



Generación Millennial, segmento trascendente en el turismo mundial

Millennial Generation,
transcendental segment
in the worldwide tourism



El dominio de las redes sociales les permite encontrar mejores ofertas a los destinos de interés. Aumentarán su número de viajes en 50% entre 2017 y 2020.

➤ PÁG. 5

The dominion of social networks allows them to find better offers to the destinations of their interest. They will increase the number of their travels in 50% between 2017 and 2020.

INICIATIVAS. El Turismo Sostenible es un tema relevante para México.

4

INITIATIVES. Sustainable tourism is a relevant subject for Mexico.

HOSPEDAJE. Descansar en una mansión, villa o hacienda, complementan el viaje.

6

ACCOMODATIONS. Having rest in a mansion, villa or hacienda, is a good travel complement.

ULOKAAL. La nueva aplicación mexicana para viajar como local.

7

ULOKAAL. The new Mexican application to travel as a local.

Un programa que fomenta negocios entre mexicanos

BEDILIA BRIZUELA

El pasado noviembre de 2016, Enrique de la Madrid Cordero, secretario de Turismo, presentó a nivel nacional el programa "Conéctate al Turismo", como una estrategia del gobierno federal para encadenar al sector con la proveeduría nacional y generar beneficios económicos en ambas partes.

El objetivo del programa es "fortalecer a México ante el entorno externo complejo", con el apoyo, sobre todo, a pequeñas y medianas empresas que aportan a la proveeduría turística del país.

A la fecha, el programa avanza, los primeros resultados se han dado a conocer en presentaciones de foros de turismo y economía, así como en dos ruedas de negocios en Cancún y Puerto Vallarta.

En el primer caso se concretaron 55 proyectos; mientras que en el segundo se realizaron 900 citas de exportación y 772

requerimientos de productos y servicios, entre 235 proveedores y 35 compradores.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SCHP) y de Turismo (Sectur), dieron a conocer una expectativa económica de 100 millones de dólares en negocios por medio de una estrategia de financiamiento para la cadena de valor del sector, desarrollada por Nacional Financiera (Nafin).

Conéctate al Turismo incluye cuatro ejes por un monto crediticio de mil 200 millones de pesos, de estos recursos 600 millones de pesos se destinarán al programa: "Crédito ven a comer".

Jacques Rogozinski, director general de Nafin, precisó que los intermediarios financieros participantes en este esquema tendrán una garantía de crédito hasta por el 80% y los acreditados obtendrán un beneficio adicional, será un periodo de gracia de capital de seis meses y sin garantía



hipotecaria para créditos hasta por 2.5 millones de pesos.

De la Madrid subrayó que la industria hotelera y restaurantera en México registra compras de bienes y servicios que superan los nueve mil millones de dólares (según datos de Global Insight), de las cuales se estima que más del 60% corresponden a importaciones, pero con el programa dejaría de ser así en el caso de la hotelería, aviación,

servicios y restaurantes, ya que se podrán comprar en México.

Los convenios de colaboración fueron firmados por la Sectur con la Confederación de Cámaras Industriales (Concamin) y con la Asociación Nacional de Cadenas de Hoteles (ANCH). Posteriormente, se unió la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa).

A program that encourages business among Mexicans

An economic expectation of 100 million dollars through a funding strategy for the sector value chain, developed by the National Financial Authority (Nafin, for the Spanish acronym of Nacional Financiera).

"Conéctate al Turismo" includes four axes with a credit in the amount of 1.2 billion pesos. Out of this total, 600 million pesos will be allocated to the "Crédito ven a comer" Program.

Jacques Rogozinski, general director of Nafin, stated that the financial brokers participating in this scheme will have a credit guarantee for up to 80% and the credited parties will obtain an additional benefit, a six month grace period on the capital and no mortgage collateral for credits of up to 2.5 million pesos.

De la Madrid highlighted that the hotels and restaurants industry in Mexico reports acquisitions of goods and services for more

than nine billion dollars (according to data from Global Insight), of which more than 60% of them correspond to imports, but the program would stop this trend in the case of the hotel, aviation, services and restaurant industries because those goods and services will be bought in Mexico.

The cooperation agreements were designed by Sectur and the Mexican Industrial Chamber Confederation (Concamin, for the Spanish acronym of Confederación de Cámaras Industriales) and the National Association of Hotel Chains (ANCH, for the Spanish acronym of Asociación Nacional de Cadenas de Hoteles). Afterwards, The Secretariat of Agriculture, Livestock, Rural Development, Fisheries and Food (Sagarpa, for the Spanish acronym of Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación) joined the program.



Conectividad aérea hacia Alemania

MARGARITA SOLÍS

Los viajeros de México y Alemania tienen opciones para volar a cada uno de estos países, se ofrecen operaciones directas y con una escala, dependiendo de la aerolínea.

Aeroméxico, Lufthansa y KLM son las compañías con mayor oferta desde la Ciudad de México para llegar a Frankfurt, Berlín, Múnich y Hannover.

Desde octubre de 2016, Aeroméxico amplió su conectividad con Alemania al agregar ocho nuevos destinos, vía Ámsterdam-Schiphol, son: Bremen, Hannover, Hamburgo, Múnich, Núremberg, Stuttgart, Berlín y Frankfurt. Estas operaciones las realiza en código compartido con KLM.

Aeroméxico opera tres vuelos directos semanales en la ruta Ciudad de México-Ámsterdam-Schiphol, y para el verano de 2017 sumará un total de siete vuelos directos semanales. Los vuelos son operados por el Boeing 787 Dreamliner, considerado el avión más moderno del mundo.

"El acceso al mercado alemán es estratégico para Aeroméxico por la relación comercial que existe, fortalece nuestra oferta de producto para el hombre de negocios, quien a través de estos nuevos códigos compartidos podrá utilizar tanto nuestra red de conexiones en México como la de KLM en

Ámsterdam", dijo Anko van der Werff, director ejecutivo de Ingresos de Aeroméxico.

En tanto, Lufthansa ofrece todos los días un vuelo directo desde el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México a Frankfurt, que es su centro de conexiones y desde ahí opera a otros destinos, entre ellos Dusseldorf, además de los que también opera Aeroméxico.

También tiene cinco vuelos sin escala, a la semana: lunes, miércoles, viernes, sábado y domingo, en la ruta Ciudad de México-Múnich.

Para sus vuelos al continente americano utiliza los aviones Boeing 747-8, consideradas aeronaves amigables con el medio ambiente.

En mayo, la aerolínea alemana cumplirá 51 años operando en México. El primer vuelo lo realizó el 6 de mayo de 1966, cuando salió de Frankfurt un Boeing 707 que hizo escala en Colonia y Montreal, para llegar a la Ciudad de México en un tiempo de 13 horas con 40 minutos, desde entonces hizo dos operaciones semanales. Actualmente, ese vuelo dura 11 horas.

En 2016, entre México y Alemania viajaron 356 mil 546 pasajeros, de acuerdo con cifras de la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC). Las rutas que se consideraron fueron: Frankfurt-México-Frankfurt, Múnich-México-Múnich, Frankfurt-Cancún-Frankfurt, Múnich-Cancún-Múnich y Dusseldorf-Cancún-Dusseldorf.

Air connectivity to Germany

MARGARITA SOLÍS

The travelers of Mexico and Germany have options to flight to each one of these countries, direct and one-stop flights are offered, depending on the different airlines.

Aeroméxico, Lufthansa and KLM are the companies with more options from Mexico City to Frankfurt, Berlin, Munich and Hannover.

From October 2016, Aeroméxico extended its connectivity with Germany by adding eight new destinations, via Amsterdam-Schiphol: Bremen, Hannover, Hamburg, Munich, Nuremberg, Stuttgart, Berlin and Frankfurt. These options are provided through code sharing with KLM.

Aeroméxico has three direct flights every week in the route of Mexico City-Amsterdam-Schiphol, and in summer 2017 it will add a total of seven direct flight every week. The flights are operated by the Boeing 787 Dreamliner that is considered to be the most modern plane in the world.

"The participation in the German market is strategic for Aeroméxico due to the commercial relationship that exists, it fortifies our product supply for the businessman who travels through these shared codes that allow him to use our network of connections in Mexico and

that of KLM in Amsterdam", stated Anko van der Werff, executive director of Incomes for Aeroméxico.

On its side, Lufthansa offers a direct flight every day from Mexico City International Airport to Frankfurt, which is its connections center and from there operates other destinations like Dusseldorf, on top of those also operated by Aeroméxico.

It also has five non-stop flights every week: Monday, Wednesday, Friday, Saturday and Sunday, in the route between Mexico City - Munich.

In its flights to the American continent it uses Boeing 747-8 planes, which are considered to be environmentally friendly aircrafts.

This May, the German airline will celebrate 51 years of operation in Mexico. Its first flight was made on May 6, 1966, when a Boeing 707 took off from Frankfurt and made a stop in Cologne and Montreal, to land in Mexico City after 13 hours and 40 minutes. Since then it has had two weekly operations. Currently this flight lasts 11 hours.

In 2016, 356 thousand and 546 passengers flew between Mexico and Germany, according to data from the General Direction of Civil Aviation (DGAC). The routes covered were: Frankfurt-Mexico-Frankfurt, Munich-Mexico-Munich, Frankfurt-Cancun-Frankfurt, Munich-Cancun-Munich and Dusseldorf-Cancun-Dusseldorf.



BEDILIA BRIZUELA

Last November 2016, Enrique de la Madrid Cordero, Tourism Minister, presented the "Conectate al Turismo" program at the national level, as a strategy of the federal government to link the sector with the national supply and generate economic benefits to both parties.

The objective of the program is "strengthening Mexico in front of the complex external environment", with the support, above all, to small and medium sized enterprises that provide the tourism supply in the country.

Up to this date, the program moves forward. The first results have been reported during presentations in tourism and economy arenas and in two business rounds celebrated in Cancun and Puerto Vallarta.

In the first case 55 projects were settled; while in the second one 900 exporting appointments and 772 products and services requirements were obtained, among 235 suppliers and 35 buyers.

The Ministry of Finance and Public Credit (SCHP, for the Spanish acronym of Secretaría de Hacienda y Crédito Público) and the Ministry of Tourism (Sectur) reported

DIRECTORIO

CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN, COBERTURA Y PERFIL DEL LECTOR
folio 00281-RHY emitido por el IFT y registrado en el Padrón Nacional de Medios Impresos de la SEGOB.

PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO. Año 6, No. 85, Agosto 2016, es una publicación mensual editada por Elsa Multimedia, S. A. de C.V. y Media Más, S. A. Domicilio de la Edición y Publicación Santa Bárbara Número 15, Colonia del Valle, Delegación Benito Juárez, C.P. 03100, México Distrito Federal. Tel: 015555534 4643 y 5534 4816, www.periodicoviaje.com. DIRECTORA GENERAL: Laura Rodríguez Coutiño. ARTE: Laura Martínez I. CERTIFICADO RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO No. 01-2012-08101732800-101 otorgado por la Dirección de Reservas de Derechos del Instituto Nacional de Derechos de Autor. ISSN (en trámite). CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO Y CONTENIDO No. 15280 otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. PERMISO SEPOMEX No (en trámite). Este número se terminó de imprimir en Servicios Profesionales S.A. de C.V. Mimosas No. 31, Col. Sta. María Insurgentes, Del. Cuauhtémoc, C.P. 64030, México, D.F. el 28 de julio de 2016 con un tiraje de 10,000 ejemplares. DISTRIBUIDOR: Lauser Editores S. A. de C.V., Santa Bárbara Número 15, Colonia del Valle, Delegación Benito Juárez, C.P. 03100, México Distrito Federal. Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Dirección General de PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO.

Escanea y
suscríbete,
¡es gratis!

México, pionero en turismo sostenible

MARGARITA SOLÍS

En la década de los 70, en México ya existía el discurso político sobre desarrollo turístico sostenible; ahora, con la celebración “2017 Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo”, por parte de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la Secretaría de Turismo (Sectur) del país amplió sus programas e iniciativas.

De acuerdo con la definición de la OMT, desarrollo sustentable consiste en dar uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental de desarrollo turístico y de recursos naturales. Un segundo elemento es respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades de destinos turísticos y, como tercer punto, asegurar actividades económicas viables a largo plazo.

Al respecto, María Teresa Solís, subsecretaria de Planeación y Política Turística de la Sectur, destacó que México es pionero en adoptar medidas sustentables, por ello trabaja en hacer gestiones de recuperación de destinos, y con el apoyo de instituciones internacionales se crearán modelos para que los nuevos destinos apliquen mejores prácticas de uso de recursos y de diseño de toda la cadena de valor. Buscarán implementar el concepto “Economía 0.0” o “Economía Circular”, donde todo se puede aprovechar.

Además, la Sectur, en trabajo conjunto con la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (Sedatu), aplica el Programa de Ordenamiento Turístico General del Territorio para el ordenamiento de ciudades inteligentes y de áreas urbanas y rurales que deben ser sostenibles.

La dependencia federal detectó con el Programa de Pueblos Mágicos que la población de las comunidades designadas incrementaron su calidad de vida y disminuyeron el nivel de pobreza. Al respecto, Solís afirmó: “el turismo no es el problema, sino potencialmente la solución”.

Otro programa dentro de las prácticas de sostenibilidad es “Al rescate”, se recolectan de hoteles y restaurantes alimentos que no fueron utilizados y que se encuentran en condiciones óptimas de higiene y se donan en comunidades vulnerables, orfanatos, asilos y a personas que no pueden trabajar por discapacidad.

“En el sector turismo, y en la sociedad en general, se está migrando gradualmente de la concepción del turismo como un enemigo del medio ambiente a verlo como una herramienta de conservación, crecimiento y desarrollo económico, así como la protección y recuperación de los recursos naturales, y la calidad de vida de los habitantes. Ha sido un proceso lento, pero hay evidencias contundentes de que nuestro sector se está moviendo para esa tercera vía, que es desarrollar para conservar”, afirmó la subsecretaria.



Mexico, pioneer in sustainable tourism

MARGARITA SOLÍS

In 70's, in Mexico there was a political speech on the development of sustainable tourism; now, with the celebration of “2017 Year of International Sustainable Tourism for Development”, by The United Nations World Tourism Organization (UNWTO), the Tourism Ministry (Sectur) in the country extended its programs and initiatives.

According to the definition of UNWTO, sustainable development is the optimal use of environmental resources that are a key element of the tourism development and natural resources. A second element is the respect for the social cultural authenticity of the communities around tourism destinations and, thirdly, guaranteeing feasible economic activities in the long term.

On the matter, María Teresa Solís, deputy minister of Planning and Tourism Policy of Sectur, highlighted that Mexico is a Pioneer in adopting sustainable measures, and therefore works in managing the recovery of destinations and, through the support of international institutions, will create models for the new destinations to apply better practices for the use of resources and the design of the whole value chain. It is intended to implement the concept of “0.0 Economy” or “Circular Economy”, where everything can be used.

On top of that, Sectur, jointly working with the Secretariat of Agrarian, Territorial and Urban Development (Sedatu), applies the General Program of Land-use Planning for its use in Tourism for the planning of smart cities and urban and rural areas that are sustainable.

The federal agency detected, through the Program of Magical Towns, that the population in the appointed communities increased their quality of life and lowered their level of poverty. On the matter, Solís stated: “Tourism is not the problem, but practically the solution”.

Another program in the sustainable practice is “Al rescate”, that collects non consumed food from hotels and restaurants that are in optimal conditions of hygiene to be donated to vulnerable communities, orphanages, nursing homes and people who does not have a job because of disability.

“In the tourism sector and the society in general, we are gradually migrating from the perception of tourism as an enemy of environment to perceive it as a tool of preservation, growth and economic development, as well as protection and the recovery natural resources, and the life quality of inhabitants. It has been a slow process, but there is hard evidence that our sector is moving towards that third via, which consists in developing to preserve”, stated the deputy minister.

¿Millennials serán los nuevos impulsores del turismo?

MARGARITA SOLÍS

El cambio de milenio y el uso indispensable de la tecnología en su vida cotidiana es lo que caracteriza a la llamada generación Millennial.

Debido al rango de edad, jóvenes nacidos entre 1981 y 1995, están egresando de las universidades o inician su experiencia en el mundo laboral, por ello sus ingresos no son estables, fijos o altos.

Estudios, empresarios y especialistas coinciden en que a pesar de esa condición, estos jóvenes tienen un concepto de riqueza diferente al de otras generaciones. “Ellos miden la riqueza en experiencias, en viajes, en avance cultural. Se preocupan por lo que viene. Entonces los prestadores de servicios turísticos deben prepararse para atenderlos”, comentó Álvaro Valeriani, vicepresidente regional de Ventas y Marketing para América Latina y el Caribe.

En un estudio de BBVA: “La paradoja de la generación del milenio”, se explica que la forma que tienen de financiarse son a través de préstamos de persona a persona basados en servicios



Un estudio de Euromonitor Internacional dice que este segmento de la población ocupa a nivel mundial el 20% de los viajes internacionales.

en línea, el financiamiento colectivo, las plataformas de pago y las monedas virtuales, ya que no consideran a los bancos como la única opción.

De acuerdo con Christian Kremers, CEO de Best Day Travel Group, entre los Millennials existen dos diferencias, los jóvenes que ya trabajan y que son

potenciales clientes y los que están egresando de las universidades. “Es curioso cómo compran los universitarios, no tienen tanto acceso a tarjetas de crédito o debido, como los que trabajan, la mayoría de ellos dependen de



un trabajo de medio tiempo o todavía los mantienen sus papás. Pagan su viaje poco a poco”.

Agregó que para ese segmento de fuerza laboral de Millennials, tienen un producto llamado “las Cajas de regalo Experiencias BestDay”, que puede incluir desde un tratamiento en Spa hasta un vuelo en globo al amanecer en Teotihuacán, lanzarse de un paracaídas o conducir un Ferrari. “Esas son las experiencias que ellos buscan”, comentó Kremers.

Este segmento de viajeros se caracteriza por tener la práctica de emitir sus opiniones en las redes sociales y, por su dominio en ellas,

pueden realizar búsquedas de destinos, servicios y ofertas que les faciliten sus viajes, por estos elementos se estima que

aumentarán su número de viajes en 50% en los próximos tres años, según un estudio de la agencia de viajes online Expedia.mx.

Un estudio de Euromonitor Internacional sobre el impacto que tienen los Millennials en el mercado del turismo, dice que este segmento de la población ocupa a nivel mundial el 20% de los viajes internacionales.

Will millennials be the new drivers of tourism?

MARGARITA SOLÍS

The turn of the millennium and the essential use of technology in their everyday life is the main trait of the so called millennial generation.

Due to the range of age, the young people that were born between 1981 and 1995 are currently leaving the university or they are starting their experience in the labor market, therefore their income is not steady, fix nor high.

Studies, entrepreneurs and experts agree that in spite of that condition, these Young persons have a different concept of wealth when



compared to other generations. “They measure wealth in terms of experiences, travels, and cultural progress. They are concerned about what comes next. Then the tourism

service providers must be prepared to serve them”, commented Álvaro Valeriani, regional vice president of Sales and Marketing for Latin America and the Caribbean. In a

study conducted by BBVA: “The paradox of the millennium generation”, is explained through the way they get funds through person to person loans based on on-line services, collective funding, payment platforms and virtual currencies, because they do not consider banks as the single option.

According to Christian Kremers, Best Day Travel Group CEO, among Millennials there are two differences, the Young people that already work and who are potential clients and those who are finishing University. “It is curious how University students buy, they do not have Access to credit or debit cards, as those who work, since most of them depend on a part time job or they are still supported by their parents. They pay for their travels little by little”.

Kremers added that for this labor force segment of Millennials, they have a product called “The Best

Day Experiences Gift Boxes” that can include from a treatment in a Spa and up to a flight on a Montgolfier at dawn at Teotihuacán, parachute diving or driving a Ferrari. “These are the experiences they are looking for”, stated Kremers.

The main feature of this segment of travelers is the practice they have of issuing their opinions on the social networks and, their proficiency in their use, they can do queries of destinations, services and specials that make their travels easier. It is through these elements that we estimate a 50% increase in the number of their travels in the next three years, according to a study of the Expedia.mx online travel agency.

A study of Euromonitor International on the impact of Millennials in the tourism market reports that this segment of the population occupies the 20% of international travels at the worldwide level.

Opciones de hospedaje

En México, la historia y la cultura son de las principales atracciones para los viajeros internacionales. Esta experiencia se puede complementar hospedándose en una vieja casona, hacienda, mansión colonial, villa o finca cafetalera.

En destinos de negocio y playa, también hay diversas opciones, como los hoteles boutique de lujo.

En el programa Premium "Tesoros de México", de la Secretaría de Turismo, hay una lista de 95 hoteles que se caracterizan por su arquitectura y ubicación, se encuentran en zonas con valor histórico o declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

Aquí una pequeña muestra de "Tesoros de México":



CHIAPAS

Hotel Casavieja. La casona del siglo XVIII se localiza en María Adelina Flores 27, Barrio de Guadalupe. San Cristóbal de las Casas, Chiapas. + 52 01 (967) 678-68-68. casavieja.com.mx.

Hotel Casavieja. The mansion from the eighteen century is located in María Adelina Flores 27, Barrio de Guadalupe. San Cristóbal de las Casas, Chiapas. + 52 01 (967) 678-68-68. casavieja.com.mx.



JALISCO

Hacienda La Magdalena. Construcción del siglo XVII ubicada en el Km.17 Carretera Colotlán-Tesistán 1701, La Magdalena Tesistán, Zapopan, Jalisco. +52 01 (333) 897 06 48. haciendalamagdalena.com.

Hacienda La Magdalena. Building from the seventeenth century located at Km.17 of Carretera Colotlán-Tesistán 1701, La Magdalena Tesistán, Zapopan, Jalisco. +52 01 (333) 897 06 48. haciendalamagdalena.com.

MICHOACÁN

Hacienda Ucazanaztacua. Ofrece vistas hacia el lago, islas y volcanes y lo mejor de la cultura purépecha. Se ubica en: Domicilio conocido S/N, Ucazanaztacua. Pátzcuaro, Michoacán. +52 01 (443) 204-14-57. haciendaucazanaztacua.com.

Hacienda Ucazanaztacua. It offers two site views of the lake, islands, volcanos and the best of the purépecha culture. It is located in: Domicilio conocido S/N, Ucazanaztacua. Pátzcuaro, Michoacán. +52 01 (443) 204-14-57. haciendaucazanaztacua.com.



Accommodation options

In Mexico, history and culture are the main attractions of international travelers. This experience can be complemented by staying in an old mansion, hacienda, colonial mansion, villa or coffee farm.

In business and beach destinations there are different options too like luxury boutique hotels.

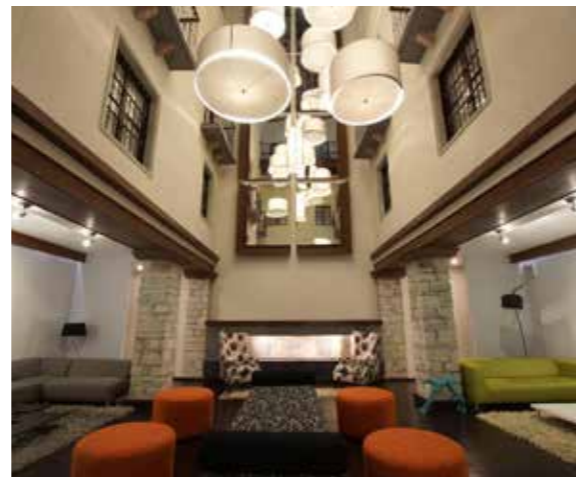
In the Premium program "Tesoros de México", of the Tourism Ministry there is a list of 95 hotels that are prominent because of their architecture and location, they are in areas with a historical value or designated a World Heritage Site by UNESCO.

A short sample of "Tesoros de México" as follows:

GUANAJUATO

Hotel 1850. Casa declarada Patrimonio de la Humanidad. En 1864 alojó por seis noches al emperador Maximiliano de Habsburgo y a su esposa Carlota. Se localiza en Jardín de la Unión 7, Centro. Guanajuato, Guanajuato. +52 01 (473) 732-27-95. hotel1850.com.

Hotel 1850. A house designated a World Heritage Site. In 1864 it accommodated emperor Maximilian of Habsburg and his wife Carlota for six nights. It is located in Jardín de la Unión 7, Centro. Guanajuato, Guanajuato. +52 01 (473) 732-27-95. hotel1850.com.



CIUDAD DE MÉXICO

Gran Hotel de la Ciudad de México. Su arquitectura de estilo Art Nouveau y su emblemático vitral Tiffany complementan la vista panorámica del Centro Histórico de la capital del país. Su dirección es Avenida 16 de Septiembre 82, Centro Histórico. +52 01 (551) 083-77-00. granhoteldelaciudaddemexico.com.mx.

Gran Hotel de la Ciudad de México. Its architecture in the Art Nouveau style and its emblematic stained glass by Tiffany complement the panoramic view of the historic town centre of the capital city. Its address is Avenida 16 de Septiembre 82, Centro Histórico. +52 01 (551) 083-77-00. granhoteldelaciudaddemexico.com.mx.



MORELOS

Anticavilla Hotel. Está catalogado como hotel boutique de ultra lujo y es exclusivamente para adultos. Se localiza en Río Amacuzac 10, Vista Hermosa. Cuernavaca, Morelos. +52 01 (777) 313-31-31. anticavillahotel.com.

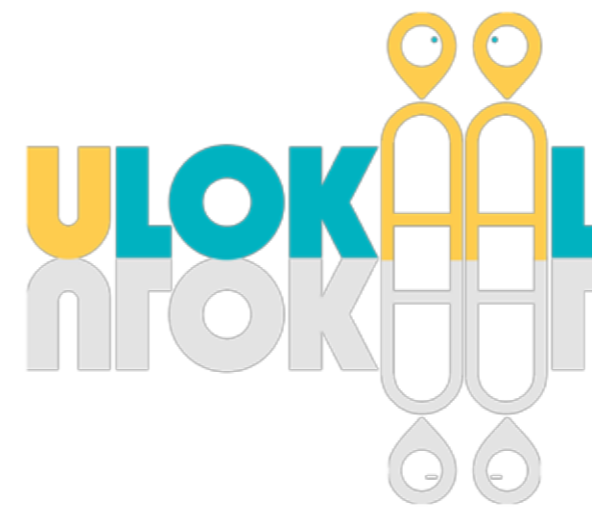
Morelos

Anticavilla Hotel. It is considered a super luxury boutique hotel for adults only. It is located in Río Amacuzac 10, Vista Hermosa. Cuernavaca, Morelos. +52 01 (777) 313-31-31. anticavillahotel.com.

ZACATECAS

Hotel Boutique Santa Rita. Ubicado en el corazón de la ciudad: Av. Hidalgo 507, Centro Histórico, Zacatecas. +52 (492) 925 1194. hotelsantarita.com.

Hotel Boutique Santa Rita. Located in the core of the city: Av. Hidalgo 507, Centro Histórico, Zacatecas. +52 (492) 925 1194. hotelsantarita.com.



la nueva aplicación para viajar como locales

ALONSO GORDOA

Ulokaal es una aplicación móvil que ofrece información sobre destinos mexicanos e internacionales, con el propósito de inspirar a los viajeros, además de ayudarlos a planear, adquirir y compartir sus experiencias.

Esta aplicación para teléfonos inteligentes permite a los viajeros visitar destinos como si se fueran habitantes "locales".

Es una plataforma que deja compartir las experiencias que se viven, el objetivo es inspirar a otras personas a viajar y a conocer lugares diferentes.

A través de Ulokaal el usuario se inspira, planea su experiencia, la compra a través de la plataforma de Best Day, contrata directamente servicios de los locales que deseen compartir su ciudad y, después de todo eso, puede compartir su experiencia.

ULOKAAL ESTÁ DISEÑADA EN TRES ETAPAS

En el arranque ofrecerá contenido turístico a base de experien-



cias, así como conexión con la red social de los llamados "Ueys" dispuestos a compartir sus experiencias como locales.

Tendrá un motor de reserva y diversas opciones de pagos con tarjetas y con bitcoins, la también llamada moneda electrónica, a través de la cual se podrá contratar a guías locales.

"Uey" es una palabra inventada, inspirada en "güey", como se llaman entre sí los jóvenes mexicanos.

En los siguientes meses la aplicación permitirá que los usuarios descarguen su propio itinerario y generen lealtad con los proveedores, a través de premios que se obtendrán cumpliendo ciertas metas.

Esta última etapa forma parte de una tendencia global que es la "gamificación", basada en el diseño de juegos (games) que buscan incentivar a los usuarios para realizar ciertas acciones.

Ulokaal funcionará tecnológicamente con los mismos principios que ha popularizado Google para la venta de publicidad, pues



the new application to travel as a local

ALONSO GORDOA

Ulokaal is a mobile application that offers information on Mexican and international destinations in order to provide inspiration to travelers and help them to plan, get and share their experience.

This application for smartphones allows travelers to visit destinations as if they were "local" inhabitants therein.

It is a platform that lets you share your experiences and its goal is inspiring others to travel and know different places.

Through Ulokaal the users get inspiration, plan their experience, buy it through the Best Day plat-

form, directly hire services from locals who want to share their city and, after all this, they can share their experience.

ULOKAAL IS DESIGNED IN THREE STAGES

During start-up it will offer tourism contents based on experiences, and a connection with the social network of the so called "Ueys" who are ready to share their experience as locals.

It will include a booking engine and different payment options through the use of cards and bitcoins, the so called electronic currency, through which you can hire local guides.

"Uey" is an invented word that derives from "güey", the word used by Mexican young people to address one another.

In the coming months, the application will let the users to download their own schedule

and generate loyalty with the suppliers, through rewards obtained by meeting certain goals.

This last stage is part of a global trend; "gamification", which is based on the design of games that intend to encourage users to do some actions.

Ulokaal will technologically work with the same principles that Google has turned so popular to sell advertising, because it identifies what is relevant for the

identifica lo que es relevante para el usuario y le acerca propuestas comerciales que le resultan valiosas.

La App será en sí misma un nuevo medio de comunicación, que tiene como principal característica la generación de contenido valioso respaldado por expertos, que saben viajar y lo hacen profesionalmente y por vocación personal.

El objetivo final es conectar a las personas a través del turismo, proveyéndoles una herramienta que no sólo es interesante, sino también útil y divertida.



user and brings the user to commercial proposals that are valuable for him/her.

The App will be by itself a new means of communication with the main feature of generating valuable content supported by experts who know how to travel and do it professionally and because of personal vocation.

The final goal is connecting people through tourism, by providing them with a tool that is not only interesting but useful and enjoyable.