

TRADICIÓN CON SABOR

AMAIRANI Y ABRAHAM CHÁVEZ

CONTINÚAN EL LEGADO DE SU PADRE AL FRENTE
DEL RESTAURANTE "EL CEJAS", ICÓNICO EN CANCÚN

CARIBE MEXICANO, ESCENARIO SEGURO PARA EVENTOS DEPORTIVOS INTERNACIONALES, COMO EL PGA TOUR

ESCRIBEN: IÑAKI MANERO, ARTURO MEDINA, ALEJANDRO ROSEL, INNA GERMAN, ADEMÁS DE OTROS LÍDERES DE OPINIÓN.

25%
DE ENGANCHE
Y 36
MESES SIN INTERESES
ES LO NATURAL

||||| LOTES RESIDENCIALES DESDE 220m2

CASA CLUB - CENTRO COMERCIAL - PARQUES Y ÁREAS VERDES |||||

FINANCIAMIENTO PROPIO |||||



un Desarrollo mas de:

El Elemento que Desarrolla Plusvalía



Avenida Huayacán km. 7, Cancún Q. Roo 889.97.30 www.viacumbres.com.mx



Disfruta del Caribe Mexicano en
nuestro nuevo catamarán

LA
VICTORIA



**Catamarán + Esnórquel
+ Ocean Club
Desde
\$699MXN**
por persona

INFORMES Y RESERVACIONES

998 849 4748 ☎ 998 870 4853 / 998 577 5451

Indispensable presentar identificación oficial de quintanarroense. No incluye costo de
muellaje. Pregunta por las restricciones para mujeres embarazadas y niños menores a 5 años.
Aplican restricciones. Sujeto a disponibilidad de espacio.

Aqua
tours®

Agenda



WTM Latin America

3-5

La feria World Travel Market Latin America se realizará en Brasil, de modo virtual; este evento es una instancia líder que permitirá establecer contactos, acceso a compradores, *influencers* y profesionales relevantes de la industria de cara a la reactivación turística global; además de

conocer las tendencias de forma eficiente, eficaz y productiva.

El mercado de Brasil es de alta relevancia para la promoción internacional, por lo que esta es una cita imperdible; contará con la presencia de nueve mil profesionales de viajes y más de 600 empresas expositoras de 50 países. El programa incluye reuniones con profesionales de viajes de todo el mundo, conferencias con líderes de la industria, recomendación de compradores cualificados (*matchmaking*) y oportunidades de promoción de marca y *stand* virtual.

Festival Internacional de Cine Tulum

4-8

Manteniendo su compromiso de proyectar una selección de películas destacadas y conscientes que representan la multitud de voces del cine contemporáneo, y que atiendan temas de importancia actual -como el medio ambiente, la justicia y la identidad de género, entre otros-, el Festival Internacional de Cine Tulum (FICTU) realizará su segunda edición. El evento tiene un reto mayúsculo al ofrecer todas sus actividades presenciales siguiendo estrictas medidas para evitar contagios de Covid-19. Las proyecciones serán en el Hotel Ikal, el Hotel Aloft Tulum y la explanada del Palacio Municipal. La pantalla itinerante visitará Hondzonot, Chanchen Primero, San Juan de Dios y Francisco Uh May. Todas las presentaciones son gratuitas.



12
14

World Padel Tour Acapulco Exhibition

El hotel Princess Mundo Imperial recibirá uno de los eventos deportivos más esperados por los aficionados al pádel, a través del World Padel Tour Acapulco Exhibition Welcome Home 2021, en la Riviera Diamante

Acapulco. Contará con la asistencia de cuatro parejas de la rama femenil y cuatro parejas de la rama varonil del World Padel Tour, además de la participación de cuatro de las mejores parejas mexicanas de ambas ramas, siendo así un juego imperdible. El hotel sede se encuentra frente al mar, enmarcado por 480 hectáreas de exuberantes jardines, cascadas de agua y palmeras que se balancean, ofreciendo el escenario perfecto, sin olvidar los impresionantes servicios y amenidades.



IBTM Americas 2021

Después de más de un año de confinamiento y restricciones para la realización de eventos presenciales, IBTM Americas 2021 realizará su décimo primera edición de forma presencial en Centro Citibanamex, Ciudad de México, que implementó su concepto R3S (Recinto Sano, Seguro y Sustentable) a través de un sistema de gestión de calidad para identificar, controlar y evaluar de manera efectiva los esfuerzos asociados con la limpieza, desinfección y prevención de enfermedades infecciosas al interior del recinto. El evento reunirá a la comunidad de profesionales de la industria de eventos y reuniones de América y contará con la participación de cerca de 500 expositores y coexpositores, así como 4 congresos especializados: Romance Congress, Pharma Congress, Sustainable Events Interactive Forum y Event Design Hybrid Conference.

18
19

Cumbre sobre turismo LGBT

30

La Cámara LGBT de Brasil anunció las fechas de la Conferencia Internacional sobre Diversidad, Negocios, Cultura y Turismo LGBT. Debido a la pandemia, esta vez el evento será completamente *online* y gratuito. Con una extensa programación, destinada a profesionales del sector turístico, el evento contará con conferencias, mesas redondas y actividades culturales.



Esto responde a la búsqueda de cada vez más empresas que se posicionen a favor de la diversidad y se hace necesario que las empresas hagan públicos sus compromisos. En

este sentido, el evento se plantea como un territorio fértil para este posicionamiento y una excelente oportunidad real de negocios.



FIA NACAM Rally Guanajuato

13
15

Guanajuato capital, León y Silao, serán sedes del campeonato que abarca las regiones de América Central, Norteamérica y el Caribe, en donde se reúnen 25 equipos de México, Estados Unidos y Centroamérica. Diseñado en formato híbrido, será inaugurado en la Alhóndiga de Granaditas y el primer tramo cronometrado será en la subterránea hasta el Brinco de los pastitos. El sábado 14 y domingo 15, los pilotos se disputarán 150 kilómetros en la Sierra, en las zonas de Chichimequillas, San Diego, El Chocolate, Alfaro, Derramadero, El Brinco y la nueva etapa denominada Dunas de León. Por primera vez, la zona de servicio de los pilotos y la premiación será en Parque Guanajuato Bicentenario, en Silao.

CEO 2021

26
27

Yucatán, Tabasco y Chiapas serán los estados aliados participantes de la cuarta edición del Encuentro Conectando Emprendedores en Oaxaca (CEO) 2021 que se realizará en modalidad híbrida, organizado por Fomento Social y Ecológico Citibanamex, el Instituto Oaxaqueño del Emprendedor y la Competitividad y la Universidad Anáhuac de Oaxaca. Estará orientado a despertar la conciencia emprendedora desde la perspectiva de la sostenibilidad, anhelando un futuro mejor, en un ecosistema sostenible en sus modelos y que vele por el cuidado de nuestro planeta. La novedad este año es la convocatoria Programa Conectando EmprendedoresMX dirigida a personas con un modelo de negocio de al menos un año, que contribuya con uno o varios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).



ALTA CCMA & MRO Conference

22
24

El evento técnico más antiguo de la aviación latinoamericana y del Caribe tendrá lugar en Punta Cana, donde se reunirán altos ejecutivos de las áreas de mantenimiento, compras técnicas y tecnología de aerolíneas que operan en América Latina, el Caribe, Norteamérica y Europa y a proveedores de partes y servicios de todo el mundo. Luego de un exitoso evento realizado en México en diciembre de 2020, ALTA eligió el Hard Rock Hotel de Punta Cana para esta edición que incluirá una agenda académica enfocada en tecnología, eficiencias y medidas para apoyar la recuperación del sector; reuniones entre representantes de aerolíneas y proveedores; área de exhibición, así como actividades de *networking* y sesiones de trabajo.

6ta. edición de Barra México

26
30

Barra México, el bar show más importante en Latinoamérica que impulsa la coctelería, bares, restaurantes y marcas de destilados, vinos y productos de alto nivel, celebrará su 6ta. edición -por primera vez- en San Miguel de Allende, Ciudad Patrimonio de la Humanidad del estado de Guanajuato. El evento incluye más de 100 marcas, 12 seminarios y participación de bartenders y líderes de la industria, bajo los protocolos de sanidad requeridos. Se trata de un punto de encuentro para conocer tendencias y reflexiones que vislumbran el futuro de la hospitalidad y la cultura del consumo de bebidas y alimentos y, además, funge como una plataforma para que los mejores *bartenders* de México y del mundo colaboren con marcas premium hoteles, bares y restaurantes.





(háal ha')

PLAYAS CON DISTINTIVO "BLUE FLAG"

Gracias a que cumplen con cuatro pilares: calidad de agua, información y educación ambiental, seguridad y servicios, y gestión y manejo ambiental, por segundo año consecutivo, las playas del Puerto de Progreso recibieron la certificación internacional "Blue Flag" correspondiente a la temporada 2020-2021, que otorga la Fundación para la Educación Ambiental (FEE), con lo que mantiene su relevancia como destino turístico yucateco ante los ojos del mundo. La intención es que esto se traduzca en una mayor promoción turística que propiciará la atracción de proyectos e inversiones que contribuirán a impulsar la economía de Yucatán y los habitantes de esta localidad. EFE ha certificado 4,800 playas en 50 países del mundo, lo que brinda certeza y tranquilidad a los progreseños y turistas.

(táanichahal)

TESLA EN SUELO YUCATECO

Tesla, una de las empresas de tecnología más importantes a nivel mundial dedicada al diseño, fabricación y comercialización de vehículos eléctricos, instaló en Mérida un centro de ventas y servicio, el primero de la marca en el sureste del país. De esta manera, Yucatán se pone a la vanguardia en materia de innovación y movilidad sustentable. Ubicados al norte de la ciudad, refrendan la confianza de la iniciativa privada



para la llegada de nuevas inversiones, generan un importante número de empleos especializados para los yucatecos y atienden el crecimiento del mercado de los vehículos eléctricos en el estado y la región.



(máan)

TIERRA SEGURA PARA VIAJEROS

Estados Unidos en su más reciente actualización de alerta de viaje para México, debido al nivel de riesgo por la inseguridad y a la pandemia, colocó a Yucatán y a Campeche en nivel 1 de riesgo (el más bajo) por delitos y secuestros, calificación otorgada igual a ciudades de Francia, Alemania y Canadá. Con este valor, el Departamento de Estado destaca a sus ciudadanos que, en caso de viajar a

alguna de estas dos entidades mexicanas, sólo deberán hacerlo con las precauciones habituales que tendrían normalmente en su país. También, con esta calificación colocó a países como Francia, Alemania y Canadá. México está en el nivel 3, o sea, se recomienda no viajar, pero también especifica las zonas y los riesgos de inseguridad, en el caso de Yucatán, al igual que Campeche, están libres de esta advertencia.

(ts'aa)

CONCRETAN NEGOCIOS

Más de 115 expositores participaron en la segunda edición del Yucatán Travel Mart, un encuentro de negocios cuyo objetivo es generar alianzas comerciales que promuevan un mayor flujo de viajeros y pernoctaciones, estadía promedio y flujo de efectivo. Debido a las restricciones sanitarias se llevó a cabo de manera virtual, en la plataforma www.yucatantravelmart.com, donde los expositores ofrecieron productos como transporte terrestre, empresas de gestión de destinos, planificadores de bodas, turismo médico, cooperativas, cenotes, granjas, guías turísticos, instituciones gubernamentales, ayuntamientos, hoteles, marinas, artesanos y escuelas de kitesurf.





(beet)

PREPARAN RUTA DEL TREN MAYA

La Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano arrancó la construcción de obras a través del Programa de Mejoramiento Urbano en cinco municipios de Yucatán por donde pasará el Tren Maya, con una inversión de más de 376 millones de pesos. Se trata de trabajos en Mérida, Valladolid, Izamal, Tinum y Chemax, con acciones de equipamiento urbano, espacios públicos, movilidad, conectividad, infraestructura urbana, vivienda y certeza jurídica. En el caso de la capital yucateca, destaca una inversión de 103 millones de pesos para la construcción de dos centros de desarrollo comunitarios, uno en el parque El Papa y otro en Susulá y Xoclán; también un Centro de Educación y vivero interactivo en el fraccionamiento Mulsay, así como la renovación de la biblioteca y el parque Cantaritos en Zazi-Ha.



(beh)

CAMINO DEL MAYAB

El primer sendero de gran recorrido del país es un proyecto que apuesta al turismo comunitario. A través de sus 111 kilómetros, conectados entre 14 comunidades de Yucatán, las personas pueden crear un vínculo especial con las bellezas naturales, observar las áreas verdes, su fauna, convivir con habitantes de los poblados, disfrutar de la rica gastronomía en las casas de los habitantes y aprender más de los tesoros naturales de la región. Ya sea a pie o en bicicleta, uno no puede dejar de admirar al paisaje que regalan estos caminos con más de 200 años de antigüedad, llenos de historia y pasado.

(tuukul)

APUESTA POR EL TURISMO RURAL

El gobernador Mauricio Vila Dosal entregó la propuesta de afiliación del Consejo Consultivo de Turismo de Yucatán a la Organización Mundial de Turismo (OMT), como parte de las acciones de cooperación con organismos mundiales que contribuyan a impulsar la recuperación económica del sector y genere empleos para los yucatecos. La idea es implementar políticas turísticas sostenibles que permitan consolidar al estado como un referente turístico a nivel internacional. Para ello, apostarán al turismo rural que tiene Yucatán y sus Pueblos Mágicos, como parte del lanzamiento del nuevo proyecto "Best Tourist Villages in The World".



IMPRESIÓN DIGITAL

SERIGRAFÍA

GRAN FORMATO LONAS CALIDAD FOTOGRÁFICA

OFFSET

- Tarjetas de Presentación
- Comandas
- Notas
- Boletos
- Trípticos
- Volantes
- Tazas
- Gorras
- Playeras
- Viniles
- Telas
- Promocionales y mucho más...

Printers Cancún

998 381 0922

printers.cancun@gmail.com

Av. Xpuhí Sm. 26 Mz. 8 Lt. 10 No. 2 Esq. Reforma Yum Kin Cancún Quintana Roo, México, C.P. 77509



Eduardo Albor
PRESIDENTE

Jorge García Llaguno
VICEPRESIDENTE

Paul Bello
TESORERO

Amador Gutiérrez Guigui
agutierrez@latitud21.com.mx
DIRECTOR GENERAL

Nelly García
agarcia@latitud21.com.mx
EDICIÓN

ventas@latitud21.com.mx
VENTAS

David Asencio
dasencio@latitud21.com.mx
RELACIONES PÚBLICAS

Ángel Hernández
ahernandez@latitud21.com.mx
JEFATURA DE DISEÑO

Milton López López
mlopez@latitud21.com.mx
GERENTE ADMINISTRATIVO



GRUPO EDITORIAL
LATITUD 21, S.A. DE C.V.
Plaza Royal Kabah
Local 301, Av Kabah Sur,
Manzana 4, Lote 1, Sm. 55
Cancún, Q. Roo, México,
C.P. 77533
Tel.: 998 892 86 66
www.l21.com.mx

Latitud21
LIBROS Y REGISTROS EN EL CARIBE MEXICANO

L21, Año 2021, número 221 es una publicación mensual de Grupo Editorial Latitud 21, S.A. de C.V. con domicilio en Avenida Kabah Sur, Manzana 4, Lote 1 Local 301 Supermanzana 55, Plaza Royal Kabah, Código Postal 77533, Cancún Quintana Roo, Conmutador 998 892 8666 Editor Responsable, Nelly García. Con certificado de reserva de derechos al uso exclusivo otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor 04-2013-011709563500-102, ISSN 1665-9007, Certificado de Licitud de Título en trámite. Certificado de Licitud de Contenido en trámite. Impresa por Digitalización Publicitaria S.A. de C.V. Calle 39, No. 501, Col. Centro, C.P. 97000, Mérida Yucatán. Distribuida por Grupo Editorial Latitud 21, S.A. de C.V.

PROHIBIDA LA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL DEL CONTENIDO EDITORIAL Y FOTOGRAFICO SIN CONSENTIMIENTO POR ESCRITO DE LOS EDITORES.

Grupo Editorial Latitud 21, S.A. de C.V. Investiga sobre la seriedad de sus anunciantes pero no se responsabiliza de las ofertas y promociones ofrecidas por los mismos.

Las opiniones expresadas por los columnistas son independientes y no reflejan necesariamente el punto de vista de la REVISTA L21

IMPRESO EN MEXICO

6 **Agosto 2021**

Contenido

AGENDA **2**

MERIDIANO 87 **4**

SUMARIO **6**

CARTA DEL DIRECTOR **8**
Escribe Amador Gutiérrez

CARTA DEL EDITOR **8**
Escribe Nelly García

TECH 2.1 **10**

ENCUENTROS **12**
Vanessa Tapia, experta en
coaching de vida y crianza de los hijos

PORTADA **14**
Abraham y Amairani Chávez
nos platican acerca del legado
gastronómico que fundó
su padre, "El Cejas"

INFOGRAFÍA **20**
"Blue Flag", distintivo que
avala playas del Caribe Mexicano

FORO EMPRESARIAL **22**
Jorge Robleda, presidente de
la Federación Mexicana de golf

ENTRE EMPRESARIOS **23**
Escribe Sergio León

MIRADA EMPRESARIAL **24**
Escribe Inna German Gómez

EN LÍNEA DIRECTA **24**
Escribe Arturo Medina

CANELA FINA **25**
Escribe Rubén Cortés

GOLF **26**
Bupa Championship en Tulum Country Club

EMPRESAS Y EMPRESARIOS **28**
Enrique González, experiencia contable

BITÁCORA DE VIAJE **29**
Escribe Iñaki Manero

TURISMO **30**
Promoción de los destinos de Q. Roo



www.l21.mx



PORTADA

Tradición con sabor

Abraham y Amairani Chávez

Continúan el legado de su padre al frente del restaurante "El Cejas", icónico en Cancún

PÁGINA 14

34

EMPRESAS Y EMPRESARIOS

- Kante, lujo en la Riviera Maya
- Chablé Hotels
- Casai Club
- Bhanu Sky Kitchen

35

REPORTE WASHINGTON

Escribe Rubén Olmos Rodríguez

37

DESDE EL CAMERINO

Escribe Alejandro Rosel

39

AL BUEN ENTENDEDOR

Escribe Sergio González Rubiera

41

SIN GAFETE

Escribe Isabel Arvide

42

RESPONSABILIDAD SOCIAL

- Banyan Tree y Expedia Group en compromiso sustentable
- Fundación Pedro y Elena protegen hábitat del flamenco

43

EL TIP NOTARIAL

Escribe Malena Rodríguez

44

EMPRENDEDORES

Biomaya, jabones de sargazo

46

ESTILO DE VIDA

47

EMPLÉATE

Escribe David Asencio

50

EN LA 21 Y OTRAS LATITUDES

51

CUARTO DE HUÉSPEDES

Escribe Cynthia Santamaría.

52

EL MOLCAJETE DE ANTONIO OSUNA



Escanea el Código QR con tu Smartphone para descargar la edición digital más reciente

Con nombre y apellido

Aguilar, Lucila.....	46
Arvide, Isabel.....	41
Asencio, David.....	47
Banyan Tree Group.....	42
Bhanu Sky Kitchen.....	40
Biomaya.....	44
Bojórquez, Alberto.....	52
Chávez, Abraham.....	14
Chávez, Amairani.....	14
Constandse, Carlos.....	50
Cortés, Rubén.....	25
Cruz Roja Cancún.....	50
El Cejas.....	14
Expedia Group.....	42
Flota, Darío.....	26
Frastro, Oscar.....	26
Fundación Pedro y Elena.....	43
García Nelly.....	8
German, Inna.....	24
González, Enrique.....	28
González, Sergio.....	39
Gutiérrez, Amador.....	8
Herrerías, Maricarmen.....	38
Jetway.....	51
Kante.....	34
Kimpton Aluna tulum.....	40
León, José A.	48
León, Sergio.....	23
Levy, Agustín.....	35
Levy, Holding.....	35
Lezama, Mara.....	50
Lledó, Fernando.....	26
Manero, Iñaki.....	29
Matthews, Brandon.....	27
Medina, Arturo.....	24
Newcomb, Patrick.....	26
Newman, Steve.....	42
Olmos, Rubén.....	25
Osuna, Antonio.....	52
Padrón, Fernando.....	26
Parker, Erick.....	44
Robleda, Jorge.....	22
Rodríguez, Malena.....	43
Rosel, Alejandro.....	37
Tamayo, Héctor.....	32
Tapia, Vanessa.....	12
Vanegas, Marisol.....	50



RevistaLatitud21



@Latitud21mx

Cifras para arriba: positivas y negativas

Aquí estamos otra vez, con 75% de ocupación hotelera... pero 40% de ocupación hospitalaria con pacientes contagiados de Covid-19. Con varios sábados consecutivos del Aeropuerto Internacional de Cancún por arriba de 550, los mejores números desde que inició la reactivación en tiempos de pandemia (no muy lejos del récord de 659 en marzo 2018). Pero también varios días con picos de más de 500 nuevos contagios en 24 horas alcanzó Quintana Roo en julio... y eso que eran las primeras semanas de verano.



Nelly García
ngarcia@latitud21.com.mx

Como vemos, por un lado tenemos números muy halagadores y esperanzadores respecto a la actividad turística. Pero por el otro lado, son bastante desalentadoras las cifras en torno a la crisis sanitaria.

Dicen las autoridades federales que ya estamos en una tercera ola y que, ni cómo negarlo, nos está pegando fuerte a muchos países, incluyendo México. De hecho, la Organización Panamericana de la Salud advirtió que estados como Quintana Roo, Yucatán, Ciudad de México y Baja California Sur, son los que están registrando los peores números de contagios en esta nueva etapa. Y lo peor, hay un altísimo riesgo de que muchos de estos enfermos sean de la nueva variante Delta, que expertos citan como de alta peligrosidad y velocidad de propagación.

Si la jornada de vacunación está avanzando, si ya tenemos más de un año y medio con pandemia, ¿en dónde está fallando la estrategia? ¿Qué se requiere para que redoblemos las medidas preventivas? ¿Qué parte no estamos entendiendo que si no acatamos los lineamientos todo lo avanzado puede ir en reversa, con resultados desastrosos?

Nuevamente es tiempo, estamos a mitad de verano, vale la pena recapacitar y enderezar un poco el camino, es por el bien de todos, de nuestros trabajos, de las empresas, pero sobre todo, de la salud propia y de las que nos rodean. Demostremos que todo eso nos importa.

Por cierto, las siguientes semanas serán decisivas para quienes tienen estudiantes en el hogar, porque está latente el llamado a volver a clases presenciales, por mandato del Gobierno federal. Dejemos que cada quien decida, a partir de sus necesidades y de sus condiciones de vida. Quien considere que ya es tiempo y que vale la pena correr el riesgo de enviar a niños y jóvenes a las aulas, que lo haga. Quienes juzguen pertinente ser pacientes unos meses más, hasta que el nivel de contagios disminuya, están en todo su derecho. No se vale obligar a nadie, a favor de cualquiera de las dos posturas; la decisión se toma en cada casa y los riesgos y responsabilidades se asumirán como tal. Ya veremos cómo le va a cada quien. 

Julio y agosto, el verano esperado

Vacunas y pruebas, pruebas y vacunas, no importa cuál sea primero, es lo que sacará adelante la reactivación económica de cualquier país. En el caso de México, sabemos que los contagios del coronavirus están al alza; y directamente en Quintana Roo se ha trabajado fuertemente en los protocolos de salud entre el empresariado y el gobierno para que el sector turismo y ciudadanos tengan un repunte económico importante con la reapertura de negocios. Estando actualmente en Semáforo Epidemiológico naranja, la ocupación hotelera este verano en promedio es de 70 por ciento. Bastante más que aceptable para la situación mundial de viajes y ocio.



Amador Gutiérrez Guigui
agutierrez@latitud21.com.mx
 @AmadorG_G

No podemos negar que la apertura en el Caribe Mexicano es significativa y en todos los sectores ligados al turismo se ve crecimiento, como en los restaurantes, agencias de viajes, parques temáticos, delfinarios, tours, artesanías, navieras, hasta el aeropuerto, entre otros gremios de servicios y proveeduría; el único sector que no ha abierto en su totalidad es el de los bares y discotecas, debido al horario de cierre permitido.

La Secretaría de Turismo estatal, mediante su titular, especulaba un alza en la ocupación para el verano y así pasó en Quintana Roo, el incremento fue palpable del 40% a prácticamente 60% en dos meses. Hay que decirlo, eso se debe en gran parte a la importancia de la conectividad aérea y la política de no cierre de fronteras y cero cuarentenas; gracias a la llegada de turistas extranjeros, las ciudades turísticas mexicanas van hacia arriba de nueva cuenta, pero hay que seguir cuidándose; todo está en el actuar responsable y prevención de contagios.

En portada llevamos un restaurante icónico en Cancún; a sus 33 años, "El Cejas" ha satisfecho el paladar de miles de personas; es un referente de raíces veracruzanas que evoca la gastronomía del mar en el Caribe y un punto casi obligado a visitar por los turistas en el centro de la ciudad.

Nos platican cómo surgieron, cómo se repusieron a los huracanes y cómo se han mantenido en el gusto de locales y extranjeros, principalmente por su calidad y servicio. Además, este negocio de alimentos y bebidas ha sido una fuente de empleo constante durante más de tres décadas.

Normalmente cuando un turista nacional o extranjero pregunta a dónde puede ir a comer algo tradicional, siempre "El Cejas" es una opción en la respuesta. Se ha ganado a pulso estar en la mente de los locales, como parte de los negocios icónicos de Benito Juárez.

En esta columna aprovechamos para pedirle a Fonatur y sus directivos que no abandonen la Zona Hotelera de Cancún, el mantenimiento debe ser constante y supervisado. La imagen es vital para los que vivimos del turismo.

Dolphin Discovery está participando de nueva cuenta por noveno año consecutivo como parte de Top Companies de Expansión. Muchas felicidades a sus dirigentes y a **Eduardo Albor Villanueva** por el liderazgo. 

**LA VENTANILLA ÚNICA
DE TRÁMITES Y SERVICIOS DEL IMDAI**
PONE A DISPOSICIÓN DE LA CIUDADANÍA EL

MÓDULO

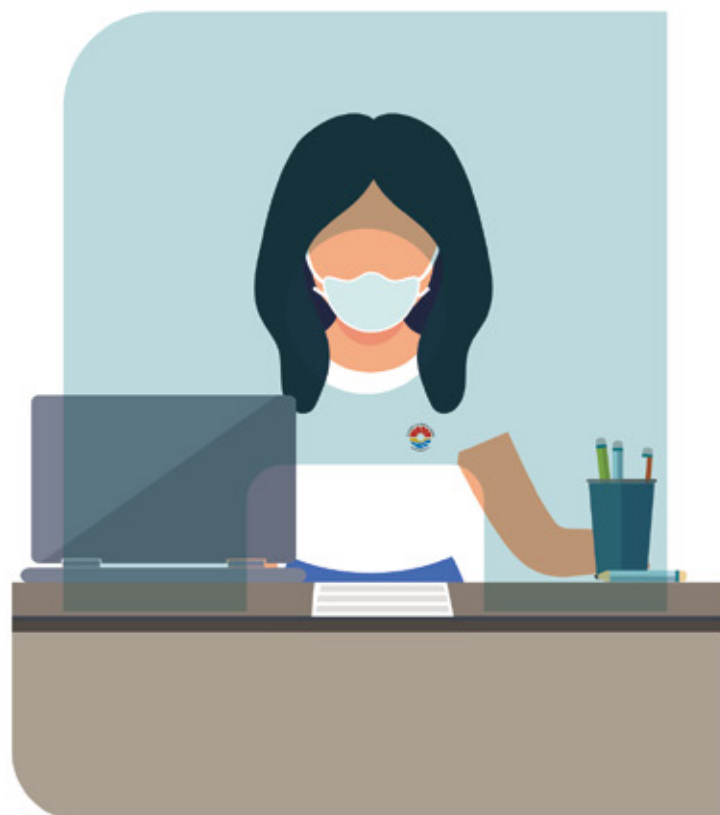
DE LA **DIRECCIÓN DE TRÁNSITO MUNICIPAL**

A PARTIR DEL **1º DE JULIO**

DE **LUNES A VIERNES** DE **09:00 A 13:00** HORAS

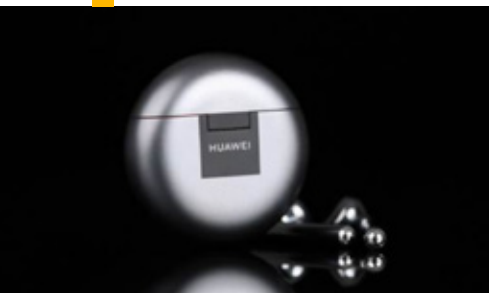
SE PODRÁN REALIZAR
LOS SIGUIENTES **TRÁMITES:**

- CONSTANCIA DE **NO INFRACCIÓN.**
- CALIFICACIÓN DE **BOLETA DE INFRACCIÓN.**
- PAGO DE **INFRACCIONES.**
- EXPEDICIÓN DE **PERMISO PARA CIRCULAR SIN PLACAS Y/O SIN TARJETA DE CIRCULACIÓN.**
- EXPEDICIÓN DE **PERMISO PARA CARGA Y DESCARGA.**



VENTANILLA ÚNICA DE TRÁMITES Y SERVICIOS

SM. 02, MZ. 01, LOTE 11, LOCAL 01 y 02
ANDADOR 03, AV. NADER.
TEL 998 8812800 EXT. 9700 Y 9701
IMDAI Tel 998 8812800 EXT. 7700



Cancelación inteligente de ruido

Tras casi dos años de su primera versión, Huawei lanza ahora sus nuevos FreeBuds 4, equipados con la nueva tecnología Open-fit ANC 2.0, que mejora la cancelación de ruido a nivel de *hardware* y *software*, llevando la cancelación de ruido cómoda y de ajuste abierto a nuevos niveles.

Es el primer juego de audífonos de ajuste abierto que utiliza la tecnología de cancelación de doble micrófono, que garantiza que los micrófonos capten el ruido ambiental con mucha más precisión.

Utilizan un diafragma compuesto de polímero de cristal líquido (LCP), que soporta un rango de frecuencias de hasta 40kHz, ofreciendo una calidad de sonido de alta resolución.



Para un trabajo más profesional

La nueva MatePad Pro de Huawei está impulsada por HarmonyOS 2. El nuevo escritorio de la tableta está más organizado, con el nuevo Bottom Dock y los Service Widgets para ofrecer nuevas formas de ver la información importante de manera más eficiente. Haciendo uso de la tecnología distribuida, la nueva tableta puede aprovechar las capacidades de otros dispositivos -desde smartphones y PCs hasta televisores inteligentes- para formar un superdispositivo que puede soportar una amplia variedad de casos de uso de creatividad y productividad.

Viene equipada con el potente Kirin 9000E y una pantalla OLED FullView de 12.6 pulgadas.



Galardón tecnológico

El Samsung Galaxy S21 Ultra fue el ganador del galardón como "Mejor smartphone en 2021", según los jueces del Mobile World Congress (MWC). Es el primer dispositivo de la Serie S compatible con la S Pen, que brinda mayores opciones de productividad a los usuarios. Además, cuenta con un sistema versátil de cámaras, el cual permite captar videos cinematográficos de 8K. Integra una pantalla de 6.8" Dynamic AMOLED 2X y resolución WQHD+, así como batería de 5,000 mAh con carga rápida de 25W. Una de sus características más sobresalientes es la incorporación del procesador Exynos 2100, el más potente en un dispositivo de la firma.

Tech 2.1

Gadgets diseñados para facilitarte la vida. Si estás pensando hacer una inversión tecnológica, aquí te mostramos varios productos que no te pueden faltar

Moderna, pero de estética retro

Lo nuevo de Nikon es la Z fc, una cámara sin espejo, moderna en su funcionamiento, pero con una estética totalmente retro, pues luce como una cámara traída de otra época, gracias a su diseño externo. Sin embargo, por dentro es un equipo totalmente moderno con un panel OLED táctil de tres pulgadas que se puede girar a discreción del fotógrafo. El sensor es de 20.9 MP y permite grabar video en resolución 4K a 30 cuadros por segundo, además de tener salida de video HDMI. En la parte superior están todos los controles. Al ser una cámara de la línea Z de Nikon, permite utilizar cualquiera de los lentes compatibles con otros modelos de cámaras ya existentes, como la Z6 y Z7.



Consola híbrida

Nintendo anunció Nintendo Switch (modelo OLED), un nuevo modelo de la consola híbrida que se estrenará el próximo 8 de octubre. Ofrecerá una serie de mejoras en comparación con el Switch que está disponible actualmente. Saldrá al mercado estadounidense en octubre y hasta la temporada navideña en México. El nuevo modelo marca la tercera actualización de hardware de la consola híbrida que se lanzó en 2017; contará con una pantalla de 7 pulgadas y una resolución de 1080p. La versión original sólo contaba con una pantalla LCD de 6.2 pulgadas, con resolución de 720p. Incluye una reducción de los biseles que brinda una experiencia más inmersiva, con un diseño más moderno y estético



Camiseta aliada de la salud

YouCare, de ZTE, fue presentada como “la camiseta que salva vidas”. Integra un servicio de monitorización remota de la salud, la cual se basa en una revolucionaria tecnología *wearable*, totalmente textil, lavable y fácil de usar. La innovación hecha en Italia es capaz de detectar una gran cantidad de parámetros biovitales, como un electrocardiograma, un análisis respiratorio, el esfuerzo muscular o la temperatura corporal de quien la porta y transmitirlos gracias a 5G. El proyecto se centra en el uso de dispositivos textiles revolucionarios, como la camiseta, sin componentes metálicos y con sensores engarzados de forma natural en el tejido.

Ahora con más potencia

Qualcomm presentó durante el Mobile World Congress su joya de la corona: el nuevo *chipset* Snapdragon 888 Plus 5G, el cual lleva a otro nivel las experiencias con Inteligencia Artificial (IA) pensadas para el entretenimiento, fotografía y gráficos, además de mejorar el rendimiento de los *smartphones*. Honor y Motorola ya anunciaron que lo incorporarán en sus dispositivos móviles. Respecto al Snapdragon 888, su diferencia es que los núcleos Kryo 680 corren a 3GHz en lugar de



a 2,84GHz, por lo que el desempeño general del procesador es mayor. Además, el chip Hexagon evoluciona y ahora el procesador es más eficiente y potente a la hora de procesar código de inteligencia artificial.

GUÍA PARA TU MEJOR VERSIÓN

Vanessa Tapia Urich-Sass, experta en *coaching* integral y parental, destaca la importancia de asesorías en desarrollo humano

La noticia de que su debut como mamá sería con gemelos, fue para Vanessa una bendición, pero al mismo tiempo la llenó de ansiedad, pues si de por sí estrenarse en la maternidad es un gran reto, hacerlo por partida doble transforma ese desafío en algo mayúsculo. Sin embargo, una vez superada la sorpresa, tomó el asunto como una gran oportunidad y de inmediato se puso a investigar acerca de cuidado, educación y crianza de los hijos. Sin saberlo, ese interés por algo personal la llevaría a darle un giro completo a su vida en el plano profesional, dejando de lado la Mercadotecnia.

De eso hace ya más de 10 años y hoy es una experta en desarrollo humano, *coaching* integral y parental, con especialidades en neurociencias y sexualidad educativa. Son ramas del conocimiento que cada vez adquieren mayor importancia, sobre todo porque el ritmo de vida de las familias genera estrés y, a la vez, complica las relaciones entre parejas, con hijos e incluso laborales. Con asesorías oportunas y efectivas, todos podemos dar solución a situaciones que se nos presenten en casa y nuestro entorno, para encontrar nuestra mejor versión.

¿Cómo diste el salto a *coach* de vida?

Yo estudié en principio la carrera de Mercadotecnia; incluso llevé el negocio de mi mamá mucho tiempo, pero a raíz de mi embarazo de gemelos, en 2007, me puse a leer e investigar sobre la crianza, pues en aquel tiempo empezaba a sonar la disciplina con amor, una disciplina consciente; de inmediato me empecé a enamorar de esa corriente y decidí cambiar mi giro profesional. Hice especialidad en Desarrollo Humano, luego en todo lo que es la asesoría de crianza, tomé varios cursos y ahorita me gusta más enfocarme a las neurociencias y el *coaching* de vida, porque se trata de ir acompañando a las personas para conocerse a sí mismos. Si puedes controlar y manejar tus emociones, puedes responsabilizarte de tu vida, tomar mejores

“Lo más satisfactorio ha sido tocar corazones para ayudarlos a ser la mejor versión de sí mismos y que eso se refleje sobre todo en los niños”

decisiones; en suma, mejorar las relaciones y así es como comencé este camino.

¿Qué ha sido lo más satisfactorio y lo más difícil en esta trayectoria de 14 años?

Lo más satisfactorio ha sido tocar corazones para ayudarlos a ser la mejor versión de sí mismos y que eso se refleje sobre todo en los niños; es decir, a las mamás y papás que se han comprometido en este camino, los ayudo a poder tener niños más felices, responsables e independientes, y sobre todo que puedan gestionar más sus emociones.

Lo más difícil ha sido que la gente se acerque, porque desafortunadamente todavía hay una gran corriente de papás y mamás que dicen ‘nadie te enseña a ser mamá o papá’; ‘a mí me dieron cinturonzos, así que yo hago lo mismo’; ‘a mí me gritaban y no estoy traumatado’; en fin, cosas de ese tipo. Entonces es difícil cambiar ese *chip* de que se puede lograr un resultado precioso teniendo el pleno respeto de tu hijo pero por un camino sano, aunque más largo.

¿Cómo das los servicios, presenciales o a distancia?

Por la época que estamos viviendo, me fui modernizando, adaptando; obviamente lo que más me gusta es presencial, porque creo mucho en el calor humano, en que cuando tenemos la



“El coaching de vida es cuando ya tenemos un objetivo o meta, pero no sabemos cómo estructurarlo ni por dónde empezar, cómo alcanzarlo, es decir, sé que quiero llegar a algo, pero no tengo idea de qué pasos dar”

mirada uno en el otro podemos lograr mejores resultados, pero ha sido sorprendente lograr este mismo resultado a través de la pantalla, eso me ha ido permitiendo también que mi campo se abra. Te puedo compartir que tengo mucha demanda de gente de Argentina, Colombia y Venezuela, son personas que les parecen alcanzables nuestros servicios en México, a diferencia de otros países; entonces la cuestión digital, acelerada por la pandemia, me ha dado la oportunidad de apertura.

¿Cómo son las sesiones?

El *coaching* de vida puedes ser de 6 a 8 sesiones generalmente y muchas veces con eso se logra el resultado. ¿Para qué sirve? Es cuando ya tenemos un objetivo o meta, pero no sabemos cómo estructurarlo ni por dónde empezar, cómo alcanzarlo, es decir, sé que quiero llegar a algo, pero no tengo idea de qué pasos dar. Aplica con cualquier persona, sin importar edad o género. Lo que hacemos es ayudar a identificar cuál es tu misión de vida, qué talentos te acompañan, buscar esa fuerza que te distingue de todos los demás, entonces ponerlo al servicio de esa meta, pulirla para que sea alcanzable, es un camino que se va haciendo hasta lograrlo, hacer tu traje a la medida por medio de tu visión y talento.

¿Y en el caso de la asesoría parental?

La asesoría para padres es personalizada; hay quien me contacta por un caso específico y a veces en una o dos sesiones queda; se dan las herramientas que creo que pueden funcionar específicamente para ellos; la diferencia es que en un curso doy herramientas generales, pero cuando me buscan de manera personalizada tomamos en cuenta el tipo de casa, familia y educación que quieran dar a los hijos para ver qué puede funcionar con ellos. Eso generalmente puede ser con una sesión de inicio, una segunda para seguimiento y quizá una tercera para dudas; muchas personas cuando se resuelve la situación, concluyen el servicio. Sin embargo, hay mamás que les gusta un seguimiento más prolongado, según las situaciones que se le van presentando me piden apoyos acerca de límites, obediencia, asertividad, etc. Y no sólo mamás o papás, también es para abuelos o quien esté a cargo de la crianza del niño; así que esta asesoría puede ir desde una o dos sesiones hasta continuar con una cada semana o 15 días, dependiendo la situación personal.

¿Es sólo para adultos o también para niños?

Por el momento sólo atiendo adultos, por dos razones: la principal es la congruencia de aplicar con mis hijos todo lo que yo comparto con las demás personas; mi trabajo es sólo por la mañana y la tarde la dedico completamente a mi familia; la segunda razón es que creo firmemente que si nosotros los papás estamos bien, nos preparamos, buscando un acompañamiento y somos una mejor versión, eso se va a ver reflejado en nuestros hijos; es decir, al trabajar con el adulto, inmediatamente estás trabajando con el niño.



¿Es costoso?

Es una gran pregunta, porque yo mis sesiones las tengo desde hace mucho en 500 pesos; en México es un costo promedio bajo; así lo percibe la gente de fuera, incluso hay colegas que me dicen 'estás regalando tu trabajo', pero esto es parte de una misión mía, este costo es para estar al alcance de quien lo necesite. Hoy más que nunca necesitamos este acompañamiento emocional, la gran mayoría de las personas, entonces los costos son relativamente bajos respecto a competencia y colegas, pero porque es parte de la misión de vida que yo tengo.

¿Cuántas asesorías das en promedio?

La capacidad máxima es cuatro personas por día; hay semanas que se llenan hay otras que no, sobre todo ahorita en vacaciones generalmente baja, pero mi capacidad para cumplir mi misión (que es la coherencia de estar en armonía con mi familia) son cuatro horas para pacientes y acompañamiento.

¿Para qué tipo de servicio te buscan más?

Ambos; cierto es que la gran mayoría de las veces me buscan por alguna situación con los hijos, pero cuando empezamos a indagar, a preguntar, vamos más allá y la terapia se extiende, se hace un poco más larga, o a veces es terapia breve de conocimiento de ti mismo, para ir detectando lo que está fallando del origen y que repercute al niño. Entonces ya sea que me busquen por el hijo o situaciones como personas adultas, generalmente va a repercutir a alinearnos como seres humanos. 



**CRUZ ROJA
MEXICANA**
DELEGACION CANCUN

Síguenos en:

 @CruzRojaCancun

 @CruzRojaCancun

 cruzrojacun

Av. Yaxchilan 92 SM21 Centro.
www.cruzrojacancun.org
995-854-16-16
Emergencias 911

SERVICIOS

Servicio médico y Urgencias 24 horas.

Rayos X Calidad Digital.

Laboratorio de Análisis Clínicos.

Odontología.

Ambulancias Equipadas.

Clases de Natación.

Cursos de Capacitación en salud para Empresas y particulares.



Bajo la guía de su padre, que cada día supervisa el trabajo de todo el equipo, Abraham y Amairani Chávez de la Cruz continúan el legado al frente de “El Cejas”, un negocio fundado hace más de tres décadas, cuya preferencia entre locales y visitantes lo convierte en ícono gastronómico en el centro de Cancún

Corría el año 1985 cuando Francisco Chávez Hernández llegó al pujante Cancún, que despuntaba ya como polo turístico; procedente de su natal Alvarado, Veracruz, a sus 25 años aquel muchacho de tez morena y cejas tupidas se dedicó a trabajar con ahínco, “más por necesidad que por la idea de hacer negocio”. Sin embargo, su esfuerzo, tenacidad y compromiso con la filosofía de hacer las cosas bien, embarcaron a este antiguo pescador en una aventura que lo llevaría poco a poco a cimentar lo que se convirtió en uno de los negocios referentes en el centro de Cancún.

Su sello en la cocina, con la sazón heredada de su familia, de su tierra, lo colocó de inmediato en el gusto de locales y



visitantes. El nombre del entonces pequeño negocio, hoy un restaurante que abarca la sección completa del Mercado 28 (ocho locales), no podía ser otro que el sobrenombre que acompaña a Francisco desde niño en la costa veracruzana y por el que hoy todo mundo pregunta cuando quiere comer delicioso con un verdadero sabor a mar: “El Cejas”.

A la par del crecimiento empresarial, también echó raíces; se casó y formó una familia; hoy, su hijo Abraham -de 33 años-, respaldado cada día por su padre, poco a poco toma las riendas del restaurante, encargado principalmente de lo administrativo y, cuando es necesario, operativamente. Su hermana, Amairani -de 28-, aunque reside en la Ciudad de México, viaja a Cancún continuamente para apoyarlos.

En los últimos meses les ha tocado sacar la casta y hacerse fuertes para afrontar el impacto de la pandemia; el camino no ha sido fácil, pero ha valido la pena porque “El Cejas”, a pesar de las adversidades, sigue más sólido que nunca, como referente gastronómico tradicional y como fuente de empleo en la joya del Caribe Mexicano. Incluso, no descartan que, si la prosperidad continúa, abran una sucursal en otro sector de la ciudad.

LA ENTREVISTA

¿Cómo nace “El Cejas”?

Mi papá empezó en 1987 con un local, un refrigerador, una pequeña barra que aun conservamos, dos o tres sillas, dos mesas afuera, él haciendo todo, comprando y preparando; tuvo la bendición de que la gente lo fue visitando cada vez más, por su buen toque.

La cocina que nosotros tenemos es de Alvarado, Veracruz, de donde es originario mi papá, entonces tiene esa sazón; antes fue pescador, salía cinco o seis días mar abierto a pescar, así que sabe todo el tejemaneje de pescados y mariscos. Ese sabor nos ha mantenido vigentes hasta la fecha.

Con el tiempo ocupó dos locales, luego tres, cuatro... conforme llegaba más gente colocaba más mesas; ahora ya tenemos ocho, toda una sección del Mercado 28.

Fue una tarea difícil al principio...

Sí, porque mi papá lo hacía todo; tenía que venir temprano, compraba, cocinaba, se le acababa el producto, bajaba



su cortina e iba a comprar más, regresaba, volvía a preparar, ¡todo un show!; pero lo hacía con gusto y por la necesidad, no con afán de ser una persona exitosa o reconocida, sino por la necesidad de trabajar y practicar lo que le habían enseñado desde pequeño, siempre a esforzarse. De hecho, llegó en 1985 a trabajar en la congeladora de un pariente, donde tenía que descargar tráileres de 15-20 toneladas; luego fue que decidió iniciar por su cuenta el negocio, a los dos años de haber llegado aquí. Y le iba bien porque trabajaba mucho y Cancún estaba empezando, eran tiempos de bonanza.

Y ese esfuerzo rindió frutos

Claro, poco a poco fue creciendo hasta lo que es hoy, después de más de 30 años, ni huracanes, ni pandemia, ni recesiones económicas o devaluaciones lo han detenido; al contrario, se ha afianzado en el Mercado 28 en este destino turístico.

Abraham, ¿desde cuándo incursionaste en el negocio?

Desde muy chico, tenía como 10 años cuando venía los sábados en la mañana a ayudar a los meseros, lavar cosas en la cocina o poner manteles en las mesas (cuando eran de plástico); esa parte operativa de la mañana. Conforme fui creciendo, a los 15 o 16 años, estando en secundaria, venía en las vacaciones todos los días; aprendí a ser garrotero, a supervisar la barra, porque como no teníamos un sistema de cómputo, había que checar las comandas, que coincidiera lo que estaban sacando.

En la prepa también, ya me metía un poco más en la cocina; estando en la carrera, me tocaron dos años en la mañana y dos en la tarde, me metí de lleno acá, ya tenía más nociones; incluso fui coctelero y barman. Realmente todos estos años han sido de preparación, al grado que ahorita donde me pongan sé hacer las cosas, si de repente falta un personal, lo puedo suplir.

34

años respaldan al restaurante;
ha superado crisis sanitarias
y económicas

70%

de ventas en promedio han
logrado, respecto a
los números prepandemia

35

mesas tienen actualmente,
por aforo permitido, aunque su capaci-
dad es de 55 mesas



comentan “yo vine aquí hace 20 años y regresé porque me gustó y ahorita volví y comí lo mismo y me siguió gustando”. Entonces la clave es no bajar la calidad de lo que les das al cliente, al contrario, irlo mejorando.

Aquí todos los productos son del mar, porque aunque hay de criaderos y cuestan más económicos, mi papá no opta por eso porque no es el mismo sabor y calidad; lo que buscamos es siempre dar al cliente lo mejor, aunque cueste más y se deje de ganar un poco, pero la calidad no tiene que bajar. Procuramos dar al cliente lo que viene a buscar: ese sabor que nos distingue y nos sigue posicionando entre los preferidos de la ciudad y los turistas.

AFLUENCIA PERMANENTE

¿Quiénes los visitan más?

En general y sobre todo en vacaciones, son turistas; a veces por ejemplo, de hasta 120 mesas ocupadas en un día, 80-90 son visitantes, entre nacionales y extranjeros; recibimos continuamente gente de Estados Unidos, Canadá, Brasil, Rusia, España, Francia, en fin, clientes de todo el mundo.

Por supuesto, en temporada baja los locales son los que nos hacen fuertes, pero sí se ve la diferencia en vacaciones, que hay muchos turistas.

¿Qué capacidad tienen?

Hoy por cuestiones de Covid-19 sólo 30 mesas, cuando mi capacidad máxima es de 55. Pero desde hace tiempo, cuando hicimos cambios, colocamos mesas de madera, antes eran de plástico y cabían hasta 70. Desde el año pasado, por la emergencia sanitaria reducimos la capacidad,

Y como estudié Administración de Empresas, la carrera me dio bastantes herramientas para aplicarlas y ayudar a mi papá. Entre los dos lo operamos; yo me encargo un poco más de lo administrativo; mi papá es de esas personas que ha trabajado toda su vida, así que se encarga de las compras y supervisión. Nos apoyamos siempre en todo.

¿Cuáles han sido las claves para superar los desafíos?

Principalmente que desde un principio se hicieron las cosas bien, privilegiando la calidad en la comida y los productos; la gente está acostumbrada a que viene aquí y que lo va a pagar es algo que va a disfrutar, que le va a gustar, entonces si desde un principio se hacen bien las cosas la gente viene, regresa y sigue recomendando.

Te puedo platicar que hay personas que vienen y cuando ven a mi papá que está aquí sentado se acercan y le

pero siempre estamos llenos, sobre todo los fines de semana; de jueves a domingo el restaurante está repleto, respetando nuestros límites de aforo que marcan las autoridades.

¿Cómo les fue con el impacto de la pandemia?

Recuerdo que todavía el 11 de febrero de 2020 hicimos nuestra típica fiesta de aniversario, con pastel, mariachi, regalamos tazas, playeras, en fin, íbamos muy muy bien hasta que, desafortunadamente, nos dijeron que cerráramos. Mi papá tomó la decisión de levantar todas las mesas el veintitantos de marzo, pero las cortinas siguieron levantadas.

A pesar de que no tenemos servicio a domicilio, no nos quedó de otra; se acercaron muchas plataformas digitales de reparto y estuvimos en pláticas, pero nos cobraban una comisión elevada. Entonces decidimos dar oportunidad a los propios empleados; aquí tenemos meseros con transporte, principalmente motos, y les planteamos la posibilidad de que hicieran entregas; ellos se ayudaron con las propinas y pudimos ir sosteniendo gastos para pagar insu-
mos, aunque tuvimos que sacar ahorros para sostener la nómina.

Pero salieron a flote

Sí, mi papá no corrió a nadie, mantuvo la nómina completa; lo que sí hicimos fue dividir al personal en dos grupos, unos venían tres días y otros el resto de la semana, a fin de no deshacernos de nadie, porque hay personal de hace mucho tiempo con nosotros.

Afortunadamente la gente local nos siguió buscando; había días que hasta yo tenía que agarrar mi carro, éramos seis a veces que salíamos a entregar y regresábamos y ya había más pedidos, así nos mantuvimos, con servicio a domicilio improvisado, eso nos dio muy buen resultado en ese entonces.

En junio, de acuerdo con los lineamientos de las autoridades, retomamos el servicio en restaurante, colocamos ocho mesas, se llenaron, luego colocamos 10, 12, 15, 20... hasta que en noviembre y diciembre ya eran 35 mesas; son las que tenemos ahorita, por protocolos.

¿Ya volvieron a los números de prepandemia?

Sí, la verdad la gente está llegando; incluso a veces hay que decir a las personas que esperen, en los costados, con distancia, mientras se desocupa una mesa. En verano ahorita la afluencia es excelente.

Abrimos de 10:30 de la mañana a 7:30 de la noche o hasta que el último cliente se vaya; hay veces que llegan clientes a las 7 o 7 y media y los atendemos. Comentamos entre el personal que, si tuvimos tres meses que sólo veníamos a vernos las caras, pues hay que aprovechar ahora; se ponen la camiseta y nos hemos ido a veces 9 o 10 de la noche. Ahora ya



todos trabajan normal, con un día de descanso.

¿Cuál es la plantilla total?

Somos 35; muchos de ellos llevan bastante tiempo, por ejemplo, hay un mesero que tiene con nosotros 28 años; el chofer, tiene 30. Hace un par de años apenas se jubiló un cocinero que se apodaba 'La Reina', estuvo desde el principio, era el que hacía caldos, empanadas, me guisaba todo. En fin, tengo personal de más de 10 o 20 años, es gente que le gusta trabajar aquí, porque siempre van a encontrar un buen lugar para laborar.

¿Tus pilares en la cocina?

Tengo nueve personas para cocinar, quienes se han mantenido desde hace más de 10 años aquí; hay otras que vienen y van, pero ellos son los hijos. Mi papá supervisa y si es necesario se mete a la cocina o incluso yo; todos nos echamos la mano, lo principal aquí es que salga el platillo rápido y que el cliente se vaya satisfecho. Nos esforzamos porque siempre sea así.

“Un imperdible del menú: El Vuelve a la Vida; es un coctel que lleva salsa cátsup, ostión, camarón, pulpo, callo de hacha; bastante bien surtido”.

VARIEDAD Y CALIDAD

¿De dónde se abastecen?

Tenemos proveedores fijos con los que llevamos trabajando 10, 15 o 20 años; compramos en Alvarado, pero también en Ciudad del Carmen y, por supuesto aquí. Todo el camarón de mar lo traemos de Veracruz, pero aquí compramos por ejemplo langosta, boquinete y manos de cangrejo.



“Agradecemos a los cancenenses y a los que nos visitan de otros lados; sin ellos ‘El Cejas’ no existiría. Un restaurante no sobrevive si no está en la mente y gusto de la gente; agradecemos de corazón que sigamos en sus preferidos”.

¿Los imperdibles del menú?

¡Uf, hay variedad! Pero un Vuelve a la Vida es muy recomendable; es un coctel que lleva salsa cátsup, ostión, camarón, pulpo, callo de hacha; bastante bien surtido; también los ostiones en su concha que traemos de Ciudad del Carmen; arroz a la tumbada o jaibas rellenas; en pescados, los productos locales como el boquinete que es una carne blanca, lo recomiendo frito, es una delicia, pero si lo quieren un poco más preparado puede ser empapelado, con tomate, cebolla, vino, mantequilla y orégano. En fin, hay variedad y todo delicioso.

¿Cómo andan de precios?

Si nos comparamos con otros negocios del centro de Cancún, estamos en promedio; si me comparo con la zona hotelera, obvio tengo precios más bajos, porque no pago la publicidad y renta que ellos, pero en comparación con mi mercado en el centro, son precios accesibles; una persona puede comer con 200 pesos y se va satisfecho.

¿Cómo les ha ido con los protocolos sanitarios?

Establecimos todo lo que pidieron las autoridades, desde que reiniciamos, la toma de temperatura, tapetes sanitizantes, sanitización de mesas, gel, uso de cubrebocas de todo el personal, letreros con lineamientos. Han venido a revisar y pasamos las pruebas, los trabajadores también tiene todos los exámenes que piden en el Seguro Social.

En cuanto a los comensales, después de varios meses de pandemia a la gente ‘le cayó el 20’ de que la única manera de avanzar

es seguir con los cuidados; la gente viene con cubrebocas, se lo quitan para comer y no protestan; quizá vienen dos o tres turistas a veces que no lo traen, sobre todo por la idea de que ya están vacunados, simplemente les ofrecemos cubrebocas, les pedimos que tomen distancia y usen gel y les sanitizamos la mesas. En sí, la mayoría de la gente acata los lineamientos.

Antes de esta crisis ya vivieron otras, como los huracanes...

Sí, en ese entonces, cuando ‘Wilma’, teníamos una estructura un poco más sencilla, un árbol cayó encima y estuvimos un mes cerrados, hasta que nos levantamos y colocamos una estructura más reforzada; la gente nuevamente volvió; entonces lo superamos bien.

Pero con esto de la pandemia fue (y sigue siendo más difícil), porque la gente tuvo que encerrarse, no salía; fue difícil ver vacío todo el mercado, éramos como 60 personas en toda la zona cada día a lo mucho, porque otros restaurantes también abrían con servicio a domicilio.

Económicamente también nos pegó más duro, porque aún sin obtener los ingresos habituales, no despedimos gente, los mantuvimos porque sabemos que despedir a alguien implica que un hogar deja de tener ingresos y con todo cerrado, ¿dónde trabajarían?. Nos pusimos en los zapatos del personal; mi papá tiene un dicho que es ‘primero nos comemos todas las verdes y luego todas las maduras’, la gente entendió, nos pusimos las pilas y creo que es lo más difícil que hemos vivido en este negocio.

FORTALEZA

“Al ritmo que vamos, posiblemente en diciembre estemos a 90% de recuperados respecto a 2019. Realmente no veo retroceso en el sector, todo lo contrario, siguen abriendo, hay más opciones; la comida es algo noble, si ofreces algo bueno, la gente te hará fuerte y te seguirá visitando”.



¿Cómo percibes la recuperación del sector en la ciudad?

La comida es algo que siempre tiene demanda, afortunadamente; ya la gente empieza a tener un poco más de libertad, conforme avanza la vacunación. En lo personal he salido y veo negocios llenos, eso me da gusto porque realmente Cancún es un destino turístico que tiene una amplia variedad y comida que ofrecer. Si a mis colegas les va bien significa que a mí también; si en la noche hay gente cenando, al día siguiente también vendrán a visitarme.

Al ritmo que vamos, posiblemente en diciembre estemos a 90% de recuperados respecto a 2019. Realmente no veo retroceso en el sector, todo lo contrario, siguen abriendo, hay más opciones; la comida es algo noble, si ofreces algo bueno, la gente te hará fuerte y te seguirá visitando.

¿Cómo ves la competencia?

Fuerte; antes éramos los únicos aquí en el centro de Cancún, ahorita hay muchas opciones, pero es una batalla bonita, con respeto, ellos se esfuerzan en ofrecer mejores platillos y nosotros también. Es de esas guerras en las que el ganador es el cliente, se va satisfecho; entonces no es tanto competencia, con cosas negativas, yo lo veo como oportunidades para esforzarnos todos. Los veo como compañeros del gremio que también se esfuerzan todos los días por dar un mejor producto, servicio y calidad a los clientes, eso me motiva a mejorar; al final, los cancanenses y visitantes salen ganando.

¿Les ha golpeado de algún modo la inseguridad?

Antes cerrábamos a las 9 de la noche y de un tiempo acá a las 7 o 7 y media, debido a que la gente por esta zona céntrica ya no sale tanto a esa hora, prefiere irse más a Puerto Cancún, zona hotelera

y otras plazas; eso nos ha disminuido a la hora de cerrar, pero realmente el Mercado 28 es un lugar muy pacífico, tranquilo, hemos tenido pocas situaciones desagradables. Entonces sí me recortó una hora aproximadamente de cierre, porque de noche ya la gente no viene, pero nos vamos ajustando, entendemos que todo va cambiando.

¿Tuvieron apoyos de autoridades?

No mucho; si acaso dos meses nos condonaron el 3% sobre nómina, pero lo demás, como energía eléctrica, agua, IMSS, todo lo pagamos de manera completa. Y para reabrir, tuvimos que hacer gastos, inversión en gel antibacterial, termómetros, tapetes sanitizantes, señalética, cubrebocas, mascarillas para los trabajadores, guantes, realmente significó más costos.

Nosotros lo aguantamos, pero desafortunadamente varios compañeros del sector no corrieron con la misma suerte, porque estuvieron cerrados tres meses y para reabrir tenían que hacer una inversión de 10 o 12 mil pesos; fueron varios golpes difíciles.

¿Qué viene, qué hay en el horizonte?

Continuar con la filosofía de mi papá, de brindar la calidad y el mejor producto del mar, el mejor servicio; decirle a la gente que su dinero aquí vale lo que consume, que nosotros no vamos a bajar la calidad en cuanto a productos, cada vez que vengan van a seguir encontrando esa sazón de hace 30 años, seguiremos trabajando sobre esa misma línea que nos ha dado el éxito tanto tiempo. “El Cejas” tiene un futuro muy prometedor porque la gente que nos visita sabe que siempre se lleva un buen sabor de boca. 

¡Vamos a la playa!

Arenales con distintivo "Blue Flag" garantizan calidad en limpieza, higiene y servicios para los bañistas

México es conocido por ser un atractivo turístico de los más importantes del mundo; los destinos preferidos tanto por visitantes nacionales como extranjeros, sin duda continúan siendo los de sol y playa, mismos que representan casi 50% de la oferta de cuartos del país.

Por eso es importante que los balnearios cuenten con certificaciones que avalen que los paseantes disfrutarán de entornos naturales seguros en materia ambiental y sanitaria.

Uno de estos distintivos más reconocidos es "Blue Flag", que evalúa calidad de agua, residuos sólidos, infraestructura costera, biodiversidad, seguridad y servicios, educación ambiental y contaminación por ruido.

Los principales destinos costeros del país cuentan con esta bandera; por supuesto, el Caribe Mexicano es uno de los líderes con este distintivo, con playas certificadas en Cancún, Isla Mujeres, Playa del Carmen y Puerto Morelos. Otras ciudades que destacan en este sentido son Los Cabos en Baja California Sur y Nuevo Vallarta, en Nayarit.

La Secretaría de Turismo de México, en coordinación con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, promueve la certificación de playas con base en la NMX AA 120 SCFI 2016, así como con la Fundación para la Educación Ambiental (FEE).

De hecho, México es el país con más certificaciones "Blue Flag" en América e ingresa al *top ten* al ocupar la décima posición de 47 naciones participantes.



Etiqueta mundial

La certificación de Blue Flag es una etiqueta ecológica en la cual se deben cumplir y mantener estrictos criterios ambientales, educativos, relacionados con la seguridad y el acceso.

Funciona bajo los auspicios de la Fundación para la Educación Ambiental (FEE) con sede en Copenhague, Dinamarca.



94 banderas
en México vigentes;
incluyen 62 playas en 9
entidades; tres marinas,
en dos estados y 29
embarcaciones en
Quintana Roo.

Temporada 2021-2022

Obtuvieron el distintivo "Blue Flag"

22 playas en Los Cabos, Baja California Sur
10 en Cancún, Q. Roo
6 en Playa del Carmen, Quintana Roo
5 en Acapulco, Guerrero
4 en Zihuatanejo, Guerrero
3 en Isla Mujeres, Quintana Roo
2 en Puerto Vallarta, Jalisco
2 en Huatulco, Oaxaca
2 en Progreso, Yucatán
1 en Bahía de Banderas, Nayarit,
1 en Santa María del Oro, Nayarit
1 en Puerto Morelos, Quintana Roo
1 en Puerto Peñasco, Sonora
1 en Ciudad Madero, Tamaulipas
1 en La Paz, Baja California Sur

Distintivo en el Caribe Mexicano

Cancún: 10

(7 bajo la administración municipal y 3 bajo resguardo de hoteles)

- ☑ Del Niño
- ☑ Las Perlas
- ☑ Chac Mool
- ☑ Ballenas
- ☑ Marlín
- ☑ Delfines
- ☑ Coral
- ☑ Live Aqua
- ☑ Fiesta Americana Condesa
- ☑ Iberostar Cancun

Puerto Morelos: 1

- ☑ Ventana al Mar

Playa del Carmen: 6

- ☑ Playa Paraíso
- ☑ Punta Esmeralda
- ☑ Playa 88
- ☑ Iberostar Tucán & Quetzal
- ☑ Bahía Kantenah
- ☑ Pelicanos

Isla Mujeres: 3

- ☑ Playa Norte
- ☑ Playa Centro
- ☑ Playa Albatros

Principales criterios

Calidad del agua

- Se ubica dentro del límite de 100 Enterococos NMP/100 mililitros.
- No existe película visible de grasas, aceites o residuos derivados del petróleo sobre la superficie del agua ni espumas diferentes a las producidas por el oleaje
- No existen residuos sólidos flotantes en la superficie del agua, ni residuos en el fondo a una profundidad visible.

Residuos sólidos

- No existen manchas evidentes de grasas, aceites y residuos derivados del petróleo en la arena.
- Programa para la gestión integral de los residuos sólidos.
- El límite máximo permisible es cinco unidades por cada 100 metros.
- Botes de almacenamiento temporal de acuerdo al número de usuarios en la playa.

Biodiversidad

- Identificación de especies de importancia en la zona.
- Plan de manejo de especies de flora y fauna silvestres en riesgo.
- Señalización para los visitantes con indicaciones de protección.
- Medidas de protección de vegetación sumergida.
- Medidas de protección ante la presencia de zonas de anidación de tortugas marinas.
- Zonificación y señalización de actividades terrestres y servicios náutico-recreativos.
- Se cuenta con salvavidas y equipo indispensable de salvamento en playa.

Infraestructura costera

- No existe infraestructura cimentada en el área intermareal, excepto instalaciones portuarias que cuenten con la autorización de impacto ambiental.
- La infraestructura no interrumpe el flujo de circulación del agua en humedales costeros que se encuentren dentro de la zona terrestre adyacente.
- No existe infraestructura permanente en el área emergida de la playa.

Educación ambiental

- Programas de educación y difusión ambiental continua.
- Sistema de señalización al público sobre medidas de protección a las playas.
- Reglamento para establecimientos comerciales ubicados en la playa
- Restricciones ambientales de uso en la playa
- Señalización de "no tocar los corales" en playas con arrecifes coralinos

LÍDERES TOMAN LA PALABRA

Convocados por Latitud 21, en Foro Empresarial virtual, dirigentes de varios sectores comparten la situación que vive su gremio por la pandemia, así como las acciones y estrategias que están llevando a cabo para enfrentar lo mejor posible la emergencia

Golf: ni contacto, ni contagios

Desde hace cuatro años, Jorge Robleda está al frente de la Federación Mexicana de Golf; por eso, los últimos 16 meses le tocó enfrentar la difícil situación por la pandemia; sin embargo, desde abril de 2020 implementaron protocolos para que la gente siguiera jugando en ambientes seguros. Prueba de ello, es que en Quintana Roo este año ya se realizaron dos campeonatos nacionales: la Copa Yucatán Peninsular en marzo y en abril el Campeonato nacional Interzonas Lorena Ochoa donde participan 358 niños y niñas, acompañados de sus 710 papás, hubo más de mil personas en los campos de Quintana Roo, disfrutando momentos de esparcimiento en escenarios con medidas preventivas.



Jorge Robleda Moguel
Presidente de la
Federación Mexicana de
Golf

el golf no hay contacto, en el golf no hay contagio'. Ya llevamos a cabo 13 torneos nacionales. Nos pegamos a los gobiernos de los estados donde están echando para adelante con reactivación y protocolos. Hasta ahora hemos logrado muy buenos resultados, con saldo positivos.

"Particularmente el Caribe Mexicano es muy atractivo tanto para jugadores como para espectadores; por ejemplo, el torneo de Mayakoba tiene un gran prestigio, difícilmente haya un campo para un jugador que tenga todos los beneficios como

este sitio; ya firmaron un nuevo patrocinador hasta 2027.

"México en los últimos 20 años se ha preocupado por atraer a un golfista de alto poder adquisitivo, que deja una buena derrama en los campos turísticos, por eso se han posicionado los de Cancún y Los Cabos, aunque hay varias ciudades que están creciendo en ese sentido.

En los últimos meses, con todo y la emergencia sanitaria, ha crecido la membresía de golf en más de 20%".

REPRESENTANTES EN TOKIO

"México es el único país latinoamericano con cuatro participantes en Tokio 2020, en el golf olímpico hay 60 hombres y 60 mujeres, todos entran por *ranking* mundial de PGA Tour y LPGA; Abraham Ancer se clasificó en el lugar 10, Carlos Ortiz en el 22, Gaby López en 23, María Fassi 47; tenemos muchas esperanzas de alcanzar buenos resultados; los cuatro son de programas federados. Fueron muy ilusionados y estamos orgullosos de ellos. Sería un aliciente más para este momento de ensueño que está viviendo el golf mexicano". 



IMPULSAN NUEVAS GENERACIONES

"Los socios de la Federación son los campos de golf, 175, pues hay otros 65 en el país, pero son campos turísticos, como todos los de Quintana Roo, aunque de alguna manera tenemos relación por la organización de eventos. La FMG está dividida en 7 zonas; de hecho a mí me tocó crear las zonas Sureste y Pacífico.

Nuestro trabajo es la promoción del deporte en todas sus modalidades, pero la misión principal es fomentar el infantil y juvenil con torneos regionales y nacionales. El hecho que sea yo de provincia (Yucatán), ha unido mucho al golf mexicano".

DEPORTE EN AUJE; SÍ SE PUEDE

"Con esta desgracia sanitaria que estamos viviendo todos, desde el 14 de marzo 2020 decidimos el cómo sí se puede, cómo preservar la salud de los jugadores, bajo la premisa de que 'en

250

campos de golf en México;
175 federados y el resto son
públicos o turísticos

100

mil personas aproximada-
mente practican este deporte
en el país

140

niños y niñas becados
en EU para practicar
la disciplina

5

mil niños aproximadamente.
juegan golf de manera
competitiva en el país

COPARMEX: VÍNCULOS EFECTIVOS



Con la premisa de contribuir cada vez más a la reactivación del Estado desde su trinchera, la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex) Quintana Roo, implementa nuevas estrategias en alianza con diversas dependencias estatales y federales, a fin de que sus afiliados cuenten con más herramientas que les permitan hacer sus labores de manera más eficiente y productiva.

La finalidad es simplificar y facilitar la realización de trámites o requerimientos según sea su necesidad.

Para ello, en colaboración con diferentes sectores importantes del estado, estableció ventanillas de atención, en beneficio de los empresarios y sus trabajadores. A continuación, citamos algunos de los beneficios aportados.

LOGROS DE LAS VENTANILLAS DE ATENCIÓN EMPRESARIAL

CHAT DE DENUNCIAS EN SSP

- Los socios pueden recibir orientación oportuna
- Denuncias ágiles y en directa comunicación y coordinación con la SSP.
- No eximiendo de reportar al 911.
- 50 socios han hecho uso de este beneficio

VENTANILLA CON EL AYUNTAMIENTO

- Obtención de la licencia de funcionamiento y de los permisos para:
- Trámite de uso de suelo
- Anuencia de pago de basura
- Protección civil
- Se ha logrado más de 500 trámites de licencia de funcionamiento y ahorros por más de 350 mil pesos.

VENTANILLA CON LA FISCALÍA GENERAL DEL ESTADO (FGE)

- Atención directa con un agente del Ministerio Público para el levantamiento y seguimiento de denuncias.
- Se han registrado más de 10 denuncias y seguimiento a dos casos previos, todos con éxito.

VENTANILLA CON EL SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA DE Q. ROO (SATQ)

- Trámites sin necesidad de salir de casa o empresa.
- Cambio de placas
- Renovación de tarjetas de circulación
- Cambio de propietarios de vehículos
- Multa y requerimientos
- Trámites de licencias de patentes de alcohol
- Beneficios en ahorros y apoyos con más de 2.5 millones de pesos

VENTANILLA CON LA PROCURADURÍA DE LA DEFENSA DEL CONTRIBUYENTE (PRODECON)

- Asesoría especializada en defensa legal y levantamiento de quejas en materia de impuestos emitidos por el Gobierno Federal o Estatal.
- Consultas de Impuestos
- Aduanas
- Temas federales y estatales

¿Necesitas apoyo? Comunícate. La Coparmex Cancún vela por los intereses de sus asociados, de los empresarios y sus trabajadores. www.coparmexqroo.org.mx (998) 887 66 18

Entre empresarios

Sergio León

Presidente de Coparmex Q. Roo
CEO de Impoexporta
Twitter: @oigres14



RETOS EMPRESARIALES DESPUES DEL COVID-19

(PARTE II)

Continuando con las tendencias para el emprendimiento y negocios que surgieron prematuramente durante la pandemia, cuando encontramos oportunidades para reinventarnos, hablemos sobre la telemedicina, que llegó a nuestras vidas sin que lo pretendiéramos. Es urgente crear regulaciones que permitan que los médicos y demás profesionales de la salud puedan dar consultas sin salir de casa y que nosotros, como pacientes, tengamos la seguridad que nos estén brindando un servicio confiable. Esto no sólo innovará en la manera como se dan las consultas médicas y sus diagnósticos, sino que, a su vez, creará la necesidad de tener plataformas confiables y seguras que almacenen datos, pero que también receten medicamentos controlados y, además, generen conexión con las farmacias para que, apenas termine la consulta, estas confirmen el envío de medicinas al domicilio del paciente.

El comercio electrónico se está convirtiendo en una necesidad tanto para empresarios como para clientes. Independientemente de si es un producto o servicio, nuestra empresa necesita tener presencia en la red a través de plataformas propias, *market place*, entre otras opciones. Este modelo virtual, aunado al Covid-19, está impactando a 50% de las tiendas físicas, que ahora tendrán que innovar y trabajar en crear experiencias que atraigan a sus consumidores o hacer que regresen.

Estamos cansados de las noticias en televisión, redes sociales y WhatsApp, pues diario hay un bombardeo constante de notas reales mezcladas con falsas, que nos llevan por esa espiral, hasta hacernos partícipes, incluso, de esa desinformación. Necesitamos fuentes confiables, plataformas, medios certificados y profesionales que realmente nos den la garantía de que sus notas podamos verlas o leerlas y compartirlas con la tranquilidad de que la fuente es fidedigna.

Cada uno de nosotros valora más el momento y el ahora. Entendimos que no tenemos garantizado el siguiente día, de allí que replantearnos metas con relación a nuestro trabajo, salud y economía, tenga cada vez más relevancia. Aplicar un *business model canvas* a nuestra persona será cada vez más común y nos permitirá ese replanteamiento y enfoque; la reevaluación del dónde estamos y hacia dónde vamos, lo que generará tendencias que muy posiblemente hoy no imaginamos. Por lo tanto, el *coaching* personal que ayude a conseguir esta reingeniería personal, que puede ser presencial, digital o híbrido, tomará relevancia, dando lugar a un gran modelo de emprendimiento.

La responsabilidad social tomará la importancia que no se le dio. Ser partícipes de acciones que contribuyan al mejoramiento de nuestro entorno y sociedad será vital, como acercarnos a energías limpias y que estas estén al alcance de los más necesitados, sin dejar atrás algo vital: una educación de más cobertura y calidad. Otros temas como la seguridad, que va más allá de la delincuencia organizada o la violencia intrafamiliar, generaron más participación en los procesos políticos y de elección de nuestros gobernantes, así como el trabajo en conjunto para fortalecer la continuidad de la clase media. De esta manera, las empresas que se enfoquen en estos temas, de responsabilidad social, y que, a su vez, asesoren a otras, abrirán un abanico de posibilidades que no sólo incluirán a los consumidores, sino que serán vitales desde lo comercial. 

Mirada empresarial

Inna German Gómez
Empresaria
@Innagg



En línea directa

Arturo Medina Galindo
Periodista, Director NITU.mx • arturo@nitumx
Twitter @Arturo_Medina_G



OTRA CONSULTA POPULAR

El día 1 de agosto, otra consulta popular, ahora con la siguiente pregunta: ¿Está de acuerdo o no en que se realicen acciones adecuadas de acuerdo con el marco constitucional y legal para emprender acciones de esclarecimiento de las decisiones políticas tomadas en el pasado por los actores políticos, encaminadas a garantizar la justicia y los derechos de las posibles víctimas?

La verdad yo no entendí muy bien la pregunta. Vamos por partes: "Que se realicen acciones adecuadas de acuerdo con el marco constitucional"... Se supone que tenemos leyes y una Constitución, así que es un poco redundante señalar esto, pues toda acción LEGAL debe estar basada en nuestro marco constitucional. Sigamos analizando la pregunta: "...emprender acciones de esclarecimiento...", aquí sí me pierdo, entonces ¿Vamos a aceptar que se realice una investigación? ¿Qué nos aclaren por qué tomaron esas decisiones?, ¿O en qué sentido va esa frase de 'esclarecimiento'? Es decir debe existir una justificación clara para la toma de decisiones políticas, ¿Quién va a definir que esas justificaciones son correctas? Si hay algo ilegal en función a lo que se establece en nuestra Constitución, entonces no debería de haber nada que esclarecer ¿No?. Y finalmente esta frase "garantizar la justicia y los derechos de posibles víctimas". Hmm, "posibles víctimas". Víctimas como las que murieron en el Metro de la CDMX por una flagrante negligencia de supervisión de obra y por falta de mantenimiento. Víctimas, por la falta de estado de derecho que han muerto en manos de la delincuencia organizada. Víctimas como todos aquellos trabajadores que se quedaron sin empleo por la cancelación de obras de infraestructura, víctimas las empresas que no hemos podido realizar trámites sencillos en el SAT, lo cual está costando contratos y trabajos.

Parece que no se ha entendido un tema, nuestros políticos y máxime aquellos que ostentan cargos de poder, cuyas decisiones son las que marcan el rumbo de un país, esas decisiones hacen la diferencia en lo que será un país desarrollado, con estado de derecho, libre de corrupción, etcétera. Cada decisión que toma un político tiene consecuencias, y cuando esas decisiones se toman pensando en el bien inmediato o en el enriquecimiento personal, afectan el resultado y nos hace víctimas a todos los ciudadanos. Víctimas, porque como bien lo dice la palabra, se generó un efecto negativo.

Así que vayamos siendo claros, la pregunta que engloba esta encuesta es aplicable al hoy, no al ayer; el pasado ya fue, sólo tenemos las decisiones que tomamos hoy para gestionar un futuro sin víctimas y sin dolor.

Ojalá que los ciudadanos empecemos a ser más inquisitivos con las acciones que toman nuestros políticos, dejar de prestarnos a responder encuestas redundantes y empezar a exigir que se empiecen a tomar decisiones que mejoren realmente nuestra sociedad, el partido es lo de menos... Tienen el cargo, por favor ¡hagan su trabajo! 

ESPEJISMO

Parece broma cuando los ciudadanos nos preocupamos porque "se han aflojado las medidas de previsión"; estamos en los peores días de contagio en la pandemia y parece que a nadie le importa, ni en los restaurantes, ni en las fiestas, ni en el súper, ni en las tiendas, ni en los antros, ni en el transporte público. Pero estas preocupaciones son sólo un espejismo; la realidad aterradora está en la sala de Migración del Aeropuerto Internacional de Cancún.

En plena pandemia, ni a la autoridad migratoria, ni a la de salud, parece importarles que los visitantes que llegan al principal destino turístico de México, de diferentes partes del mundo, se aglutinen hombro con hombro en una sala atiborrada en la que se hacen interminables filas, para que alguno de los seis agentes migratorios dispuestos los pueda atender.

Esta queja se ha enarbolado decenas de veces en distintas administraciones y hay promesas escritas de secretarios de Turismo, de Gobernación y hasta de presidentes, de que esto cambiaría; pero nunca como hoy se necesita que las más de 20 posiciones dispuestas por el aeropuerto se ocupen para dar salida rápido a los turistas. Dejando de lado el habitual argumento de que es la peor manera de darles la bienvenida a México, es por SALUD, para mantener la Sana Distancia, para evitar contagios y no permanecer mucho tiempo en un lugar sin ventilación.

Al menos que los diputados terminen por autorizar la nueva ley, en la que se permite a los turistas utilizar kioscos digitales, que por cierto ASUR tiene dispuestos hace más de tres años, pero no se pueden usar. La promesa de que pronto serían una opción es del presidente de la Comisión de Turismo, Luis Alegre, pero la verdad no creo que en este periodo extraordinario ocurra algo que pueda desahogar este punto para no permitir semejante aglomeración.

UNA RAYA MÁS AL TIGRE

Viendo esto como un problema de desatención y de desinterés al turismo, no es nuevo, el actual gobierno federal de plano ignora cualquier tipo de impulso al turismo, que es sin embargo una de las principales industrias del país que genera una gran cantidad de empleos y paga miles de millones de pesos en impuestos.

Terminó con la promoción turística, canceló el nuevo aeropuerto de la CDMX, la mala administración degradó a la aviación nacional, casi cuatro meses provocaron retrasos a turistas y turisteros por el famoso socavón hacia Playa del Carmen... y las que se sumen.

El sargazo es hoy un gran reto a superar, pero el gobierno federal dejó solos a los empresarios y gobiernos locales; recientemente nos enteramos que la Marina sólo opera y coordina los trabajos para contener la macroalga, que dicho sea de paso, ha sido un gran fracaso la estrategia de contenerla antes de que llegue a la playas; los fondos y recursos con los que opera son del Gobierno del Estado y de los municipios; bueno, le entregaron a la Marina casi 200 mdp que los ha usado para construir las hasta ahora fallidas sargaceras, costear la operación y comprar las vallas de contención que ni siquiera han sido colocadas.

Además de las aportaciones del gobierno estatal y municipal para esa estrategia, están financiando la limpieza en tierra, en donde han recolectado el 95% del sargazo que ha llegado a mares y playas de Quintana Roo. 



LA 4T ESTÁ ATRAPADA ENTRE EU Y CUBA

El gobierno mexicano compromete notablemente la independencia del país: Estados Unidos lo usa como policía migratoria, y Cuba lo usa como relevo de Venezuela para financiar al populismo.

"El presidente de México es un gran caballero: me tenía 28 mil soldados en la frontera", dijo Trump al dejar la Casa Blanca. "México aumentó tropas en nuestra frontera", anunció Biden en abril.

"El presidente de México jugará un papel clave de articulación de la nueva unión de América Latina y El Caribe", informó Maduro en La Habana.

Y recientemente, México encabezó oficialmente la CELAC, un grupo de países satélites de Cuba creado por Chávez para fondearlos legalmente a cambio de su voto en la OEA, y extender el populismo.

A través de la CELAC, Peña fue presionado en 2013 para que le condonara a Cuba 500 millones de dólares que la isla le debía a México desde Fox, pero que en más de una década no pudo pagar, pues casi no produce. Está arruinada.

El caso es que, por mucha retórica independentista que se escuche en las mañaneras, México está atrapado en las tenazas de la geopolítica regional:

1.- Con la Casa Blanca, por el T-MEC. Las exportaciones mexicanas hacia América del Norte representan 35 por ciento del PIB de México. Y hoy más, debido al desastre económico registrado por la 4T: cero crecimiento en 2019, y menos 13 por ciento en 2021.

2.- Con el bloque cubano, por las ligazones ideológicas en que se enredó hace décadas la corriente política que gobierna hoy en México. Hasta bien entrado en sus 50 años, fueron a Cuba los únicos viajes del actual mandatario mexicano, salvo una vez a EU.

Encabezar la castrochavista Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños saldrá caro a los ciudadanos mexicanos. Igual que resultó para los venezolanos: en el caso de éstos, acabó en que hoy sea Venezuela el segundo país más pobre del mundo.

Porque la CELAC consiste en financiar a naciones rémoras mediante tratados internacionales como la Agencia Latinoamericana y Caribeña del Espacio, que son fachada legal para hacer llegar dinero a la improductiva Cuba, y asegurar el voto de los otros en la OEA.

Por ejemplo, hay que regalar 400 mil barriles de crudo diarios (que ya Maduro no tiene) a Antigua y Barbuda, Belice, Dominica, Granada, Guyana, Haití, Jamaica, Nicaragua, Dominicana, San Cristóbal y Nieves, San Vicente y Las Granadinas y Surinam.

Mientras que aquí fueron cancelados 109 fideicomisos, cuyos rendimientos eran utilizados en apoyos a científicos, creadores culturales, atletas, becarios, damnificados de desastres naturales...

Sí: para la pueblerina 4T debe ser horrible eso de andar en la geopolítica regional.

Porque está entre la espada.

Y la espada. 



TAXI naranja.



Viajo segura
y con la App
disfruto
mi viaje

Servicio de Taxi 24 hrs. / Seguridad con localización GPS y Video Cámaras 360
Buenos conductores y taxis certificados, Viaja Seguro.

EMOCIÓN EN LA RIVIERA MAYA

Con el Bipa Championship que cerró la temporada 2020-2021 de PGA TOUR Latinoamérica, el destino se consolida como líder para eventos deportivos, en escenarios seguros

Aplazado durante meses por la pandemia, finalmente se realizó el Bupa Championship, el octavo y último evento de la temporada 2020-21 de PGA TOUR Latinoamérica, que esta vez fue en la Riviera Maya, concretamente en Tulum.

Patrick Newcomb se coronó campeón del torneo, pero no la tuvo fácil, pues la ronda final fue de más de seis horas y el estadounidense tuvo que jugar un desempate de dos hoyos con el local Oscar Fraustro.

Con un espléndido escenario, en el campo de Golf PGA Riviera Maya, ubicado dentro del residencial Tulum Country Club, el gran triunfador de 31 años recibió el trofeo de manos del encargado de la Secretaría de Turismo de Quintana Roo, Andrés Aguilar y de Fernando Lledó, director de Bupa México, tras más de 6 horas de juego y un desempate de dos hoyos con Oscar Fraustro, ambos jugadores terminaron los 72 hoyos regulares con globales individuales de 283 golpes, 5-bajo par.



JORNADA SEGURA

Pero más allá del ganador y las emociones en el *green*, lo verdadero importante es cómo poco a poco todos los segmentos de la industria turística van recobrando actividades en el Caribe Mexicano, lo cual sólo es posible gracias a los protocolos estrictos en materia sanitaria, lo cual es reconocido por propios y extraños.

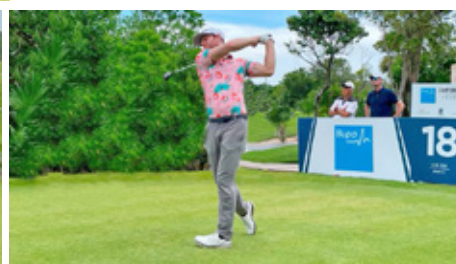
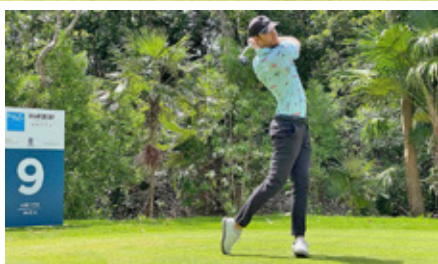
En el tercer lugar finalizó Jeremy Gandon, el cuarto Andrew Allgood y en quinto Ben Cook.

Brandon Matthews terminó el torneo como puntero del listado de puntos, convirtiéndose en el jugador del año y llevándose a casa el trofeo Roberto de Vicenzo.



JUGADOR DEL AÑO

Brandon Matthews terminó el Bupa Championship presentado por Volvo empatando el puesto 33 gracias a un acumulado de 8-sobre par 296. Este resultado le permitió mantenerse como puntero del Listado de Puntos. Sus dos victorias este año en el Puerto Plata Open y en el The Club at Weston Hills Open le otorgaron los honores de Jugador del Año. A casa, el jugador de 26 años se fue con el trofeo Roberto De Vincenzo y condiciones completas para el Korn Ferry Tour 2022.



TOP 5

- 1.- **Patric Newcomb** (EU), 72 hoyos regulares con global de 283 golpes, 5-bajo par.
- 2.- **Oscar Fraustro** (MX), 72 hoyos regulares con 283 golpes, 5-bajo par.
- 3.- **Jeremy Gandon** (Francia), con un total de 286 golpes, 2-bajo par.
- 4.- **Andrew Alligood** (EU) líder de los primeros 54 hoyos de juego
- 5.- **Ben Cook** (EU), con un 74 salió de la contienda por el título.



“Para todos los que conformamos parte de PGA Riviera Maya by Bahia Principe ha sido un gran honor ser sede de este magnifico evento; nos convierte en la única instalación de golf de Latinoamérica que cumple con los estándares y coincide en los ideales de una marca tan prestigiada”

Fernando Padrón
Director de Golf de PGA Riviera Maya

EMOCIONANTE JORNADA

Durante cuatro días se disputó este torneo de 72 hoyos, que cierra la temporada que comenzó en marzo de 2020 con el Estrella del Mar Open en Mazatlán. Justo al concluir aquel evento, la pandemia obligó al PGA TOUR Latinoamérica a interrumpir su temporada por nueve meses, reiniciándola en diciembre de 2020.

En representación del gobernador, el director del Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo, Darío Flota, asistió a la ceremonia de premiación de los 10 mejores jugadores de la temporada 2020-2021.

Felicitó a los organizadores y agradeció la confianza de PGA Tour Latinoamérica. Reconoció el trabajo de todos los que hicieron posible el gran éxito de este evento; los apoyos, la confianza de los jugadores y de todos los que trabajan alrededor.

ORGULLO

Fernando Padrón, director General de golf PGA Riviera Maya, fue el encargado de dar la bienvenida a esta final a todos los invitados, siendo la primera vez que esta final se juega en territorio mexicano.

La premiación se llevó a cabo en el hoyo número 9 del campo ejecutivo de PGA Riviera Maya.

El ganador Patrick Newcomb muy emocionado por este triunfo, agradeció primeramente a su familia, “ya que han sido tiempos difíciles”, a su coach, al superintendente, a todos los que hicieron posible este torneo, al campo de golf PGA Riviera Maya por sus estupendas instalaciones y condiciones del campo, siendo un gran reto para todos los jugadores”. 

CUENTAS CLARAS

Con el respaldo de casi tres décadas, Enrique González lidera un equipo de profesionales en contabilidad que dan servicio a muchas empresas en Cancún



Nació en Puebla, pero desde hace 33 años, Enrique González cambió su residencia al Caribe Mexicano; atraído por la incipiente ciudad y ante la necesidad de obtener ingresos con el desempeño de su profesión, decidió mudarse a Cancún.

De inmediato estableció un despacho contable, a fin de dar servicio a negocios y personas que empezaban a crear negocios, aprovechando la bonanza del destino enfocado a convertirse en uno de los polos turísticos más importantes no sólo del país, sino de América Latina.

Con otras cuatro personas -que aún continúan trabajando con él- formó una sociedad; luego se fueron sumando otros. A la fecha son 18 los que colaboran en la oficina. Por supuesto, en el camino algunos han ingresado y se han ido; “hacemos escuela, vienen practicantes, aprenden y se van; el equipo siempre ha sido dinámico”, señala Enrique.

SERVICIOS

Se especializan en contabilidad, asesoría y auditorías financieras para todo tipo de empresas, tanto para personas físicas como personas morales, sean pequeñas, medianas o grandes; “con nosotros hay de todo, llámese hoteles, constructoras, restaurantes, etcétera”, destaca.

Sin embargo, reconoce que con el paso del tiempo las condiciones han cambiado. Refiere que hasta 2013 se podía hacer auditoría a cualquier cliente que lo solicitara, “pero como cambió la ley, ahora sólo están obligados a dictaminarse los que rebasen ingresos por 100 millones de pesos, entonces con esa determinación pues la autoridad (el SAT) nos quitó esa opción; sin embargo, continuamos brindando auditorías financieras a todos los negocios que se acercan, porque les sirve para conocer su situación fiscal como contribuyentes”.

Subraya que tiene aproximadamente 30 clientes fijos, “más los que se suman, a veces uno o dos al mes”.

IMPACTO Y RECUPERACIÓN

Destaca que en Cancún la demanda de servicios se ha mantenido e incluso a veces aumentado; dice que al principio de la pandemia sí bajo un poco la demanda, pero muchas empresas a las que da servicio siguieron laborando, “entonces no me perjudicó mucho”.

El impacto lo ven al momento que pasan el recibo de honorarios a los clientes, “sí se atrasaron un poco, porque bajaron sus ingresos, pero afortunadamente ha habido trabajo para las empresas y los que dependemos de ellas”.

Reconoce que la competencia es fuerte, conforme la ciudad ha crecido; “hay muchos despachos, entonces a veces se han ido clientes, pero otros han regresado y así es como hemos ido sobreviviendo y superando las etapas difíciles”.

Incluso, dice que la inseguridad, que ha ido en aumento, no les representa muchos problemas; “además, es una situación que no se va a acabar; lo que sí, es que tenemos que tomar medidas, como todos los negocios”.

Para Enrique y quienes trabajan con él, la clave para permanecer como negocio es brindar un buen servicio; incluso, no manejan publicidad; “sólo de boca en boca nos van recomendando”.

“Mi mayor publicidad es el buen servicio que se presta.

Ese ha sido la clave de la constancia en estas tres décadas. Así que mucha gente lo conoce y lo recomienda”.

Además, fue funcionario estatal; de 2012 a 2016 se desempeñó como asesor de la Dirección General de la Auditoría Fiscal del Gobierno de Quintana Roo, lo cual también le abrió muchas puertas.

“La clave para que un negocio como el nuestro permanezca es el buen servicio, brindar confianza y hacer sentir protegido al cliente”.

Enrique González
Contador



29

AÑOS

hace que fundó el negocio, el cual ha permanecido, incluso, con muchos clientes de varios años

33

CLIENTES

fijos atiende al mes, más los esporádicos que se suman en ese periodo



BITÁCORA DE VIAJE XIII

"Aquel que podría haber sido una antorcha y se inclina a ser solamente una cadena, es un desertor."

- José Martí.

¿ Por qué nunca regresaste? – Le pregunté aquella tarde de varias en que le acompañaba a tomarse su coñac y fumar el puro de la jubilación.

- Por... tristeza. – Me miró con esos ojos verdes que contaban historias; que narraban Guernica, el Athletic de Bilbao, la Trasatlántica Española, Veracruz, Nueva York... La Habana. Siempre La Habana. – Quería llevar a tu madre y por una cosa u otra no se podía. Luego, cuando sí se pudo, llegó el 59 y...

- Ya. Los Barbones.

- Eso. Al principio pensábamos "Bah, cambia el poder de manos y el mes que entra, hala, que siga la fiesta", pero no. No sé si Batista era un dictador; probablemente sí. Y los casinos, con la mafia metida de cuerpo entero en el juego y la prostitución. Pero, ¿te digo qué podía hacer el cubano entonces? Elegir. Hoy me dicen que no votan; que las cartas las revisan; que no pueden salir; que todo pa'l Estado. Que la gallina no es tuya, que te la prestan, pero tú la trabajas hasta que se muera; tres huevos pa' Fidel y uno pa'ti. Ese ha sido el gran problema del hombre. Le molesta la libertad del otro. – La nube de humo que sale de su Partagás, lo pierde por un instante en la aromática neblina de otro universo paralelo.

La conversación con mi padre me viene a la mente, como muchos recuerdos más cuando pasas del quinto piso, y se decantan como si esos días y esas noches, hubieran sido míos. El olor a sal y algas podridas del malecón con el viento del norte; la orquesta que se escucha a lo lejos; lo mismo un swing que un chachachá. Descender del Covadonga atracado en el muelle y esperar los abrazos y los brindis de los amigos extrañados. Pero la efeméride pertenece a otro mundo, a otro análisis personal y afectivo que, por muy aparentemente idealizado, existió y es que luego del primero de enero de 1959, el planeta asistió a otro fenómeno de catalepsia histórica y acercó el geopleito de vecindario más próximo de lo que uno de los bandos en pendencia hubiera querido y de paso, creando ciertos contenidos mitológicos contemporáneos interesantes para el microscopio de las ciencias políticas. ¿Alguien dijo bloqueo?

Una de las palabras más reiteradas durante la interminable ristra de discusiones, peleas, insultos y descalificaciones que hicieron arder apasionados debates luego del histórico (en realidad todo es histórico, pero se hace énfasis en la palabra cuando de verdad el tema es de trascendencia cósmica) despliegue social en varias de las ciudades más importantes de Cuba, fue "bloqueo". Y aquí radica parte de esas

fábulas de la guerra fría con las que muchos baby boomers/ Gen X crecimos. La contracultura Hippie, la foto de Korda en carteles y camisetas, el santificado mundo libre defendido por Bond, James Bond o el siniestro e inhumano bloqueo con el que la perversión del imperialismo yanqui ha matado de hambre al pueblo de Cuba y la heroica resistencia de la Revolución. Patria o muerte, ¡venceremos! Así crecimos y así, muchos, gracias al escrutinio de la lectura generosa en bibliografías, las conversaciones, las entrevistas y los viajes fuera del itinerario del turista domesticado, hemos ido rompiendo y deconstruyendo como si creáramos una nueva especie de bestia organizada pacientemente hueso a hueso, músculo a músculo, neurona a neurona. La Historia (con mayúscula), como una ciencia pendiente de su reivindicación. Tal vez el resultado nos guste, tal vez nos choque, sin embargo, es un ejercicio de justicia. Pero el espacio se reduce con cada idea y tan solo como proverbial mosca en la oreja... "Que no." – discutía mi padre. "Eso de bloqueo son chorradas". Ciertamente, la palabra bloqueo es sumamente agresiva; me recuerda a un partido de fútbol americano y probablemente, hablando de la isla caribeña, fuera de la imaginación de quienes lo siguen creyendo, lo hubo durante la crisis de los misiles en el 62 para evitar la llegada de más barcos soviéticos cargados con apocalípticos fuegos artificiales. El resto forma parte de una narrativa en el rejuego ideológico en donde cada participante tiene su muy merecida culpabilidad y protagonismo. Castro, como amo y señor de la Revolución, decidió al confiscar empresas norteamericanas, que serían expropiadas para el bien del pueblo y nunca pagó indemnización. El castigo fue, palabra distinta, connotación distinta, un embargo económico que se suaviza durante las administraciones "demócratas" en Estados Unidos, como sucedió durante la era de mayor acercamiento en años con Obama. ¿Con esto estoy intentando exculpar a la Unión Americana? Muy lejos de eso. El embargo ha generado daños por cerca de 125 mil millones de dólares a la economía insular. Pero no nos equivoquemos: Estados Unidos es el quinto socio comercial de la isla. Cada año envía miles de toneladas de alimentos, además de las remesas que mandan los exiliados; unos mil millones de dólares al año. ¿Cuál bloqueo?

Siento que en cualquier momento mi editor hará efectivo un bloqueo a mi persona, así que les dejo con estos datos, una pausa y la promesa de continuar. Cuba es tan nuestra, que apasiona; tan necesaria, como un órgano insustituible a nuestra fisiología histórica y cultural. Dejamos la pausa fijada en Benny Moré, mientras mi padre sigue disfrutando su tabaco de Vuelta Abajo; más allá del humo, el capitán anuncia el contorno. "Hemos Llegao". 



17
seminarios
virtuales para
agentes de
viajes de 14
países realizados
por el CPTQ

DESTINOS MUY ACTIVOS

Aprovechando las oportunidades en esta etapa de recuperación, instancias turísticas multiplican promoción del Caribe Mexicano; sin embargo el WTTC advierte que los viajes internacionales dependen del avance de las vacunas

Como parte de los esfuerzos de recuperación, en este 2021 el Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo (CPTQ) mantiene un intenso plan de acción enfocado en atraer más turistas a los destinos turísticos del Caribe Mexicano, a través seminarios virtuales, campañas publicitarias y participación en ferias y eventos.

Como parte de las acciones realizadas durante el primer semestre de este año, desde el área de promoción, en conjunto con IHeart Media, se pautó una campaña enfocada al mercado estadounidense, transmitiéndose 6 millones de comerciales del Caribe Mexicano en streaming de video, impactando a 1.4 millones de hogares.

DE LA VISTA NACE EL AMOR

Desde el área de Ferias y Eventos, la Dirección de Promoción realizó 17 seminarios web a través de los cuales se ofrecieron presentaciones del Caribe Mexicano y sus destinos a 1,123 agentes de viajes nacionales e internacionales, abarcando los mercados de Estados Unidos, Canadá, España, Portugal, Alemania, Austria, Suiza, República Checa, Francia, Costa Rica, Colombia, Guatemala y Ecuador.

Además, con la colaboración de la misma Dirección, se logró el alcance de 1,144 visitas a los espacios digitales del Caribe Mexicano en distintas plataformas. De igual manera, se retomó la participación presencial en dos ferias y dos eventos



más, durante las cuales se atendieron 142 citas de negocios.

Por su parte, el área de Relaciones Públicas ha tenido un semestre muy activo en el que ha atendido a 70 periodistas, influencers y agentes de viajes nacionales e internacionales - algunos provenientes de mercados como Estados Unidos, Canadá, Portugal y Azerbaiyán - gestionando y operando 26 viajes de familiarización en el Caribe Mexicano, de los cuales hasta el momento han resultado en más de 1,200 artículos publicados, con un valor editorial alrededor de \$2,500,000 de dólares.

La suma de esfuerzos es, sin duda, la mejor estrategia para mostrar las bondades de nuestros 12 destinos, siendo relevante reconocer el apoyo y la disposición por parte de los socios comerciales, hoteleros y prestadores de servicios en la labor de promoción.

ENFOQUE EN MERCADO DE EU

Por su parte, en radio, se transmitieron 967 spots de Cancún, Riviera Maya y Cozumel, con un alcance de 4.5 millones de personas; ambas campañas se enfocaron en las ciudades



ALIANZAS ESTRATÉGICAS

El CPTQ realizó cuatro campañas de promoción a favor de socios estratégicos, todas ellas lanzadas en Estados Unidos:

- TV Digital / Video - Streaming con Iheart Media a favor del tour operador Liberty - GoGo para los destinos de Cancún y Riviera Maya.
- Radio con Iheart Media a favor de Sun Country, en la zona urbana de Minneapolis mediante 130 spots de Cancún, Riviera Maya y Cozumel.
- Digital con Sojern a favor de American Airlines, llevándose a cabo durante tres meses a favor de los destinos Cancún, Riviera Maya y Cozumel.
- Campaña cooperativa con Travel Leaders Network, a favor de todos los destinos del Caribe Mexicano con eventos de capacitación virtuales y presenciales para agentes de viajes y campañas digitales y tradicionales.



de Nueva York, Dallas, Houston, Philadelphia, Chicago y Minneapolis.

Entre noviembre de 2020 y enero de 2021 se corrió la campaña con CNN en una estrategia multiplataforma que incluyó la red de pantallas de los principales aeropuertos de Estados Unidos y plataformas digitales de CNN International, alcanzando a más de 16 millones de viajeros en Estados Unidos y generando 23 millones de impresiones. En esta campaña destaca el artículo de Grand Costa Maya, el cual obtuvo la mayor interacción entre los usuarios.

A su vez, con el objetivo de inspirar a los viajeros de Estados Unidos a visitar y fortalecer la imagen de los destinos de Cancún, Riviera Maya y Cozumel, se corrió una campaña digital durante cuatro meses (febrero a mayo) en ciudades estratégicas (Dallas, Chicago, Houston, Atlanta, Los Angeles, Nueva York, San Francisco, Phoenix, Miami) vía Programmatic (software e inteligencia artificial para publicidad en medios digitales) y que, gracias a los banners, resaltó la diversidad de experiencias y actividades que se pueden disfrutar en cada uno de ellos.

El total de impresiones esperadas era de 7,142,856, logrando al final de la campaña un total de: 7,785,188. Algunos de los medios participantes fueron: Travel & Leisure, Washington Post, US News, Bon Voyage, Univisión, Condé Nast Traveler, Harpers Bazaar, NY Post, entre otros.

VIAJES RETRASADOS POR VACUNAS

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés) aseguró que el reinicio de los viajes internacionales podría retrasarse seriamente sin el reconocimiento recíproco mundial de todas las vacunas contra el Covid-19 aprobadas.

El organismo mundial que representa al sector privado de viajes y turismo emitió su advertencia tras las preocupaciones de que los turistas se enfrenten a ser rechazados en las fronteras, porque los países no tienen una lista común de vacunas reconocidas y aprobadas internacionalmente.

En las últimas semanas, los informes de turistas que

enfrentan obstáculos para la entrada a diversos destinos han ido en aumento, e incluso se les ha impedido abordar sus vuelos. Esto ha generado la desconfianza de los consumidores, disuadiéndolos de reservar, dañando al sector de viajes y turismo.

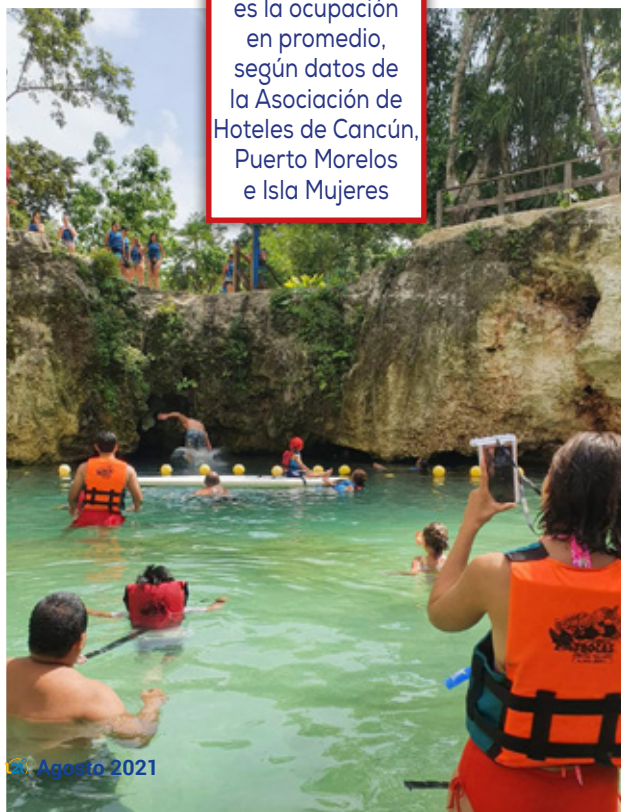
La petición de reconocimiento recíproco de todas las vacunas y lotes de vacunas forma parte de las cuatro nuevas directrices del WTTC, cuyo objetivo es reanudar de forma segura la movilidad internacional y salvar los millones de puestos de trabajo y medios de vida que dependen de viajes y turismo, al tiempo que se inicia la recuperación económica mundial. 

VACACIONES SEGURAS



58%

es la ocupación en promedio, según datos de la Asociación de Hoteles de Cancún, Puerto Morelos e Isla Mujeres



En Puerto Morelos refuerzan los protocolos para brindar garantías sanitarias a visitantes y prestadores de servicios turísticos en este verano

Con un trabajo en equipo entre gobierno, iniciativa privada y ciudadanía, en Puerto Morelos se fortalecen las medidas sanitarias, con el objetivo de poder otorgar seguridad en salud a los visitantes y trabajadores de la industria turística en la actual temporada vacacional de verano.

Al respecto, el secretario municipal de Desarrollo Económico y Turismo, Héctor Tamayo Sánchez, refirió que es primordial cumplir de manera estricta con los protocolos que se han establecido, como son uso obligatorio de cubrebocas, gel antibacterial y sana distancia, así como respetar aforos en establecimientos, para evitar que surjan brotes de coronavirus en el municipio, ahora que han subido los contagios en el estado.

Indicó que la ocupación promedio de acuerdo con la Asociación de Hoteles de Cancún, Puerto Morelos e Isla Mujeres, ha sido del 57.3 por ciento, teniendo algunos días de uno o dos puntos porcentuales arriba y con buenas expectativas para el destino para las próximas semanas.

"Estamos viendo un gran movimiento de visitantes que están llegando a los destinos de Quintana Roo, entre ellos Puerto Morelos, ya que el aeropuerto internacional de Cancún registró alrededor de 500 operaciones por día este fin de semana, con mayor número de llegadas internacionales, principalmente de Estados Unidos, que es nuestro principal mercado", destacó.

MUCHO QUE OFRECER

Comentó que el destino cuenta con una amplia diversidad de atractivos que se promueven por medio de las platafor-



“Hoy Puerto Morelos está de pie para la temporada vacacional de verano. El llamado que estamos haciendo es promover un periodo vacacional responsable, es decir, que todos cuidemos de todos para hacer frente a la enfermedad y avancemos en la reactivación económica”.

Héctor Tamayo
Srio. municipal de Desarrollo
Económico y Turismo

mas digitales especializadas de la industria de la hospitalidad, junto con el Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo.

“Somos el principal destino de aventura de México, gracias a los atractivos que se ofrecen en la Ruta de los Cenotes y el arrecife mesoamericano”, recordó Héctor Tamayo.

“Queremos apostar a seguir con la reactivación económica que está beneficiando a los prestadores de servicios turísticos y por ende a las familias de este municipio, por ello reforzamos los llamados a todos los visitantes y residentes a cuidarnos a través de la colocación de avisos en puntos estratégicos para cumplir con las reglas de higiene y también con los jóvenes del programa estatal de ‘Gorras y Chalecos Amarillos’ que nos invitan a portar correctamente cubrebocas y de obsequiar uno a quien no lo porte”, abundó.

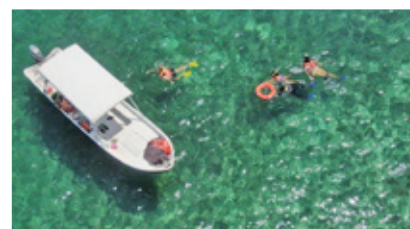
Aseguró que seguirán atentos a los lineamientos que se van teniendo, de acuerdo con el semáforo epidemiológico, que marca la ocupación tope y los aforos permitidos en las actividades turísticas y gastronómicas que se desarrollen en Puerto Morelos y el resto de destinos del Caribe Mexicano.

LÍDER EN AVENTURA

Por otro lado, Puerto Morelos busca refrendar, por tercer año consecutivo, el galardón de Mejor Destino de Aventura de México, en la edición 28 de los World Travel Awards, también conocidos como los “Oscar del Turismo mundial”, que premian la excelencia en todos los sectores de la industria de la hospitalidad a nivel global.

Este polo vacacional del Caribe Mexicano ya fue premiado en 2019 y 2020, lo que le ha permitido posicionarse en los principales mercados turísticos de aventura del orbe, sobre todo de Norteamérica, gracias a la amplia variedad de atractivos que ofrece como el Arrecife Mesoamericano y los más de 20 parques ecoturísticos enclavados en la Ruta de los Cenotes, los cuales laboran con estrictos protocolos sanitarios para proteger la salud de los visitantes y de los trabajadores.

En esta edición 28 del certamen, el destino compite con Cozumel, Quintana Roo; Jalcomulco, Veracruz; La Paz, Baja California Sur, y Puerto Escondido, Oaxaca. 



GRACIAS POR TU DONATIVO

BANAMEX

CUENTA: 7013 866024

SUCURSAL: 7013

CLABE: 002 691 701 308 660 243

A NOMBRE DE :

PRELATURA DE CHETUMAL A R

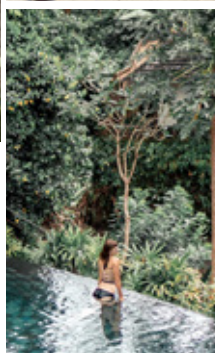
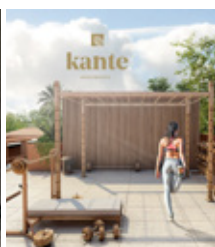
**¡DIOS BENDIGA
TU GENEROSIDAD!**



Diócesis de
Cancún-Chetumal
“Una misión que nos toca a todos”



Con fuerte presencia en importantes destinos turísticos, Levy Holding hace una nueva apuesta en la Riviera Maya, con Kanté, un desarrollo inmobiliario en Tulum



**10
AÑOS**

respaldan a Levy Holding, pues inició operaciones en 2011, para desarrollar proyectos dirigidos al sector residencial, comercial, empresarial y turístico.

CONFORT EN MEDIO DE LA SELVA

A pesar de que ha sido fuerte el impacto por la crisis generada por la pandemia, Quintana Roo cuenta con las condiciones necesarias para que el sector inmobiliario vaya al alza, debido al auge y la alta demanda residencial de destinos como Tulum, pues ofrece a los desarrolladores y compradores, propiedades que garantizan un buen retorno de inversión, desarrollo sostenible, además de un gran estilo de vida dentro de un ambiente de lujo rodeado de la impactante naturaleza de la selva a unos pasos de las costas del Caribe Mexicano.

Ejemplo de ello, es la firma Levy Holding, que confirmó su presencia en el estado a través de Kanté, un lujoso proyecto en desarrollo con miras a iniciar operación en agosto 2022.

Esta firma jalisciense cuenta con un *stock* de 15 proyectos que forman parte de Levy Holding, que se localizan en la Riviera Maya, Jalisco, Ciudad de México y Riviera Nayarit, por lo que el anuncio de este nuevo desarrollo demuestra su compromiso con la región y con el crecimiento de la industria inmobiliaria en el país.

Además, cada una de las amenidades dentro del desarrollo impulsa la sustentabilidad, un elemento que se ha posicionado como factor clave en la zona, pues sólo cuidando el entorno pueden llevarse a cabo proyectos que den mayor visibilidad a este tesoro del Caribe Mexicano.



EL MAYOR RENDIMIENTO

Ubicado en Aldea Zama, se trata de un proyecto residencial diseñado para inversionistas en bienes raíces. Entre los beneficios que ofrece se encuentra el servicio HEI Community*, a través del cual el propietario cuenta con la opción de administrar y gestionar su departamento bajo un esquema condo hotel, obteniendo un ingreso por las rentas vacacionales.

INSPIRACIÓN MAYA

■ Kante, conocido por los mayas como el árbol que recibe luz y agua, es la referencia de inspiración para este proyecto.

■ Así como los ancestros disfrutaban de grandes beneficios gracias a los majestuosos follajes, que ofrecían sombra a su descanso, cada uno de los espacios que comprenden el desarrollo está hecho para dar paz y armonía a quienes lo habitan.

■ Estilo contemporáneo, sobrio e innovador; cuenta con una ubicación privilegiada dentro de Aldea Zama, uno de los complejos más exclusivos de Tulum, y representa la fusión perfecta entre arquitectura y naturaleza.

mercado, proyecciones financieras, monitoreo de mercado, entre otras utilidades. Gracias a esta útil herramienta decidimos invertir en Tulum”, comentó Agustín Levy Chaparro, presidente ejecutivo de Levy Holding. 

Reporte Washington

Rubén Olmos Rodríguez
Analista y Consultor Internacional
Twitter: @rubenolmosr



EL REGRESO DE AMÉRICA DEL NORTE

La economía estadounidense se recupera de manera robusta a escasas semanas del fin de lo que fue la peor etapa del Covid-19. La buena noticia es que esta recuperación contagia de manera positiva a sus dos vecinos. Empresas y consumidores en Estados Unidos están comprando más productos de nuestro país y de Canadá, los migrantes mexicanos están enviando cifras récord de remesas a sus familias y los turistas de los tres países están al alza -los mexicanos para ir a vacunarse y ellos, principalmente los estadounidenses, para salir de vacaciones a México después de un largo encierro.

Estas noticias obligan a los funcionarios de los bancos centrales a cambiar sus pronósticos de crecimiento para 2021. Se estima un crecimiento del 6% del PIB para México y 6.5% para el caso de Canadá; este cambio se da en gran medida debido al impulso de la economía estadounidense. El paquete de \$1.9 trillones de dólares aprobado por el Congreso de EUA en marzo para estimular la economía y dar espacio a la recontratación de personal, tendrá un impacto de medio punto del PIB en cada una de las tres economías, según la OCDE.

Esta bonanza es gracias al rico intercambio comercial en la región del TMEC, que justo en junio celebró el primer año de su entrada en vigor después de tortuosas negociaciones en la era de Donald Trump. En estos primeros 12 meses, Estados Unidos importó de México y Canadá un 3 y 5% más con respecto a 2019 y en lo que va del presente año esta cifra se incrementó en 30 y 29%, respectivamente.

Ciudadanos de los tres países consumen mucha langosta, embutidos, carne y miel canadiense y la construcción de hogares en Estados Unidos tiene un alto contenido de productos maderables provenientes de muchas provincias de Canadá. En cuanto al ensamblaje de vehículos de las tres principales compañías de autos estadounidenses (Ford, GM, Chrysler) la cadena de producción cruza en promedio tres veces las fronteras de los tres países.

En lo que respecta al turismo, los estadounidenses nunca dejaron de viajar a México en los peores meses del Covid-19. Sólo Quintana Roo tiene conexión directa con más de 45 aeropuertos en Estados Unidos; no se conoce otro destino turístico en el mundo que tenga tantos vuelos directos. Las principales cadenas hoteleras en Estados Unidos y Canadá continúan abriendo hoteles y hay planes más en los próximos 5 años, a pesar de una pobre estrategia de turismo por parte del gobierno federal en México.

Los canadienses ahí van también; levantó las restricciones de viajes entre Estados Unidos y Canadá para todos los vacunados; es previsible que Canadá abra también sus fronteras para mexicanos que disfrutaban estudiar y viajar de placer en las ciudades canadienses. En cuestión de cruceros, Miami y Cozumel están abiertos y Canadá anunció su apertura para invierno.

En conclusión, América del Norte es por mucho una de las regiones que más rápido se recuperó de los efectos negativos de la pandemia. Viena ahora el gran reto de construir una agenda trilateral que nos permita aprender a navegar juntos futuras pandemias y retos. Parece haber interés de Biden y Trudeau de reunirse en un futuro cercano, ¿compartirá el presidente de México esta urgencia? 

LUJO SUSTENTABLE



A través de diversas iniciativas y programas, Chablé Hotels apunta a convertirse en la primera marca de hospitalidad de lujo en México, con hoteles completamente sustentables

Con la idea de ofrecer experiencias inmersivas únicas, bajo la premisa de rendir honor al pasado, abrazar el presente y dar forma al futuro, Chablé Hotels es una marca mexicana sostenible de hoteles boutique de ultralujo.

Su sello distintivo consiste en vivir en armonía con la naturaleza, respetar los ritmos propios de la vida y enaltecer culturas y tradiciones atemporales. Es por ello que están entusiasmados por compartir los innovadores programas que han implementado para lograr sus objetivos de huella de carbono cero y autosostenibilidad.

Pioneros en redefinir el bienestar en el mundo de la hospitalidad de lujo, esta cadena puede presumir que se fundó sobre los cimientos de su preciado pasado.

ARQUITECTURA CON PROPÓSITO

Apelando a un diseño que parte de una relación simbiótica con el medio ambiente, las propiedades Chablé fueron construidas de forma sustentable para convertirse en una extensión de los paisajes y las culturas de cada región en la que se encuentran.

Para el proyecto detrás de Chablé Yucatán, por ejemplo, se reutilizaron materiales provenientes de una hacienda del siglo XVI, dándole un nuevo propósito a enormes muros y piedras para la creación de edificaciones contemporáneas –como las casitas, villas y restaurantes–.

En el diseño de los interiores, las raíces y troncos de árboles caídos fueron reesculpidos como muebles únicos en su tipo, ubicándolos en cuartos y espacios de la hacienda para aprovechar su inherente belleza orgánica.

En Chablé Maroma, un hermoso santuario de bienestar enclavado en el mar, algunos elementos fueron diseñados utilizando materiales propios de la península, como las columnas soporte, creadas con troncos de árboles de zapote y chaca; y las terrazas, áreas comunes y pasillos, con madera de parota tropical.

Todo esto con el propósito de minimizar el impacto en la región, resguardando los manglares y las capas freáticas de la zona.

SIRVIENDO A LA COMUNIDAD

Chablé Hotels forma parte, además, de programas comunitarios que apoyan y promueven a sectores como el de artistas mexicanos y artesanos locales, responsables de crear piezas y colecciones textiles originales que reflejan la cultura cosmopolita y el sofisticado estilo de esta zona del país. Estos



REDUCIDO IMPACTO AMBIENTAL

Como parte del esfuerzo por alcanzar una huella de carbono cero, tienen innovadores programas:

- Preservación de la vegetación de la zona
- Reducción de desperdicios
- Reciclaje de recursos
- Limpieza de la playa y del sargazo
- Cuidado y mantenimiento de arrecifes
- Reforestación de manglares





Desde el camerino

Alejandro Rosel
Comunicador y conductor
Twitter: @AlejandroRosel7



LAS ENSEÑANZAS DEL COVID-19

Para: EMDI, MI AMOR INFINITO

El 2020 y lo que va de 2021 nos han dejado muchas enseñanzas. Algunos las han dejado pasar y otros ya viven con ellas como un ejemplo de lo que se puede y no hacer. Al inicio de la pandemia y en los peores momentos tuvimos que guardarnos y aprender a estar juntos en casa todo el día; posteriormente trabajar desde casa, casi todos montamos un área destinada para trabajar y también para la escuela, tuvimos que adaptarnos a no tocar, no saludar de mano, no abrazar; eso creo fue lo más difícil. Hubo más, por supuesto, hacer ejercicio en la sala, comedor, cocina o en el mejor de los casos, en el patio. Aprendimos a comprar todo en línea o mediante aplicaciones, alimentos, bebidas, ropa, calzado, accesorios y muchas cosas más. Ahí nos dimos cuenta que las cosas podían ser diferentes.

Tiempo después, al llegar el año de estar así, las cosas volvieron a complicarse y hoy están peor, no sólo en casos, sino porque ya las personas estaban cansadas de la llamada "Nueva Normalidad" y que hoy nos está ocasionando que la tercera ola además de durar mucho, traiga consigo más casos. La recuperación económica está en marcha y sin duda no se puede detener. Hoy hemos aprendido muchas cosas, pero nos ha faltado aprender muchas más y es normal, es un proceso, que ahora parece más lento que al inicio, convivir con el virus y retomar nuestras vidas.

La vacunación avanza lentamente y eso nos obliga a tener que ser más estrictos en nuestro actuar.

El verano llegó y muchos decidieron olvidarse que aún hay pandemia. ¿Qué tan difícil es para ti aguantar un poco más? ¿qué tanto te importa contagiar a tus papás, hermanos y abuelos y perderlos? Te dejo estas dos interrogantes y te invito a reflexionarlas.

Que el camino sea divertido y exitoso. Hasta la próxima. #EMDI

programas crean un doble beneficio, se generan empleos y representan ingresos constantes para los habitantes de la región.

Gracias a su colaboración con una fundación mexicana, las hábiles manos de las mujeres originarias de Muul ich son las responsables de crear la colección textil para Chablé Yucatán.

Sus diseños son el símbolo de la tradición e historia del lugar; un reflejo de técnicas y culturas ancestrales expresadas a través de piezas hechas a mano, hilos, colores y telas.

Por otra parte, algunas maderas locales provenientes de Yucatán fueron integradas al diseño de la colección por medio del trabajo de artesanos expertos, quienes la transformaron y elevaron hasta convertirlas en diseños irrepetibles.

RECONOCIMIENTOS CHABLÉ MAROMA

- Travel & Leisure: The Top 5 International Spas 2020
- Mexico & The Caribbean by CNT
- Best New Hotels in The World: Hot List 2019
- Condé Nast: Top 20 Resorts in Eastern Mexico 2019
- Best In Mexico - Playa del Carmen 2019
- Wine Spectator: Award of Excellence 2019

CHABLÉ YUCATÁN

- Travel & Leisure: The Top 5 International Spas - 2020
- Condé Nast: The Best Hotels & Resorts in Mexico & South America 2019
- Elite Travel: Top Three Spa Resorts in the World 2019
- Spa & Wellness MexiCaribe: Luxury Resort Spas - 2019
- Luxury Lifestyle Magazine: Best Hotel in North America - 2019
- Travel & Leisure: Top 5 International Destination - 2019
- U.S News & World Report: Best Hotels In Mexico - 2019

COSECHA ORGÁNICA

Tanto Chablé Maroma como Chablé Yucatán tienen jardines llamados K'anches, de los cuales se cosechan hierbas aromáticas como menta, chiles y una selección de vegetales y especias de temporada que utilizan en restaurantes y spas.

También producen su propia mantequilla, salsas, mermeladas, mayonesa, pan y helado, incluyendo la miel de abeja melipona sustraída directamente de su granja de esta especie endémica.

Aquellos productos que no pueden producirse directamente en sus propiedades se obtienen de productores locales con valores afines a Chablé Hotels, lo cual propicia un intercambio económico que beneficia a la comunidad de cada zona.

Adicionalmente, el pescado que se sirve en sus propiedades es 100% sustentable, ya que proviene de granjas certificadas que tienen los más altos estándares de operación, así como de pescadores locales de Progreso, un puerto ubicado a las afueras de Mérida.

Los residuos orgánicos son reutilizados como composta para los jardines y otras áreas de cultivo dentro de los hoteles.

Todas sus propiedades han eliminado también los plásticos de un solo uso, incluyendo los popotes, que ahora están hechos de semillas de aguacate; y todas las bolsas utilizadas para sus boutiques y tiendas, están confeccionadas de almidón de maíz biodegradable.

Además, las experiencias gastronómicas fueron diseñadas por el afamado chef Jorge Vallejo, cuyo restaurante Quintonil en la Ciudad de México ha sido galardonado varias veces como uno de 'Los 50 mejores restaurantes del mundo'. 



“El sentido de comunidad es algo que las personas añoran al estar lejos del hogar, y cuando estás en una ciudad que no es la tuya, la oportunidad de conocer personas como tú se vuelve algo invaluable. Queremos crear experiencias únicas con un propósito más humano”.

Maricarmen Herrerías
Cofundadora de Casai



HOSPITALIDAD PARA NÓMADAS DIGITALES

La nueva membresía Casai Club ofrece experiencias más personalizadas y la posibilidad de conectar con una gran comunidad de viajeros de todo el mundo

Con el fin de ofrecer una experiencia auténtica para las personas que llegan a la capital del país, Casai, startup tecnológica de hospitalidad, presentó su más reciente lanzamiento, el Casai Club: una membresía disponible para todos sus huéspedes que les permite acceder a beneficios adicionales durante su estadía y los conecta con una comunidad de viajeros, nómadas digitales y expatriados.

De origen mexicano, esta empresa nació en 2019 como una startup tecnológica, con una amplia gama de alojamientos en las colonias más cosmopolitas de la Ciudad de México, como Condesa, Roma Norte, Polanco, Juárez y Cuauhtémoc, que destacan por su diseño único y la integración de *smart technologies*.

EXPANSIÓN EN EL PAÍS Y EL MUNDO

Tras dos años de expansión a destinos que incluyen Valle de Bravo, Tulum, Riviera Nayarit e incluso Brasil, donde ya opera en São Paulo y Río de Janeiro, la compañía inauguró este nuevo concepto que busca mejorar la experiencia de sus huéspedes, pero sobre todo les da acceso a una comunidad de viajeros de todo el mundo.

Uno de los principales beneficios del Casai Club es el acceso a un punto de encuentro exclusivo en el corazón de la Roma Norte: el Casai Club Lounge, un espacio en donde sus huéspedes podrán esperar o dejar su equipaje mientras realizan *check-in*, o relajarse antes de su vuelo después del *check-out*.

Además, este lugar está habilitado para que sus miembros



que necesitan más que un escritorio para trabajar lo puedan hacer, con espacios para coworking, cabinas telefónicas insonorizadas y *Wi-Fi* de máxima velocidad. De igual manera, podrán disfrutar *snacks*, bebidas de cortesía como cervezas artesanales, vino, té o café, experiencias especiales como catas de mezcales de productores locales, y hasta el préstamo de bicicletas para tener una movilidad más sostenible.

“Lo que buscamos es elevar la experiencia de nuestros huéspedes. Este proyecto nos permitirá pasar de ofrecer una gran vivencia a otra aún mejor, más personalizada; con información directa de lo que nuestros huéspedes prefieren al viajar, lo que necesitan para sentirse como en casa y sobre todo para conectarlos con más viajeros”, mencionó Maricarmen Herrerías, COO y cofundadora de Casai.

De acuerdo con datos de la compañía, los miembros del Casai Club priorizan espacios con vistas a la ciudad, diseños modernos, sistemas de seguridad 24/7 y *Wi-Fi* de alta velocidad; con este tipo de servicios, Casai continuará creciendo su oferta de unidades.

400

departamentos y casas opera esta startup en México. Empezó en la Ciudad de México pero ya se expandieron hasta Tulum, e incluso a Brasil

Al buen entendedor

Sergio González Rubiera
Presidente de la AMAV Quintana Roo
• sgrubiera@acticonsultores.com



ASUNTOS FEDERALES QUE AFECTAN AL TURISMO

(PARTE 1)

Carta al presidente de México, Andrés Manuel López Obrador

Sirva la presente para llamar su atención a una serie de asuntos que atañen al desarrollo y avance de la industria turística, particularmente en Quintana Roo.

El turismo pudiera ser, sin dudar, una enorme alternativa de desarrollo económico para México, que al tiempo que genera divisas, empleos e intercambio cultural, entre otros beneficios, pudiere colocarlo a usted como un líder con tremenda visión del futuro, toda vez que el turismo seguirá creciendo exponencialmente en el mundo, por sobre otras industrias a pesar de la actual pandemia epidemiológica.

En México seguimos enfrentando enormes retos, barreras y obstáculos que dificultan la actividad y que inhiben a la competitividad; retos que usted nos puede ayudar a resolver si existe la voluntad, la visión y el deseo de apoyar a esta noble industria.

Algunos de los retos y obstáculos han sido largamente expuestos en anteriores administraciones, sin que a la fecha hayan sido resueltos a cabalidad. Entendiendo que es esta la época de la Cuarta Transformación, por eso me permito enviar a usted un documento que aglutina asuntos del ámbito federal que constituyen los obstáculos que inhiben la competitividad, por lo menos en Quintana Roo, que acoge a los más importantes y significativos destinos turísticos de nuestro país, aunque algunos de ellos pudieran tener incidencia en otros estados.

Ruego a usted se sirva dar lectura de lo expuesto y en con-

secuencia girar instrucciones a los miembros de su gabinete para que con celeridad den respuesta a tan sentidos reclamos, para contribuir de manera significativa a una mejora integral de la industria turística y con ello a la mejora sustancial en la calidad de vida de muchos mexicanos, muchos que aún viven en la pobreza y que pudieran encontrar en el turismo mejores oportunidades de desarrollo.

I SARGAZO

El fenómeno natural ha sido motivo de análisis y discusiones que han llevado incluso a realizar una cumbre entre los países del Caribe y otros afectados; ha sido reconocido como grave por expertos, científicos y mandatarios de diversos países y si bien no se han encontrado soluciones de fondo, se ha reconocido el enorme impacto que podría tener y eventualmente ha tenido en la actividad turística, en los arribos de turistas, en las ocupaciones hoteleras y en el medio ambiente.

Sin embargo, a pesar de ese reconocimiento internacional y de la afectación demostrada en Quintana Roo, el Gobierno de México lo ha soslayado. No se han destinado ni recursos ni estrategias para su estudio, contención y eventual recolección.

No se ha entendido que siendo las playas uno de nuestros mayores atractivos y en consecuencias generadoras de derrama económica, deberían permanecer limpias y atractivas para quienes nos favorecen con su visita.

Si el sargazo invade las playas, nuestros destinos turísticos simplemente pierden competitividad.



¡APADRÍNAME!

**DESDE \$50 PESOS PUEDES
SUMARTE A LA EDUCACIÓN.**

VER CRECER A LA COMUNIDAD ESTUDIANTIL
Y APOYAR A QUIEN MÁS LO NECESITA.



paola@ciudadalegria.org.mx





ESPECTÁCULO GASTRONÓMICO

Rodeados de exuberante selva, Bhanu Sky Kitchen es una propuesta de creaciones únicas al carbón y a las brasas

Un ambiente bohemio y una impresionante cocina expuesta, que parece flotar en la infinita selva esmeralda de la Riviera Maya, Bhanu Sky Kitchen es un novedoso restaurante de autor, situado en el rooftop del hotel Kimpton Aluna Tulum.

Su nombre viene del sánscrito y significa “sol”, desde la extensa barra que atraviesa el restaurante, los comensales pueden disfrutar de un espectáculo gastronómico incomparable en el que el chef Alejandro Daboub y su equipo de cocineros

expertos realizan creaciones únicas al carbón y a las brasas ante sus ojos.

La terraza que alberga al restaurante presume una enorme palapa que, combinada con elementos decorativos de metal, madera y ladrillo, la hacen acogedora e invitante.

El variado menú de Bhanu Sky Kitchen juega con muchos ingredientes, desde pescados y mariscos hasta cortes de carne con sabores que sorprenden por su preparación.

Los platillos imperdibles son los esquites de langostino



PROFESIONAL EN LA COCINA

La gastronomía en Bhanu Sky Kitchen es liderada por el Chef Alejandro Daboub:

- Graduado de Les Roches (Universidad de Dirección Hotelera, campus Marbella, España), donde cursó la carrera de Administración de Empresas con Maestría en Dirección de Marketing.
- El primer restaurante de su autoría fue Dabbo, en Madrid.
- En la Ciudad de México abrió el restaurante NoM, en el corazón de la colonia Polanco, desempeñándose como chef ejecutivo.



con mayonesa kiwpie de su coral, el rol de langosta al carbón, mantequilla yuzu y wipie, el pulpo Baalbak cocido en hoja de plátano al carbón, hasta los jugosos cortes como Tomahawk y picaña Wagyu.

Por supuesto, como todo buen espacio gastronómico, las dulces tentaciones no pueden faltar, por lo que las texturas de foie y chocolate o la tarta vasca de queso quemado son perfectas opciones para cerrar con broche de oro.

¡SALUD!

Cuenta con una original carta de coctelería, en la que destaca el coctel de la casa "Bhanu", a base de whiskey y Aperol.

Su extensa variedad de vinos está seleccionada minuciosamente por Luis Morones, Wine Manager Sommelier de Grupo Presidente.

Cualquiera de estas opciones puede disfrutarse en el bar lounge o directamente en el restaurante.

El restaurante está abierto para huéspedes y visitantes externos de martes a domingo de 17 a 23 horas y de jueves a sábado es posible disfrutar del DJ que ameniza este espacio con concepto chill-out.

Para Kimpton Hotels y Grupo Presidente, la experiencia gastronómica de sus clientes juega un papel primordial; es por eso que Kimpton Aluna Tulum, cuenta con dos restaurantes de primer nivel in-house que deleitarán hasta los paladares más exigentes, invitándolos a disfrutar de una travesía sensorial inolvidable.



Sin gafete

Por Isabel Arvide

Periodista y escritora

Twitter: @isabelarvide Blog: EstadoMayor.mx



EL FRACASO DE LAS PROHIBICIONES

Llevamos casi 18 meses de pandemia, hemos sumado muertos y enfermos cada día, se han magnificado las realidades del coronavirus en todos los medios de comunicación. Sin embargo, el gobierno ha fallado enormemente en la concientización de la responsabilidad individual.

En el juego de "echarle la culpa al gobierno", de "pegarle al Presidente López Obrador", se les ha olvidado hacerles saber de manera eficiente, con manzanas y colores, con claridad, que la enfermedad es, sobre todo, responsabilidad individual.

Con las excepciones de quienes se han visto obligados a trabajar, quedarse en casa sigue siendo la medida por excelencia. No quieres contagiarte, no salgas. No busques el contacto social que aumenta exponencialmente las posibilidades de enfermarte. Utiliza cubrebocas de forma correcta. Esto tendría que ser el primer, el gran paso para vencer en la medida de lo posible al coronavirus.

Al contrario de incidir en la responsabilidad social, individual, las medidas de "control" van a provocar que aumenten los contagios. Porque en la mente del mexicano pedir un comprobante, de lo que sea, un papel oficial, para tener acceso a algún lugar, para poder hacer algo, es el equivalente a conseguir uno falso.

Si en Quintana Roo todo consiste en mostrar un papelito, lo que habrá será papelitos falsos, lo que habrá será negligencia entre quienes deben exigirlos, y corrupción, mucha corrupción. La enfermedad, el contagio, habrá pasado a segundo plano, dejará de ser real.

El gobierno de Carlos Joaquín ha fracasado en la comunicación, en todos los ámbitos. La gente sabe poco y entiende menos de los objetivos de su gobierno, de sus logros, de lo que se ha avanzado. No ha sabido ni querido comunicar en qué se traducen, en la vida de cada uno, las acciones de gobierno. Y en el tema del coronavirus, pese a pagar campañas y campañas a empresas de otras partes del país, también van a fracasar en la comunicación.

Algo tan simple como la realidad de enfermedad grave y muerte consecuentes al contagio del coronavirus, ha estado ausente de su comunicación. Y ante la escasa, o nula respuesta de la sociedad, la salida fácil es el autoritarismo, la exigencia de mostrar papelitos.

En muchos países se ha fracasado en la imposición de obligaciones. Se ha encerrado a la gente en sus casas para que, días después, al abrirles las puertas se enfermen. La inconciencia de los jóvenes que siguen instalados en los reventones, de los empresarios turísticos que los organizan, se alimenta de la falta de comunicación.

Ya entramos a una etapa en que debemos convivir con el coronavirus, vacunados para conseguir en la medida de lo posible que haya un riesgo de enfermedad grave, de muerte, menor. La vacuna es la gran panacea, la mejor forma de combatir a la enfermedad, pero no garantiza inmunidad, no es un permiso para regresar a los tiempos anteriores al Covid. Vacunados deben seguir guardando distancia, higiene, utilizando cubrebocas en espacios cerrados. Si no se entiende que esto, cuidarse, es responsabilidad individual, es también porque no se ha sabido comunicar.

La gente se identifica con un gobernante, con un gobierno, con medidas de un gobierno, por empatía que únicamente puede surgir del conocimiento. Y eso es lo que ha fallado, y difícilmente podrá componerse a estas alturas del sexenio, en el gobierno de Carlos Joaquín. 



COMPROMISO COMPARTIDO

Banyan Tree Group y Expedia Group se suman a los esfuerzos por un turismo sostenible

En un paso más hacia un estándar mundial por un futuro más sustentable, 48 propiedades Banyan Tree junto con Expedia Group se sumarán a las prácticas de responsabilidad ambiental y cultural establecidas en el Compromiso de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

El compromiso al que se suma Banyan Tree Group promueve acciones responsables como la protección del medio ambiente, la resiliencia de las comunidades y la conservación del patrimonio, con el objetivo de cambiar la naturaleza y el impacto global del turismo.

Firmado en 2019 como una iniciativa del Ministerio de Turismo de Tailandia, la UNESCO y Expedia Group, hoy más de 4,000 hoteles pertenecen al Compromiso a nivel mundial. Las propiedades participantes apoyan la reducción y eliminación de plásticos de un solo uso y promueven la economía y cultura local. Todos ellos reciben un certificado por sumarse a la causa, que se renueva cada año y reportan sus avances.

“Banyan Tree Group se encuentra en una posición privilegiada para promover prácticas y estándares de sustentabilidad, por lo que nos complace darle la bienvenida al grupo a nuestro esfuerzo global”, mencionó Ernesto Ottonne R., Assistant Director-General for Culture de la UNESCO.

Destacó que “esta crisis (pandemia) nos enseñó que no podemos continuar por el camino de siempre. Debemos unir fuerzas para que la recuperación del turismo gire en torno al apoyo a las comunidades, creación de empleos, promoción de la cultura y protección del patrimonio”.



“Banyan Tree Group, como parte de su filosofía, tiene la misión de aumentar la conciencia sobre la sostenibilidad, así como de compartir sus aprendizajes y medidas para inspirar a otros hoteles a unirse a la causa”.

Steve Newman

Assistant Vice President de Banyan Tree Global Foundation

ESFUERZOS

- A través de Banyan Tree Global Foundation (BTGF) la cadena hotelera se alinea a los esfuerzos corporativos por apegarse a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.
- El programa “Stay for Good” del grupo hotelero se enfoca en tres áreas centrales: medio ambiente, sociedad y responsabilidad.
- Objetivo de reducir el consumo de recursos en un 5% cada año.



PROTEGEN HÁBITAT DEL FLAMENCO ROSADO

La Fundación Pedro y Elena Hernández A.C. impulsa acciones en la Reserva de la Biosfera Ría Lagartos

La Reserva de la Biosfera Ría Lagartos es un sitio de gran importancia biológica; por su rica biodiversidad, fue declarada sitio Ramsar en 1986, siendo la primera Área Natural Protegida (ANP) con esta designación en México; brinda refugio a especies como el jaguar (*Panthera onca*), la tortuga Carey (*Eretmochelys imbricata*) y el flamenco del Caribe/Americano (*Phoenicopterus ruber*), entre otras especies. Sin embargo, la

fauna silvestre está expuesta a la sobrepoblación de perros y gatos callejeros, que originan conflictos de salud y ambientales, enfermedades y depredación.

Por eso, la Fundación Pedro y Elena Hernández A.C., en alianza con dependencias estatales de Yucatán, la Reserva de la Biosfera Ría Lagartos, Fundación Bepensa

y el apoyo de la asociación Help Tulum Dogs, realizaron en la Estación Biológica Artemia de El Cuyo, Tizimín, el arranque de la Campaña de esterilización para perros y gatos domésticos y en situación de calle.

El objetivo principal es promover la disminución y control de la sobrepoblación de perros y gatos domésticos o sin dueño, buscando inculcar una cultura de tenencia responsable e ir reduciendo la población de mascotas abandonadas en poblados al interior del ANP.

Todo esto, como parte de las acciones de apoyo a las Playa Platino certificadas, que coadyuvan a reafirmar la protección de la colonia del flamenco del Caribe y la fauna nativa.

19
especialistas y voluntarios participaron en la esterilización de 85 animales (59 perros y 26 gatos)

El tip notarial

Mtra. Malena Rodríguez
Instagram @malenargezcancun



IMPORTANCIA DE HACER TU TESTAMENTO

Cuando mencionamos la palabra testamento, enseguida se inunda nuestra mente con pensamientos fatalistas, llenos de miedo y preocupación; seamos realistas, "ninguno nos queremos morir" y mucho menos pensar en ese momento.

Pero hay que dejar de lado ese temor, miedo o simplemente apatía de enfrentar la única verdad absoluta que existe desde que nacemos, que es la que algún día, dejaremos de existir. Y qué mejor que pongamos nuestras cosas en orden y les dejemos a los seres que nos han acompañado durante la vida, la certeza, tranquilidad y sobre todo la voluntad de lo que hemos decidido sobre nuestros bienes y que esta decisión será respetada.

Para lograr ese objetivo, existe el testamento, que es un documento personal, libre y revocable. ¿Qué quiere decir esto? Que en cualquier momento lo puedes cambiar, si se modifican las circunstancias de tu vida, o si es tu deseo incluir o excluir a alguien como beneficiario del mismo. Eso sí, debes tener en cuenta que el último testamento que otorgues es el que será válido al momento de tu fallecimiento.

Muchos dudan en acudir a otorgar su testamento argumentando que no poseen bienes inmuebles, pero este documento abarca TODOS los bienes, incluyendo los bienes muebles, los derechos que pudieras poseer, o los que en un futuro adquieras. El testamento lo puedes hacer por la universalidad de tus bienes, presentes y futuros o puedes optar por el legado, que no es otra cosa que definir con exactitud a quién le quieres dejar cada cosa. Y deberás nombrar un albacea, que es la persona que se encargará de ejecutar tu voluntad y será tu representante hasta que se cumplan íntegramente las disposiciones de tu testamento.

Un punto que tenemos que considerar las personas que otorgamos nuestro testamento y que tenemos hijos menores de edad, es que debemos nombrar además del albacea, a un tutor testamentario, quien se encargará de la tutela y de la administración de los bienes heredados a los menores, hasta que estos alcancen la mayoría de edad; y deberá ser una persona distinta del albacea, pues este último vigilará que el tutor testamentario esté cumpliendo cabalmente la voluntad del testador.

Con la finalidad de que cada uno de nosotros tomemos conciencia de las ventajas de hacer nuestro testamento, las autoridades tanto federales como locales, comenzaron campañas del "mes del testamento", definiendo septiembre como el mes en el que se otorgaban subsidios y descuentos para que pudieras acudir ante el notario de tu confianza a otorgarlo. En el caso concreto de Quintana Roo, ya se había extendido ese plazo a septiembre y octubre. Pero ahora, en 2021, nos encontramos ante una oportunidad única, pues desde junio hasta octubre tendremos el apoyo del Gobierno Estatal para la condonación de derechos y de los notarios de la entidad para la disminución de sus honorarios.

Así que te invito para que acudas al notario de tu preferencia con el objeto de que aclares tus dudas; juntos busquen la mejor opción para que puedas realizar tu testamento y dejes especificada claramente nuestra voluntad. Seamos personas que procuremos una sociedad renovada, consciente y ocupada de hacer las cosas diferentes, para tener un mejor presente. Te mando un saludo cordial y estamos a tus órdenes para cualquier inquietud. 



APROVECHANDO LA MAREA

Biomaya es un movimiento que cumple con un doble propósito: generar ingresos en sectores necesitados y promover la conservación del medio ambiente y el aprovechamiento del sargazo

Que afea el mar Caribe, que impacta al turismo, que daña las playas e incluso que afecta a varias especies de seres vivos, incluyendo al ser humano. Estos son los comentarios recurrentes acerca del sargazo, ese visitante incómodo que en los últimos años llega de forma masiva a las costas de Quintana Roo. Sin embargo, el recale de la macroalga significa oportunidades y ya generó varios emprendimientos, uno de ellos, que ha tenido muy buena aceptación, es Biomaya.

Este movimiento surge gracias a la iniciativa de Erick Parker, un joven playense que a sus 21 años, se ha ganado un lugar como impulsor de estrategias ecologistas y proyectos de otros emprendedores.

RESPALDO CIENTÍFICO

A raíz del recale masivo de la macroalga, en 2018 empezó a investigar “para ver si de verdad era tan malo”; acudió con labora-



torios en Cancún, Playa del Carmen y Morelia. Descubrió que este desecho marino trae muchos nutrientes que lo convierten en un valioso hidratante para productos cosméticos.

Entonces poco a poco fue madurando la idea, “buscamos cambiar la perspectiva de ver el sargazo a una manera positiva, generando fuentes de ingreso para las amas de casa, apoyando la limpieza y conservación de las playas”.

Incluso, descubrió que en ciudades de Chile o China lo consumen; “no es malo, lo que pasa es que no sabemos cómo mane-

1,500

jabones pequeños de 25 gramos
producen a la semana
y 800 de 60 gramos

6 pesos

cuestan los pequeños para rentas
vacacionales o spas y 10 pesos
al público; tarda aprox. 2 semanas

\$69 pesos

cuesta el de 60 gramos al público,
al distribuidor le cuesta 38 pesos.
Tarda aproximadamente un mes.

jarlo; pero nosotros vimos esa amenaza como una oportunidad”.

Crearon un producto hecho por amas de casa de comunidades mayas, en Sahcab Mucuy, Tulum, cerca de Cobá, para darles una fuente de ingreso.

Ahora, en una segunda etapa, ya trasladaron esta oportunidad a mujeres de Playa del Carmen que viven en colonias (Colosio y Villas del Sol) donde ellas o sus parejas se quedaron sin empleo a raíz de la pandemia y que por tanto están en situación de vulnerabilidad.

Las apoyan a que obtengan recursos económicos desde sus casas, donde pueden continuar cuidando de sus hijos.

“Así que tenemos tres puntos muy importantes en Biomaya: ayudamos a la limpieza y conservación de playas, creamos fuentes de ingreso para amas de casa y promovemos la cultura del reciclaje, porque el empaque es hecho a partir de plásticos que recogemos en la limpieza de los arenales, a fin de que no haya un mayor consumo de este tipo de materiales, sino el que ya fue usado y tirado”, destaca Erick.

AVAL DE COFEPRIS

Después de los estudios correspondientes y varias pruebas, obtuvieron el permiso de la Cofepris y hace seis meses sacaron al mercado los jabones, que han tenido muy buena aceptación.

“Ya estamos a nivel nacional, llegamos a siete estados, muchos hoteles, spas, e incluso negocios que no tienen nada que ver con cosméticos, como zapaterías; hay universidades, hospitales y centros ópticos que quieren ser parte de este proyecto con doble propósito”, destaca.

PROCESO Y PRESENTACIÓN

Señala que recogen el sargazo a mano, para que no lleve tanta arena; luego lo lavan para quitarle los contaminantes que haya arrastrado con la corriente. La arena que retiran la devuelven al mar.

De base son siete personas, más 15 amas de casa que realizan el trabajo artesanal; contando puntos de venta y distribuidoras, suman alrededor de 100 personas involucradas.

Aclara que no usan el sargazo como tal, sino el extracto, obtenido con una máquina de vacío que lo macera para separar el líquido del sólido. Después le agregan el aroma: miel, rosas y coco; al final, le colocan una hoja de sargazo como decoración y símbolo.

“Cuando las personas lo ven en hoteles, spas o cualquier negocio, les llama la atención porque no se imaginan que algo que consideran nocivo y que apesta en la playa, se puede convertir en un producto bueno, que huele bien y sirve para hidratar la piel y como antiarrugas”, destaca Erick.

Tienen puntos de venta en Mérida, Holbox, Bahía de Veracruz, Ciudad de México, Villahermosa, e incluso Monterrey y Baja California. “tristemente donde menos estamos es en Tulum y Cancún, destinos donde hay mucho problema de sargazo”, lamenta.

Hasta ahora no tienen apoyo de autoridades, pero sí de empresas que creyeron en el proyecto y les donaron herramientas para limpiar playas; “cada vez se suman más personas a la limpieza”.

Señala que además del jabón sólido, ya está en proceso de estudios uno líquido, un bloqueador solar y materiales para construcción, asfalto y un impermeabilizante.

Además de los laboratorios privados con los que trabajan, buscan reconocimiento de la UNAM. 



BENEFICIOS

- Hidratación intensiva por sus carbohidratos estructurales como el alginato.
- Antioxidante.
- Estimula los fibroblastos para que la piel produzca naturalmente colágeno y elastina; ayuda a retardar las arrugas y flacidez.
- Es antiinflamatorio y calmante natural.
- Antiséptico por la presencia de yodo, combate gérmenes y patógenos dañinos para la salud, dejando una sensación de limpieza profunda

INSTITUTO
UNIVERSITARIO



CRUZ ROJA
MEXICANA
PLANTEL CANCÚN

IUCRM
ANIMA MENTIS CORPUS

LICENCIATURA EN
URGENCIAS MÉDICAS
PREHOSPITALARIAS

2021
INSCRIPCIONES
ABIERTAS



Arquitectura

IXUA, barrio ecoturístico de primer nivel



Imagina un pueblo mágico construido a base de bambú, donde se podrá disfrutar al aire libre de espectáculos y adquirir productos de negocios locales, así como disfrutar de la gastronomía local. Esta es la idea de IXUA, Barrio Palenque.

Se trata de un proyecto presentado por el despacho Lucila Aguilar Arquitectos, pensado como una ciudadela ecoturística, a unos pasos de una de las estaciones del Tren Maya, en Chiapas.

Según la creadora, lo que quieren es comprobar cómo la arquitectura y la naturaleza pueden estar juntos y que se puede construir con material renovable de cara al futuro. "Es perfectamente viable sustituir los materiales que tienen una huella de carbono muy grande y sumar a ser parte de la solución", asegura Lucila Aguilar.

Está enfocado a quienes están interesados en la tendencia del *glamping*; tendrá un espacio para presentaciones pedagógicas en medio de la selva, debajo de un gran domo que cubre del sol a los visitantes. Además habrá exposiciones constantes del arte local.

A un lado del centro, habrá callejuelas destinadas a las actividades comerciales, desde puestos de comida que utilizan las cosechas de la zona, hasta puestos de artesanías típicas de la región.

Según el plan, los turistas podrán hospedarse en dos hoteles sostenibles, uno de ellos conformado por construcciones sobre los árboles y otro más familiar y seguro para los niños. Prevén un mirador con vista de toda la jungla para apreciar las aves tropicales y un mariposario con muchas especies.

Gastronomía

Redescubre la cocina indochina

La colonia Roma, en la Ciudad de México, tiene un nuevo *spot* culinario que contempla los sabores, aromas y texturas del sudeste de Asia de países como Vietnam, Tailandia, Filipinas, Indonesia, Malasia, Laos y Singapur. Se trata del restaurante ĐÓI, que busca recrear y reinterpretar la tradición gastronómica indochina.



Apuesta por una cocina sincrética, con sabores únicos derivados del vasto universo de especias de la India, con sabores picantes e ingredientes frescos de muy alta calidad y rareza.

Salvo las piezas completas de pescado, los platos suelen solo coronarse con proteínas del mar Meridional como pueden ser camarón, cangrejo, langostas o almejas; también con fragmentos de cerdo crujiente o pato, que literalmente, acompañan a los vegetales y arroces perfumados que ocupan el papel estelar, ya que provienen de la riquísima selva tropical conocida como Paralelo 16, y de la porción oceánica conocida como Mar de la China Meridional.

Este lugar, cuyo nombre está en vietnamita y significa



hambre, es un espacio transgresor por la diversidad de elementos, colores y texturas que convergen, tales como luces de neón, plantas de gran altura, una imponente barra con una interesante selección de vinos y cocteles de autora, sillones de terciopelo, mesas de madera color verde esmeralda, así como murales que evocan la flora y fauna del sudeste asiático con techos de casi cinco metros de altura.

El responsable de esta reinterpretación gastronómica es el chef Christopher Maravilla; los fines de semana hay DJ en vivo para amenizar la estancia, así que la próxima vez que vayas a la Ciudad de México, ĐÓI es una gran opción.



Moda

Bvlgari se impregna de la Riviera Maya

La selva tropical y la atmósfera de *relax* y diversión que sólo el Caribe Mexicano ofrece, forma parte de la nueva colección Resort de Bvlgari, inspirada en los destinos de verano más populares del mundo. En este caso, eligió a Tulum como icono turístico, tomando como base para los



bolsos y tejidos los colores de la arena y el mar.

Esta colección es un homenaje al espíritu despreocupado y alegre del verano, con un toque de naturalidad italiana y sofisticación natural.

Las manos de los artesanos expertos de la marca escogieron como protagonista la rafia, que se convirtió en un material de lujo en el famoso bolso Serpenti Diamond Blast: hay una versión con asa superior desmontable y cadena de oro y otra con una cadena más fina.



Ambos bolsos tienen flecos extravagantes, piel de becerro en color turquesa y el cierre clásico en forma de serpiente.



También está el bolso Canvas Tote, creado por la diseñadora griega Mary Katrantzou, con mariposas.

El bolso Bvlgari Logo, también intervenido con rafia, es una opción atemporal y más espaciosa. Incluye una etiqueta metálica interna

personalizable con tu nombre y el destino (Tulum, Capri y Saint Tropez).

El lanzamiento de la colección incluyó por primera vez un *trunk show* en la boutique Zak Ik del reconocido hotel Azulik, en Tulum.

Para complementar la colección, dos coloridos pañuelos de seda con motivos marinos.

Empléate

David Asencio

Psicólogo

Twitter: @davidasencio195 LinkedIn: davidasencio195



EL PERDÓN, LA MEJOR HERRAMIENTA

En estos días y bajo las circunstancias que estamos viviendo, la mejor herramienta que nos ayuda para liberarnos de cargas y a vivir livianos y felices por la vida es el perdón; algo de lo más importante que tenemos para sanar y quitarnos las emociones negativas que arrastramos y que nos están haciendo un gran daño.

¿Qué es el perdón? Es el acto de reconocer el daño que me hicieron, la afectación que he tenido, pero tomo la decisión y determino que daré vuelta a la página y que voy a transformar esa emoción en aprendizaje y no buscaré afectación alguna para el agresor; suelto lo negativo que me ha generado y recibo lo nuevo que me trae perdonar y soltar.

¿Cómo puedo perdonar?

La realidad es que todos somos inocentes, no hay nadie en este planeta que realmente quiera hacer algo en contra de otro ser humano, lo hace motivado por el miedo, por la ignorancia y no entiende las consecuencias de actuar de esa forma, ya que cuando actuamos en contra de alguien, el daño verdadero es para nosotros mismos; entonces lo único que tú puedes hacer es hacerte cargo de lo que esa situación te produjo a ti, observando cómo te ha mostrado tu propia vulnerabilidad.

Para aplicar esta acción medicinal en lo físico y en lo espiritual, es necesario primero aprender a perdonarnos a nosotros mismos. ¡Esto es lo que realmente nos ayuda a que perdonemos a los demás!

Es determinante tener claro que perdonar no es olvidar, minimizar o justificar el daño. Tampoco se trata de reconciliarse con el agresor, ya que en la mayoría de los casos no resulta necesario ni es sano. Además, puede exponer a la víctima a ser nuevamente herida. Siempre será importante poner límites y determinar el aprendizaje vivido para no volver a pasar por algo similar.

¡No es fácil! Y es ahí el trabajo a realizar, estar conscientes que si no perdonamos esas emociones negativas, a la única persona que están afectando sobre lo ya vivido y sufrido es a uno mismo, es a quien arrastra y vive con su rencor. Incluso esa emoción en el cuerpo está determinando cosas feas y sucesos negativos en nuestras vidas.

Siempre será importante elaborar un proceso del perdón, el cual en ocasiones toma años, dependiendo de la magnitud del daño.

El perdonar es de ambos lados, para reconocer que nosotros también pudimos hacer daño. De hecho, la psicología nos dice que las personas que han sido injustamente heridas, pueden sanar emocionalmente si perdonan a su ofensor.

Diversos estudios científicos coinciden que las personas más felices son aquellas que practican el perdón hacia sí mismos y a otros. Esto les permite avanzar con un mayor nivel de aceptación y satisfacción frente a las diversas situaciones de la vida y eso es lo que hoy estamos necesitando. 



“La Ley de Mediación y la Reforma Laboral traerá muchas ventajas para agilizar la resolución de problemas entre ciudadanos, y la conciliación entre trabajadores y empleadores”.

José Antonio León
Presidente del TSJ



LEYES DE TU LADO

El Poder Judicial en Quintana Roo avanza en reformas que benefician tanto a ciudadanos como empresas

La impartición de justicia no es ajena a las acciones institucionales para el progreso económico ni a las necesidades de esta nueva dinámica social; al contrario, es pieza clave para garantizar un orden jurídico que norme las actividades de las empresas y, a la vez, que respalden a los ciudadanos en el ámbito laboral.

En ese marco, el magistrado presidente del Tribunal Superior de Justicia y del Consejo de la Judicatura, José Antonio León Ruiz, se reunió con empresarios, cámaras e instituciones de la entidad, a fin de presentarles los avances del programa para la implementación de la reforma en materia de justicia laboral, así como los juicios orales mercantiles.

Con integrantes del Consejo Coordinador Empresarial (CCE) del Caribe y de la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), acordaron trabajar en conjunto en pro del desarrollo y el crecimiento del estado, particularmente en esta etapa de reactivación económica, aún resentida por los impactos que generó la pandemia del Covid-19.

El magistrado reconoció que la actividad empresarial impulsa el progreso de la nación y el de cada entidad, como es el caso de Quintana Roo, particularmente la industria turística, al constituirse como sector productivo que brinda fuentes formales de empleo y la posibilidad para cada persona de desarrollarse de manera plena y digna.

JUSTICIA MODERNA

Recordó que desde 2017 el Poder Judicial implementó una serie de acciones para lograr una justicia moderna que beneficie a la gente y contribuya al desarrollo económico de Quintana Roo.

En ese sentido, destacó la implementación del expediente electrónico mercantil que incorpora las tecnologías de la información y permite que diversas actuaciones se lleven en línea con la firma electrónica, facilitando al usuario el acceso a la impartición de justicia y a la par, se logra una tramitación más ágil y brinda la certeza jurídica.

Subrayó que derivado del programa nacional de juicios orales



CERTIFICACIÓN

Para el Programa Nacional de Juicios Orales Mercantiles, en donde la Comisión Nacional de Mejora Regulatoria, valoró:

- Marco jurídico y normativo
- Cobertura y carga de trabajo
- Disponibilidad de salas de audiencias y equipo móvil
- Sistemas tecnológicos
- Estructuras organizacionales
- Actividades de capacitación
- Estadística judicial
- Tiempos de resolución

mercantiles la Comisión Nacional de Mejora Regulatoria (Conamer) certificó al Poder Judicial del Estado al contar con una justicia de calidad, pronta y expedita en materia mercantil; sólo siete entidades del país tienen esta certificación vigente.

Mencionó que el nuevo sistema de justicia laboral permitirá dirimir de manera más eficiente los litigios, privilegiando el equilibrio entre los sectores productivos del estado, reconociendo que la correcta implementación de estas reformas son producto del trabajo coordinado con barra y colegios de abogados, del sector empresarial y de la ciudadanía, lo que ha permitido dar una atención oportuna a sus necesidades en el ámbito de la impartición de justicia.

También destacó las certificaciones 2020 y 2021 en el Programa Nacional de Juicios Orales Mercantiles, obteniendo el primer lugar en el ranking del Inegi en el proceso de captación de información.

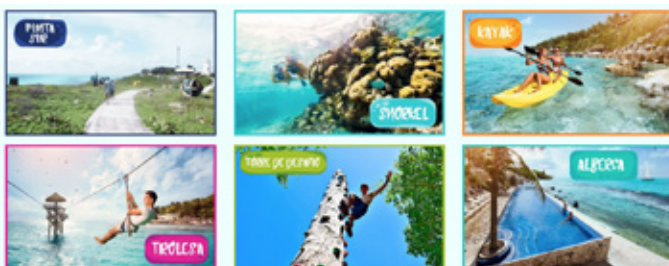
En el evento dieron a conocer que pronto el TSJ firmará un convenio con la Coparmex para fortalecer la capacitación y talleres, a fin de que el empresario pueda entender más acerca de los juicios orales laborales y mercantiles, así como establecer un diálogo para incidir en temas como el sistema penal acusatorio 



¡Descuentos y beneficios para Quintanarroenses!

Aquatours es la mejor marina turística en Cancún, ofrece los más atractivos y emocionantes tours acuáticos por el Mar Caribe y la Laguna Nichupté: Speed Boat Tour, Columbus Cruise e Isla Mujeres Pleasure.

¡No te los puedes perder!



¡SER QUINTANARROENSE TIENE GRANDES BENEFICIOS!

¡DISFRUTA DE LA NATURALEZA CON ACTIVIDADES ÚNICAS!



GRATIS

proyecto brújula

DESCARGA LA ÚLTIMA EDICIÓN

MARA LEZAMA

¿CÓMO TIENES UNA RESPONSABILIDAD QUE ABRAZAS?

JORGE MORENO

EL ARTE DE LA MÚSICA

PROYECTOBRUJULA.COM

BrujulaCancun

ProyectoBrujula

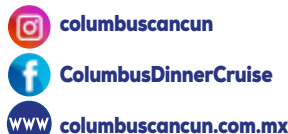
ProyectoBrujula



Columbus Lobster Dinner Cruise.

Este es un recorrido único de romance en Cancún, pues ofrece una velada muy especial, rodeada de hermosos paisajes, música en vivo de saxofón, copas de vino y una deliciosa cena de Mar y Tierra.

Bldv. Kukulcán Km 6.5, Zona Hotelera Cancún



El más popular y emocionante tour de Cancún, en donde podrás conducir tu propia lancha, rápida para dos personas a través de los canales de la Laguna Nichupté. Durante el Speed Boat Tour llegarás a Punta Nizuc y tendrás la inolvidable experiencia de practicar esnórquel mientras admiras la increíble vida submarina.



iTips

Cancún, Riviera Maya & Yucatán

Los mejores tips para lo mejor de Cancún, Riviera Maya & Yucatán

MAPAS • RUTAS RECOMENDACIONES

DESCARGALA GRATIS

WWW.CANCUNTIPS.COM.MX



Puerto Aventuras



Nado con Delfines, Manatíes y Lobos Marinos



Disfruta los beneficios de vivir en el paraíso con promociones exclusivas para todos los que contribuyen al turismo del estado.



#CONSUME LOCAL

VISITA • CONSUME • RECOMIENDA

PARTICIPA

COMUNICATE CON NOSOTROS PARA APARECER EN ESTE ESPACIO

GEL21@LATITUD21.COM.MX

Cada moneda cuenta



Hoy más que nunca la suma de esfuerzos es vital en todos los sectores, sean económicos o sociales, por eso, es loable que empresas continúen, aún en tiempos difíciles, apoyando causas por la comunidad. Ejemplo de ello fue el donativo de una ambulancia a la Cruz Roja Delegación Cancún, como parte de lo recaudado en el "Programa de Redondeo Clientes Oxxo", que se llevó a cabo entre marzo y abril pasados.

Presente en el evento, la presidenta municipal de Benito Juárez, Mara Lezama, destacó que esta institución es referente de vocación de servicio en el país, ya que se especializan en el cuidado de la salud de la población con innumerables voluntarios y voluntarias.

El delegado estatal de la Cruz Roja Mexicana en Quintana Roo, Carlos Constandse Madrazo, solicitó un minuto de silencio por las lamentables muertes a causa del Covid-19 y señaló que recibieron el donativo que representa gran parte del monto para adquirir una unidad equipada, para aumentar el parque vehicular y ofrecer la atención pre hospitalaria a los ciudadanos.

Dijo que dichas unidades tienen un valor comercial de más de un millón 300 mil pesos y que cada vez que trasladan a un paciente con posible coronavirus a un hospital tiene un costo para la institución de tres mil 600 pesos.



Cierra capítulo turístico

Luego de cinco años al frente de una secretaría importantísima para Quintana Roo, Marisol Vanegas Pérez cerró una página y decidió decir adiós a su encomienda en Turismo, para retomar otra de sus grandes pasiones, que es el área académica.

Por supuesto, agradeció al gobernador la oportunidad y destacó que a pesar de los retos que le tocó enfrentar como titular de la Sedetur, hizo el mayor de sus esfuerzos y los resultados están a la vista, los cuales se reflejan en una rápida reactivación del Caribe Mexicano, aun en tiempos difíciles para el sector a nivel mundial. Sin embargo, reconoció que en el camino quedan todavía muchas tareas, las cuales, por ahora, recaen en las manos de Andrés Becerril Aguilar, quien se desempeñaba como subsecretario de Planeación y fue designado por el mandatario estatal como



encargado de despacho de la Sedetur. Veremos qué directrices toma en la recta final de la administración joquinista.

Mientras tanto, el nuevo rumbo de Marisol Vanegas como rectora de la Universidad del Caribe, estará enfocado en el desarrollo regional y en los modelos educativos híbridos a los que obliga la nueva normalidad.

Apenas tomó el cargo, dijo que se dedicará a mantener y obtener nuevas acreditaciones de calidad para los programas educativos, además de ajustarlos a los cambios de la Ley General de Educación, y buscar nuevas fuentes de financiamiento, a fin de responder a las necesidades de esa institución de nivel superior, que el nuevo ciclo este mes inicia con una matrícula de 3 mil 356 estudiantes de licenciaturas y maestrías.

Competencia necesaria

Latitud
21
Cancún

Para nadie es un secreto que el transporte marítimo entre Cancún e Isla Mujeres, así como Playa del Carmen y Cozumel, se enfrenta desde hace mucho tiempo a polémica, porque los usuarios se quejan de que el servicio deja mucho que desear. Y sin duda, en tiempos difíciles las fallas se hacen más grandes o duelen más.



Así es que la crisis por la pandemia y la consecuente reactivación a partir de esta, realzó las deficiencias de las navieras que diariamente ofrecen los cruces para miles de locales y visitantes.

Para entrar a la competencia en aras de dar una nueva alternativa a los usuarios, Jetway inició

operaciones en la ruta marítima Puerto Juárez—Isla Mujeres y viceversa, tras casi seis meses de sostener peleas legales con Ultramar, que intentaba mantenerse como el único medio de transporte hacia la isla.

Sus barcos tienen una capacidad de menos de 100 pasajeros y tiene corridas desde las 6:30 hasta las 22 horas, durante más de 15 horas continuas, para evitar contratiempos, así que los usuarios tienen una nueva oportunidad de escoger el servicio que más se acomode a sus necesidades y horarios.

A la búsqueda de paseantes en EU

Latitud
40
Nueva York

En estos tiempos que, tras varios meses de “encierro” y con el avance de la vacunación contra Covid-19, la reactivación de viajes se está acelerando, todos los mercados están haciendo sus mejores esfuerzos por atraer turistas. Y como es bien sabido, a nivel federal se están haciendo muy poco (por no decir nada) al respecto, a cada estado le toca promover sus destinos como mejor pueda y con las posibilidades que tenga. Por eso, el Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo, lanzó una campaña especial en Estados Unidos, enfocada a paseantes de alto poder adquisitivo, que tanto se necesitan en estos momentos para generar ingresos.

Se trata de una campaña en Nueva York, que comprende presencia en los escaparates de la prestigiosa tienda Saks Fifth Avenue, además de anuncios digitales, con la intención de consolidar a Cancún y a la Riviera Maya como los mejores “getaway destinations” (destinos de escapada) de México.



Cuarto de huéspedes

Cynthia Santamaría.
Presidenta de la @ARPCaribeMexicano



IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Existen muchas empresas e instituciones que todavía no conocen la relevancia de contar con un departamento de relaciones públicas; a ellos va dirigida la respuesta a la siguiente pregunta: ¿Para qué sirven las relaciones públicas?

En el nuevo contexto de los negocios, una buena estrategia de relaciones públicas permite crear reconocimiento y ampliar la visibilidad de una marca, así como fomentar la reputación e incrementar la confianza, atributos clave para generar demanda de un servicio o producto. La primera idea es lograr llamar la atención del cliente.

Cada organización tiene historias asombrosas que contar, ya sea cómo fueron los inicios del negocio, cómo sus servicios ayudan a los clientes o dónde encajan sus productos en los últimos eventos de afectación general o en las últimas tendencias de compra; esas historias son las que podemos utilizar como herramientas para dar a conocer y posicionar una marca.

A través de canales tradicionales y sociales, las relaciones públicas ayudan a tu negocio a poner esas historias frente a las diferentes generaciones de tus compradores, en donde ven, leen y escuchan; y de la manera en que más les gusta consumir la información, para aumentar la visibilidad de tu marca, tus productos y servicios.

Algunas de las funciones por las cuales unas buenas e inteligentes relaciones públicas son y seguirán siendo un factor de éxito para los negocios:

- Potencian las estrategias de marketing digital
- Impulsan el posicionamiento orgánico
- Construyen enlaces de calidad
- Protegen la reputación
- Pueden demostrar su valor
- Generan empatía en los que conocen tu marca
- Enamoran a quienes interactúan con la empresa
- Son embajadores de tu marca

“Dicen por ahí que la gente puede olvidar lo que dices o muestras, pero jamás podrán olvidar lo que se les hace sentir”

Honores a un pionero



Si hay alguien a quien se le reconoce por impulsar los cimientos de lo que a la postre se convirtió en la joya del Caribe Mexicano, es don Alberto Bojórquez Pérez, pues junto con otros hombres de negocios en 1971 lograron convencer al entonces presidente Luis Echeverría, de impulsar turísticamente a Cancún.

Por eso, a 50 años de esos esfuerzos, autoridades develaron un busto, un mural y una placa conmemorativa en su honor, justo en la laguna que lleva su nombre en la zona turística de este destino.

Encabezados por el gobernador Carlos Joaquín, la alcaldesa Mara Lezama y el titular de Turismo federal, Miguel Torruco, invitados especiales y familiares del empresario recordaron que en 1972 colocó la primera piedra del "Hotel Bojórquez", inaugurado en 1974, que fue uno de los

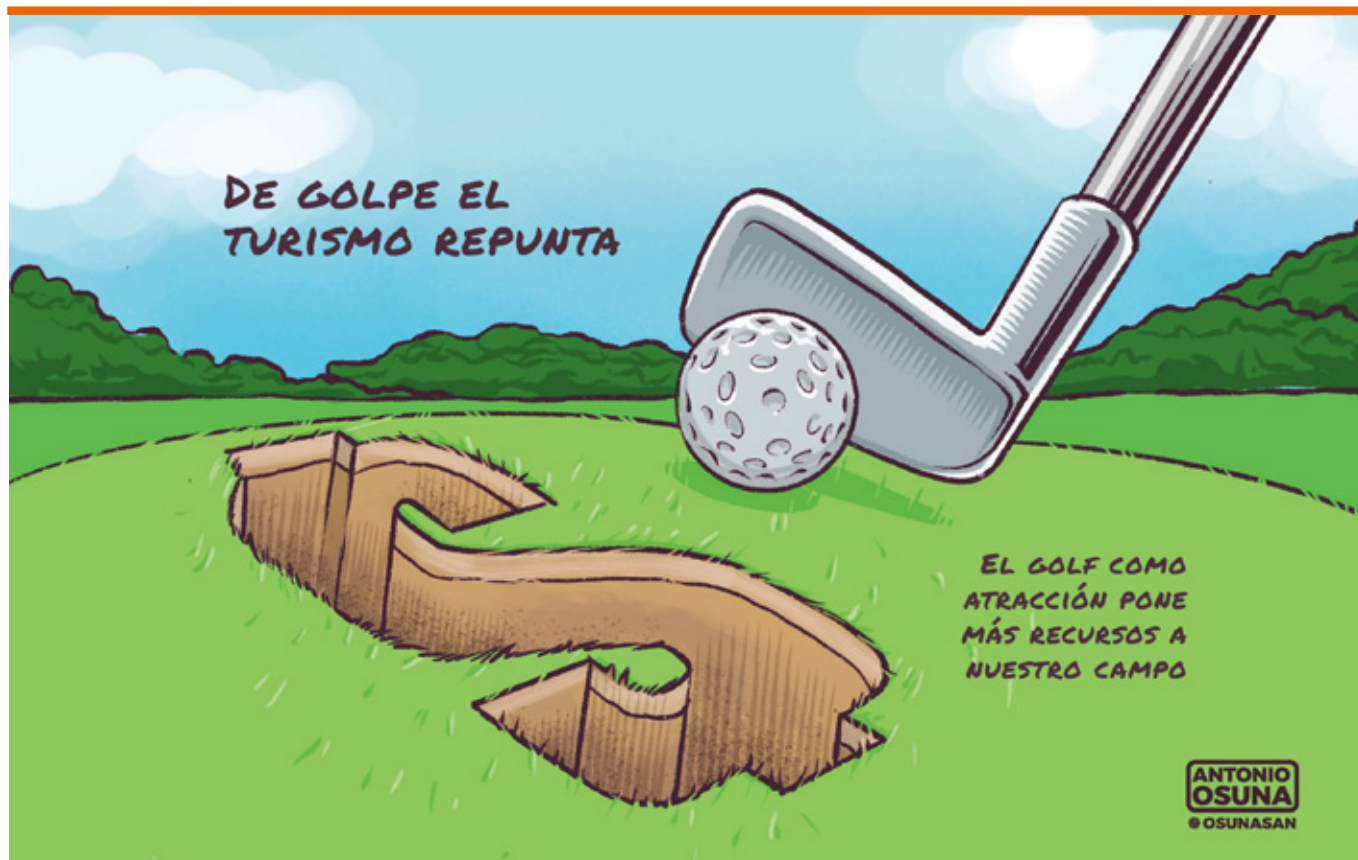
primeros establecimientos de hospedaje en esta prometedora ciudad. Desde entonces, Quintana Roo se ha convertido en un destino altamente competitivo.

La ocasión sirvió también para reconocer a los agentes de viajes, pues Alberto Bojórquez también fundó la agencia que llevaba su nombre, pieza clave para la atracción de miles de turistas no sólo a Cancún, sino a los otros destinos del Caribe Mexicano.

La cadena hotelera española RIU participó activamente en la celebración de este homenaje; Rafael Expósito, director de Operaciones de RIU en México, comentó que es de suma importancia reconocer los orígenes y el trabajo que realizaron las pasadas generaciones en el desarrollo del que hoy en día es uno de los destinos turísticos más importante del mundo.

El molcajete

de Antonio Osuna @osunasan



El golf no abandona a Quintana Roo, lo ayuda en su recuperación económica



LA SINFÓNICA DE CANCÚN PREPARA SU TEMPORADA 2021

Sujetos a los protocolos de seguridad, deberemos encontrar sitios al aire libre donde podamos ofrecer conciertos cuidando las medidas requeridas para el bienestar del público, de la Orquesta y quienes la conforman.

Estamos ya visitando y analizando algunas posibilidades, así como el regreso a nuestra casa, el Teatro de Cancún, a mediados de año y sujetos al avance del proceso de vacunación.

Por lo pronto, agradeceremos todos los donativos que nos puedan apotar para ayudarnos a mantener nuestra organización.

Tu donativo podrá recibir un recibo fiscal, además del profundo agradecimiento de quienes somos parte de la Sinfónica de Cancún.

Si deseas hacer un donativo, por favor envíanos un mensaje de Whats App al 9988500506.



Dolphin
Discovery



DISFRUTA EL
verano

CON NOSOTROS

Precios especiales para
quintanarroenses



GARRAFÓN
REEF PARK • BEACH CLUB

ALIMENTOS
TODO
INCLUIDO
★ ★ ★
Y BEBIDAS

Informes y reservaciones:

998.849.47.48



998.870.4853

998.577.5451

Safe
travels



Válido durante Julio y Agosto presentando credencial oficial de quintanarroense. Válido para el programa de Encuentro con Delfines en los Hábitats de Isla Mujeres, Puerto Aventuras, Playa del Carmen, Akumal, Cozumel o Parque Garrafón. No incluye costo de muellaje a Isla Mujeres y Parque Garrafón. Pregunta por inclusiones en cada parque. Aplican restricciones.