que se crean los famosos adornos navideños.

■ Texto: SS Media



ANIVERSARIOS OCTUBRE

02 | Alas del Sur | 16 años



06 | 10 años



19 | 34 años



24 | 44 años



26 | 30 años

東 Viajes Toyo Mexicano, S.A. de C.V.
Operadora Mayorista

03 | 37 años



08 | 5 años



VIAJES EXCELSIOR

24 | 43 años



25 | 55 años

07 - Armando García - Wamos

09 - César Romero - OITSA

18 - Virgilio Garza | Socio Honorario

20 - Sandra Tamés - Tamés Operadora

15 - Emanuel Cuellar - Viaggio Venere

17 - Gerardo Gómez - Viajes Marplay

28 - Santiago Nales | Extratur

31 - Vicky Uzal - American Airlines

02 - Judith Guerra - Consolid

07 - Mariana Zambrano - Grupo Posadas

01 - Sabrina Nogueira - Mercado Viajes

01 - Roni Rubisntein - Viajes Excelsior

CUMPLEAÑOS OCTUBRE



SabreRed360

Poderoso.
Flexible.
Personalizable.

Visualice todo el espectro
de los viajes.

Sabre Red 360. El flujo de trabajo con más
contenido, más personalización y un nivel
incomparable de información de viajes.



Visite sabrered360.com/sp y solicite su
demostración hoy mismo.

Sabre