

EMPRESARIAL

TIANGUIS
TURÍSTICO 2022

MÉXICO, EN LA RUTA A LA CONSOLIDACIÓN

EL TURISMO EN EL PAÍS fue uno de los sectores económicos que mayores afectaciones registró por la pandemia de Covid-19; a dos años del duro golpe, la industria muestra una gran recuperación con miras a la consolidación y en donde la resiliencia y la verticalidad jugarán un papel protagónico para continuar en ascenso

VISITANTES INTERNACIONALES

Al tercer mes del año, la llegada de turistas a México se ubicaba 35% por encima de lo registrado en marzo del año pasado, pero 13% por debajo de 2020.

● 2020 ● 2021 ● 2022



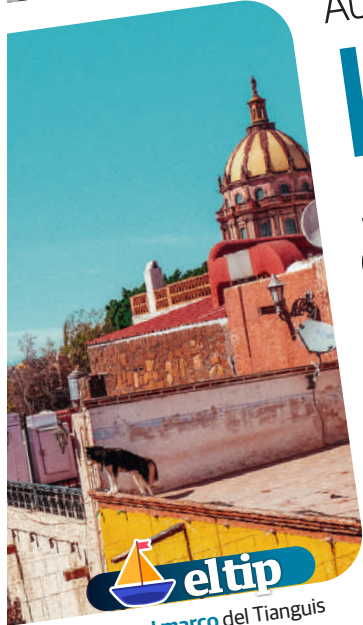
Fuente: Datatur
Cifras en millones de visitantes

TEMPLO de la Compañía de Jesús, Guanajuato, México.

Foto: Freepik



Fotos-Pexels, Cuartoscuro y Especial



Auguran un edición exitosa del Tianguis

Industria sin chimeneas, a punto de tocar la cúspide

TRAS EL DERRUMBE del sector de viajes por la pandemia, haber aprendido la lección es imperante para continuar con el desarrollo, estiman expertos; destacan resiliencia del Turismo en México

• Por Berenice Luna
berenice.contreras@razon.com.mx

el tip
En el marco del Tianguis Turístico se espera que se den anuncios importantes, como nuevas inversiones o nuevas rutas aéreas.

La 46 edición del Tianguis Turístico, que regresa al puerto de Acapulco para el sector, reflejando la resiliencia de la industria, el empuje de las empresas y trabajadores, y el resultado de algunas medidas tomadas por el Gobierno. Tras el desplome, en 2020, del 25.4 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) turístico, los principales actores de la industria han luchado por levantar a uno de los principales motores de la economía nacional, que en 2019 aportó al PIB nacional el 8.7 por ciento.

A poco más de dos años de que inició la emergencia sanitaria, los analistas y expertos coinciden en una cosa: la recuperación de la industria se ha dado y continúa hacia adelante: aun así, los retos en el horizonte continúan debido a factores internacionales como la guerra entre Rusia y Ucrania y los altos niveles inflacionarios.

En entrevista con *La Razón*, Ariel Juárez, director general y socio fundador en Brain Analytics & Innovation, aseguró que, son precisamente las cifras las que reflejan una franca recuperación de la industria turística en su conjunto, por lo que el nivel que reflejaban los principales indicadores en 2019 se podría recuperar a finales de este año y entrar en la etapa de consolidación a partir del 2023. En este contexto, las expectativas de esta gran feria turística son altas, se prevé rebasar

los números generados en la edición pasada del Tianguis Turístico que se llevó a cabo en Mérida, Yucatán, en donde hubo mil 635 compradores, además de 43 países presentes, 3 mil 492 expositores y 57 mil 287 citas negocio.

Respecto a esto, Ariel Juárez afirma que la perspectiva de la feria de viajes y destinos más importante del país es positiva, toda vez que las condiciones están dadas para que así sea gracias al potencial y oferta que tiene el país en este sector, así como a la cercanía con los principales mercados emisores como el estadounidense.

"Yo creo que este va a ser uno de los Tianguis Turísticos en los que veamos que ya se tenga una recuperación casi total", destacó.

Aún con las buenas expectativas el directive subrayó que algo que se debe considerar es que el actual Gobierno no tiene como una prioridad a la industria, lo cual genera incertidumbre por el poco impulso que se le da.

Otros retos que deberán ser considerados, son los relacionados con la guerra entre Rusia y Ucrania, y la alta inflación que puede generar presiones para empresarios y prestadores de servicios, impactando así el apetito de viajar, sobre todo del mercado interno.

"Una cosa que nos ha enseñado la pandemia es tener siempre un plan B, haríamos mal en echar las campanas al vuelo por la recuperación que estamos observando, más bien debemos estar en una etapa de reflexión para ver qué tanto hemos sido resilientes y qué tanto hemos aprendido la lección", finalizó.

19.5

Por ciento se prevé que crezcan los ingresos por visitantes internacionales

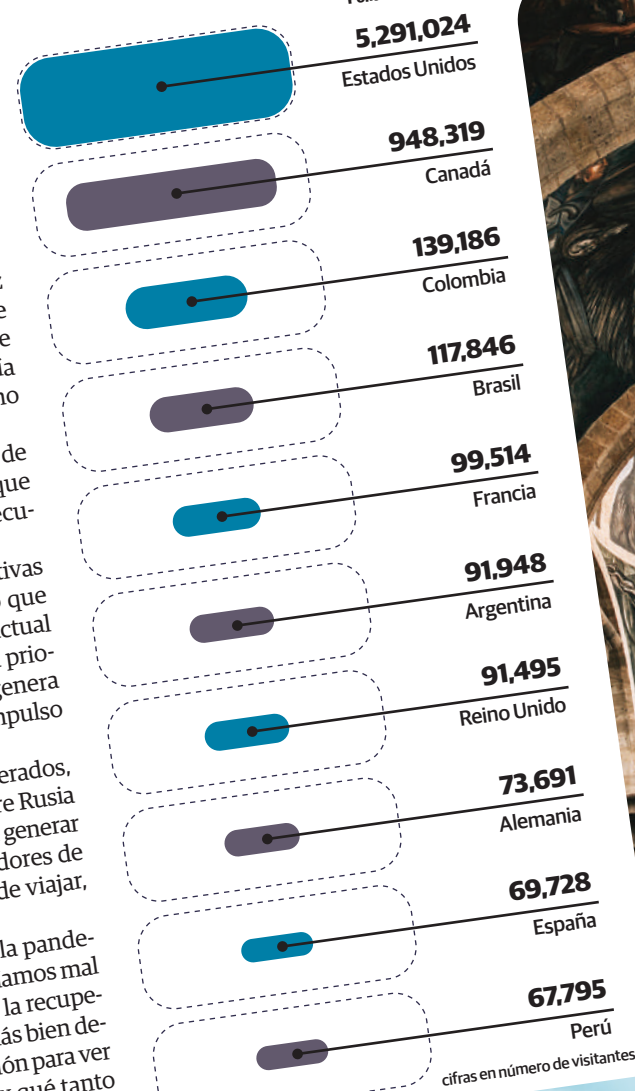
31.9

Millones de turistas extranjeros se espera lleguen a México este año

TOP TEN DE LLEGADAS A MÉXICO

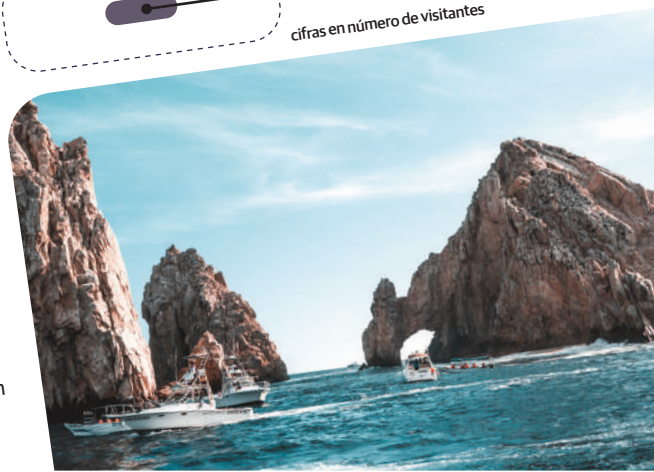
En el 2020, el principal mercado fue EU.

Fuente: Cicotur-CNET con información de la Unidad de Política Migratoria



el dato

Uno de los grandes pendientes para el Turismo es el impulso del segmento de convenciones, que aún está afectado por la implementación del teletrabajo.



Salsa Fest

VERACRUZ
2022



JUEVES 2
DE JUNIO



N'KLABE



INDIA



LOS VAN VAN

VIERNES 3
DE JUNIO



JERRY RIVERA



TITO NIEVES



SONORA
CARRUSELES

SÁBADO 4
DE JUNIO



VÍCTOR MANUELLE



OSCAR D'LEÓN



DIEGO MORÁN

SALSÓDROMO DE BOCA DEL RÍO, VERACRUZ
OBTÉN TUS ACCESOS GRATUITOS:

www.salsafest2022.com



SalsaFest Veracruz



SalsaFest_Ver



@Salsafest.ver



VERACRUZ
GOBIERNO
DEL ESTADO



ME LLENA DE ORGULLO

Resalta gran vocación natural y cultural

Estado de México se apodera del Tianguis Turístico con su riqueza

LA SUBSECRETARIA de Turismo, Aurora Ugalde, destaca la llegada de inversiones y nuevas rutas aéreas a la entidad; busca impulsar la digitalización para fortalecer a las Pymes del sector de viajes

• **Por Berenice Luna**

berenice.contreras@razon.com.mx

Con una gran oferta, el Estado de México buscará promocionar en la 46 Edición del Tianguis Turístico la riqueza cultural, histórica, artesanal, natural y gastronómica con la que cuenta, que lo ha hecho acreedor a cuatro sitios declarados como Patrimonio de la Humanidad, 10 nombramientos de Pueblos Mágicos y 23 Pueblos con Encanto.

Este gran estado conformado por 125 municipios, se hará presente en Acapulco de la mano de una delegación de 36 personas entre artesanos —representantes de los 10 Pueblos Mágicos—, Agencias de Viajes y Turoperadores, además de asociaciones de hoteles y restaurantes, así como prestadores de servicios.

En entrevista con *La Razón*, Aurora Ugalde, subsecretaria de Turismo del Estado de México, destaca el atractivo de su estado, que ha permitido la llegada de nuevas inversiones y el incremento de rutas aéreas con la reactivación del Aeropuerto Internacional de Toluca (AIT).

Asimismo, refiere, la recuperación de la industria ha sido muy importante, prueba de ello es el resultado obtenido en el periodo vacacional de Semana Santa que, en algunos destinos del Estado de México alcanzó el 100 por ciento de ocupación, hazaña que buscarán repetir en la próxima temporada de verano.

¿Qué van a presentar en esta edición del Tianguis Turístico? Vamos a presentar la riqueza natural, cultural, histórica, artesanal y gastronómica que tiene el Estado de México y para ello estaremos participando con una delegación de cerca de 36 personas, entre las cuales estarán participando cuatro artesanos mexiquenses que en esta ocasión van a estar haciendo trabajo en sitio, el año pasado no logramos que los artesanos pudieran trabajar en el sitio, pero este año sí vamos a tener una ex-

hibición del trabajo de los diferentes maestros que nos acompañarán, como el alfarero Asael Castillo Serrano, de Metepec, con los Árboles de la Vida; el maestro Julio César Gómez, de la rama textil de rebozos y accesorios; el maestro Jairo Aguilar Castillo, mezcalero de Tenancingo; y la artesanía en barro de Alma Rosy Sánchez, que trabaja alfarería y la joyería de San Felipe del Progreso.

Además, nos acompañarán las cuatro asociaciones más importantes de Turismo del estado: la Asociación de Agencias de Viajes, la Asociación de Hoteles, la Canaco Servytur y la Cámara Restaurantera. También asistirán servidores públicos de la Secretaría de Cultura y Turismo, así como representantes de cada uno de los 10 Pueblos Mágicos.

¿A qué se le está dando prioridad para impulsar a la industria turística? A todo. Tenemos una gran riqueza cultural, natural, ecológica, gastronómica, entonces hemos visto que una de nuestras fortalezas es el turismo



el dato
 El Estado de México cuenta con uno de los portafolios de productos turísticos más importantes del país, con seis zonas turísticas, así como siete rutas turísticas como el encuentro con Sor Juana.

de naturaleza o el turismo de aventura ya que contamos con algunos parques ecoturísticos y parques estatales que son muy importantes para recibir a los turistas que les gusta estar en contacto con la naturaleza y realizar deporte. Entonces esa es una de las vocaciones principales que tiene el Estado de México, otra cosa que queremos resaltar, son nuestras artesanías y nuestra cultura, tenemos una ubicación geográfica y estratégica magnífica. Pero principalmente queremos resaltar nuestros recursos naturales, nuestro santuario de luciérnagas, nuestro santuario de mariposas.

La afluencia de turistas a sus principales destinos ¿Cómo se ha comportado? Afortunadamente ha sido muy buena la recuperación, particularmente en este año 2022. Hace unos días estuve en Valle de Bravo en donde platicaba con algunos de los hoteleros y me decía que el fin de semana de Semana Santa, fue históricamente el más alto en ocupación



AURORA Ugalde, subsecretaria de Turismo del Estado de México, en charla con *La Razón*.

Foto: Especial

hotelera. Entonces eso nos da mucha luz de cómo vamos.

Para dártelos una idea, del 2021 al 2022, hablando particularmente del periodo de Semana Santa, se incrementó en un 100 por ciento la afluencia de turistas y en un 102 por ciento en la derrama económica; asimismo en un 70 por ciento la ocupación hotelera. Entonces creo que esas son datos que nos dicen que vamos bien, avanzando en la recuperación del sector turístico.

¿Se alcanzaron los niveles que se tenían antes de la pandemia? Es muy difícil contestar esa pregunta, porque todas las tendencias cambiaron y sería muy difícil hacer una estimación. Lo que sí puedo compartir es que estamos en una recuperación prácticamente del doble de lo que tuvimos el año pasado y creo que eso es muy bueno.

En materia de inversiones ¿Cómo va el estado? Tenemos la buena noticia que nos acaba de dar la aerolínea Viva Aerobus de que va a reactivar el vuelo de Toluca a Monterrey y Toluca a Cancún y abrirá dos nuevas rutas de Toluca a Puerto Vallarta y Toluca a Mérida, además sabemos también que hay intenciones muy firmes por parte de Volaris; entonces estamos muy contentos de esta reactivación del Aeropuerto de Toluca, que es un lugar estratégico y que nos va a ayudar a posicionar también la oferta que tiene nuestra entidad.

¿A qué desafíos se enfrenta el sector en este momento? Hay muchos. Particularmente el sector turístico en el Estado de México está conformado por pequeñas y microempresas, muchas de ellas familiares, por lo tanto, uno de los desafíos a los que nos hemos enfrentado es el tema de la capacitación que estamos

Queremos invitar a toda la gente a que nos visite próximamente en el Tianguis Turístico de Acapulco, **donde estaremos demostrando por qué el Estado de México es un destino turístico, cultural y deportivo de excelencia**

desempeñando, la digitalización o el comercio electrónico de estas empresas que además se convirtieron en una necesidad a partir de la pandemia; otro de los retos tiene que ver con los recursos, pues la pandemia afectó a todos los sectores tanto al privado como al público y eso también ha impactado en la inversión, en los precios que se pueda generar por parte del sector, tanto público como privado.

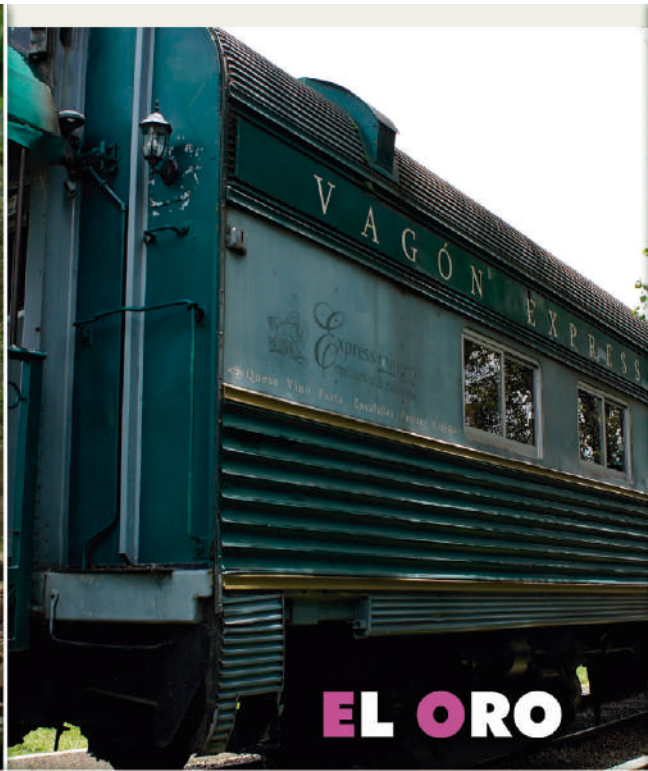
El tema de la conectividad para nosotros también había sido un reto, por eso estamos muy contentos de que ya se está reactivando el Aeropuerto de Toluca.

En materia de innovación ¿qué es lo que están implementando? Estamos implementando alianzas estratégicas; por ejemplo, con el Instituto Mexiquense del Emprendedor se creó un programa específico, noche de experiencias emprendedoras para los prestadores de servicios turísticos, justamente en este rubro nosotros tenemos permanentemente siete ejes de capacitación.

En el tema de la digitalización nos sumamos también a la Cruzada Nacional de Digitalización que impulsó la Sectur federal para invitar a las pequeñas y medianas empresas a participará en estos temas y bueno, de manera permanente estamos implementando estas capacitaciones, tanto vía virtual y ya empezamos también con la modalidad presencial para impulsar la digitalización del sector.



ACULCO



EL ORO



IXTAPAN DE LA SAL



MALINALCO



METEPEC

PUEBLOS MÁGICOS

EDOMÉX

experiencia.edomex.gob.mx

100% MÁGICO



TEPOTZOTLÁN



TEOTIHUACÁN



TONATICO



VALLE DE BRAVO



VILLA DEL CARBÓN

EL CARIBE MEXICANO, EN EL GUSTO DE LOS TURISTAS

En los primeros tres meses del año dos aeropuertos quintanarroenses recibieron al mayor número de visitantes internacionales.

cifras en número de visitantes

Fuente: Datur



CPTQ augura una gran temporada de verano

Quintana Roo consolida la recuperación del turismo

DARÍO FLOTA, director del Consejo de Promoción, afirma que desde el año pasado ya registraban niveles prepandemia en sus indicadores; admite que la seguridad es un reto constante, pero destaca avances

• Por Berenice Luna

berenice.contreras@razon.com.mx

Quintana Roo es la entidad que mayor turismo genera en el país, por lo que la industria se ha puesto como prioridad para la economía del estado. Ciertas medidas como la promoción turística, han hecho que esta entidad del sureste se encuentre en plena expansión, después de los estragos que dejó la pandemia de Covid-19 y marque récords importantes en sus indicadores.

Darío Flota, director del Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo (CPTQ), señala a *La Razón* que desde octubre del año pasado las cifras en la llegada de visitantes ya estaban por encima de lo que se generó en 2019, gracias al gran crecimiento que ha tenido el turismo proveniente de Estados Unidos.

En suma, señala que la reconfiguración de la industria también permitió que se incrementara considerablemente la llegada de viajeros de países sudamericanos como Colombia, Brasil y Argentina.

Lo anterior, se suma a que la entidad ya se prepara para la temporada de verano, de la cual tienen una gran perspectiva, pues asegura que ya cuentan con conexiones establecidas con Alemania, Inglaterra y España.

Todo en su conjunto, refiere, ha hecho que la industria sin chimeneas genere en el estado de Quintana Roo una ocupación hotelera promedio cercana al 80 por ciento, así como la llegada de alrededor de 15 millones de visitantes en 2019, cifra que se busca superar al cierre de este año.

“Desde el mes de octubre hemos registrado cifras de llegada de visitantes superiores a las que teníamos en los respectivos meses pero del 2019, debido al gran crecimiento que ha habido del turismo de Estados Unidos.

“El sector ha crecido tanto que ha compensado las pérdidas que hemos tenido en otros mercados. Y bueno, creo que sí, sí estamos viendo ya una consolidación a lo largo de todo este año, de tal manera que esperamos cerrar el 2022 con cifras superiores a las de 2019”, destacó el directivo.

Los grandes resultados no son casualidad, si hay algo que distingue a Quintana Roo es el ímpetu y la inversión que inyectan a la promoción turística de la entidad, por ello, los acuerdos que han realizado, cuenta, la mayoría de las veces van de manera independiente a la del Gobierno y siempre de la mano de aliados.

“Nuestras campañas se han tenido que correr de manera bilateral, digamos en acuerdos con turoperadores o con aerolíneas, y fundamentalmente en el mercado de Estados Unidos y México. En el caso de México hay una presencia importante en medios de comunicación, y en el caso de Estados Unidos ha sido una combinación, entre medios digitales, seminarios de capacitación para agentes de viajes y, ya más recientemente, algunos eventos con presencia física para presentar a los destinos del estado”, sostuvo.

Asimismo, destacó que la conectividad ha sido un factor determinante para el éxito turístico, pues recuerda que previo a la pandemia, Cancún tenía conexión directa con 35 aeropuertos de Estados Unidos y actualmente son 48 aeropuertos, Cozumel cuenta con ocho vuelos al país vecino y Chetumal tiene uno.

Sin embargo, Darío Flota es consciente de que aún falta cierto camino por recorrer y reconoce que uno de los segmentos que aún falta por recuperar es el de congresos y convenciones, así como el de bodas. En su conjunto, ambos representan el 15 por ciento de los visitantes a Quintana Roo, por lo que es ese segmento el que debe repuntar para que se superen sobradamente las cifras generadas en 2019.

En seguridad el reto es permanente, pero se han logrado avances importantes, como la consolidación de la operación del Centro de Seguridad C5 en el estado y la puesta en operación de casi 2 mil 500 cámaras de vigilancia.

15

Millones de visitantes espera recibir Quintana Roo al cierre del año

90%

De la economía del estado la representa el sector turístico



“El sector ha crecido tanto que hemos compensado las pérdidas. Y sí, ya estamos viendo una consolidación a lo largo de todo este año por lo que esperamos cifras superiores a 2019”



El mercado de turistas estadounidenses es muy importante para Quintana Roo al representar el 78 por ciento del total de visitantes que llegan a ese estado.



CARIBE MEXICANO

LO MEJOR DE DOS MUNDOS

caribemexicano.travel

**Safe
travels**

approved by

WORLD
TRAVEL &
TOURISM
COUNCIL

CARIBE
MEXICANO

• Por Berenice Luna

berenice.contreras@razon.com.mx

Los buenos resultados que ha tenido Jalisco en turismo se deben a una estrategia importante de promoción que se reforzará próximamente con el lanzamiento de una plataforma tecnológica que permitirá a los visitantes explorar el estado en busca de destinos y productos turísticos.

No obstante, este tema va más allá, pues lo que buscan las autoridades del estado es alcanzar una profesionalización de la industria a través de una agresiva estrategia de innovación que conjugue las políticas públicas y la manera en la que la iniciativa privada apalanca el sector.

En entrevista con *La Razón*, Vanessa Pérez Lamas, destacó la afluencia de turistas que llegaron a la entidad durante la Semana Santa, en donde destacó la llegada de turistas con un crecimiento de 4.0 por ciento, por encima de lo registrado en 2019; aunque aún se está 8.0 por ciento por debajo de ese año en derrama económica.

¿Cómo se ha presentado la recuperación turística en el estado? Nos ha ido muy bien en términos de recuperación. Los números que tuvimos en Semana Santa y Pascua en algunos destinos rebasaron los de 2019, particularmente creo que se debió a estrategias que se han implementado en destinos como el área metropolitana de Guadalajara, en donde tuvimos 61 por ciento de ocupación, que es interesante porque esos números no se habían visto antes.

Si bien, Guadalajara tiene mucha afluencia turística de ocio, también tiene gran presencia turística de negocios y reuniones, entonces se han establecido algunas estrategias.

En cifras oficiales tenemos alrededor del 83 por ciento de ocupación, pero muchos hoteles nos reportaron estar al 95 o 100 por ciento de ocupación. Los atractivos, la afluencia fue muy interesante, también la llegada de cruceros y bueno, en el interior del estado los Pueblos Mágicos también tuvieron gran comportamiento.

Tenemos nueve pueblos mágicos en Jalisco y también aparecieron cifras muy interesantes de ocupación que oscilan entre el 80 y el 95 por ciento; es importante decir que tenemos una oferta de lugares que, en algunos casos, es limitada en términos de hospedaje y eso también hace que de una manera se llenen muy rápido.

¿Cuál ha sido la estrategia del estado para poder alcanzar estos niveles? Son varias. En Guadalajara, por ejemplo, se han hecho estrategias para incrementar la afluencia de turismo de ocio en coordinación con los tres

niveles de Gobierno, así como la iniciativa privada, la verdad es que a eso se han aterrizado estrategias interesantes para dotar de contenidos culturales y de entretenimiento, lo cual nos ha permitido aumentar esta afluencia.

Existen otras circunstancias que son de contexto y de las cuales nos hemos apoyado como el hecho de que durante la pandemia México fuera uno de los países que se mantuvo abierto durante todo el tiempo de la pandemia, eso permitió que muchos segmentos que no nos conocían voltearan a ver a México como una posibilidad para viajar, entonces Jalisco lo aprovechó muy bien. Posteriormente, ya ganando nuevos clientes tuvimos que buscar una estrategia para mantenerlos.


el dato

La Cascada Los Azules es uno de los rincones que se encuentran en Jalisco y en el que además se pueden practicar múltiples deportes como el ciclismo.

Apuesta a la innovación

Jalisco cocina plataforma para la difusión de sus destinos

VANESSA PÉREZ, titular de Secturjal, señala que su estrategia está centrada en alcanzar una profesionalización de la industria; afluencia de viajeros, 4.0% por encima de lo registrado en 2019



Foto: Especial

VANESSA PÉREZ, titular de Secturjal, en entrevista con *La Razón*.

En suma, nuestra conectividad aérea no disminuyó tan dramáticamente como en otros destinos, sino que se mantuvo y lo que hemos hecho es identificar los lugares de donde nos visitan para mantener bien nuestra presencia.

Si hablamos de recuperación total ¿Cuándo se podría alcanzar? En afluencia, en algunos casos ya estamos 4.0 por ciento por arriba de la afluencia que tuvimos en 2019 y esto lo mueve muchísimo el área metropolitana de Guadalajara, pero en derrama todavía estamos 8.0 por ciento por debajo, ese 8.0 por ciento abajo es una excelente noticia, porque son cifras que ya no son de doble dígito, son cifras de un dígito que podemos ir recuperando y yo te podría decir que este año al cierre o el próximo año en la primera temporada alta estaríamos en una recuperación completa.

En términos de ocupación, también estamos alrededor del 6.0 por ciento abajo con respecto al mismo periodo y ahorita te estoy hablando del periodo que tenemos medido enero a marzo, aún tendremos que ver cómo se comporta el verano y el resto del año, por eso te decía que nosotros estamos implementando todas las estrategias para que este mismo año se alcance la recuperación y lleguemos a las cifras que teníamos en 2019 o cifras prepandemia, pero en este momento los números son así.

¿En promoción cómo van? Hemos analizando las características de nuestros segmentos ya conquistados, pero también cuales eran los nuevos segmentos que se movilizaban durante la pandemia; o sea, si tuvimos un incremento en la participación de mercado; por ejemplo, de Estados Unidos, Canadá y Europa, y en algunos casos de algunos países en Sudamérica. Entonces se está analizando la mezcla, continuamos los proyectos cooperativos que tenemos con distintos socios de negocio, además de la mezcla de campañas de marketing y publicidad que tenemos tanto en medios tradicionales como en medios digitales.

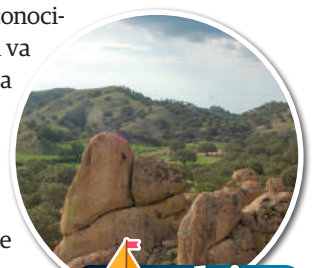
Otro factor que ayuda es el Fondo de Promoción que tenemos en el estado principalmente deriva del impuesto sobre el hospedaje, entonces también estamos ligados a que la ocupación se recupere para entonces poder tener mayores fondos y poder promover más esta ocupación.

Asimismo, para mediados o finales de año tendremos el lanzamiento de una plataforma tecnológica que será nuestra principal base de promoción, en este momento ya está en diseño y creo que cambiará mucho la dinámica de cómo informamos y promovemos los destinos del estado.

Y además estamos por lanzar la academia de profesionali-

zación turística, también a través de un sistema de gestión del conocimiento o un LMS (*Learning Management System*) y eso también va a revolucionar la manera en la que podemos impactar para que la industria esté en los niveles de capacitación y de profesionalización de servicio que estamos buscando.

¿Cuál considera que es el principal reto del estado en materia turística? Considero que uno de los segmentos que todavía tiene bastantes retos es el turismo de reuniones, es un segmento que se ha movido un poco más lento que el de los viajes individuales, porque también tiene mucho que ver con la percepción de las empresas en términos de la situación económica.


el tip

El diente o cerro del diente forma parte de la Sierra de San Esteban, y se caracteriza por sus formaciones rocosas de hasta 30 m de altura.

JALISCO

ES MÉXICO

Saborea sus tradiciones

visitjalisco.com.mx

Tequila

EL SECRETARIO DE TURISMO

del estado, Juan José Álvarez, asegura que en Semana Santa se rompieron sus pronósticos; difusión del destino, importante para las directrices del sector

• Por Berenice Luna

berenice.contreras@razon.com.mx

Superando las expectativas que se habían planteado, el estado de Guanajuato comienza a materializar las mieles de la recuperación de la industria turística, con la llegada de un millón de visitantes durante la Semana Santa y la Semana de Pascua, lo cual refleja la fortaleza que tiene.

En entrevista con *La Razón*, Juan José Álvarez Brunel, secretario de Turismo de Guanajuato, señaló que en las vacaciones de Semana Santa se registró una gran afluencia de turistas que apostaron por Guanajuato para vacacionar, lo cual permitió que se generara una derrama económica de 2.3 mil millones de pesos.

“Hemos venido remontando la adversidad de la pandemia y venimos saliendo de una Semana Santa y Semana de Pascua muy exitosas. La Sectur del estado, a través del Observatorio Turístico, realizó una proyección de futuros en diferentes etapas y secciones y estimábamos que íbamos a recibir un poco más de 900 mil visitantes con una derrama económica cercana a los dos mil millones de pesos; sin embargo, tuvimos más de mil 100 visitantes, una ocupación promedio del 31 por ciento en el estado y una derrama de más de 2.3 mil millones de pesos”, aseguró.

el dato

Este año se llevarán a cabo el World Meeting Forum, uno de los eventos más importantes de reuniones, así como el evento de romance Love México, eventos que salen por primera vez de la Riviera Maya.

Guanajuato será uno de los estados del país que se dará cita a partir de hoy y hasta el próximo miércoles en la 46 Edición del Tianguis Turístico, con la presencia de sus seis Pueblos Mágicos, sus ciudades patrimonio y su estrategia de segmentos turísticos —como el enoturismo—.

En suma, el titular de la Secretaría de Turismo (Sectur) del estado señaló que la entidad estará firmando convenios de colaboración con agencias internacionales que comercializan paquetes para viajar a México y que, en conjunto con agencias, touroperadores y aerolíneas, como BestDay, Viva Aerobus, Expedia, Despegar, entre otros, darán fuerza al estado.

PREVALECE PROMOCIÓN. Para el funcionario local, la promoción que se haga de Guanajuato es pieza fundamental para que la llegada de turistas continúe, por ello dentro del Tianguis Turístico presentarán una activación móvil en los autobuses que movilizarán a visitantes y expositores de los hoteles al recinto de Mundo Imperial; se trata, de autobuses con música vernácula de José Alfredo Jiménez, degustaciones, que emularán a las tradicionales callejoneadas que se pueden disfrutar en Guanajuato.

LA JOYA DE LA CORONA
 Indicadores por destinos.

cifras en llegadas de turistas

27,188

Celaya

7,148

Dolores Hidalgo

56,391

Guanajuato

34,266

Irapuato

124,472

León

55,280

San Miguel de Allende

13,291

Salamanca

Fuente: Observatorio Turistas del Estado de Guanajuato

Redirecciona su estrategia

Guanajuato supera las expectativas en llegada de visitantes



6

Municipios tienen denominación de Pueblo Mágico en el estado

95%

Es la ocupación promedio que tiene San Miguel de Allende

JUAN José Álvarez, secretario de Turismo, presente en el Tianguis Turístico.

“Haremos una activación muy sui géneris. En los camiones que te llevan a los hoteles desde el centro donde se llevará a cabo el Tianguis Turístico las unidades tendrán abordo música vernácula de José Alfredo, estaremos haciendo degustaciones y esto lo hemos denominado la callejoneada móvil”, destacó.

LA RECUPERACIÓN. Para Álvarez Brunel, el estado aún se encuentra en el proceso de recuperación y prevé que ésta se alcance totalmente hacia finales del tercer trimestre de este año; ello, mencionó, se logrará con el replanteamiento de la estrategia que se decidió seguir para la reactivación turística y económica. “Vamos a ver muy buenas noticias, pero hay que ser pacientes y estaremos llegando ahí hacia finales del tercer trimestre”.

El secretario adelantó que en el Tianguis Turístico presentarán nuevas rutas que llegarán al Aeropuerto Internacional de Guanajuato, el cual, afirmó reporta desde el año pasado una recuperación muy importante.

Mencionó que en este momento se mantienen casi

todas las frecuencias y destinos que se tenían antes de la pandemia y detalló que en este año se sumaron un par de destinos más.

“En Tianguis estaremos anunciando al menos uno más y muy probablemente un segundo. La conectividad va muy bien, la conectividad terrestre mejor no podríamos tener con esa ubicación geográfica que tiene Guanajuato y eso nos dará esa gran oportunidad de recibir a los diferentes grupos de interés y compartir con ellos esas grandes experiencias”, celebró el titular.

PERCIBEN MÁS SEGURIDAD. En materia de seguridad, el secretario señaló que la entidad se encuentra bien evaluada por los visitantes. A través del Observatorio Turístico han realizado encuestas en donde los turistas evalúan a Guanajuato con una puntuación de 8.5 de 10, una cifra mayor al 7.9 que tenía antes de la pandemia.

“Yo diría que ése es el reflejo más claro de qué es lo que está experimentando el que viene a visitarnos y está expresando estas encuestas de salida”, señaló.



el tip
 Entre los atractivos de Guanajuato figura la arquitectura, testigo de sucesos como la Guerra de Independencia, así como sitios emblemáticos como el famoso callejón del Beso.

“Estaremos en el Tianguis representando a este gran destino turístico que es Guanajuato, nos da la oportunidad de abrir un gran abanico para los múltiples intereses y nuestro sector turístico preparado para recibirlos”

Vive Grandes eventos En Guanajuato



GUANAJUATO.GOB.MX



Guanajuato
Vive Grandes Historias



SUSTAINABLE & SOCIAL
TOURISM SUMMIT®



• Por Berenice Luna

berenice.contreras@razon.com.mx

Baja California ha sabido explotar muy bien las herramientas que tiene a la mano para hacer crecer el turismo en la entidad. Prueba de ello es el empuje que le da al segmento cultural, fortaleciendo atractivos como el Pasaje La Chinesca de Mexicali, uno de los productos turísticos más importantes del estado o su estrategia de fomento al turismo con "Welcome to Baja California".

En el marco de la 46 edición del Tianguis Turístico, el titular de la Secretaría de Turismo de Baja California, Miguel Aguiñiga Rodríguez, mencionó a *La Razón* que la festividad de este año toma mayor relevancia debido a que el estado será reconocido en materia turística con dos galardones a dos productos turísticos.

Aunado a ello, Aguiñiga recordó que el turismo de Baja California va por buen camino, al superar, en algunos casos, cifras por encima de los niveles prepandemia durante el periodo vacacional de Semana Santa.

Por ejemplo, el titular de la dependencia mencionó que, si se comparan los niveles alcanzados durante 2019 en número de visitantes, en ese momento se reportó la llegada de 355 mil 894, mientras que en este año la llegada de turistas alcanzó una cifra de 367 mil 216, lo que representó más de 1.5 millones de pesos en derrama económica.



Tecate se distingue por distintos atractivos como la alfarería, ser el único Pueblo Mágico que se ubica en una frontera, pero sin duda la práctica a rapel es una de las actividades que más gusta a los turistas.

Con la llegada de la pandemia, Baja California también encontró un nicho importante en el turismo médico, que en los últimos meses se ha consolidado y que se suma al empuje que tiene la producción de vino y los destinos vitivinícolas.

¿Cómo llega Baja California a esta 46 Edición del Tianguis Turístico? Llegamos muy contentos y con mucha motivación, porque fuimos galardonados en dos productos turísticos de la entidad, que en el marco del Tianguis Turístico serán premiados.

Por ejemplo, en la categoría de turismo cultural, se reconocerá a La Chinesca, este barrio chino que es el más grande de México y que se ubica en la ciudad de Mexicali donde se conservan los sótanos, la historia de la comunidad china; es un gran recorrido, una gran atracción turística.

El segundo premio es el que se le otorga a Baja *Coast to Coast*, que es una caminata que se realiza en la categoría de turismo de aventura; se trata de una caminata que se realizará desde el océano Pacífico hasta llegar al mar de Cortés y en algún punto de la travesía se logra ver a ambos en una conjunción. Es una travesía bastante interesante.

TIANGUIS TURÍSTICO 2022

Galardonan a la entidad con dos premios

Baja California se hace presente con productos de campeonato

EL SECRETARIO DE TURISMO afirma que en algunos segmentos ya se alcanzaron los niveles prepandemia; destaca el empuje que tiene el sector médico

MIGUEL Aguiñiga, titular de Sectur BC, en una imagen de archivo.



Foto: Especial

“Estamos trabajando para sacar el mayor provecho en citas de negocio y diversificando el producto para que los que ya nos visitaron lo vuelvan a hacer y quienes no, se atreven a venir al estado”

¿Qué perspectivas tienen de lo que pueden alcanzar en esta edición del Tianguis Turístico? Vamos con mucha motivación a un Tianguis Turístico en Acapulco, en donde estamos trabajando para poder sacar el mayor provecho con citas de negocio y generando una diversificación de productos de Baja California para poder hacer que los que ya nos visitaron nos vuelvan a visitar y los que no han venido se atrevan y digan soy bienvenido en Baja California. De Baja California se van a llevar una sorpresa muy agradable.

¿Qué se tomó en consideración para otorgar al estado este premio? En parte se consideró la innovación, pero también que los productos turísticos se mantengan en el tiempo, entonces lo que hicimos fue en conjunto trabajar con los touroperadores y ellos hicieron un trabajo

1 Pueblo Mágico tiene Baja California y es Tecate. Cuenta con la denominación desde 2012

61 Mil 137 cuartos ocupados registró Baja California en el periodo vacacional de Semana Santa

muy institucional de los productos; cuando se vio el potencial se decidió meterlos al concurso y la recompensa es que recibimos este premio como Baja California, y ha sido un gran trabajo de los operadores.

¿Qué va a presentar Baja California en esta edición del Tianguis? Llevamos otra innovación al Tianguis Turístico al convertirnos en el primer estado de la República que lleve especialistas, hablamos de que realizaremos un desayuno en el marco del evento con especialistas en nuestros clústeres médicos y para hablar de turismo de salud y bienestar; de hecho, Tijuana ha sido punta de lanza en este turismo, teniendo especialistas en diferentes especialidades médicas que solamente encuentras en ciudades como Houston y Dallas.



La Chinesca, un barrio chino asentado en las calles de Mexicali, resguarda los orígenes de una ciudad que, entre otras cosas, apasiona por sus construcciones subterráneas y sótanos.

En Tijuana contamos con una alta calidad en estos servicios y por ello vamos ahora como delegación o como estados especialistas a que hablen con todas las agencias y empecemos a hablar de este turismo que es muy importante y que genera una gran derrama.

¿Cuánto se ha recuperado el turismo médico? El turismo médico como tal ya tuvo una recuperación por arriba de los niveles del 2019 y del 2020, tomemos en cuenta que las fronteras no estaban cerradas para los extranjeros y podían cruzar la frontera, entonces al momento en el que los hospitales de California, por el tema de la pandemia, para todos los demás procedimientos voltearon a ver a Tijuana como una opción para poder venir a hacer procedimientos que tardaban meses en los hospitales de Estados Unidos. Si lo medimos, en general estamos en el estado con una ocupación hotelera 8.0 por ciento por arriba del de 2019, es decir, que en el primer trimestre cerramos con una ocupación de 67 por ciento.

¿Además del turismo médico qué otro está creciendo? Obviamente la joya de la corona, somos la capital del vino mexicano, aquí es donde se produce más del 60 por ciento del vino mexicano, tenemos los mejores vinos en México y promocionamos esta parte. Además del 31 de octubre al 4 de noviembre vamos a tener del Congreso Mundial de la Viña y el Vino.

En materia de promoción, ¿cómo va la campaña "Welcome To Baja California"? Ha sido espectacular, muy bien recibida tanto por el público como por los visitantes nacionales como los internacionales, es una campaña que habla de que el turista es bienvenido en Baja California, es decir, somos una región que te recibe con los brazos abiertos y de corazón, por ello ha causado mucho impacto esta campaña.

**PASE
POR
MÉXICO**

NFC Enabled



www.pase.com.mx



**VIAJA POR CARRETERA Y
DESCUBRE GRANDES DESCUENTOS**

hoteles · restaurantes · tours
www.pasepormexico.com

Si eres un proveedor turístico
**SUBE TU NEGOCIO
¡GRATIS!**



En colaboración con:

**México
desconocido**



MARIELA Morán, secretaria de Turismo de Querétaro, presente en el Tianguis Turístico.

Fotos-Especial

Industria continúa en el camino de la recuperación

"En Querétaro encuentras lo mejor de nuestro país"

• Por Berenice Luna

berenice.contreras@razon.com.mx

Después de la pandemia de Covid-19, la consolidación del turismo en Querétaro viene acompañado de una nueva imagen turística, que muestra una entidad "entrañable, innovadora y pujante".

En el marco de la 46 Edición del Tianguis Turístico, que se desarrolla en Acapulco, Mariela Morán, secretaria de Turismo de la entidad, señala que buscan que Querétaro se convierta en una plataforma para acrecentar sus negocios, sus ventas y generar una gran proyección del estado.

En entrevista con *La Razón*, la funcionaria local asegura que, tras dejar atrás los momentos más oscuros de la crisis sanitaria, la recuperación del sector va por buen camino, con una ocupación hotelera —uno de los indicadores más importantes para el sector— del 90 por ciento durante el puente del 21 de marzo.

Hacia adelante, el objetivo para Querétaro es que se lleve a la entidad al siguiente nivel, con la vinculación de la iniciativa privada, el gobierno local, la academia, la sociedad y los organismos internacionales, afirma.

¿Cómo llega Querétaro a esta edición del Tianguis Turístico? Querétaro llega en un gran momento. Un momento en el que comienzan a concretarse resultados que reflejan que la industria

SECTUR DEL ESTADO busca impulsar una nueva imagen de la entidad, afirma su titular Mariela Morán; sorprenderá en esta edición del Tianguis Turístico con un espacio "disruptivo" de promoción

turística de nuestro estado está en un proceso claro de recuperación.

Estamos estrenando una nueva imagen turística de Querétaro, que refleja a un destino adaptado a las nuevas necesidades del viajero; una marca refrescante e innovadora, que busca mostrar al mundo un estado y un México competitivo, con un futuro prometedor, bonito, entrañable, innovador y pujante. Decimos que en Querétaro podemos encontrar lo mejor de México. Un destino que busca ser más incluyente, más verde y más significativo para nuestros turistas.

Por eso vamos a una nueva edición del Tianguis Turístico de México con toda la intención de hacer un gran trabajo en equipo con todo nuestro sector turístico local, y convertir a

“Esta vez no vamos sólo por una cantidad determinada de citas, sino que vamos más por calidad, que se traduzca en más visitantes para el estado; vamos a la conquista de mercados como el brasileño...”

Querétaro en una plataforma para acrecentar sus negocios y sus ventas y generar una ventana que proyecte a nuestro estado en la palestra nacional e internacional.

¿Cómo va la recuperación después de los efectos del Covid-19? Va por un buen camino. Aún quedan muchos retos por enfrentar para nuestro sector, pero este año nos ha permitido ver señales muy claras de que estamos avanzando. Por ejemplo, durante

el puente del 21 de marzo, la entidad registró 90 por ciento de ocupación hotelera durante el día sábado de ese fin de semana, algo que no se había presentado desde antes de la pandemia. De igual forma, durante la temporada vacacional de Semana Santa, se tuvieron importantes afluencias y derrama económica para nuestros prestadores de servicios turísticos. Son, en suma, signos muy alentadores y esto nos exige redoblar esfuerzos para que esta inercia permanezca y se acelere.

¿Cuál es la directriz que sigue el gobierno estatal en materia turística? ¿A qué se le está dando prioridad? Tenemos la encomienda de nuestro gobernador de llevar a Querétaro al siguiente nivel. Y para lograr este objetivo hemos decidido impulsar un modelo denominado Turismo 5.0, un esfuerzo que busca vincular a la iniciativa privada, a los gobiernos, a la academia, a la sociedad organizada y a los organismos internacionales, para diseñar acciones que hagan de Querétaro un destino más inteligente, más incluyente, más verde y entrañable.

Ésa es la gran visión. Pero desde luego que tenemos planes y proyectos para reforzar la capacitación, certificación y profesionalización de nuestros prestadores de servicios, elevar su competitividad, fortalecer nuestros productos ancla y generar nuevos; dar un gran impulso a la promoción turística de nuestro estado, con eventos de gran calado, con campañas publicitarias innovadoras y con un sitio web lleno de contenidos interesantes y en constante evolución.

el dato

Una de las apuestas del estado es acaparar a targets más definidos como los *meetings planers* o los *wedding planers*, turismo que genera un amplio número de visitas en una sola operación.

¿Cuáles considera que son los retos pendientes en turismo en la entidad? Tenemos grandes retos. La pandemia ha generado que los paradigmas tradicionales del turismo cambien. Tenemos desafíos como la reactivación del turismo de reuniones, que ha sido a lo largo de la historia un pilar para el sector turístico de Querétaro. Debemos seguir avanzando con pasos firmes para hacer de Querétaro un destino incluyente, adaptado para recibir a todos y todas. Debemos ser un destino que cuide al medio ambiente y que tenga políticas claras para alcanzar la sustentabilidad, como una cultura adherente a la actividad turística. Y sobre todo, el principal objetivo, es hacer que nuestro sector tenga más y mejores ventas.

¿Tienen alguna perspectiva de nuevas inversiones hoteleras o de rutas aéreas? Claro que sí, Querétaro está en el ojo y el interés de los inversionistas. Seguimos registrando la llegada de inversiones en el rubro de gastronomía, en la zona de viñedos, en la ciudad capital; están abriendo nuevos negocios como restaurantes y hoteles *boutique*. La pandemia retrasó un poco una proyección de cerca de mil habitaciones nuevas para la entidad; sin embargo, tenemos la confianza de que seguirán fluyendo las inversiones en materia turística.



el tip Querétaro cuenta con seis Pueblos Mágicos como Santiago de Bernal, Tequisquiapan y Amealco, los cuales registraron mayores signos de recuperación, con ocupaciones promedio de 60 por ciento.



Vive
@FNQV2022

DEL 20 DE MAYO AL 5 DE JUNIO

WWW.FERIADELQUESOYVINO.COM.MX

**PREVENTA
YA DISPONIBLE**

EN BOLETIA.COM



PODER EJECUTIVO DEL ESTADO DE
QUERÉTARO



QUERÉTARO
JUNTOS, ADELANTE.



ASOCIACIÓN MEXICANA DE
HOTELERÍA Y RESTAURANTES
TEQUISQUIAPAN A.C.



PRESIDENCIA MUNICIPAL
EL AYUNTAMIENTO
2021-2024



TODOS POR
TEQUISQUIAPAN

QUERÉTARO
ENCUENTRE MÉXICO



"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa"

18 meses

Compra ahora y paga a 18 meses con bancos participantes
Para mayor información consulta aeromexico.com/pagos-diferidos

LA LÍNEA QUE NOS UNE



AEROMEXICO®



¡Viajar te rejuvenece!

Aprovecha las mejores promociones del 23 al 31 de mayo de 2022 y vuela con un nuevo aire del 23 de mayo de 2022 al 15 de marzo de 2023

Destinos nacionales

Tarifa Básica

\$291 desde MXN¹

Vuelo redondo. La tarifa mostrada no incluye el cargo de \$1,095 MXN por Tarifa de Uso de Aeropuerto (TUA).

Destinos internacionales

Tarifa Básica

\$1,676 desde MXN²

Vuelo sencillo. La tarifa mostrada no incluye el cargo de \$1,152 MXN por Tarifa de Uso de Aeropuerto (TUA).

Mejora tu vuelo Nacional o Internacional en Clásica y obtén

1 artículo personal debajo del asiento y 1 equipaje de mano de máx. 15 kg en vuelos nacionales

1er cambio sin costo³

Asiento incluido⁴

Ahora, elige más flexibilidad a los beneficios que te ofrece cada una de nuestras familias tarifarias:

Clásica

AM Plus

Premier

Cambios ilimitados sin costo⁵

Reembolso⁶

Reprograma al perder tu vuelo⁷

Para que viajes con tranquilidad, te cuidamos con los protocolos de higiene más estrictos durante todas las etapas de tu viaje. Conoce todas las acciones que implementamos en aeromexico.com/tuseguridad

Compra tus boletos, consulta rutas participantes, términos y condiciones en aeromexico.com

¹ Viaje de tarifa nacional con impuestos incluidos* desde Ciudad de México hacia Guadalajara. Periodo de viaje del 16 de agosto de 2022 al 15 de marzo de 2023. ² Viaje de tarifa internacional con impuestos incluidos* desde Ciudad de México hacia Houston, Estados Unidos. Periodo de viaje del 23 de mayo al 10 de diciembre de 2022. Los precios exhibidos en pesos mexicanos pueden variar por la fluctuación del tipo de cambio. ³ Incluye el primer cambio sin cargo por modificación de vuelo, fecha, hora, destino; los cambios están sujetos a disponibilidad y puede aplicar diferencia tarifaria. A partir del segundo cambio aplicará un cargo por modificación más diferencia tarifaria. ⁴ No incluye asiento en zona preferente, salida de emergencia, AM Plus ni Cabina Premier. ⁵ Puede aplicar cambio por diferencia tarifaria. ⁶ En voucher electrónico o en forma de pago original en compras de familias flexibles a partir del 21 de diciembre de 2021. ⁷ Aplica caducidad de boleto en todas las tarifas sin flexibilidad. *Las tarifas mostradas no incluyen el cargo por Tarifa de Uso de Aeropuerto (TUA). TUA es un cargo por el uso de las instalaciones de Aeropuertos; a la tarifa que selecciones se le sumará dicho monto y posteriormente será pagado por la aerolínea al Aeropuerto. Tarifas sujetas a disponibilidad de acuerdo a capacidad en la ruta seleccionada. No incluye cargo por servicio. Consulta las restricciones, regulaciones y requisitos por país en aeromexico.com/actualizacionrutas

