

Aeroméxico

Puntualidad histórica, crecimiento
y confianza del la industria



ALTOUR México

30 años apostando al viaje y
futuro del travel management

México ante el mundial:

Entre percepción global,
infraestructura y oportunidad

Columbia Británica

El invierno que redefine la
experiencia canadiense



PUERTO VALLARTA

Real

Better. Unfiltered

JALISCO
ES MÉXICO

ESCANEA Y DESCUBRE MÁS



CARTA EDITORIAL

La primera edición digital de esta nueva etapa de Pasillo Turístico fue recibida con algo que no se compra ni se improvisa: confianza. Y por ello, antes que cualquier otra palabra, queremos decir gracias.

Gracias a nuestros socios comerciales, que creen en la fuerza de un medio especializado, crítico y comprometido con la industria. Gracias a quienes apuestan por la información profesional como puente entre marcas y agentes. Y, sobre todo, gracias a las agencias de viajes, nuestra principal fuerza lectora, el motor que da sentido a cada línea que publicamos.

En un entorno donde la inmediatez muchas veces sustituye a la profundidad, y donde el ruido suele imponerse sobre el análisis, reiteramos algo que para nosotros es principio y convicción: la credibilidad engrandece a un medio. Se construye con coherencia, con ética, con presencia constante... y también con valentía.

Pasillo Turístico nació como aliado de los agentes de viajes. No como espectador, sino como voz cercana al día a día del sector. Nuestra razón de ser es informar el acontecer del turismo y de la industria, con sus aciertos y sus desafíos, con noticias buenas, que celebramos, y quizá no tan buenas, que analizamos, pero nunca callando. Porque el silencio no construye industria; la información sí.

Seguiremos apostando por un periodismo especializado, crítico y propositivo, que acompañe, cuestione y fortalezca a nuestra comunidad. Esa ha sido nuestra esencia y seguirá siendo nuestro compromiso.

Gracias por caminar este pasillo con nosotros.

Guille Sánchez
Editora

Entérate de lo más relevante de la industria turística a través de nuestro **newsletter** y **redes sociales**.



Suscríbete a nuestro **NEWSLETTER**



pasilloturistico



@pasilloturistico



@pasillotur



@pasillo_turistico



DIRECTOR GENERAL

CARLOS GARCÍA
direccion@pasilloturistico.com

EDITORA

GUILLERMINA SÁNCHEZ
guille.sanchez@pasilloturistico.com

COORDINADOR EDITORIAL

ALEJANDRO SÁNCHEZ
coordinacion@pasilloturistico.com

CONTENIDOS

ERICK CAZABAL
redaccion@pasilloturistico.com

EDITORA DE ARTE Y MULTIMEDIA

XIMENA G. SÁNCHEZ
ximena.garcia@pasilloturistico.com

EDITOR DE INNOVACIÓN E IA

DIEGO GARCÍA

VENTAS

55 6833 2472
ventas@pasilloturistico.com

ALIANZAS INFORMATIVAS

TRAVEL2LATAM
ADVERTISING NEWS

COLABORADORES

MARIANA MIJARES
MARIO LÓPEZ
LUIS FELIPE HERNÁNDEZ

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.
NINGUNA PARTE DE ESTA PUBLICACIÓN
PUEDE SER REPRODUCIDA TOTAL O
PARCIALMENTE SIN CITAR LA FUENTE. EL
CONTENIDO DE LOS ANUNCIOS ES
RESPONSABILIDAD DE LOS ANUNCIANTES
Y NO DEL EDITOR.

PASILLO TURÍSTICO ES UNA PUBLICACIÓN
MENSUAL ENFOCADA EN EL ACONTECER
DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN MÉXICO

5 Protagonista
José Luis Castro
ALTOUR México

8 Turismo de
Nicho
Del Oscar al
Itinerario

10 Industria
México ante
el mundial



Hoteles
Preferred
Hotels &
Resorts

14 Destino
Internacional
Egipto

17 Aerolíneas
Aeroméxico

20 Destino
Nacional
Puerto Vallarta

21 En Breve
Estados Unidos

22 En Breve
Canadá



Tema del Mes
Más allá del lujo

25 Tendencias
El año en que
viajar dejó de
ser escape...

26 Agencias y
Operadoras



Navieras
Regent Seven
Seas Cruises

29 Agenda
Turística

30 Check out
Horóscopos

“Innovación anticipada, liderazgo evolucionado y una visión global que transformó la gestión de viajes corporativos en México”



ALTOUR México:

30 años apostando al viaje... y al futuro del travel management

Por Ximena García

Treinta años en el mundo del *travel management* no se explican por inercia. Se sostienen con decisiones estratégicas, lectura de mercado, evolución tecnológica y una cultura capaz de adaptarse sin perder identidad.

En el marco del **30 aniversario** de **ALTOUR México**, **José Luis Castro**, director general, comparte una mirada profunda sobre el camino recorrido, los aprendizajes de integración global y la apuesta decidida por la hiperpersonalización del servicio corporativo.

LA APUESTA POR LA DIGITALIZACIÓN, ANTES DE SER TENDENCIA

En un sector que ha cambiado radicalmente en tres décadas, una de las decisiones más complejas y determinantes, fue adelantarse a la transformación digital.

Castro reconoce que la compañía decidió apostar por la evolución tecnológica cuando aún no era una exigencia del mercado. Supieron leer el entorno y actuar antes que muchos competidores, lo que hoy les permite mantener una posición adelantada en innovación y adopción de herramientas tecnológicas.

Esta visión, ha sido una constante. Desde sus inicios, la empresa mantuvo un estándar elevado en tecnología, pero en los últimos años aceleró significativamente la adquisición e implementación de soluciones más competitivas.

Castro reconoce haber transitado de un modelo centralizado en la toma de decisiones a uno basado en un equipo sólido, con diálogo constante y análisis compartido.

El resultado: mayor calidad en las decisiones estratégicas y una organización que opera bajo un esquema colaborativo, donde el liderazgo es redárquico y la información fluye de manera transversal.

Para el *travel management* moderno, la agilidad ya no depende de una sola figura, sino de equipos alineados que entienden el negocio desde múltiples ángulos.

DE CTS A ALTOUR: UNA EVOLUCIÓN CON RESPALDO GLOBAL

El cambio de nombre no fue un simple rebranding. Representó una transformación estructural.

La transición simbolizó la evolución de una empresa sólida en México hacia una organización respaldada por un grupo transnacional que permite aplicar mejores prácticas globales.

El reto fue equilibrar la herencia local: experiencia, conocimiento, posicionamiento y talento, con la fortaleza internacional del grupo.

La integración dejó una enseñanza clave: la cultura no se impone, se aprende y se desarrolla.

Este aprendizaje hoy marca la estrategia del grupo, demostrando que la globalización en *travel management* no funciona por absorción, sino por integración inteligente.

LAS ALIANZAS: SINERGIA CULTURAL Y CONFIANZA DEL CLIENTE

En un entorno corporativo altamente competitivo, las alianzas no se concretan únicamente por oportunidad comercial.

ALTOUR evaluó sinergias culturales y capacidades reales antes de cerrar acuerdos estratégicos. Pero el verdadero cimiento de cualquier alianza es la confianza del cliente corporativo.

Sin clientes leales no hay crecimiento sostenible, afirma Castro. Esa lealtad ha permitido consolidar relaciones con aerolíneas, hoteles y proveedores tecnológicos desde los inicios de la empresa, fortaleciendo una red que hoy resulta clave para ofrecer soluciones competitivas.

DIVERSIFICACIÓN SIN PERDER FOCO: EL RETO DEL CLIENTE INFORMADO

El viajero corporativo cambió. Hoy esta más informado, es más exigente y menos tolerante a procesos lentos.

Uno de los mayores retos al diversificar unidades de negocio fue aprender a hablarle mejor a ese cliente preparado. De ahí la apertura de un área B2C digital, donde las respuestas deben ser rápidas, claras y concisas.

Además, la creación de **ALTOUR Vacations** llegó a reforzar el modelo de “one stop shop”: viajes corporativos y de placer integrados en una sola plataforma, con acceso 24/7 para cotizar, reservar y confirmar.

El viaje ya no se segmenta de forma rígida; se integra.

ADIÓS RIGIDEZ, BIENVENIDA FLEXIBILIDAD

Si algo dejó la pandemia en el segmento corporativo fue una transformación profunda.

Hoy, la experiencia del viajero se convierte en “la nueva moneda”. El cliente corporativo espera el mejor resultado por el mejor precio, pero también garantías de seguridad, eficiencia y satisfacción integral.

El control de costos ya no compite con la experiencia; deben coexistir.

DATA, ANTICIPACIÓN Y NEGOCIACIÓN ESTRATÉGICA

En el *travel management* moderno no basta con reaccionar. Hay que anticiparse.

ALTOUR utiliza data y análisis para prever requerimientos, identificar productos adecuados según temporada y negociar con mayor eficiencia.

Esta anticipación permite asegurar disponibilidad y cumplir expectativas en un entorno donde la planeación corporativa se ha vuelto más estratégica y menos improvisada.

SUSTENTABILIDAD: DE “NICE TO HAVE” A REQUISITO INDISPENSABLE

La sustentabilidad dejó de ser discurso. La empresa cuenta con certificaciones e incluso con un **ISO** que la avala como organización sustentable. Lo que antes era un diferenciador opcional, hoy es condición para participar en ciertos concursos corporativos.

Si bien el viajero corporativo valora el impacto ambiental, su disposición aumenta cuando la alternativa sustentable no implica un incremento de costo.



Las nuevas generaciones, sin embargo, muestran una sensibilidad creciente hacia estas prácticas, lo que proyecta un escenario donde la sostenibilidad será parte estructural de las políticas de viaje.

TREINTA AÑOS TAMBIÉN SIGNIFICAN CONSTRUIR CULTURA

Para Castro, el talento debe coincidir con los valores de la empresa, porque no es posible dejar clientes satisfechos si el equipo no está alineado con esos principios.

Innovación constante, información actualizada, seguridad, precio y confianza son pilares que sostienen la cultura organizacional y la propuesta de valor.

2030: HIPERPERSONALIZACIÓN Y EFICIENCIA TOTAL

Mirando hacia el futuro, el director general anticipa un viaje corporativo marcado por la hiperpersonalización.

La promesa: un traje a la medida para cada cliente, sin sacrificar eficiencia ni tiempos de entrega.

Personalización sí, pero con procesos ágiles y comunicación clara.

Si tuviera que definir estos 30 años en una frase, el directivo recuerda una idea que resume la filosofía de la compañía: “todo se trata del viaje, no del resultado”.

Y en lo personal, el legado que busca dejar es una empresa que inspire, que genere confianza, que desarrolle talento y que conecte al mundo desde México.

Treinta años después, ALTOUR México no celebra únicamente permanencia. Celebra evolución.

En un sector donde la tecnología redefine reglas, la sustentabilidad se vuelve requisito y la experiencia es la nueva moneda, la compañía se posiciona no solo como un gestor de viajes, sino como un socio estratégico en la movilidad corporativa global.



**DESCUENTOS
DE INICIO DE AÑO
EN GRAN VARIEDAD
DE HOTELES**



HUATULCO



CANCÚN



RIVIERA MAYA



ACAPULCO



ZIHUATANEJO



PUERTO ESCONDIDO

Disfruta de las mejores playas e inicia el año viajando

¿A dónde quieres ir después?

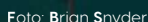
Consulta términos y condiciones.



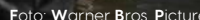
Reserva en **ALTOURVACATIONS.MX**

Síguenos en: **ALTOUR Vacations MX**   

Este año, las **películas nominadas** no solo compiten por la **estatuilla dorada**: dibujan un mapa global de la cultura. Quizá no podamos sostener un **Oscar**, pero sí caminar por las calles donde se rodaron las escenas, se



Más que una película de viajes de alta adrenalina: visitas guiadas, eventos y Premio que hoy se corona con un premio de alto valor.



El rodaje incluyó colaboración con el **Railway Museum** de las zonas ferroviarias del valle. Los Bosques con niebla, históricas crean una experiencia interesantes en turismo escénica.

ITINERARIO: Fuera de la pantalla



de escenarios reales que pueden convertirse en la próxima gran venta experiencial del agente de viajes.
Sentir el viento en un circuito de carreras o recorrer un teatro histórico que susurra diálogos de otra época.

Por Ximena García



CUITO

Brad Pitt, la velocidad no estas reales del calendario

champs, Monza, Las Autódromo Hermanos Suzuka forman parte del

portiva, es un catálogo de experiencias VIP, museos, fines de semana de Gran consolidan como producto

LA EUROPA GÓTICA

La reinterpretación de **Frankenstein** dirigida por **Guillermo del Toro** convierte a **Escocia, Inglaterra y Canadá** en un rompecabezas atmosférico.

North Bay y estudios cercanos a **Toronto** recrean los paisajes helados iniciales. Gosford House en **Escocia** funciona como residencia Frankenstein, mientras Wilton House en **Inglaterra** aporta su célebre Double Cube Room.

Castillos entre bruma, calles victorianas y montañas dramáticas construyen una ruta ideal para el viajero amante de la arquitectura histórica y la literatura clásica.

INGLATERRA LITERARIA

Hamnet, inspirada en la novela de **Maggie O'Farrell** y dirigida por **Chloé Zhao**, se rodó en Herefordshire y Londres. La película se adentra en el duelo de la familia de **William Shakespeare** tras la muerte de su hijo, el pequeño **Hamnet**.

Campos ondulantes, arquitectura Tudor y espacios históricos como **The Charterhouse** recrean la Inglaterra del siglo **XVI**.

Es una invitación a construir productos enfocados en literatura, historia y patrimonio cultural.



MEMORIA FERROVIARIA

da por **Clint Bentley**, fue alidad en el estado de r la vida rural y salvaje de

ración con el **Northwest Snoqualmie** y antiguas e.

cascadas y estaciones riencia ideal para viajeros patrimonial y naturaleza

CALIFORNIA Y TEXAS: TENSIÓN Y PAISAJE

Una batalla tras otra, de **Paul Thomas Anderson**, explora la diversidad estadounidense.

Humboldt County ofrece redwoods y pueblos costeros como **Eureka y Trinidad**. **Sacramento** aporta el contraste urbano, mientras **El Paso** suma tensión fronteriza. El clímax visual se desarrolla en el desierto de **Anza-Borrego**.

La mezcla convierte esta ruta en una propuesta dinámica: naturaleza, ciudad y desierto en un mismo itinerario cinematográfico.

OSLO ÍNTIMA

Aunque su historia emocional universal sobre lazos familiares podría suceder en cualquier parte, **Valor sentimental**, del director **Joachim Trier**, cobra vida gracias a los paisajes, calles y rincones de **Oslo**.

National Theatre, Vigeland, St. Hanshaugen y el barrio de Frogner forman parte del relato. La historia se extiende también a Strömstad, Suecia.

La mezcla de estos destinos hace que Valor sentimental no solo narre una historia humana profunda, sino que también evidencie cómo los paisajes reales enriquecen el relato.

México ante el Mundial:

Entre percepción global, infraestructura y oportunidad histórica

En su primera visita oficial a México como presidenta y CEO del World Travel & Tourism Council (WTTTC), Gloria Guevara dejó un mensaje claro: México llega al Mundial en un momento particularmente interesante del tablero turístico global. No es un país que esté sobreviviendo al contexto internacional: está creciendo por encima del promedio mundial. Pero tampoco es un destino sin retos. Lo que está en juego no es solo la derrama de unas semanas de fútbol, sino la posibilidad de redefinir su posición estructural en el ranking global del turismo.

Tres grandes factores marcarán el rumbo: percepción internacional, infraestructura estratégica y modelo de promoción.

El turismo global está viviendo un fenómeno inédito: la percepción pesa tanto como la realidad.

Una encuesta aplicada en nueve países reveló que **34%** de los encuestados evitaría viajar a Estados Unidos si percibe políticas migratorias intrusivas, lo que podría representar pérdidas de hasta **157 mil millones de dólares** y **157 mil empleos**.

La entrada puede ser ágil, los procesos biométricos eficientes, pero si la percepción es de invasión a la privacidad, revisión de dispositivos, redes sociales, el viajero simplemente cambia de destino.

México, sin embargo, ha resistido. Incluso con la caída de visitantes hacia otras naciones norteamericanas, el país ha mantenido crecimiento.

MUNDIAL 2026: LA VENTANA QUE NO SE PUEDE DESAPROVECHAR

Los grandes eventos deportivos no solo generan ocupación hotelera. Generan descubrimiento. Históricamente, los visitantes que llegan por un evento regresan después como turistas convencionales.

El 80% de los boletos ya están vendidos. La tarea estratégica ahora está en ese 20% restante.

México tiene una ventaja comparativa poderosa:

- Inauguración del torneo.
- Ubicación geográfica estratégica.
- Hospitalidad reconocida globalmente.
- Diversidad cultural que va mucho más allá del fútbol.

TENDENCIAS GLOBALES:

EXPERIENCIAS, IA Y EL VIAJERO HÍBRIDO

El comportamiento del viajero ha cambiado radicalmente después de la pandemia.

- Todas las generaciones están viajando más.
- La Generación Z considera el viaje un derecho.
- El 90% de los viajes de negocio de la Gen Z se convierten en viajes híbridos (bleisure).
- El multidesestino gana fuerza.
- El lujo ya no es producto: es experiencia.

Además, la inteligencia artificial está transformando la eficiencia operativa en aerolíneas y hoteles: optimización de combustible, reducción de desperdicio, mejora de itinerarios.



Gloria Guevara - CEO de WTTTC

MÉXICO CRECE... PERO NO PUEDE CONFORMARSE

Hay un dato que cambia la conversación: el turismo representa **15% del PIB mexicano**, por encima del promedio global (**10%**). Y mientras la economía global crece alrededor del **3%**, el turismo mundial lo hace al doble o más. México ha crecido a un dígito, sí. Pero desde una base mucho más grande que los destinos emergentes que hoy muestran crecimientos de dos dígitos.

Sin embargo, hay límites claros:

- Conectividad aérea insuficiente.
- Infraestructura aeroportuaria tensionada.
- Necesidad de mayor inversión en promoción.
- Retos de seguridad que influyen en la narrativa internacional.

INFRAESTRUCTURA: EL DEBATE PENDIENTE DEL HUB AEROPORTUARIO

Estambul es el ejemplo más citado: aeropuerto construido en cuatro años bajo esquema de concesión privada, con capacidad inicial de **95 millones de pasajeros** y expansión proyectada a **200 millones**.

México enfrenta una pregunta estructural:

¿Puede aspirar al top cinco mundial sin un verdadero **hub aeroportuario** de escala global?

Con tres aeropuertos operando en el **Valle de México** y una capacidad que no alcanza los **80 millones de pasajeros**, la proyección de demanda futura exige decisiones estratégicas.

PROMOCIÓN: ¿MISTERIO O MODELO HÍBRIDO?

México sigue creciendo sin un consejo nacional fuerte como el **CPTM** del pasado.

Entonces, ¿qué está funcionando?

La promoción no es inexistente. Es descentralizada. Y aunque podría fortalecerse, el crecimiento actual demuestra que el producto mexicano tiene peso propio. Pero si se invirtiera más en promoción coordinada, el crecimiento podría acelerarse.

El país está en el camino correcto, pero el **Mundial** no puede ser una anécdota estadística. Debe ser un punto de inflexión.

Porque el objetivo no es solo crecer un dígito más. Es consolidarse como potencia turística estructural. Y esa conversación empieza ahora.

16 **% OFF**
DE COMISIÓN

¡Viaja con nosotros!



SALIDAS SEMANA SANTA



LO MEJOR DE CUBA

08 DÍAS *| 07 NOCHES
DESDE **\$979** USD DOBLE
+429 USD DE IMPUESTOS

SALIDA: 28 DE MARZO 2026



CARIBE

08 DÍAS *| 07 NOCHES
DESDE **\$1,279** USD DOBLE
+359 USD DE IMPUESTOS

SALIDA: 27 DE MARZO 2026

*Plan todo incluido en Punta Cana



COSTA RICA

08 DÍAS *| 07 NOCHES
DESDE **\$1,349** USD DOBLE
+359 USD DE IMPUESTOS

SALIDA: 28 DE MARZO 2026



COLOMBIA DESLUMBRANTE

08 DÍAS *| 07 NOCHES
DESDE **\$1,539** USD DOBLE
+499 USD DE IMPUESTOS

SALIDA: 28 DE MARZO 2026



SÚPER PERÚ

08 DÍAS *| 06 NOCHES
DESDE **\$1,569** USD DOBLE
+599 USD DE IMPUESTOS

SALIDA: 28 DE MARZO 2026



ESPAÑA Y FRANCIA

11 DÍAS *| 09 NOCHES
DESDE **\$1,869** USD DOBLE
+989 USD DE IMPUESTOS

SALIDA: 27 DE MARZO 2026



TURQUÍA

11 DÍAS *| 09 NOCHES
DESDE **\$2,089** USD DOBLE
+939 USD DE IMPUESTOS

SALIDA: 27 DE MARZO 2026



LO MEJOR DE COREA

09 DÍAS *| 06 NOCHES
DESDE **\$2,929** USD DOBLE
+989 USD DE IMPUESTOS

SALIDA: 26 DE MARZO 2026

Todos nuestros paquetes incluyen: Aéreos, traslados, hospedaje, desayunos, excursiones, equipaje y seguro de asistencia.
Válido para salidas mencionadas. Solicite itinerario descriptivo. Aplican restricciones.

El pulso del lujo independiente en 2026 lo marca: Preferred Hotels & Resorts

Para 2026, la colección global que agrupa más de **625 hoteles** en **80 países** presenta una serie de aperturas que no solo amplían su portafolio, sino que reafirman una tendencia clara en el lujo contemporáneo: patrimonio restaurado, diseño con narrativa y experiencias que dialogan con la cultura local.



LONDRES: CREATIVIDAD VICTORIANA EN FITZROVIA

En febrero abrirá **The Newman**, en pleno corazón de **Fitzrovia**, uno de los barrios más creativos del centro londinense. Con **81 habitaciones y suites**, el hotel, integrado a la **Legend Collection**, rinde homenaje a la tradición intelectual del área donde **Bloomsbury** y **Soho** se encuentran.

Diseñado por **Lind + Almond**, mezcla referencias victorianas y art déco con un enfoque contemporáneo. La propuesta incluye brasserie europea, el bar **Gambit**, comedores privados y una planta completa dedicada al bienestar: hidroterapia, cabinas de frío y calor, sala de sal activa y estudio de meditación.



FEZ: EL REGRESO DE UN ICONO MARROQUÍ

En primavera reabrirá el histórico **Palais Jamaï Fès**, un palacio del siglo XIX que fue residencia del **Gran Visir** de la dinastía **Alauí** y que permaneció como hotel emblemático hasta 2014.

Ubicado en el corazón espiritual de **Marruecos**, el inmueble renace con **94 habitaciones y suites**, incluida una **Suite Real**, y una oferta gastronómica liderada por el **Grupo Alain Ducasse** en tres restaurantes y cuatro bares, entre ellos un sky bar con vistas a la medina.

El proyecto recupera baños turcos tradicionales, integra dos piscinas, pista de pádel, club infantil, galerías de arte y un huerto propio, reforzando la idea de lujo conectado con la tradición.



GRANADA Y SEVILLA: EL RENACIMIENTO ANDALUZ

En abril debutará el **Gran Hotel Claridge**, en la histórica **Plaza de Villamena**, a pasos de la **Catedral** y la **Alhambra**. Con **70 habitaciones**, el hotel boutique, integrado a la **L.V.X. Collection**, apuesta por una lectura contemporánea del legado cultural granadino.

En **Sevilla**, la primavera traerá **Serras Sevilla**, un hotel de **43 habitaciones**. Ubicado junto a la Catedral, combina arquitectura regionalista con lujo contemporáneo. Tres restaurantes y una terraza con piscina panorámica apuntalan su propuesta.



CHARLESTON: LUJO FRENTE AL AGUA

En marzo abrirá **The Cooper**, en **Carolina del Sur**, el único hotel de lujo frente al mar en la península de **Charleston**. Con **191 habitaciones** y vistas al río Cooper, el proyecto integra cuatro conceptos gastronómicos, incluido el **Bar Marti** junto a la piscina, marina privada y experiencias costeras que van desde cruceros en yate hasta recorridos fluviales.



MALTA: 500 AÑOS CONVERTIDOS EN BOUTIQUE HOTEL

En **La Valeta**, el **Romègas Hotel** ocupará un palacio de cinco siglos construido para el Caballero de Malta **Mathurin Romègas**. Tras una restauración minuciosa, abrirá con apenas **23 habitaciones y suites**, interiores diseñados por **Camilleri Paris Mode** y una piscina en la azotea con vistas privilegiadas a la bahía.



MONTAÑA Y AVENTURA EN UTAH

En invierno debutará **The Stelle**, dentro de **SkyRidge Mountain Resort** en **Park City**. Con **67 habitaciones** orientadas a montaña o lago, integrará restaurante de alta cocina, rooftop bar y delicatessen, además de spa con siete cabinas, saunas al aire libre y acceso a instalaciones ecuestres, golf y traslados a **Deer Valley Resort**.



2026 TAMBIÉN SERÁ AÑO DE RENACIMIENTOS

El histórico **Hôtel California Paris**, a pasos de los **Campos Elíseos**, reabrirá tras una transformación liderada por **Jean-Philippe Nuel Studio**, modernizando sus 188 habitaciones sin perder su elegancia de 1925.

En **Ginebra**, el **Hotel Metropole Geneve**, fundado en 1854, presentará una renovación inspirada en los viajes de **Nicolas Bouvier** y **Ella Maillart**, con interiores boutique contemporáneos y nuevos espacios sociales.

Y en **Virginia**, la **Birdwood Mansion** del siglo XIX dentro del **Boar's Head Resort** se convertirá en un exclusivo hotel boutique de siete habitaciones, combinando patrimonio y acceso a un resort integral.

En un mercado global cada vez más competitivo, el lujo independiente no compite por volumen, sino por autenticidad. Y en 2026, **Preferred Hotels & Resorts** apuesta por esa narrativa con hoteles que no solo alojan, sino que interpretan su destino.

CERTIFICACIÓN EN LÍNEA FRANCE CONNAISSEUR

Vuélvete experto en Francia



Escanea
y regístrate
gratis

Explore France™ 
Powered by Atout France



Pero empecemos por el Egipto contemporáneo en un punto que resalta desde que uno baja del avión en el **Aeropuerto Internacional de El Cairo** se convierte en una escena frecuente en cada momento del viaje.

A inicios del año 1300 a.C. **Tutankamon**, a sus entonces ocho años se convirtió en el faraón más joven de todo Egipto hasta su muerte a los 18 años. Pequeños *Tutankamones*: niñas, niños y adolescentes nos abordan para tomarnos selfies con ellos. Una vez adentro del autobús que nos llevará a explorar el territorio egipcio, nos abren paso y flanquean en los primeros metros. Sus manitas no se cansan de decirnos adiós. Y no, no es que los turistas sean los **Osiris, Horus o Amon Ra** modernos. Según nos dicen, son dos las razones por las que tienen esa cortesía: primero que nada su vida diaria no es otra más que ir de su casa a la escuela y viceversa, por lo que cuando rara ocasión llegan a salir, ver extranjeros es una novedad, algo muy diferente a su cotidianidad y quieren llevarse el recuerdo. Otra razón, es un gesto de agradecimiento por venir a visitarlos y dejar derrama económica, pues Egipto es un país que un alto porcentaje de su economía depende del turismo.

Por otro lado, el capítulo bíblico del **Éxodo**, en el Antiguo Testamento, refiere a las diez plagas enviadas por Dios al pueblo egipcio para liberar a los judíos del faraón **Ramsés II**: sangre, ranas, piojos, moscas, muerte súbita del ganado, úlceras, granizo, langostas, tinieblas y muerte de los primogénitos egipcios. Pero al parecer, hubo una onceava plaga que abunda hasta nuestros días: los vendedores ambulantes, quienes en su intento por que les compres, aun ignorándolos, no te dejarán en paz y es probable que te persigan hasta alguna zona restringida para ellos.

Pero eso, no impedirá dejarse sorprender por las distintas zonas arqueológicas que abundan a lo largo y ancho del territorio egipcio.

Las colosales pirámides de Giza, así como la monstruosa esfinge, las únicas sobrevivientes de las Siete Maravillas del Mundo Antiguo.

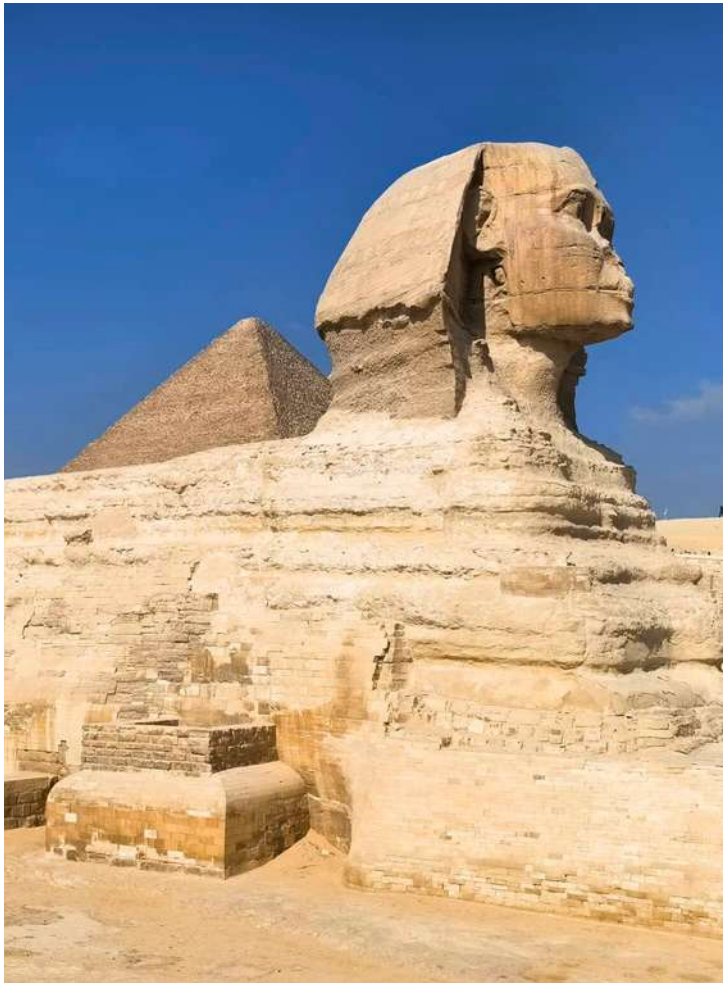
Lo nuevo del antiguo testamento

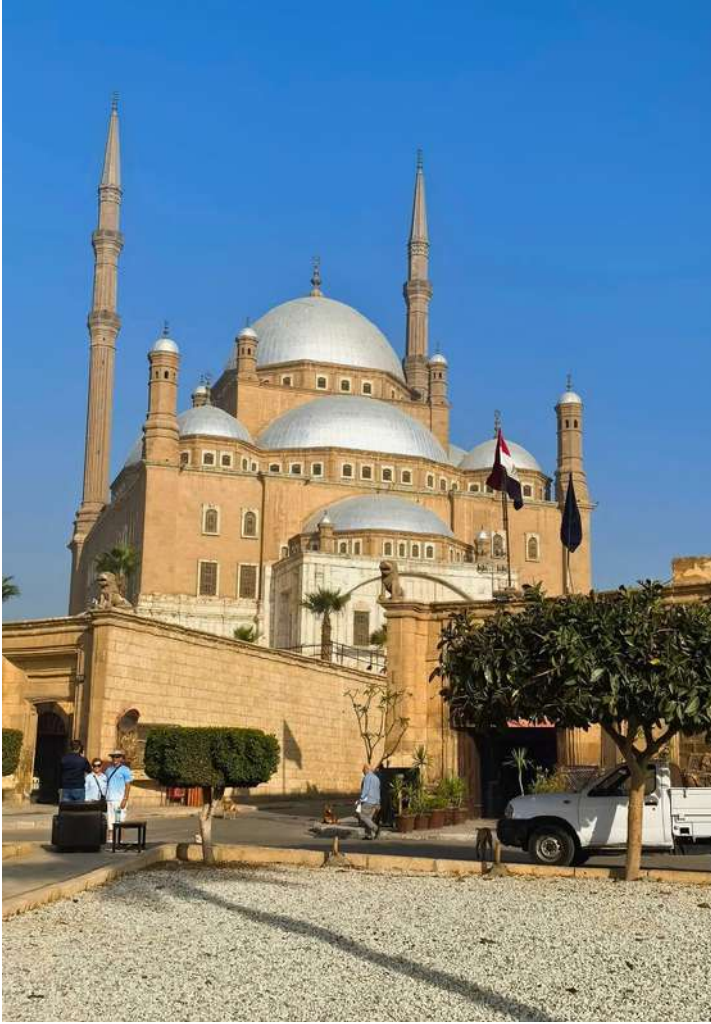
EGIPTO

Por Luis Felipe Hernández

Viajar a Egipto es hacer un viaje al **Génesis 12:10**, es teletransportarse a más 52 siglos de historia en el que se convivirá con legendarios personajes de la historia universal, desde el profeta **Moisés** hasta la **Sagrada Familia** y todos aquellos referentes que hicieron del Antiguo Egipto la más grande civilización de todos los tiempos cuyos vestigios continúa vivos hasta la fecha: **Ramsés II, Nefertari, Tutankamón, Cleopatra, Keops, Kefrén, Micerino** y todas las deidades.

De la mano de la operadora mexicana de viajes mayorista **Entorno CIT**, dirigida por **Margarita Reyes Gallardo**; y **Dunas Travel**, con un alto liderazgo en Latinoamérica, encabezado por **Attia Yamany**, nos adentramos a esta mística patria de la inmortalidad simbólica.





Memphis, antigua capital egipcia, que alberga la estatua más grande de **Ramsés II** y la majestuosa **Esfinge de Alabastro**.

Sakkara, con la única pirámide escalonada más antigua del mundo.

Abu Simbel, testigo mudo del romance entre **Ramsés II** y **Nefertari**, con el histórico templo con las figuras colosales que resguardan su entrada. Según se dice, ahí se disfruta el mejor espectáculo de luz y sonido de todo el país.

La isla Agilkia con su **Templo Philae**, el único del Antiguo Egipto que se conserva casi en su totalidad.

Edfu, con el **Templo de Horus**, el Dios de los Dioses.

Luxor, legendario lugar que por doquier se fusiona el pasado y presente egipcio con el **Templo de Karnak**, el **Templo de Luxor**, los **Colosos de Memnon**, el **Templo Funerario de la Reina Hachepsut** y el **Valle de los Reyes**.

Para completar, el **Gran Museo Egipcio**, en **Guiza**, con más de cien mil piezas de la cultura egipcia, siendo su principal atractivo la Máscara y sarcófago de **Tutankamón** y una estatua monumental de **Ramsés II**.

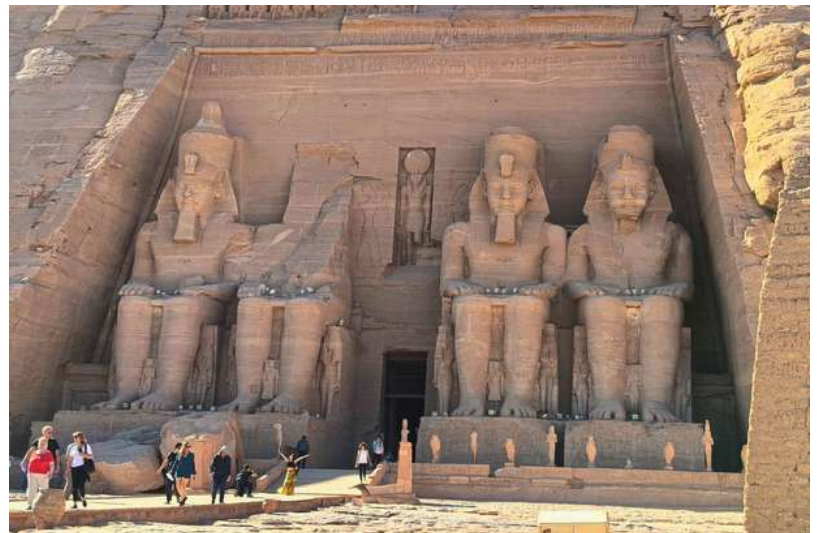
Sin embargo, el musulmanismo no se podía quedar atrás... La **Mezquita de Muhammad Alí**, que data a inicios del siglo XIX, en la ciudadela de **Saladino**, vigía de **El Cairo** por su elevada altura que goza de una vista de 180 grados a, prácticamente, toda la capital de Egipto sumado a su arte islámico en sus interiores.

El judaísmo y el cristianismo, ya sea católico romano, católico ortodoxo o de cualquiera de las comunidades evangélicas, están bien representados en el **Barrio Copto** que resguardan la **Iglesia de San Sergio**, refugio de la **Sagrada Familia**; y la **Sinagoga de Ben-Ezra**, donde, según se dice, fue encontrado el entonces niño **Moisés**, posterior profeta del pueblo judío, y que actualmente tiene una réplica auténtica de la **Tabla de los Diez Mandamientos**.

Para compras de recuerdos, el **Mercado de Khan El Khalili**, abundante tanto en prendas de vestir, fotografías, llaveros, joyería, chácharas y con una consigna especial: ¡Se vale regatear!

Y como complemento, un crucero por el **Río Nilo**, testigo mudo no solo de la historia de Egipto, sino de toda la humanidad. Se podrá hacer una parada en el poblado de **Nubio**, donde se podrá convivir con los lugareños, adentrarse en sus hogares y experimentar el fumar en un narguile, comer bocadillos recién hechos y hacerse un tatuaje de *henna*.

Egipto no se visita, se experimenta con la combinación de aventura, patrimonio y hospitalidad. Viajar hasta ahí es enfrentarse a la grandeza de la civilización más antigua del mundo que dialoga con el presente y en el que lleva a la pregunta obligatoria sobre quiénes fuimos, quiénes somos y quiénes seremos.





Egipto a tu manera

Sep
2026

Egipto de lujo: salida especial con crucero. Visitando El Cairo, Alejandría, Luxor, con el nuevo Gran Museo Egipcio y guía egiptólogo. Grupo reducido, hotel Hyatt Cairo.



TARIFA AÉREA
GARANTIZADA

\$1,480 USD
IMP Incluidos

Desde

\$2,519 USD

*Consulta plan de pagos

Salida

17

Septiembre

05 noches+  + 04 noches de 

Seguro de Viaje 

 +  +  + 

+  Sharm El Sheik / +  París *Consulta tarifa

Egypt
where it all begins

CONSULTE ITINERARIO DETALLADO

Tarifa SGL: \$3,440.00 precios por persona en habitación doble



CONTÁCTANOS: INFO@SAGATRAVEL.COM.MX

SAGATRAVEL.COM.MX

CONTACTO(55) 93 02 97 50

55 42 25 85 58

Sujeto a disponibilidad aérea y terrestre a la fecha de reservación. Tarifas publicadas por persona en Dólares de los Estados Unidos Americanos. Los precios de las cotizaciones, confirmaciones y precios de venta serán el resultado de la conversión de la moneda extranjera a moneda nacional y podrán ser pagados en pesos MXN (Moneda Nacional) al tipo de cambio que rija en el lugar y fecha en que se haga el pago inicial o bien en cada una de las fechas en que se realicen pagos parciales. Aplica suplemento temporal de alto. Este tipo de cambio se determinará conforme a las disposiciones que para esos efectos expida el Banco de México en los términos de su Ley Orgánica y conforme al Artículo 6º de la Ley Monetaria de los Estados Unidos Mexicanos. Las obligaciones de pago en moneda extranjera contraídas dentro de la República Mexicana para ser cumplidas en ésta, se debe sufragar en Moneda Nacional al tipo de cambio que rija al momento de efectuarse el pago, o en la moneda extranjera a elección de ambas partes. Lo anterior con fundamento en los apartados 5.1.3 y 6.0.4 de la Norma Oficial Mexicana NOM-010-TUR-2001. sagatravel.com.mx CONTACTO (55) 93 02 97 50 Sujeto a disponibilidad aérea y terrestre a la fecha de reservación. Tarifas publicadas por persona en Dólares de los Estados Unidos Americanos. Los precios de las cotizaciones, confirmaciones y precios de venta serán el resultado de la conversión de la moneda extranjera a moneda nacional y podrán ser pagados en pesos MXN (Moneda Nacional) al tipo de cambio que rija en el lugar y fecha en que se haga el pago inicial o bien en cada una de las fechas en que se realicen pagos parciales. Aplica suplemento temporal de alto. Este tipo de cambio se determinará conforme a las disposiciones que para esos efectos expida el Banco de México en los términos de su Ley Orgánica y conforme al Artículo 6º de la Ley Monetaria de los Estados Unidos Mexicanos. Las obligaciones de pago en moneda extranjera contraídas dentro de la República Mexicana para ser cumplidas en ésta, se debe sufragar en Moneda Nacional al tipo de cambio que rija al momento de efectuarse el pago, o en la moneda extranjera a elección de ambas partes. Lo anterior con fundamento en los apartados 5.1.3 y 6.0.4 de la Norma Oficial Mexicana NOM-010-TUR-2001. © 35 42 25 85 58



SAGA
TRAVEL

AEROMÉXICO:

Puntualidad histórica, crecimiento estratégico y la confianza de la industria



“Hay reconocimientos que validan cifras, pero hay otros que confirman liderazgo.”

En 2026, Aeroméxico no solo volvió a ser nombrada la aerolínea global más puntual del mundo por **Cirium**, uno de los indicadores más rigurosos de la industria aérea internacional, sino que lo hizo marcando un precedente histórico: es la primera aerolínea en 17 años del **On-Time Performance Program** en ganar el primer lugar en años consecutivos.

Pero antes de que la estadística hablara, ya lo había hecho el canal de distribución. En la **Encuesta Anual de Pasillo Turístico 2025**, Aeroméxico se posicionó como la **Mejor Aerolínea Nacional 2025**, concentrando el **66%** de las preferencias de los agentes de viajes. Y ocupó la tercera posición en el tablero como la preferida de los agentes de viajes a nivel internacional.

UN LIDERAZGO QUE HOY SE MIDE EN MINUTOS

El anuncio del reconocimiento global fue realizado por **Jeremy Bowen**, CEO de **Cirium**, en una ceremonia celebrada en uno de los hangares de la aerolínea, justo en el mismo escenario donde un año antes Aeroméxico había sido reconocida por su desempeño operativo en 2024.

El logro esta vez, fue aún mayor. En la edición anterior, la diferencia entre el primer y segundo lugar fue de apenas **0.35%**. En la medición más reciente, la brecha se amplió a **3.3%**, una distancia poco común en una industria donde los márgenes suelen ser mínimos.

El dato cobra más relevancia cuando se entiende la metodología: Cirium procesa **más de 25 millones de registros diarios** provenientes de más de **600 fuentes globales**, bajo un esquema independiente de gobernanza. No es percepción. Es trazabilidad operativa.

**En 2021, la puntualidad de Aeroméxico rondaba el 70%
Hoy supera el 90%**

En 2025 Aeroméxico transportó a **más de 25 millones** de pasajeros y alcanzó un *completion factor* de **99.7%**, uno de los más altos de la industria global.

Traducido al lenguaje del pasajero y del agente: millones de itinerarios se cumplieron como fueron vendidos.

LA VISIÓN DE CONESA: PRIMERO LO ESENCIAL

Para **Andrés Conesa**, director general de Aeroméxico, la puntualidad no es un trofeo; es el cimiento: *“La puntualidad y la confiabilidad son la base de todo. Si un vuelo se cancela o se retrasa, cualquier esfuerzo adicional pierde impacto”*.

Durante los últimos dos años, la compañía ha invertido alrededor de **500 millones de dólares anuales** en mantenimiento mayor, modernización de flota, sistemas predictivos de clima, herramientas avanzadas de asignación de tripulaciones y gestión integral de operación.

Paralelamente, completó la homologación de cabinas en toda su flota, fortaleció su producto premium, amplió la conectividad WiFi y consolidó alianzas gastronómicas y de entretenimiento.

EL RESULTADO NO SOLO SE REFLEJÓ EN LA PUNTUALIDAD:

Aeroméxico también fue nombrada **Mejor Aerolínea de Norteamérica por APEX**, convirtiéndose en la primera fuera de Estados Unidos en obtener ese reconocimiento.

Lograr simultáneamente puntualidad, servicio y rentabilidad no es común en la industria aérea global. Aeroméxico lo está haciendo... y con números positivos.

EXPANSIÓN, FLOTA Y RED INTERNACIONAL

De cara a 2026, la flota superará las **170 aeronaves**, con la incorporación de nuevos **Boeing 787 Dreamliner y 737 MAX**, varios con imagen renovada. Esto permitirá incrementar capacidad y eficiencia en rutas estratégicas.

En red, destacan aperturas clave:

Monterrey – París (13 de abril - 23 de octubre 2026)
CDMX – Barcelona (28 de marzo- 24 octubre 2026)

Además de mayores frecuencias y nuevas oportunidades en América del Norte, Centroamérica y Sudamérica.

No es una garita común ni un cruce libre para cualquier viajero. Es un puente peatonal binacional que conecta directamente el **Aeropuerto Internacional de Tijuana** con una **terminal en San Diego**, y solo puede usarse si el pasajero tiene un vuelo desde o hacia **Tijuana**.

En diez años el **CBX** ha acumulado **más de 30 millones de usuarios** y en 2025 superará los **4 millones de cruces**. El tiempo promedio para pasar de un país al otro es de **18 a 20 minutos**, aunque con sistemas biométricos puede ser menor para ciudadanos estadounidenses. Pero más allá de la cifra, lo importante es entender el proceso paso a paso.

Primero: el requisito indispensable es contar con un boleto aéreo con salida o llegada en **TIJ**. Sin ese vuelo, el acceso al puente está restringido. El cruce puede utilizarse hasta **24 horas** antes del vuelo si sales desde Tijuana, o hasta **2 horas** después de aterrizar si llegas a **TIJ**.

Segundo: el boleto de CBX debe adquirirse previamente, en línea, con la aerolínea o directamente en taquilla. En temporada alta el costo ronda los **60 dólares** viaje redondo, dependiendo de anticipación y tipo de compra. Es recomendable comprarlo antes para evitar filas o disponibilidad limitada.

Tercero: documentación. El pasajero debe presentar **pasaporte vigente** y la **visa** o **documento migratorio** correspondiente según su nacionalidad. Aunque el cruce es ágil, los controles migratorios de ambos países se realizan dentro del complejo. No sustituye requisitos legales ni exime de inspección.

Cuarto: el proceso físico. Si llegas a Tijuana, recoges equipaje y sigues la señalización hacia **CBX** dentro del aeropuerto. Caminas por el puente cerrado y climatizado, aproximadamente **390 metros**, y llegas a la terminal en San Diego donde realizas o concluyes el trámite migratorio antes de salir a la calle.

Si vas hacia México, el proceso inicia del lado estadounidense: llegas a la terminal **CBX** en San Diego, documentas equipaje si aplica, cruzas el puente y entras directamente a la zona del aeropuerto de Tijuana para abordar tu vuelo.

Un punto que muchos desconocen: **CBX** funciona también como centro de conexión terrestre. La terminal en San Diego cuenta con renta de autos, estacionamiento (**más de 8,500 espacios**) y transporte hacia múltiples ciudades del suroeste de Estados Unidos. Esto facilita combinar vuelo desde Tijuana con desplazamiento terrestre posterior sin necesidad de cruzar por garitas vehiculares tradicionales.

En términos prácticos, conviene llegar con al menos dos horas de anticipación si el cruce es previo al vuelo, especialmente en temporada alta o fines de semana. Aunque el promedio es de **20 minutos**, factores como flujo migratorio, revisión secundaria o equipaje pueden extender el tiempo.

Desde su apertura, el Aeropuerto de Tijuana pasó de **4.8 millones** de pasajeros anuales a una proyección cercana a **13 millones** en 2025, con más de **35 rutas domésticas activas**. Ese crecimiento está directamente ligado al uso del puente.

Utilizar **CBX** correctamente no es complicado, pero sí exige planeación: vuelo confirmado en **TIJ**, boleto del cruce adquirido, documentos vigentes y tiempo suficiente. Entendido así, el puente no es una alternativa improvisada, sino una herramienta logística eficiente para cruzar entre México y Estados Unidos caminando y en cuestión de minutos.



El negocio de carga también seguirá fortaleciéndose, impulsado por la mayor capacidad de los **787** y nuevas alianzas estratégicas.

LA EXPERIENCIA DEL PASAJERO NO SE LIMITA AL AIRE

En 2026 se inaugurarán dos nuevos Salones Premier con conceptos diferenciados, servicios premium y espacios diseñados para descanso y productividad. También concluirá el programa de nuevas bahías de documentación en el AICM para agilizar procesos.

En el frente tecnológico, Aeroméxico avanza en el despliegue de una nueva aplicación móvil, concebida como el proyecto digital más relevante de los últimos años, integrando la experiencia del viaje antes, durante y después del vuelo en una sola plataforma.

EL RESPALDO DE LA INDUSTRIA: MÁS QUE UNA ENCUESTA

Que Aeroméxico haya concentrado el 66% de las preferencias en nuestra encuesta anual no es un dato menor.

Los agentes de viajes valoran:

- Consistencia operativa
- Red internacional robusta
- Modernización de flota
- Conectividad global
- Percepción de marca
- Cercanía comercial

En un entorno donde la confianza es determinante, la puntualidad no solo mejora la experiencia del pasajero: fortalece la relación entre la aerolínea y el agente que la vende.

“Ser la aerolínea más puntual del mundo por segundo año consecutivo es un orgullo enorme, pero también una responsabilidad. El desafío es seguir elevando el estándar todos los días”

Aeroméxico no solo consolidó su posición internacional.

Hoy se proyecta como uno de los referentes más sólidos de gestión operativa, confiabilidad y experiencia integral en la aviación global.

Y mientras el mundo mide minutos... la industria en México ya tomó nota.

EUROMUNDO
Tour Operador

12, 15 Y 18

MESES SIN INTERESES

EN TERRESTRE Y AÉREO



LUCES DE **Japón** y **Corea**

18 Días - 15 Noches

VISITANDO:

Madrid • San Sebastián • Burdeos
Blois • París • Ginebra • Aosta • Venecia
Rávena • Asís • Roma • Florencia • Pisa
Sestri Levante • Montecarlo • Costa Azul
Arlés • Barcelona • Madrid



CONTAMOS CON

LUGARES DISPONIBLES

SALIDA 27
DE MARZO

DESDE

6,914

USD

**PRECIO EN
BASE DOBLE**

TARIFAS POR PERSONA EN DÓLARES AMERICANOS, PAGADEROS EN MONEDA NACIONAL MEXICANA SUJETO AL TIPO DE CAMBIO AL DÍA EN QUE SE EFECTUE LA COMPRA

Volando con:



**TURKISH
AIRLINES**

Europamundo
vacaciones

Intermundial

INCLUYEN:



CONSULTA ITINERARIOS DETALLADOS

Consulta otras fechas de salida y vuelos. Tarifas y promociones sujetas a disponibilidad y cambio por los proveedores. Las tasas e impuestos aéreos pueden variar de acuerdo con disposiciones gubernamentales o aeroportuarias. **TODOS LOS PRECIOS Y PROMOCIONES PUBLICADOS SON DE CARÁCTER REFERENCIAL E INFORMATIVO. NINGUNO DE LOS PRECIOS QUE SE PUBLICAN SON DE CARÁCTER FINAL O DEFINITIVO EN TANTO EL CLIENTE RESERVA FORMAL MISMA QUE SE ELABORA Y ENTREGA DE ACUERDO CON SUS PROPIOS INTERESES, REQUERIMIENTOS Y PRESUPUESTO** mismos que se sujetan a términos y condiciones, establecidos en la página web <https://euromundo.ebeweb.com.mx/terminosycondiciones>

PUERTO VALLARTA

Hay destinos que se explican con cifras. Otros, con emociones. Puerto Vallarta pertenece a esta última categoría.

En la costa del Pacífico mexicano, abrazado por la **Sierra Madre Occidental** y abierto a la inmensidad de la **Bahía de Banderas**, este puerto jalisciense ha construido una identidad difícil de replicar: combina la esencia de un pueblo mexicano tradicional con la infraestructura y el dinamismo de un destino cosmopolita.

La silueta de la **Iglesia de Nuestra Señora de Guadalupe** continúa marcando el pulso del centro histórico. Sus calles empedradas, fachadas blancas y techos de teja roja conservan ese aire auténtico que lo distingue de otros destinos de playa. No es una escenografía; es una ciudad viva que ha sabido crecer sin borrar su memoria.

El Malecón es quizá la expresión más clara de esa dualidad. De día, es paseo frente al mar, punto de encuentro entre esculturas contemporáneas, galerías, cafés y artistas urbanos. Al atardecer, se convierte en ritual colectivo: el cielo se tiñe de tonos naranjas y violetas mientras el Pacífico ofrece uno de los espectáculos naturales más memorables del país.

***Vallarta no vive de una sola postal.
Vive de muchas escenas que se encadenan con
naturalidad: montaña, mar, arte, cocina y
hospitalidad.***

Hacia el sur, la naturaleza toma protagonismo. Los **Arcos de Mismaloya** emergen del mar como formaciones escultóricas que protegen vida marina y atraen a quienes buscan snorkel o buceo en aguas cristalinas.



DATOS QUE ENRIQUECEN LA EXPERIENCIA

- Puerto Vallarta forma parte de Bahía de Banderas, considerada una de las más grandes del mundo.
- La temporada de avistamiento de ballenas (aproximadamente de diciembre a marzo) se ha convertido en uno de los grandes atractivos naturales del destino.
- La Zona Romántica concentra una de las escenas artísticas y gastronómicas más dinámicas del Pacífico mexicano.
- El Art Walk, que se realiza durante la temporada alta, fortalece el perfil cultural del puerto con recorridos por galerías y espacios creativos.
- El destino combina playa y montaña en distancias muy cortas, permitiendo integrar actividades de aventura, naturaleza y relax en una misma estancia.



Playas como **Conchas Chinas** y **Las Gemelas** ofrecen escenarios más íntimos, mientras que **Yelapa** conserva un espíritu relajado donde la selva y el océano conviven sin artificios.

La riqueza natural se complementa con el **Estero El Salado**, un ecosistema de manglares dentro de la mancha urbana, y con el **Jardín Botánico**, que revela la profundidad ecológica del entorno tropical. La montaña no es telón de fondo: es parte activa de la narrativa del destino.

En el terreno gastronómico, **Puerto Vallarta** ha evolucionado hacia una escena culinaria sólida y diversa. Restaurantes de cocina de autor, terrazas frente al mar y propuestas que reinterpretan ingredientes locales colocan al destino en el radar gastronómico nacional. Aquí la experiencia culinaria no acompaña el viaje: lo define.

La hotelería refleja esa misma versatilidad. Desde hoteles boutique enclavados en la montaña hasta resorts frente a la playa con propuestas solo adultos o familiares, el destino ofrece amplitud y especialización. La constante es la hospitalidad vallartense: cálida, profesional y con identidad propia.

Quizá el mayor logro de Puerto Vallarta sea su capacidad para ofrecer múltiples experiencias sin perder coherencia. Es un destino que funciona tanto para quien busca romance como para quien prioriza aventura; tanto para el descanso absoluto como para la vida nocturna vibrante.

***En tiempos donde la autenticidad se ha vuelto un
valor escaso, Vallarta conserva algo esencial:
identidad.***

TIPS PARA DESCUBRIR SU ESENCIA

- Caminar el Malecón al atardecer y regresar de noche: el ambiente cambia por completo.
- Subir al Mirador de la Cruz para dimensionar la magnitud de la bahía.
- Explorar playas accesibles solo por mar, como Majahuitas o Yelapa, para una experiencia más íntima.
- Reservar una cena frente al océano: la combinación de gastronomía y puesta de sol es parte del ADN vallartense.
- Dedicar tiempo al centro histórico sin itinerario rígido: Vallarta se disfruta mejor cuando se deja sorprender.

Universal Orlando

Incentiva estancias largas en crédito gastronómico

Universal Orlando Resort lanzó una promoción por tiempo limitado que otorga **US\$300** en crédito para alimentos por habitación a quienes reserven cinco noches o más en hoteles seleccionados del complejo. La oferta aplica para viajes del **12 de abril al 3 de septiembre de 2026**, con disponibilidad limitada y sujeta a restricciones.

Participan Universal Cabana Bay Beach Resort, Universal Aventura Hotel, Universal Stella Nova Resort y Universal Terra Luna Resort, reforzando la estrategia del destino para incentivar estancias más prolongadas y elevar el gasto interno dentro del resort.

La promoción puede combinarse con el **All Parks Ticket**, que permite acceso flexible y *park-to-park* a Universal Studios Florida, Universal Islands of Adventure, Universal Volcano Bay y el nuevo Universal Epic Universe, facilitando entradas y salidas ilimitadas durante el periodo de validez del boleto.



Miami y Miami Beach:

El saber como razón para viajar

En un año marcado por grandes eventos deportivos y una agenda internacional vibrante, **Miami y Miami Beach** elevan su propuesta gastronómica y convierten cada mesa en un punto de encuentro. Más que un destino de sol y playa, el sur de **Florida** se reafirma como uno de los escenarios culinarios más dinámicos de **Estados Unidos**, donde comer es también celebrar, compartir y conectar.

En **Ariete**, con estrella **Michelin**, la cocina cubano americana contemporánea mantiene su protagonismo en **Coconut Grove**, consolidándose como una de las paradas obligadas para quienes buscan identidad y sofisticación en un mismo plato.

El ambiente cambia en **R House Wynwood**, donde la gastronomía se mezcla con cultura pop y espectáculos en vivo. Sus brunches y cenas temáticas convierten cualquier visita en una experiencia social con sello propio.

Entre las aperturas recientes destaca **Kitchen + Cocktails**, que apuesta por cocina reconfortante con un giro contemporáneo en un entorno vibrante.

Para experiencias más íntimas, **Prime 54** ofrece su **Chef Counter**, un formato de cupo limitado donde el menú se prepara frente a los comensales, mientras que en **Hakkasan la Exclusive Wine Tasting Experience** propone catas guiadas que combinan alta cocina y vinos selectos en un formato sofisticado.



EN BREVE ESTADOS UNIDOS

Una noche que no se repite

Dormir dentro de un museo en Washington, DC

Cuando las puertas se cierran y el bullicio desaparece, el **Smithsonian National Museum of Natural History** se transforma. Bajo la silueta de un dinosaurio y en medio de galerías vacías, el **Smithsonian Sleepover** convierte uno de los museos más visitados del mundo en el escenario de una experiencia nocturna limitada a cerca de **200 personas** por edición.

Dirigido especialmente a **niños de 8 a 14 años** acompañados por adultos, el programa propone vivir el museo desde otra dimensión: recorridos *after hours*, actividades guiadas, dinámicas científicas, retos y talleres temáticos que hacen de la ciencia una aventura inmersiva. La iluminación nocturna y la ausencia de multitudes aportan una atmósfera distinta, más íntima y envolvente.

La referencia cinematográfica es inevitable. La saga **Night at the Museum** situó parte de su historia en el **Smithsonian**, pero aquí no hay ficción: caminar de noche entre fósiles milenarios y piezas icónicas genera un efecto “wow” real, difícil de replicar en cualquier otro destino urbano.

Para el segmento familiar que busca viajes con contenido cultural y experiencias diferenciales en **Estados Unidos**, esta propuesta suma valor y narrativa al itinerario en la capital.

Las fechas se anuncian con cupo limitado y programación variable, por lo que conviene registrarse en los canales oficiales del museo para conocer disponibilidad y detalles de cada edición. Una experiencia que eleva la visita tradicional a un recuerdo que perdura.



Columbia Británica

El invierno que redefine la experiencia canadiense

Por años, cuando el viajero mexicano pensaba en Canadá, imaginaba postales nevadas, ciudades ordenadas y grandes lagos. Pero hoy, **Columbia Británica** está decidida a romper esa percepción uniforme y demostrar que no todo Canadá es igual. La provincia se posiciona como un destino diverso, sofisticado y perfectamente conectado para el mercado mexicano

De la mano de **Viajes de Gala** y sus aliados estratégicos, la propuesta para 2026 no solo apuesta por el invierno como producto estrella, sino por una narrativa más completa: naturaleza auténtica, gastronomía con identidad, cultura de Primeras Naciones y experiencias diseñadas a la medida del viajero actual.

EL “TRIÁNGULO DORADO”: TRES DESTINOS, UNA SOLA EXPERIENCIA

Vancouver, **Whistler** y **Victoria** conforman lo que hoy se promueve como el “**Triángulo Dorado**” de Columbia Británica. Tres destinos cercanos geográficamente, pero con personalidades claramente diferenciadas que permiten construir itinerarios versátiles y altamente vendibles.

Vancouver es la puerta de entrada natural. Cosmopolita, rodeada de agua y montañas, combina hoteles de lujo, barrios vibrantes y una escena gastronómica multicultural que dialoga con Asia, Europa y América. Su infraestructura y conectividad aérea la consolidan como el *hub* ideal para iniciar cualquier circuito invernal. Además, ante la expectativa de grandes eventos internacionales como el **Mundial**, la ciudad refuerza su posicionamiento global y exige a los agentes anticipación en reservas.

A solo **2.5 horas** por una carretera escénica que serpentea fiordos y bosques, aparece **Whistler**, la joya de la montaña. Celebrando 60 años de su montaña y 50 años de su villa, este *resort* presume ser el de mayor número de pistas en Norteamérica y contar con dos montañas unidas por la icónica góndola *Peak to Peak*, única en el mundo. La temporada se extiende de noviembre a abril y puede acumular hasta 11 metros de nieve al cierre.

Pero **Whistler** no es solo esquí: es spa al aire libre, bosques iluminados como **Vallea Lumina**, motonieve, trineos con perros, fondue en la montaña y una villa peatonal donde todo está a pasos del hotel.

Victoria, capital provincial ubicada en la **Isla de Vancouver**, aporta el contraste: arquitectura histórica, ambiente costero y acceso a destinos emergentes como **Tofino**. Aquí, el invierno se vive con otro ritmo, más contemplativo, más cultural.

CONECTIVIDAD ESTRATÉGICA Y CAPACITACIÓN

El fortalecimiento de rutas y frecuencias aéreas ha sido clave en este reposicionamiento. **Air Canada** ha ampliado operaciones desde y hacia México, incorporando nuevos aviones y mejorando la experiencia a bordo, con conectividad, entretenimiento y procesos más ágiles en aeropuertos canadienses.

A nivel documental, se mantiene la diferenciación entre la **visa canadiense**, requerida para ingresos por tierra, mar o tren, y la **ETA**, necesaria para ingresos por vía aérea. Entender y explicar correctamente este punto es parte fundamental del trabajo de especialización que la provincia impulsa entre los profesionales del turismo.

MÁS QUE NIEVE: IDENTIDAD Y LARGO PLAZO

El interés creciente del **mercado mexicano**, la ventaja del dólar canadiense y la amplitud de actividades para familias, parejas o viajeros activos consolidan una oferta robusta. En **verano**, ciclismo y senderismo; en **invierno**, esquí y experiencias inmersivas. Todo bajo un mismo paraguas natural.

Para el agente de viajes mexicano, Columbia Británica representa hoy una oportunidad clara: vender Canadá desde la especialización, no desde el cliché. Y en ese giro estratégico está la verdadera apuesta de la provincia para 2026.

Toronto vive su mejor momento...

y el viajero mexicano
está presente

Toronto cerró 2025 con cifras históricas al recibir **28.2 millones de visitantes** (+2%), superando por primera vez los niveles prepandemia y consolidándose como uno de los destinos urbanos más dinámicos de Norteamérica.

México destacó como uno de sus mercados internacionales de mejor desempeño, con un crecimiento del **13% en llegadas** y un gasto estimado de **82 millones de dólares**,

confirmando el interés del viajero mexicano por experiencias urbanas multifacéticas, cultura, gastronomía y eventos de talla internacional.

El segmento de reuniones y convenciones también impulsó el crecimiento: **74** grandes eventos, **378 mil** delegados (+51%) y un impacto económico de **982 millones** de dólares (+54%) posicionan a la ciudad como un *hub* estratégico para el mercado corporativo mexicano.

Con una ocupación hotelera promedio del **74%** y sólido respaldo de su comunidad, Toronto se perfila como una oportunidad atractiva para el *trade* mexicano en viajes de placer, grupos e incentivos.



MÁS ALLÁ DEL LUJO:

Claves para hacer de la nieve una experiencia accesible

Por Mariana Mijares

Aunque esquiar suele asociarse con un viaje de alto presupuesto, con planeación estratégica y el uso de programas específicos la experiencia en la nieve puede ser mucho más accesible de lo que se piensa.

ADQUIRIR UN PASE Y MULTIPLICAR LA MONTAÑA

Pases como el **Ikon Pass** ofrecen acceso ilimitado a varios resorts, además de un conjunto de beneficios que simplifican la experiencia: descuentos en alimentos, bebidas y tiendas, ventajas con marcas de equipo y socios de viaje, e incluso acceso anticipado a reservaciones a través de una cuenta en línea.

El programa **Friends & Family** permite obtener hasta 50% de descuento en 12 lift tickets. A ello se agrega la plataforma **Ikon Pass Travel**, que facilita comparar vuelos, hoteles y actividades para estructurar un itinerario a la medida.

El Ikon Pass incluye además 25% de descuento en envío de esquís y equipaje con ShipSkis.

El procedimiento es sencillo: se programa el envío en línea o por teléfono, se empaca el equipo y el transportista lo recoge en casa o en el hotel. A la llegada, el equipo espera en destino con seguro incluido, rastreo en tiempo real y garantía de puntualidad. Menos logística y más concentración en la experiencia en la montaña.



Fotos: Cortesía Alterra Mountain Company y Deer Valley Resort



COMPRAR CON ANTICIPACIÓN

Planear con tiempo se convierte en un ejercicio paralelo al esquí mismo. Reservar anticipadamente permite acceder a mejores condiciones en vuelos, hospedaje, actividades y pases de montaña. En destinos como **Deer Valley**, por ejemplo, pueden encontrarse descuentos de hasta 30% en hospedaje y lift tickets, además de créditos de consumo aplicables en restaurantes, tiendas, renta de equipo y otros espacios operados por el resort.

Los porcentajes varían según la temporada: tradicionalmente se ofrece hasta 30% en diciembre; actualmente pueden encontrarse 20% de descuento en periodos como del **22 de febrero al 5 de marzo o del 23 al 28 de marzo**. La lógica es clara: la anticipación suele traducirse en mejores condiciones económicas.

MÁS TÉCNICA, MENOS CAÍDAS: TOMAR LECCIONES

Las clases de esquí o snowboard representan una de las vías más efectivas para avanzar, tanto para quienes pisan la nieve por primera vez como para quienes buscan perfeccionar técnica. Reservar con antelación garantiza disponibilidad en los horarios más solicitados y optimiza el aprovechamiento del día.

En Bear Mountain Resort se encuentra la zona de aprendizaje más grande del sur de California

Para quienes buscan una experiencia más exclusiva, en **Snow Summit** existe la **Ikon Pass Suite**, un espacio privado para familias o grupos pequeños (hasta ocho personas), que incluye acceso exclusivo antes y después del horario de lifts, concierge personal, estacionamiento preferente, equipo demo premium, acceso prioritario a filas, alimentos durante la jornada y lift ticket del día si no se cuenta con pase.

PROGRESAR HABILIDADES SIN BARRERA DE IDIOMA

Algunos resorts han desarrollado programas pensados para el mercado hispanohablante. En **Winter Park**, por ejemplo, existen instructores latinos y clínicas completamente en español, diseñadas para que el idioma no represente un obstáculo en la montaña.

Hay fechas programadas para el 13 de marzo y el 4 de abril

Las sesiones están dirigidas tanto a principiantes como a esquiadores que buscan perfeccionar detalles técnicos.

VIAJAR EN PRIMAVERA

La primavera en la nieve se ha convertido en una alternativa cada vez más valorada. Los días son más largos, las temperaturas más moderadas y la nieve suele presentar condiciones más suaves. Además, el ambiente en los pueblos de montaña adquiere un ritmo más relajado, con terrazas activas y mayor vida al aire libre.

En **Blue Mountain**, en Canadá, la temporada ofrece cielos despejados, vistas a la bahía Georgian y programas como **Learn to Ski Guarantee**, que permite pasar de principiante absoluto a descender con mayor confianza en tres lecciones.

La combinación de clima más amable, programación especial y posibles ajustes tarifarios convierte a la primavera en una ventana estratégica para disfrutar la montaña con mayor equilibrio entre experiencia y presupuesto.



INVIERNO TOTAL EN RENO

5 ☀ / 4 C



PRECIO \$ **1,119** USD
DESDE

..... POR PERSONA EN BASE HABITACIÓN DOBLE

INCLUYE    

CONSULTA TÉRMINOS Y CONDICIONES GENERALES



2026:

El año en que viajar dejó de ser escape... para convertirse en elección consciente

El 2026 no será un año más para la industria turística. Será un año de decisiones. De viajeros más informados, más exigentes y, sobre todo, más emocionales. Las tendencias que hoy marcan el pulso del mercado mexicano no solo hablan de destinos, sino de motivaciones profundas: introspección, experiencias auténticas, anticipación estratégica y confianza.

De acuerdo con lo presentado por **Mundo Joven** en su panorama de tendencias, la organización proyecta un crecimiento de entre **20 y 23%** en reservas internacionales año contra año, impulsado por una combinación clara: mayor confianza del consumidor, recuperación total post pandemia y un viajero que prefiere respaldo profesional frente a la saturación digital.



Iván López - Director Corporativo Mundo Joven

EUROPA SE MANTIENE, ASIA ACELERA Y LATAM SE FORTALECE

De acuerdo a Iván López, director corporativo de Mundo Joven, Europa continúa liderando la demanda, representa el **70%** de las ventas en número de clientes para la compañía, pero el fenómeno más interesante está en Asia. El crecimiento proyectado para esa región ronda el **40%**, impulsado por Japón y Corea del Sur, por su cultura y gastronomía como ejes del viaje.

Ya no se trata solo de “**ir a Tokio**”, sino de dormir en casas tradicionales, recorrer templos milenarios, experimentar el contraste entre rascacielos y espiritualidad. El viajero mexicano está buscando destinos que le generen introspección, equilibrio y conexión cultural profunda.

Latinoamérica, por su parte, gana terreno por accesibilidad y ticket promedio más competitivo. Colombia y Perú destacan como polos distintos pero complementarios: fiesta y vida urbana frente a historia e identidad ancestral.

EL MUNDIAL COMO CATALIZADOR... Y LA TENDENCIA CONTRAFLUJO

El 2026 trae consigo un factor extraordinario: **el Mundial**. Las búsquedas hacia destinos sede han crecido hasta 20 veces en los últimos meses, y se estiman **más de 55 millones de visitantes** entre junio y julio por motivos relacionados con el evento.

Sin embargo, el efecto no es lineal. Surge también una tendencia contraflujo: viajeros que buscan evitar saturación, precios elevados y multitudes.

En ese escenario, cruceros, con crecimientos superiores al **40%** en demanda, y destinos alternativos se posicionan como válvula de escape inteligente.

El “**hack viajero**” del año no es tecnológico: es la anticipación. En un entorno de alta demanda, reservar con meses de ventaja se convierte en la estrategia más efectiva para asegurar tarifa y disponibilidad.

VIAJES MÁS FLEXIBLES, MÁS PERSONALIZADOS... Y MÁS MADUROS

Otra transformación clave está en el perfil del viajero. El segmento mayor de 65 años pasó de representar **12%** en 2019 a **21%** actualmente. El llamado **Silver Travel** privilegia ritmo pausado, tours libres y experiencias cómodas.

Paralelamente, crecen los viajes de lujo accesible, las rutas culturales flexibles y los grupos especializados, incluyendo mujeres viajando solas, donde la personalización supera al itinerario rígido.

El viajero 2026 quiere control, pero también asesoría experta. Quiere libertad, pero con respaldo.

TURISMO EDUCATIVO: EXPERIENCIA + FORMACIÓN

En el segmento educativo, Canadá sigue siendo favorito, pese a restricciones migratorias recientes. Irlanda, Australia, España y Alemania emergen como alternativas sólidas.

La diferencia está en el enfoque: estudiar ya no es solo aprender un idioma. Es sumar experiencia laboral, clases complementarias (cocina, arte, cultura) y habilidades globales. El viaje académico se convierte en inversión estratégica.

EL SEGURO YA NO ES OPCIONAL

El seguro de viaje registra un crecimiento anual de **20%** y supera las **20 mil pólizas vendidas**. Más que requisito, es conciencia. El viajero post pandemia entiende que la prevención es parte del presupuesto.

El 2026 confirma que viajar ya no es solo desplazarse. Es elegir cómo vivir la experiencia. Es decidir entre multitud o silencio, entre itinerario rígido o libertad flexible, entre improvisación o estrategia.

Sierra Madre Operadora:

21 años de consolidación bajo un liderazgo firme

Operadora Turística Sierra Madre cumple **21 años** en el mercado mexicano con una estructura sólida y una operación que ha crecido de manera sostenida. Detrás de esta consolidación hay un liderazgo constante encabezado por **Miguel Hinojosa**, director general, y **Diego Ontañón**, subdirector, quienes han mantenido el rumbo estratégico de la mayorista en un entorno cada vez más competitivo.

La empresa ha apostado por destinos consolidados como Europa, Medio Oriente y Asia, combinando tecnología, producto competitivo y acompañamiento cercano a las agencias de viajes. Entre 2024 y 2025 movilizó **más de 150 mil pasajeros**, cifra que refleja estabilidad operativa y confianza del mercado.

Hinojosa ha sido pieza clave en la construcción del modelo de negocio basado en estructura, planeación y relaciones de largo plazo. Por su parte, **Ontañón** ha fortalecido la parte comercial y operativa, impulsando crecimiento sin perder control ni calidad en el servicio.

Con un equipo de **74 colaboradores** y presencia activa en plazas estratégicas del país, **Sierra Madre** mantiene una línea clara: consolidar antes que expandirse de forma acelerada.

A **21 años** de su fundación, la operadora reafirma su permanencia como una mayorista que ha sabido crecer con orden, liderazgo y visión de largo plazo.



Con Claudia Alva al frente Despegar refuerza su apuesta por México

Despegar nombró a **Claudia Alva** como nueva **VP & Country Manager** en México, en una transición que marca una nueva etapa para la operación local.

Alva cuenta con más de **20 años** de trayectoria en compañías globales como **P&G, Nestlé, Amazon y Nu**, donde lideró procesos de crecimiento y transformación digital. Alva llega en un momento clave para el turismo mexicano, con un entorno altamente competitivo y una demanda que exige mayor personalización y eficiencia tecnológica.

“México es un mercado clave y atraviesa un momento de enorme oportunidad”

señaló la directiva, quien buscará consolidar la propuesta de valor y fortalecer la experiencia del usuario.

El movimiento también contempla que **Santiago Elijevich** asuma un rol regional como **VP Strategic Partnerships B2B2C**, enfocándose en alianzas estratégicas.

Despegar refuerza su liderazgo local con visión de largo plazo y apuesta por una gestión enfocada en crecimiento, innovación y consolidación en América Latina.



Gente Mayorista:

Consolida su presencia en México con respaldo internacional

A **tres años** de operar en México, **Gente Mayorista de Turismo** afianza su posicionamiento entre las agencias de viajes con una estrategia basada en experiencia, respaldo y acompañamiento continuo. La compañía llega respaldada por **28 años** de trayectoria en **Colombia**, lo que ha permitido estructurar su operación local con conocimiento de mercado y procesos claros.

En entrevista, **Elsa Hernández**, directora general en México, aseguró que la firma no es un proyecto improvisado: su presencia se basa en una estructura sólida y un equipo capacitado que entiende las necesidades del canal minorista. Para consolidar ese vínculo, **Gente Mayorista** intensificó su acercamiento con agencias al cierre de 2025 y proyecta fortalecerlo aún más en 2026.

La estrategia de la operadora incluye participación en ferias como **FITUR** y **ANATO**, caravanas, desayunos y capacitaciones en diferentes plazas del país, con énfasis en asesoría y acompañamiento comercial, no solo en venta de producto.

Su portafolio abarca destinos de alta demanda como Corea, Japón, Medio Oriente y Europa, con proyectos robustos para Dubái y Turquía al cierre de este año.

Hernández enfatiza que el valor diferencial para las agencias es la confianza, empatía y respaldo operativo, complementado con comisiones competitivas, respuesta ágil y contacto directo.

Con una estructura internacional consolidada y presencia activa en campo, **Gente Mayorista** busca posicionarse como aliado estratégico del agente de viajes en México, más allá de una oferta de producto.



CHINA

TOUR 3 BEIJING- XIAN- SHANGHAI

Tour 3 Beijing- Xian- Shanghai

8 DÍAS

LUNES, MIÉRCOLES Y VIERNES
HASTA EL 24 DE MARZO DEL 2027

DESDE
\$1,555 USD

PRECIO POR PERSONA HAB DOBLE

TOUR 5 BEIJING- XI'AN- CHENGDU (OSOS PANDA)- SHANGHAI

Beijing, Xian, Chengdu, Shanghai

10 DÍAS

LUNES, MIÉRCOLES Y VIERNES
HASTA EL 24 DE MARZO DEL 2027

DESDE
\$3,035 USD

PRECIO POR PERSONA HAB DOBLE

TOUR 12 BEIJING- XI'AN- CHONGQING- CRUCERO YANGTSE - YICHANG- SHANGHAI

Beijing, Xi'an, Chongqing, Crucero Yangtse, Shanghai

13 DÍAS

LUNES, MIÉRCOLES Y VIERNES
HASTA EL 13 DE NOVIEMBRE DEL 2026

DESDE
\$3,225 USD

PRECIO POR PERSONA HAB DOBLE

TOUR 8 BEIJING- XI'AN- SHANGHAI - GUILIN- GUANGZHOU- HONG KONG

Beijing , Xi'an, Shanghai, Templo del Buda de Jade,
Guilin, Yangshuo, Guangzhou, Hong Kong

12 DÍAS

LUNES, MIÉRCOLES Y VIERNES
HASTA EL 24 DE MARZO DEL 2027

DESDE
\$3,345 USD

PRECIO POR PERSONA HAB DOBLE

INCLUYEN



TRASLADOS
Y TRAYECTOS
SEGÚN PROGRAMA



HOSPEDAJE
CON DESAYUNO



GUÍA
ESPAÑOL



VISITAS
INDICADAS EN
ITINERARIO



SEGURO
DE VIAJE



COMBÍNALOS CON NUESTRAS
EXCELENTES TARIFAS AÉREAS

*CONSULTA DETALLE DEL PROGRAMA
CON TU EJECUTIVO DE VENTAS

<https://www.sierramadre.travel/es/medio-oriente/china>

¿TIENES UN GRUPO O VIAJE A LA MEDIDA?

SOLICITA TU COTIZACION, NOSOTROS TE ASESORAMOS

Cotizar

sierra
madre

Monterrey: 81 8363 2424
Guadalajara: 33 3123 2121
CDMX: 55 5553 0179
Tijuana: 664 716 3090

hola@operadoraslerramadre.com
guadalajara@operadoraslerramadre.com
holacdmx@operadoraslerramadre.com
noroeste@operadoraslerramadre.com

SIERRA MADRE
¡TE ESCUCHA!
www.sierramadre.travel



Cuatro barcos Clase Prestige redefinirán el ultralujo hasta 2036

En el universo del crucero premium, crecer no siempre significa sumar más pasajeros. A veces significa exactamente lo contrario: menos huéspedes, más espacio y una experiencia todavía más refinada. Bajo esa lógica, **Regent Seven Seas Cruises** confirmó el pedido de un cuarto barco de su **Clase Prestige**, cuya entrega está prevista para **2036**, consolidando así una hoja de ruta que dibuja el futuro del ultralujo en alta mar durante la próxima década.

El acuerdo con el astillero italiano **Fincantieri** no es solo una ampliación de flota; es una declaración de intenciones. **Regent** no quiere competir en volumen, quiere marcar el estándar del segmento más exclusivo del mercado.

Jason Montague, Chief Luxury Officer de la naviera, recordó que cuando el **Seven Seas Prestige** salió a la venta en junio de 2025, la compañía registró el mayor día de reservas para el lanzamiento de un nuevo barco en su historia. La reacción del mercado fue inmediata y contundente, anticipando lo que parece será una década de fuerte demanda para esta nueva generación.

El primer barco, que debutará en diciembre de 2026, marcará la primera nueva clase de **Regent** en diez años. Después llegarán sus gemelos en 2030 y 2033, y finalmente el cuarto en 2036. Cuatro movimientos perfectamente calculados que sostienen una expansión progresiva, pero selectiva.

Seven Seas Prestige será **40%** más grande que los barcos anteriores de la marca, pero alojará solo **822 huéspedes**, apenas un **10%** más que la generación previa. Con **77,000 toneladas** y **630 tripulantes** dedicados, la proporción espacio-por-huésped y tripulación-por-huésped se coloca entre las más altas de la industria. Regent lo resume bajo su promesa de “**Espacio Inigualable en el Mar**”, pero en la práctica significa mayor privacidad, circulación más fluida y una atmósfera que se siente más cercana a un hotel boutique flotante que a un crucero tradicional.

Las suites serán protagonistas de esta nueva era. Doce categorías, cuatro completamente nuevas, y una pieza que acapara titulares:

la **Skyview Regent Suite**, anunciada como la suite todo incluido más grande jamás construida en un crucero de ultralujo.

Aquí el lujo no se comprime, se amplía.

En el terreno gastronómico, la experiencia también evoluciona. Once propuestas culinarias darán forma a la llamada “**Perfección Epicúrea**”, incluyendo el nuevo concepto mediterráneo **Azure**, además de los clásicos **Chartreuse**, **Prime 7** y **Pacific Rim**. Regent adelantó que aún falta revelar un nuevo restaurante, manteniendo viva la expectativa.

Todo ello se integra en su modelo **All-Inclusive, Unrivaled Luxury™**, que incluye excursiones terrestres ilimitadas en cada puerto, vinos y licores premium, entretenimiento, WiFi Starlink, lavandería valet, propinas y una noche de hotel previa para huéspedes en suites **Concierge** y superiores. Un esquema que ha sido clave en la fidelización de su base de clientes.

El viaje inaugural del **Seven Seas Prestige** partirá el 13 de diciembre de 2026 desde Barcelona hacia Miami en una travesía transatlántica de 14 noches. Posteriormente explorará el Caribe Oriental y Occidental, el Canal de Panamá y rutas desde Miami, Los Ángeles y Nueva York, para culminar con itinerarios por la Península Ibérica y la costa francesa, con múltiples pernoctaciones y hasta 97 excursiones ilimitadas por viaje. Escalas en destinos como Santa Lucía, Cartagena y Burdeos refuerzan el equilibrio entre puertos icónicos y enclaves más íntimos.

Como subsidiaria de **Norwegian Cruise Line Holdings Ltd.**, Regent fortalece el posicionamiento premium del grupo apostando por una expansión selectiva y de alto valor. En una industria donde el tamaño suele medirse por la cantidad de pasajeros transportados, Regent redefine la ecuación: crecer no es sumar multitudes, sino elevar la experiencia.

Y con cuatro barcos **Clase Prestige** proyectados hasta 2036, la naviera deja claro que el verdadero liderazgo en el ultralujo no se construye a toda velocidad... sino con visión de largo plazo.



AGENDA TURÍSTICA

20 DE FEBRERO AL 20 DE MARZO

25 - 27 DE FEBRERO:

VITRINA TURÍSTICA DE ANATO EN COLOMBIA



3 - 5 DE MARZO:

ITB BERLIN 2026 EN ALEMANIA



4 - 6 DE MARZO:

ARLAG 2026 (GUADALAJARA, MÉXICO)



10 - 12 DE MARZO:

GALA VALLARTA - RIVIERA NAYARIT:
(PUERTO VALLARTA)



12 - 15 DE MARZO:

LA K'UÍNCHEKUA EN MICHOACÁN



15 DE MARZO:

98.ª EDICIÓN DE LOS PREMIOS ÓSCAR



RADIO PASILLO

Por Guille Sánchez

La feria que México merece... y la que seguimos sin construir

En un país que presume **casi 100 millones de visitantes internacionales**, que rompe récords en divisas, que es potencia aérea, hotelera y receptiva en el continente... seguimos sin ser capaces de ponernos de acuerdo para tener una feria turística a la altura de nuestra industria.

Lo que pasó con **EPTU** no es un simple cambio de siglas. Es el reflejo de algo más profundo: desunión gremial, silencios incómodos y falta de liderazgo claro.

La **Asociación Metropolitana** guardó silencio cuando el sector esperaba postura. Prometió retomar la feria... pero no explicó cómo, cuándo ni con qué modelo. Y mientras tanto, otros movieron las piezas.

Hoy **Expo Mayoristas** recoge una plataforma que no termina de verse sólida, que continúa entre lecturas encontradas y que, en vez de generar certidumbre, abre interrogantes. Y en el tablero comienzan a aparecer nuevos jugadores, incluso extranjeros marcan la pauta de un ajedrez que debería estar liderado por el propio gremio nacional.

- * Es inconcebible que socios no estén enterados del rumbo de su propia asociación.
- * No se puede hablar de unidad cuando cada quien juega su propia partida.
- * No basta con cambiar de nombre a una feria; hay que cambiar la narrativa y la estrategia.
- * México es potencia turística global... pero actúa como mercado fragmentado.
- * El liderazgo no se hereda, se ejerce. Y hoy ese liderazgo no se ve claro.

Lo más preocupante no es quién organiza la feria.

Lo verdaderamente delicado es que la industria sigue dividida, sin un proyecto común que convoque, integre y eleve el estándar.

Mientras ferias como **ANATO** marcan agenda global, en México se sigue discutiendo quién se queda con el evento, en lugar de preguntarse cómo construir el gran escaparate turístico que el país merece.

Porque el talento está.
Los compradores están.
Los proveedores están.
La potencia está.
Incluso tenemos asociaciones demás.

Lo que no está, todavía, es la decisión colectiva.
Y en turismo, el que duda... pierde posicionamiento



**ARIES**

Proyectos que estaban detenidos comienzan a avanzar y podrías concretar ventas importantes si trabajas con disciplina y atención a los detalles. Es buen momento para capacitarte o explorar nuevos nichos, especialmente en turismo cultural o religioso.

Destino ideal del mes: Jerusalén, Israel

**TAURO**

Estarás muy activo socialmente y eso puede traducirse en nuevos contactos, alianzas estratégicas y mayor visibilidad profesional. Los viajes resultarán productivos y podrían abrir puertas interesantes.

Destino ideal del mes: Montauban, Francia

**GÉMINIS**

Obstáculos administrativos o clientes indecisos que pongan a prueba tu paciencia; evita distraerte en asuntos poco productivos o conflictos innecesarios, ya que podrías perder tiempo valioso y oportunidades comerciales.

Destino ideal del mes: Beppu, Japón

**CÁNCER**

Evita tomar decisiones financieras arriesgadas o lanzar inversiones importantes sin analizar cifras. Contarás con el apoyo de tu equipo y aliados estratégicos para cumplir metas pendientes y superar cualquier competencia en el mercado.

Destino ideal del mes: Paarl, Sudáfrica

**LEO**

Tu energía y confianza estarán en su punto más alto, permitiéndote cerrar pendientes y tomar decisiones clave para el próximo trimestre; solo cuida el equilibrio entre trabajo y vida personal para evitar tensiones innecesarias.

Destino ideal del mes: La fortuna, Costa Rica

**VIRGO**

Estarás muy ocupado en la operación diaria de tu agencia, pero será clave enfocarte en lo verdaderamente rentable y no involucrarte en asuntos ajenos que puedan generarte tensiones o críticas. Revisa cada detalle antes de cerrar acuerdos.

Destino ideal del mes: Tavira, Portugal

**LIBRA**

No es momento de tomar decisiones impulsivas. Los ingresos mejoran gracias a la colaboración con tu red de contactos, y sabrás manejar la competencia con elegancia. Mantente al margen de conflictos con socios, clientes o colegas.

Destino ideal del mes: Giethoorn, Países Bajos

**ESCORPIO**

Mantente al margen de conflictos y cuida tu energía, porque el exceso de trabajo podría pasarte factura. La colaboración con colegas será determinante para aumentar ingresos y consolidar tu posición en el mercado.

Destino ideal del mes: Antalya, Turquía

**SAGITARIO**

Tus esfuerzos darán resultados concretos en ingresos y reconocimiento, fortaleciendo tu posición en el mercado. Aunque puedan surgir críticas o envidias, no afectarán tu avance. Mantente enfocado y evita decisiones arriesgadas impulsivas.

Destino ideal del mes: Tromsø, Noruega

**CAPRICORNIO**

La última semana del mes exige revisar con cuidado acuerdos y propuestas, incluso si provienen de personas de confianza. El equilibrio en casa te dará la serenidad necesaria para seguir escalando posiciones con enfoque y liderazgo.

Destino ideal del mes: Panamá, Panamá

**ACUARIO**

Aunque tendrás varios compromisos financieros y asuntos que atender, la situación económica tenderá a estabilizarse gradualmente. Si mantienes disciplina, organización y equilibrio personal, recuperarás prestigio y avanzarás con paso firme.

Destino ideal del mes: Marigot Bay, Santa Lucía

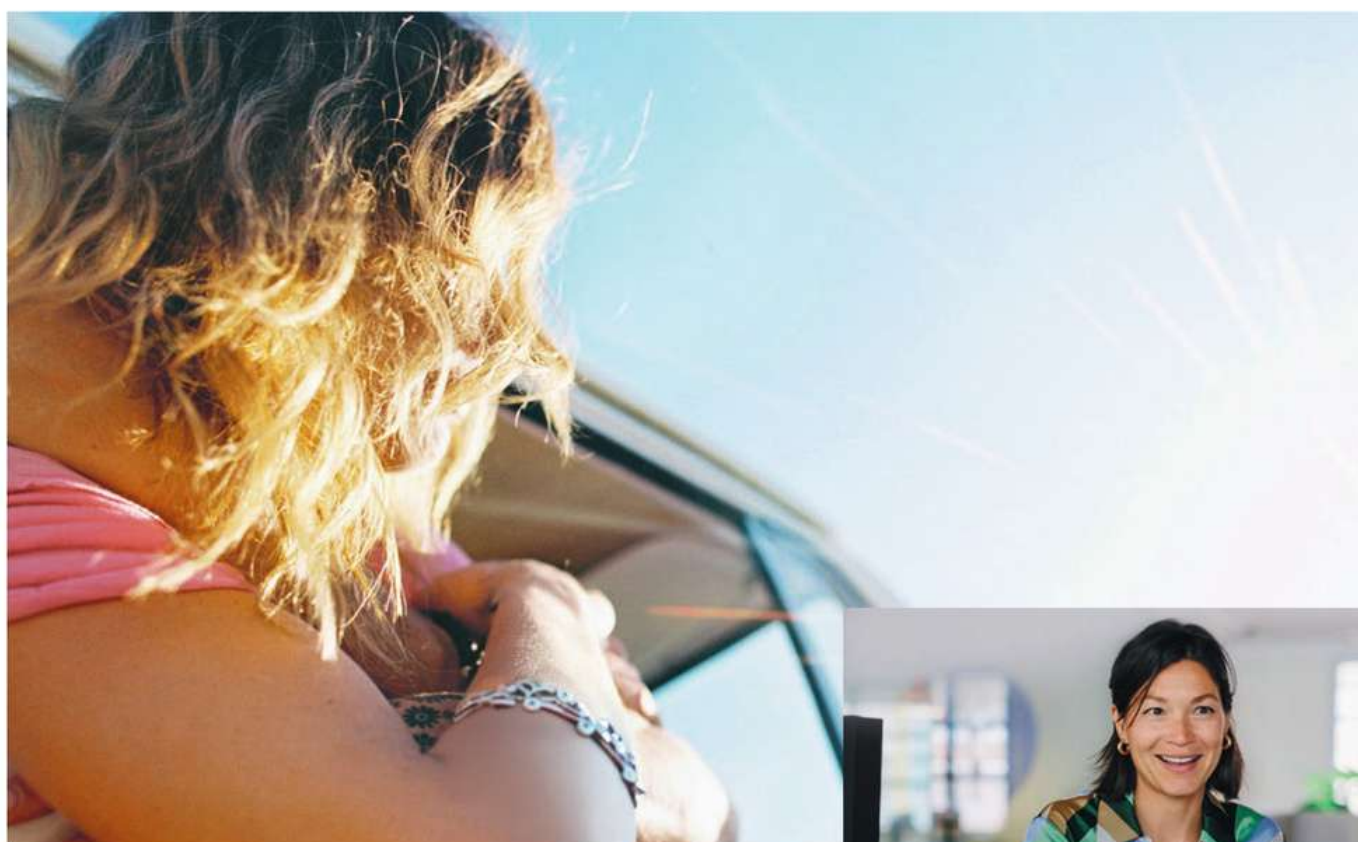
**PISCIS**

Buenos ingresos, comisiones atractivas y colaboración efectiva, permitiéndote avanzar en nuevos proyectos y fortalecer tu reputación profesional, evita confrontaciones, no asumas riesgos financieros innecesarios en días de inestabilidad.

Destino ideal del mes: Churchill, Canadá

eXperts

LUFTHANSA GROUP



Sencillo. Rápido.
Con más información.

eXperts: el programa de ventajas de Lufthansa Group para agencias de viajes

eXperts es el programa para todos/as aquellos/as que deseen estar informados sobre todas las novedades de las compañías aéreas de Lufthansa Group, y disfrutar de ventajas personales. Numerosas funciones prácticas, un diseño moderno y atractivo, y una estructura de contenidos de fácil acceso: eXperts ofrece todo esto y mucho más. La nueva web te ayudará en tu trabajo cotidiano, te mantendrá informado, y te ofrece en un mismo lugar toda la información que necesitas. De esta manera podrás ofrecer a tus clientes un asesoramiento profesional.



Descubre eXperts y todas sus ventajas, ahora
business.lufthansagroup.com

Ventajas de eXperts

-  Información sobre productos, servicios y sobre la red de rutas
-  Breve resumen de todas las noticias
-  Práctica función de búsqueda
-  Consejos a la hora de reservar, políticas y directrices
-  Formularios de autoservicio, teléfonos de contacto y chatbot*
-  Formación a distancia, webinars y vídeos
-  PEPs, concursos exclusivos y eventos*

*No disponible en todos los países.

Austrian

brussels
AIRLINES

Eurowings



Lufthansa

SWISS

Descubre Japón con
Mega Travel y conecta

con su esencia
milenaria

Tu viaje a Japón
comienza aquí.



viaje.mt/30208

12 ☀️ | 09 🌙

**Japón,
El Camino del Samurái**
desde **1,999 USD + 999** imp
POR PERSONA EN HABITACIÓN DOBLE

Consultar salidas
Tokio, Hiroshima, Osaka y Kioto

viaje.mt/30222

22 ☀️ | 19 🌙

**En el Corazón de Asia:
Corea, Japón y China**
desde **3,499 USD + 999** imp
POR PERSONA EN HABITACIÓN DOBLE

Consultar salidas
Seúl, Gyeongju, Busan, Tokio, Kioto, Osaka, Shanghai, Xi'an y Beijing

viaje.mt/30197

12 ☀️ | 09 🌙

Japón al Completo
desde **2,599 USD + 999** imp
POR PERSONA EN HABITACIÓN DOBLE

Consultar salidas
Tokio, Kioto, Osaka y Hakone

viaje.mt/30215

17 ☀️ | 14 🌙

**Japón y China,
un Sueño Oriental**
Desde **2,799 USD + 999** imp
POR PERSONA EN HABITACIÓN DOBLE

Consultar salidas
Tokio, Osaka, Beijing, Xi'an y Shanghai

viaje.mt/30202

15 ☀️ | 12 🌙

Mega Japón y Corea
Desde **2,999 USD + 999** imp
POR PERSONA EN HABITACIÓN DOBLE

Consultar salidas
Tokio, Kyoto, Osaka, Seúl, Gangnam,
Gyeongju y Busan

✖ @MegaTravel_MX

f /megatravel

📺 @megatravel

📷 mega_travel

📧 @mega_travel

🎵 @mega_travel

megatravel.com.mx

info@megatravel.com.mx

📞 CDMX (55) 5350 9000 • Monterrey (81) 8356 5789 • Guadalajara (33) 3630 4405 • Mérida (999) 944 6342

PRECIOS PUBLICADOS DE CARÁCTER INFORMATIVO. Dado que se sujetan a requerimientos específicos del cliente como son entre otros, sin ser limitativos: número final de pasajeros, clase de vuelos, categoría de hoteles, clase de ocupación sencilla, doble triple, etc. edades condiciones especiales. Ningún precio publicado es final en tanto el cliente no solicite una cotización formal de acuerdo a sus propias necesidades y presupuesto. PUBLICACIÓN DE PRECIOS EN MONEDA EXTRANJERA. Para servicios o paquetes que se disfruten fuera de México. El precio de venta será el resultado de la conversión de la moneda extranjera a moneda nacional y podrán ser pagados en Pesos MXN al tipo de cambio que rija en el lugar y fecha en que se realice. El tipo de cambio se determinará conforme a las disposiciones de la Ley Orgánica Banco de México, Artículo 6° de la Ley Monetaria de los Estados Unidos Mexicanos y apartados 5.1.3 y 6.2.4 de la Norma Oficial Mexicana NOM-010-TUR-2001. INFORMACIÓN PÚBLICA. El tipo de cambio del día, formas de pago, contrato de adhesión, extracto del contrato de adhesión, liberación, aviso de privacidad, requisitos de viajeros y generales para la realización de los viajes, forman parte de los documentos del proceso de cotización, reservación y venta pudiendo ser consultados en todo momento en la página de internet www.megatravel.com.mx FUNDAMENTO JURÍDICO. El Contrato de Adhesión se elabora conforme a las regulaciones de Ley Federal de Protección al Consumidor, Ley Monetaria de los Estados Unidos Mexicanos, Norma Oficial Mexicana NOM-010-TUR-2001.