



WAYAN

30 AÑOS DE ESENCIA Y EVOLUCIÓN

GUIDO WILLIS NOS NARRA TRES DÉCADAS DE UNA MARCA CON ALMA Y VISIÓN GLOBAL; DISEÑO, RESILIENCIA Y UNA VISIÓN QUE SIGUE EXPANDIÉNDOSE

Latitud21



RevistaLatitud21 Latitud21mx
www.l21.mx • \$25.00
Marzo 2025 Año 21 Número 264

THE DOLPHIN COMPANY INICIA ESTRATEGIA MERCANTIL RESPONSABLE COMO PARTE DE UN PROCESO DE REESTRUCTURACIÓN Y COMPROMISO CON VISIÓN A LARGO PLAZO

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

Dolphin Discovery

¡Aprovecha al máximo nuestro
paquete familiar!

2 adultos y
2 menores

\$2,199 MXN

En programa Encuentro
o Royal Garrafón



GARRAFÓN
REEF PARK • BEACH CLUB

Alimentos, bebidas
**TODO
INCLUIDO**
y transporte marítimo

ESNÓRQUEL

KAYAK

PANDEL BOARD

ALBERCA

Informes y reservaciones:

998 849 4748



998 870 4853

Válido hasta el 31 de marzo de 2025. Indispensable presentar identificación oficial de quintanarroense. Precio promoción aplica para 2 adultos y 2 menores de hasta 12 años de edad en el programa Encuentro con Delfines o en el tour Royal Garrafón en Parque Garrafón. La actividad seleccionada debe realizarse el mismo día y horario. No incluye tarifa de uso de muelle en Isla Mujeres. No aplica con otras promociones.

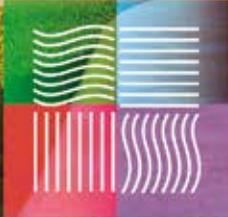
Orgullosamente parte de



un Desarrollo de las de

DESARROLLO
CUMBRES I

UNA comunidad ÚNICA **VÍA** TE ESPERA EN



VIA CUMBRES[®]
RESIDENCIAL

ENTREGA INMEDIATA

LOTES RESIDENCIALES DESDE 220m²

CASA CLUB - ZONA COMERCIAL - PARQUES & JARDINES

FINANCIAMIENTO DIRECTO

viacumbres.com.mx

(998) 889.97.30



FERIA TURÍSTICA ITB BERLÍN

4
al
6

La feria ITB Berlin 2025 reafirma su liderazgo como foro clave en sostenibilidad y responsabilidad social en el turismo. Con más de 80 expositores de 26 países, el evento abordará temas como la compensación de carbono, el turismo regenerativo y la inclusión. Destacan paneles sobre diversidad en la industria, el impacto del cambio climático y la evolución de la cultura empresarial. Además, el ITB Transition Lab presentará modelos innovadores para un turismo más equitativo y responsable. Por primera vez, el evento incluirá una colaboración con una organización benéfica, permitiendo a los expositores contribuir con la comunidad local.

FORO DE LAS MUJERES

6

El Foro de las Mujeres, organizado por la Asociación de Clubes Vacacionales del Sureste (ACOTUR), regresa a Cancún con su segunda edición, consolidándose como un espacio clave para el diálogo sobre equidad e inclusión en el turismo. Con ponencias de líderes de la industria, el evento abordará temas como liderazgo femenino, sostenibilidad y empoderamiento económico. Este año, el foro enfatiza la colaboración entre mujeres y hombres para el desarrollo social y empresarial. Se espera superar los 350 asistentes del año pasado, fortaleciendo el compromiso con la igualdad en un sector clave para la economía del Caribe Mexicano. Será una jornada de inspiración, aprendizaje y networking de alto nivel.



FESTIVAL GASTRONÓMICO DEL CARIBE MEXICANO

8
al
9

Bacalar se convierte en el epicentro del sabor con la cuarta edición del Festival Gastronómico del Caribe Mexicano. Este evento reúne a los 12 destinos del estado para exhibir su riqueza culinaria a través de cinco pabellones que incluyen productos locales, platillos tradicionales y bebidas típicas. Además de degustaciones, contará con la presencia de productores, chefs y expertos en gastronomía regional. Con un enfoque en la identidad culinaria, el festival es una plataforma clave para posicionar la cocina quintanarroense más allá del turismo de sol y playa.



TORNEO PADEL PREMIER CANCÚN

10
al
15

Costa Mujeres se convierte en la capital mundial del pádel con el Torneo Padel Premier Cancún, que reunirá a las máximas figuras del circuito internacional. Con sede en el prestigioso Rafa Nadal Tennis Center, el evento contará con la participación de estrellas como Federico Chingotto, Agustín Tapia, Ariana Sánchez y Paula Josemaría. Se espera una afluencia de más de 20,000 asistentes, consolidando al Caribe Mexicano como destino de élite para el deporte y el turismo. Más allá de la competencia, el torneo representa una gran oportunidad para la proyección internacional de Cancún y el crecimiento de la economía local.



RALLY MAYA

28
al
5
abril

La 11ª edición del Rally Maya recorrerá la Península de Yucatán con cinco etapas que combinan velocidad, cultura y tradición. Con salida en Tulum y meta en Mérida, la ruta pasará por zonas arqueológicas, haciendas y ciudades coloniales, reafirmando su prestigio como competencia de regularidad para autos clásicos. Además del torneo de golf y el concurso de elegancia, el festival de la paella reunirá a los participantes en una celebración gastronómica. Más que una carrera, el Rally Maya es una experiencia única que fusiona historia, lujo y pasión por la automoción en los escenarios más emblemáticos del sureste mexicano.



Está en

ti



Descubre

quién

eres

y



qué

hacer

para

triunfar

Conoce el nuevo modelo educativo flexible



MAPS

 99 8131 9062

Eduardo Albor
PRESIDENTE

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

Alexia Albor
aalbor@latitud21.com.mx
COORDINADORA EDITORIAL

Regina Albor
ralbor@latitud21.com.mx
COORDINADORA DE
SOCIAL MEDIA Y CM

Nelly García
ngarcia@latitud21.com.mx
EDICION

Norma Herrera
nherrera@latitud21.com.mx
GERENTE COMERCIAL

David Asencio
dascencio@latitud21.com.mx
RELACIONES PÚBLICAS

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

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

Moises Torruco
mtorruco@latitud21.com.mx
Redes Sociales



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
LIBERAR Y NEGOCIAR EN EL CAMBIO NEUTRANO

L21, Año 2025, número 264 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 FOTOGRÁFICO 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

TECH 2.1 **2**

SUMARIO **4**

CARTA DEL EDITOR **6**
Escribe Nelly García

CARTA DEL DIRECTOR **6**
Escribe Amador Gutiérrez

TECH 2.1 **8**

ENCUENTROS **10**
Liliana Bravo, directora comercial
y de Finanzas de DHB Diseño

MERIDIANO **12**

EN PORTADA **14**
Bajo el liderazgo y visión de **Guido Willis**,
Wayan cumple 30 años de ofrecer mucho
más que moda: es identidad y un sueño
que sigue creciendo

EMPRESAS Y EMPRESARIOS **18**
The Dolphin Company inicia
estrategia de reestructuración

ENTRE EMPRESARIOS **21**
Escribe Sergio León

ECONOMÍA **22**
Coparmex Q. Roo, junto a Binationalink
exponen la importancia de explorar oportu-
nidades de inversión y residencia en EU

DESDE EL TINTERO **23**
Escribe Rafael Colonia

DESDE EL CAMERINO **24**
Escribe Alejandro Rosel

EN LÍNEA DIRECTA **24**
Escribe Arturo Medina

CULTURA **26**
Orquesta Sinfónica de Cancún inicia
su Temporada 2025

EMPRESAS Y EMPRESARIOS **28**
Canopy by Hilton Cancún La Isla celebra
su quinto aniversario

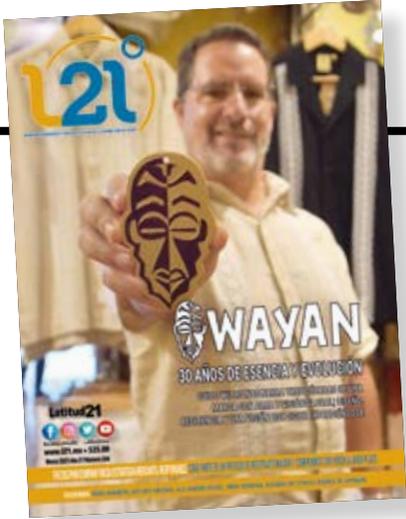
MIRADA EMPRESARIAL **29**
Escribe Inna German Gómez

CANELA FINA **29**
Escribe Rubén Cortés

INFOGRAFÍA **30**
Mujeres al mando: Desafíos y oportunidades

EMPRESAS Y EMPRESARIOS **32**
María Inés Morán, vicepresidenta de ActionCoach Iberoamérica





PORTADA

BAJO EL LIDERAZGO Y VISIÓN DE GUIDO WILLIS, WAYAN CUMPLE 30 AÑOS DE OFRECER MUCHO MÁS QUE MODA: ES IDENTIDAD Y UN SUEÑO QUE SIGUE CRECIENDO

FOTO ESTEBAN TORRES

PÁGINA 14



34 FUTURO EMPRESARIAL
Escribe Angélica Frías

36 REPORTE WASHINGTON
Escribe Rubén Olmos

36 AL BUEN ENTEDEDOR
Escribe Sergio González

38 BITÁCORA DE VIAJE
Escribe Iñaki Manero

42 EMPRESAS Y EMPRESARIOS
Showroom de Nautica
Residences by Naúma

43 EMPLÉATE
Escribe David Asencio

44 RESPONSABILIDAD SOCIAL
Philips y Ayuda a Corazón de Niño A.C.
extiende su impacto a Q. Roo

46 EMPRENDEDOR
Kiwik Market, iniciativa de
la joven Cosette Corona

48 ESTILO DE VIDA

49 CUARTO DE HUÉSPEDES
Escribe Rafael Martínez

50 EN LA 21 Y OTRAS LATITUDES

52 EL MOLCAJETE DE ANTONIO OSUNA

Con nombre y apellido

Albor, Eduardo.....	18
Asencio, David.....	43
Audemars Pignet.....	48
Ayuda a Corazón de Niño A. C.....	45
Bravo, Liliana.....	10
Canopy by Hilton.....	28
Colonia, Rafael.....	23
Coparmex.....	22 y 34
Corona, Cosette.....	46
Cortés, Rubén.....	29
DHB Diseño.....	10
Frías, Angélica.....	34
García, Nelly.....	6
Garrafón Park.....	47
German, Inna.....	29
González, Sergio.....	36
Grupo Lomas.....	50
Gutiérrez, Amador.....	6
Hilton Mar Caribe.....	48
La Luce.....	48
Laurent, Dominique.....	28
Lavín, Arturo.....	28
León, Sergio.....	21
Lezama, Mara.....	40
López, Dolores.....	50
Manero, Iñaki.....	38
Martínez, Rafael.....	50
Medina, Arturo.....	24
Mercado, Estefanía.....	20
Morán, María.....	30
Nautica Residences.....	42
Nizuc Resort & Spa.....	50
Olmos, Rubén.....	36
Orquesta Sinfónica de Cancún.....	26
Osuna, Antonio.....	52
Peralta, Ana.....	39
Philips.....	45
Rosel, Alejandro.....	24
Sefiplan.....	19
Sefiplan.....	19
Sindicato de Taxistas.....	45
Suárez, Ricardo.....	50
The Dolphin Company.....	18
Villegas, Marybel.....	49
Wayan.....	14
Willis, Guido.....	14



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



Búscanos en redes como
Revista Latitud21

Mesa servida, pero sin comida

La estrategia "Vive Saludable, Vive Feliz" que inicia este mes en México es una apuesta ambiciosa de la Secretaría de Educación Pública (SEP) para fomentar hábitos saludables en la infancia. Con brigadas interdisciplinarias y un censo de salud en primarias públicas, el programa busca erradicar la malnutrición y mejorar el bienestar de los niños. Sin embargo, la experiencia de los últimos años demuestra que la información no es suficiente. Se requieren condiciones reales para que las familias puedan elegir opciones saludables.



Nelly García
ngarcia@latitud21.com.mx

A casi cinco años de la implementación de la Norma de Etiquetado NOM-051, la obesidad infantil sigue siendo un problema grave en México. Prohibir personajes en empaques o restringir la venta de comida chatarra dentro de las escuelas no ha bastado para cambiar la realidad: si el agua potable no está garantizada y los alimentos frescos son inaccesibles, las alternativas más baratas seguirán siendo las ultraprocesadas.

El sector privado ha encontrado maneras de adaptarse. Reformularon productos, redujeron azúcares y sodio, y devolvieron a sus personajes icónicos a los empaques. Pero el verdadero desafío no es la mercadotecnia, sino la disponibilidad de opciones saludables. Más que imponer prohibiciones, urge una inversión real en infraestructura alimentaria. En países con mejores indicadores nutricionales, los comedores escolares son una herramienta clave. En México, muchas escuelas públicas ni siquiera cuentan con bebederos funcionales.

Las empresas tienen una responsabilidad en la salud infantil, pero también el Estado debe garantizar que las familias tengan acceso a alimentos frescos y nutritivos. En lugar de solo censar peso y talla, podrían empezar por asegurar que en cada primaria haya una opción de comida sana y accesible. Solo así se podrá romper el círculo vicioso de la malnutrición infantil. Veremos....

Y mientras en México discutimos etiquetas y prohibiciones, en Estados Unidos Donald Trump vuelve a poner en jaque la economía mexicana con los aranceles que comenzarán a aplicarse este mes. La incertidumbre económica que esto genera impacta directamente en la industria y en la inversión. En estados como Quintana Roo, donde la dependencia del turismo y las importaciones es alta, es imprescindible fortalecer la economía interna y fomentar la competitividad.

Regresar a la discusión sobre barreras comerciales nos recuerda la urgencia de diversificar mercados y fortalecer la producción local. Al final, ya sea en temas de nutrición o economía, la solución no está en las prohibiciones o restricciones, sino en generar condiciones para mejores elecciones. En todos los sentidos, la mesa está servida, pero sin comida.

Marzo primaveral

Entramos al mes de marzo, turísticamente positivo para la entidad, llega el spring break que son las vacaciones de primavera de los estudiantes en Estados Unidos, pero las fechas exactas dependerán de la universidad en la que estudian los jóvenes. Algunas van del 1 al 16 de marzo, mientras que otras comienzan el 15 y terminan el 23 de marzo. La derrama económica que genera para Quintana Roo es significativa, aunque los hoteleros han expresado que año con año disminuye este mercado norteamericano, mismo que en alguna época Cancún fue la meca de este segmento; hasta conciertos con los mejores cantantes juveniles se hacían presentes como atractivo en lugares como los extintos Fat Tuesday, Pat O'Briens, Tequila Rock, The City y Dady Rock, o en Coco Bongo, por mencionar algunos.



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

Lo positivo es que siguen llegando, aunque en menor cantidad; las agencias de viajes y hoteleros, junto con empresas dedicadas al turismo, continúan haciendo esfuerzos para atraer a todo tipo de segmentos, sin embargo reiteramos que la promoción con inversión pública del destino es vital para que se sigan dando a conocer los atractivos turísticos. Los esfuerzos deben de ser no sólo individuales, sino colectivos, en grupo, en sinergia, públicos y privados con el mismo objetivo, que los 12 destinos turísticos de Quintana Roo se vean beneficiados.

En esta edición estamos muy orgullosos de llevar en la portada a Wayan, una empresa que cumple 30 años de ofrecer ropa muy especial y artículos variados con enfoque especial con una vanguardia de un entorno étnico. Ofrecen mundialmente una forma natural de vivir siempre en vanguardia, la opción étnica de decorar, ambientar, vestir y regalar en un entorno y concepto excepcional.

Ejemplo de lucha empresarial ante la adversidad, el CEO de The Dolphin Company, el Mtro. Eduardo Albor, nos explica que la compañía entró en Concurso Mercantil en México, herramienta que es un beneficio vital en el entorno empresarial mexicano. Proporciona un mecanismo ordenado y estructurado para que las empresas en dificultades financieras puedan reestructurarse y continuar operando, beneficiando tanto a los deudores como a los acreedores.

La compañía bajó su liderazgo muestra una vez más su compromiso a 30 años de su fundación, de seguir siendo un referente en el mercado turístico y de entretenimiento en múltiples países, donde ha apostado por invertir y generar economía.

Para culminar, ya en lo cultural, recuerde ver el calendario de la Sinfónica de Cancún, y es que este 21 de marzo trae un evento especial llamado "Water Music", dedicado al aniversario de Dolphin Discovery y al Día Mundial del Agua.

más izzi es el uff

de juntar tus servicios

disfruta **tu entretenimiento** favorito,
hasta 1000 megas de velocidad y **telefonía móvil**
estés donde estés, **todo en un solo lugar**



800 120 4000

izzi.mx

llévatela **fácil**, llévatela **izzi**

Velocidad sujeta a cobertura. Aplica política de uso justo respecto a la velocidad de transmisión de datos y consumos de telefonía. Consulta términos, condiciones y velocidades promedio de descarga en hora pico en izzi.mx

izzi!



Sonido envolvente sin complicaciones

Amazon lleva el cine a casa con su Fire TV Soundbar Plus. Esta barra de sonido de 3.1 canales con Dolby Atmos optimiza el audio de forma automática para cualquier contenido, desde películas hasta música. Su tecnología Mejora de Diálogo resalta las voces para una mejor claridad. Diseñada para ser sencilla y elegante, se configura en segundos y transforma cualquier sala en una experiencia inmersiva de entretenimiento.



Más potencia a menor precio

El iPhone 16e de Apple es la nueva apuesta para quienes buscan potencia sin gastar de más. Con un diseño similar al iPhone 16, incorpora una pantalla de 6.1 pulgadas, Face ID y una cámara de 48 MP. Su gran diferenciador es el nuevo módem 5G, que promete mayor eficiencia energética. Aunque prescinde de la cámara secundaria, mantiene funciones clave como el botón de acción. Es la opción económica más avanzada de Apple.

Belleza inteligente en cada reflejo

El MICRO LED Beauty Mirror redefine el concepto de espejo inteligente con su tecnología de reflectancia y transmitancia. Diseñado en colaboración con Amorepacific, analiza la piel al instante y recomienda productos personalizados. Ideal para un cuidado más intuitivo y efectivo, este espejo no solo refleja, sino que también ayuda a potenciar la rutina de belleza con ciencia y tecnología de vanguardia.



La piel bajo el microscopio

L'Oréal Cell BioPrint revoluciona el cuidado de la piel con su tecnología de microfluídica. Basta con una muestra de células cutáneas para recibir un diagnóstico en minutos, incluyendo la edad biológica de la piel y recomendaciones personalizadas. Desarrollado con NanoEnTek, este dispositivo permite un análisis detallado para optimizar rutinas de belleza con base en biomarcadores específicos. Un vistazo científico al futuro del skincare.



Arte y tecnología en un solo cuadro

La nueva The Frame Pro de Samsung combina diseño y calidad de imagen con la tecnología Neo QLED, ofreciendo colores vibrantes y negros más profundos. Con acceso a más de 3,000 obras de arte, esta pantalla se mimetiza con la decoración cuando está apagada. Además, el sistema Wireless One Connect elimina los cables para un montaje limpio y minimalista. Una pieza de tecnología que redefine el entretenimiento en casa.



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

GIRA 2025
conversationLoves



@LUZMAZETINA

@LUCYDOUGHTY

@MARIOALONSOPUIG

@MILLANLUDENA

EL EVENTO QUE ROMPERÁ TUS LÍMITES Y ENCENDERÁ TU PODER.

HAZ LO IMPOSIBLE
MARIO ALONSO PUIG

LUCY DOUGHTY | LUZ MARÍA ZETINA | MILLÁN LUDEÑA

8 DE MAR | **CANCÚN CENTER • MÉXICO**
9 AM | WWW.CONVERSATIONLOVES.COM.MX

AUSPICIAN:



MEDIA PARTNER



PRODUCIDO POR



CALIDAD Y CREATIVIDAD EN CADA DETALLE

Liliana Bravo, directora comercial y de Finanzas de DHB Diseño, destaca la importancia de la señalética como elemento decorativo en la experiencia turística y el papel de las mujeres empresarias en la Riviera Maya



Desde hace más de dos décadas, DHB Diseño ha sido un referente en la industria de la señalética para el sector hotelero. Fundada en 2001 en la Ciudad de México y con 20 años de presencia en Playa del Carmen, la empresa ha evolucionado junto con las necesidades del sector turístico. Liliana Bravo, directora comercial y de Finanzas, comparte la historia y los retos de esta empresa familiar, que ha sabido consolidarse en un mercado altamente competitivo.



timos años, especialmente en cuanto a materiales y tecnología. Las exigencias en temas de sustentabilidad y resistencia a la corrosión han impulsado el uso de materiales innovadores como paneles de aluminio y PVC con acabados especiales, además de iluminación LED, que reduce el consumo eléctrico en más de un 90%.

IMPACTO EN LA EXPERIENCIA

Hoy en día, la señalética no solo cumple una función informativa, sino también un papel clave en la identidad visual de los hoteles y destinos turísticos. “Dar esos espacios gráficos donde la gente se quiera tomar una foto genera afluencia para los centros turísticos y les da un plus en un mundo que depende de las redes sociales y de la imagen”, destaca Bravo. Un claro ejemplo de esto es el Hotel Impressions Isla Mujeres, que en 2024 fue reconocido como el hotel más “instagramable” del mundo, con señalética y letreros diseñados por DHB Diseño.

LIDERAZGO FEMENINO EN LA RIVIERA MAYA

Además de su trayectoria empresarial, Liliana Bravo ha sido una figura clave en la promoción del liderazgo femenino en la región. Durante tres años (2022-2025), presidió la Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias (Amexme) Capítulo Riviera Maya, donde ha sido miembro durante 15 años.



“Dar esos espacios gráficos donde la gente se quiera tomar una foto genera afluencia para los centros turísticos y les da un plus en un mundo que cada vez más depende de las redes sociales y de la imagen”.

Liliana Bravo
Directora comercial y de Finanzas de DHB Diseño.



NEGOCIO FAMILIAR CON PROYECCIÓN INTERNACIONAL

DHB Diseño fue creada por la hermana de Liliana Bravo y actualmente sigue siendo una empresa familiar en la que participan su hermana, su cuñado, su madre y ella misma. Con un equipo de entre 15 y 20 personas, la empresa atiende a la industria hotelera no solo en Quintana Roo, sino también en destinos como Puerto Vallarta y en el extranjero, con exportaciones a República Dominicana y Jamaica.

Con clientes de la talla de Grupo Karisma, Grupo Lomas, H10 Hotels, Hilton, Marriott y Princess, la clave del éxito de DHB Diseño ha sido la innovación constante y la capacidad de adaptación a las nuevas tendencias del mercado. “Nuestro plus es que hemos reinvertido constantemente en equipo de producción, lo que nos permite fabricar el 90% de nuestros productos dentro de la empresa y ofrecer un servicio integral con garantía”, explica Bravo.

El sector hotelero ha cambiado significativamente en los úl-

“Ser parte de Amexme es un gran aprendizaje, porque entre mujeres nos enseñamos y aprendemos todo el tiempo. La satisfacción de liderar a mujeres empresarias es un reto, pero también una experiencia transformadora”, comenta Bravo.

En el marco del Día Internacional de la Mujer, Bravo destaca los avances en la participación femenina en la economía, la política y la vida social. “Hemos trabajado mucho para ser visibles y competitivas, para que una mujer esté en una posición por su capacidad y no por su género”, enfatiza. Sin embargo, reconoce que sectores como la hotelería aún tienen una asignatura pendiente en la incorporación de mujeres en puestos de liderazgo.

DHB Diseño continuará apostando por la innovación y la sustentabilidad para ofrecer soluciones de señalética de alta calidad que respondan a las exigencias del sector hotelero. Con una sólida trayectoria y una visión de crecimiento, la empresa reafirma su compromiso con la excelencia en diseño y producción, consolidándose como un actor clave en la industria turística de la región y más allá. 

Alianza prometedora

Jaaj sáasil

Mérida y la alcaldía Miguel Hidalgo, en Ciudad de México, establecieron un acuerdo para promover su riqueza cultural, gastronómica e histórica. La colaboración busca fortalecer el turismo y la economía mediante campañas de difusión y estrategias compartidas. Mérida, reconocida por su seguridad y patrimonio, refuerza su atractivo con estas iniciativas, mientras que Miguel Hidalgo proyecta los encantos del sureste mexicano en su red de comunicación. Esta alianza contribuye al crecimiento del sector y al desarrollo sostenible de ambas ciudades.



Turismo sostenible

Xiimbal ka'anal

El Parador Turístico X'tojil Cuzamá cumplió nueve años como un modelo de sostenibilidad en Yucatán. Con cuatro cenotes, experiencias nocturnas y recorridos en truck, el sitio ha ganado reconocimiento entre turistas nacionales e internacionales. Administrado por una cooperativa local, promueve el turismo responsable y la preservación del entorno natural y cultural. La conservación de los cenotes es clave para el desarrollo del estado, garantizando que futuras generaciones disfruten de este legado único.



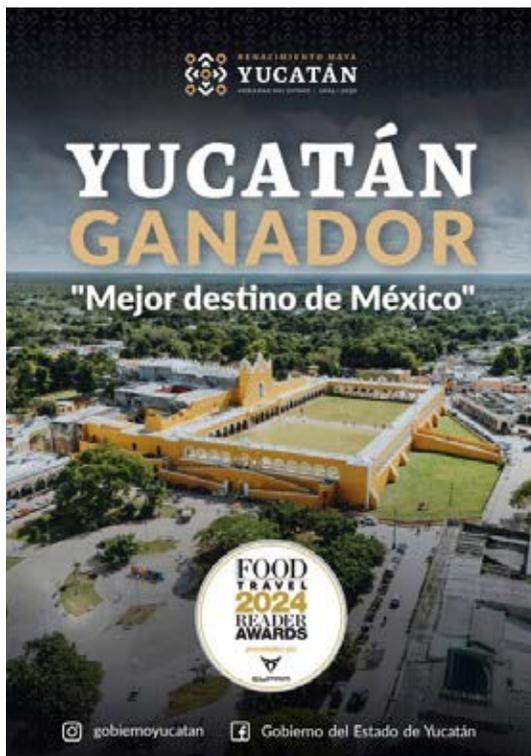
YUCATÁN GANADOR

"Mejor destino de México"

Yucatán, el mejor destino

K'óoben kuxtal

Yucatán fue reconocido como el Mejor Destino de México en los Food and Travel Reader Awards 2024. Este premio destaca su riqueza cultural, gastronomía única y bellezas naturales. La entidad se posiciona como referente turístico gracias a su compromiso con la sostenibilidad y experiencias memorables. Además del premio, hoteles y proyectos locales compitieron en categorías como Mejor Experiencia Wellness y Mejor Propuesta Turística Sustentable, reforzando la proyección internacional del estado.



Mérida brilla en el tenis

Janal báaxal

El Mérida Open AKRON 2025, torneo WTA 500, posicionó a Yucatán como un destino deportivo de élite. Con jugadoras del top 20 mundial, el evento impulsó el turismo y generó una derrama económica estimada en 250 millones de pesos. Esta tercera edición consolidó a Mérida en el calendario internacional del tenis, motivando a nuevas generaciones y fortaleciendo el desarrollo económico del estado.



Impulso a emprendedores

K'aay kaambal

Productos yucatecos podrían llegar a los anaqueles de Walmart México tras una visita del Instituto Yucateco de Emprendedores (IYEM) al Centro de Distribución de la empresa. La estrategia busca fortalecer la comercialización de artesanías y productos locales dentro de cadenas comerciales de alto impacto. Con ello, se abren oportunidades de crecimiento para emprendedores y artesanos, quienes han perfeccionado sus procesos productivos para competir en el mercado nacional.

WATER MUSIC

by
The Dolphin Company
en el marco del Día Mundial del Agua

MTRO. GERARDO TLAPA

Director y Solista flauta

Concierto para flauta *La Tempestad del Mar*
Op 10 n 1 A. Vivaldi
La Música Acuática HWV 348. III G.F. Haendel

**TEATRO
DE
CANCUN** **21 MARZO**
Viernes 8:30 pm

Venta de
Boletos

Preferente \$600
General \$450
Mezzanine \$350

www.tusboletos.mx

Niños, estudiantes y personas de la tercera edad con credencial tendrán 20% de descuento directo en taquilla. Venta de boletos en taquilla del teatro de lunes a viernes de 12 a 8 pm.

INFORMES

998 193 3980 ☎ 998 100 3161
info@sinfonicadecancun.org
f @sinfonicadecancun



WAYAN

ÉXITO Y AUTENTICIDAD

Bajo el liderazgo y visión de Guido Willis, Wayan cumple 30 años de ofrecer mucho más que moda: es identidad y un sueño que sigue creciendo



Desde su nacimiento en Cancún, Wayan ha sido un referente en moda y decoración con un estilo natural y étnico que ha conquistado tanto a turistas como a locales. Con 30 años de historia, la marca ha evolucionado sin perder su esencia y ahora mira hacia un futuro de expansión nacional e internacional.

La empresa, que inició con un concepto enfocado en lo natural y artesanal, ha logrado fidelizar a su clientela con una experiencia de compra inmersiva.

El diseño de cada tienda está pensado para transportar a los clientes a un ambiente único, con decoración, aromas y música cuidadosamente seleccionada.

Platicamos con Guido Willis, su fundador, quien nos comparte su inspiración, su filosofía empresarial y su visión del futuro de la marca y de Cancún como ciudad.

Nos comentó que el espíritu de Wayan ha sido siempre la evolución sin perder su esencia, que la marca ha realizado ajustes en su imagen con el paso de los años, incluyendo una evolución en su logotipo y en su línea de productos, manteniendo siempre su identidad natural y étnica.

Con una combinación de tradición e innovación, Wayan se proyecta hacia un futuro prometedor, llevando su esencia más allá de las fronteras y dejando una huella en cada cliente que forma parte de su historia.

LA ENTREVISTA

Este mes cumplen 30 años, ¡felicidades! Cuéntanos sobre los inicios y evolución.

Sí, el 6 de marzo de 1995 abrimos la primera tienda. Ha sido un camino largo y apasionante.

Creo que los comerciantes nacemos comerciantes. Desde niño me gustaba comprar y vender en la escuela. Ya en la preparatoria, un amigo fabricaba ropa y empecé a venderla. Luego, cuando decidió dedicarse a otra cosa, me enseñó todo el proceso: desde la compra de telas hasta la confección. Así empecé a vender por mi cuenta.

¿Desde tan joven! ¿De qué año hablamos?

Aproximadamente de 1981 o 1982. Ahí fue cuando me metí de lleno en el mundo textil. Luego trabajé con amigos cuyos padres tenían fábricas de ropa. Posteriormente, abrí una oficina en la Ciudad de México y empecé a fabricar y vender. Mientras estudiaba Administración, monté una pequeña fábrica con un socio. En dos años ya teníamos casi 40 máquinas y una mesa de corte, pero luego nos separamos.

¿Y qué hiciste después de esa primera experiencia empresarial?

Me contrataron como director de marca para una empresa que vendía a tiendas departamentales. Ahí descubrí mi pasión por el marketing y la creación de marcas. Cuando terminé la carrera, dejé ese trabajo, me titulé y decidí que no quería seguir viviendo en la Ciudad de México. Surgió una oportunidad en Miami y me fui.

Allá trabajé en el restaurante de un tío hasta que el huracán Andrew, en 1992, nos obligó a cerrar. Ahí me quedé sin rumbo claro por un tiempo, así que decidí viajar. Fui a Argentina, luego a Brasil, donde mi papá había vivido muchos años. Me encantó Río de Janeiro y me quedé casi un año. Allí descubrí los pareos, que serían clave en mi negocio.

¿Los pareos fueron el inicio de Wayan?

Así es, empecé importando trajes de baño, artesanías y bolsas, pero los pareos fueron el producto estrella. En Brasil vendían muchísimos, pero en Cancún no había casi nada. Recordé que de niño había pasado veranos aquí, porque mi abuelo trabajó en la ciudad. Me pareció el lugar ideal para establecerme y emprendí vendiendo pareos al mayoreo.

¿Cómo evolucionó el negocio hasta lo que es hoy?

Al año de estar en Cancún, en 1994, fui a Bali y me enamoré del lugar. Bali tiene una cultura milenaria y una tradición artesanal increíble; es un lugar hermoso, donde la familia es la base, hay muchos valores. Allí conocí a artesanos y empecé a seleccionar productos para vender en México. Así fue naciendo el concepto de Wayan.

Me di cuenta de que podía fusionar diseños tradicionales con materiales locales. Así, pasamos de vender exclusivamente decoración a incluir ropa, especialmente de lino y algodón, que son ideales para el clima de Cancún. Además, hemos ampliado nuestra oferta para incluir accesorios como sombreros, bolsos y bisutería, además de piezas de deco-



27

tiendas tiene la marca en México, incluyendo 4 en el aeropuerto de Cancún. Además, tienen presencia en Playa del Carmen, Tulum,



ración: lámparas, cuadros y artículos decorativos.

Al principio vendía como mayorista, pero en 1995 abrí un kiosco en Plaza Flamingo. Fue un éxito, pero generaba tanto movimiento que causó algunos inconvenientes con otros locatarios y me reubicaron. Finalmente, el dueño de la plaza me rentó un local y ahí conceptualicé lo que hoy es Wayan: un espacio con decoración natural, colores tierra, texturas orgánicas y el techo siempre tiene que ser un cielo.

¿Y de dónde viene el nombre?

Wayan es un nombre propio en Bali, que se da al primogénito, ya sea hombre o mujer. Me encantó porque representa el inicio, algo nuevo. Así que diseñé un logotipo con un estilo étnico y arranqué con bisutería y paresos.

¿Cómo ha crecido Wayan desde esa primera tienda y cuántos empleos generan?

Actualmente tenemos 27 tiendas en Cancún (tanto en el centro como en zona hotelera y el aeropuerto), Playa del Carmen, Cozumel y Mérida. También contamos con una franquicia en Ciudad de Panamá. A lo largo de los años hemos abierto y cerrado muchas tiendas, porque nos adaptamos a las necesidades del mercado.

Directamente son más de 200 colaboradores. Indirectamente, muchas más, considerando a los artesanos y proveedores. Creemos en el talento local y apostamos por formar equipos sólidos y comprometidos.

La mayor parte de la producción se hace en Indonesia, India y China. En México fabricamos algunas cosas, principalmente

en la Ciudad de México, y en ocasiones en Mérida y Cancún.

¿Cómo describirías la esencia de Wayan?

Wayan no es solo una tienda, es una experiencia. Desde la decoración hasta la música, todo está pensado para transportar al cliente a un ambiente especial. La atmósfera de nuestras tiendas es única y es parte de lo que nos ha permitido generar una clientela fiel. Es un espacio donde la gente se siente cómoda, donde encuentra productos que conectan con su estilo de vida.

“Lo que comencé como una pequeña tienda en Cancún hoy es una marca con presencia en varias ciudades y una visión de expansión internacional.”

¿Cómo ha sido la evolución de la marca con el tiempo?

Siempre estamos actualizándonos. Aunque mantenemos nuestra esencia natural y étnica, nos adaptamos a las tendencias. En el noveno año de la marca hicimos una modificación al logo, incorporando una máscara que representa nuestro concepto. Hoy seguimos evolucionando, tanto en diseños como en tecnología. Por ejemplo, estamos fortaleciendo nuestra presencia en línea con una tienda digital y un nuevo software para programas de lealtad y tarjetas de regalo.

¿Quiénes son los principales clientes?

Aunque mucha gente piensa que nuestro público principal son los turistas, en realidad tenemos una gran base de clientes locales en Cancún, Playa del Carmen y hasta en Mérida. La mayor parte de nuestros clientes son adultos entre 30 y 60 años que buscan prendas de calidad y un estilo único. La ropa de dama es lo que más vendemos,



aunque también tenemos una buena selección para caballeros.

¿Cuál ha sido la clave de esta consolidación y éxito en estas tres décadas?

La autenticidad. Nos hemos enfocado en ofrecer productos con una identidad propia, combinando la artesanía con un estilo bohemio, natural, con materiales nobles. Queremos que la gente entre a una tienda Wayan y sienta la atmósfera especial que creamos, desde la decoración hasta la música.

Y también algo clave es la experiencia de compra. No es sólo la prenda o el accesorio, sino el sentimiento de pertenecer a algo especial. Nos esforzamos en mantener la calidad, actualizar los diseños sin perder la esencia y ofrecer un servicio cercano y personalizado.

“ Guido Willis nos recuerda que el éxito se construye con compromiso, adaptabilidad y una pasión genuina por lo que se hace. **”**

Háblanos del compromiso con la comunidad

Más allá de los negocios, nuestro compromiso con la comunidad es una prioridad. Aunque la pandemia afectó las iniciativas altruistas en las que participábamos, hemos retomado esfuerzos colaborando con Ciudadanos por la Transparencia y tenemos planes de crear una asociación de ayuda. Sin duda, para dar, primero hay que estar fuerte. Pero definitivamente está en nuestra visión participar activamente.

En estos años, ¿cuáles han sido los principales retos que han enfrentado?

Muchos. Wilma nos dejó en ceros, la pandemia fue otro golpe durísimo. Pero si algo hemos aprendido es a adaptarnos y encontrar soluciones.

¿Cuál es el siguiente paso para Wayan?

Queremos seguir creciendo y profesionalizando nuestros procesos para expandirnos a nivel nacional e internacional. La clave ha sido la adaptación constante, mejorar la calidad y mantenernos actualizados con las tendencias. La moda es un negocio dinámico y hay que innovar siempre.

¿Cómo ves el futuro de Cancún y su industria?

Cancún tiene un potencial enorme. A pesar de los retos, el destino sigue atrayendo inversión y creciendo. El mundo puede cambiar, pero aquí en Cancún el mar sigue siendo azul y la arena sigue siendo blanca; tenemos un clima fabuloso y una ciudad hermosa, donde las grandes inversiones no paran. Sin embargo, es cierto que hay muchos retos, sobre todo en movilidad y seguridad, así como la necesidad de un desarrollo urbano ordenado, pero no tengo duda de que la ciudad seguirá evolucionando y creciendo.

Los que llevamos tantos años aquí debemos tener una visión firme, mucho valor y un gran compromiso con nuestra gente y nuestra sociedad. Eso está en nuestro ADN y seguirá guiando nuestro caminar en Wayan.

¡Impresionante historia! ¿Un mensaje final?

El éxito de Wayan se debe a mucho trabajo, disciplina y la pasión por lo que hacemos. Siempre hay que escuchar, aprender y evolucionar.

Wayan es una marca nacida en Cancún que seguramente se expandirá a nivel nacional e internacional. Siempre estamos en constante actualización. 



THE DOLPHIN COMPANY: REESTRUCTURACIÓN Y COMPROMISO

The Dolphin Company inició el proceso para sujetarse a un concurso mercantil, a fin de reestructurar sus pasivos y seguir generando un impacto positivo en la conservación marina y el turismo sostenible. Esta decisión busca mantener la confianza de sus acreedores y proteger su operación

The Dolphin Company, una de las principales operadoras de parques con hábitats marinos en el mundo, ha solicitado concurso mercantil como parte de una estrategia para reorganizar sus compromisos financieros y fortalecer su operación a largo plazo. Esta decisión busca proteger a sus más de 2,800 colaboradores, garantizar la estabilidad de sus parques y mantener su compromiso con el bienestar animal y la conservación.

El concurso mercantil es una herramienta para estructurar mejor las finanzas y mantener la confianza de nuestros acreedores. No representa un riesgo para nuestra operación diaria ni para los hábitats de los delfines. Es una estrategia responsable para salir fortalecidos, explicó Eduardo Albor, CEO del corporativo de origen cancanense.

EL PROCESO LEGAL: QUÉ SIGNIFICA EL CONCURSO MERCANTIL

Para comprender mejor el significado y las implicaciones del concurso mercantil, el abogado de la empresa, Vicente Bañuelos Rizo, del despacho Garza Tello - Clyde & Co., explicó que este mecanismo es una protección legal que permite a las empresas en crisis financiera reestructurar sus deudas sin poner en riesgo su operación.

"El concurso mercantil permite que The Dolphin Company negocie con sus acreedores en un marco legal ordenado, evitando la dispersión de litigios y garantizando que haya transparencia en el proceso", detalló Bañuelos Rizo. "Esto no significa que la empresa esté en quiebra, sino que se encuentra en un proceso de reestructura para seguir operando de manera eficiente".

El abogado subrayó que el concurso mercantil no solo protege a la empresa, sino que también resguarda a los acreedores, asegurando que todos reciban un trato equitativo. "El

objetivo es encontrar el balance adecuado entre el monto de la deuda y el tiempo de pago, garantizando que la empresa pueda seguir operando sin afectar a sus trabajadores ni a los animales bajo su cuidado", destacó.

FASES DEL PROCESO Y TIEMPOS ESTIMADOS

El proceso de concurso mercantil en México consta de varias etapas.

Tras la solicitud ante el Juzgado Segundo de Distrito en Materia de Concursos Mercantiles, actualmente, The Dolphin Company se encuentra en la fase de visita, en la que un especialista designado por el Instituto Federal de Especialistas en Concursos Mercantiles (IFECOM) revisa la situación financiera de la empresa para determinar si cumple con los requisitos para ser declarada en concurso mercantil.

"Esta fase de visita suele durar entre tres y cuatro meses. Una vez concluida, el juez dictará la sentencia de concurso mercantil, que otorgará una protección definitiva a la empresa, permitiéndole entrar a la etapa de conciliación", explicó Bañuelos Rizo. "En esta etapa, se designa a un conciliador, una figura clave que actuará como mediador entre la empresa y sus acreedores para alcanzar un acuerdo que haga viable la reestructura", comentó.

El abogado enfatizó que el objetivo es que para finales de 2024 se logre una reestructura efectiva que permita a The Dolphin Company operar con estabilidad financiera. "Si bien estos procesos pueden durar hasta 16 meses, estamos trabajando para acortar los tiempos y alcanzar acuerdos lo antes posible", agregó.

Bañuelos Rizo subrayó que en muchos países este tipo de procedimientos son vistos como estrategias empresariales responsables y comunes. "En Estados Unidos, solo



en el estado de Texas se han presentado más solicitudes de reestructura en dos meses que en México en 20 años", afirmó. "Hay un estigma equivocado de que recurrir a un concurso mercantil significa que la empresa está en quiebra, cuando en realidad es una medida que garantiza su continuidad y protege a empleados, acreedores y clientes", insistió.

Casos como el de Comercial Mexicana y Aeroméxico han demostrado que estos procesos pueden ser exitosos y permitir que las empresas salgan fortalecidas. "El concurso mercantil es una opción que brinda certeza, equidad y estabilidad. Es un mecanismo que debería usarse con mayor frecuencia en México para evitar la desaparición de empresas sólidas que atraviesan problemas temporales", destacó el abogado.

PROYECTOS EN PAUSA, PERO CON MIRADA AL FUTURO

Como parte del proceso de reestructuración, The Dolphin Company ha decidido poner en pausa ciertos proyectos de inversión en Estados Unidos e Italia, asegurándose de no comprometer su estabilidad financiera en un momento de reorganización. "Sería irresponsable seguir sobreendeudándonos y gastando dinero sin antes tener un panorama financiero claro", reconoció Albor.

No obstante, el directivo enfatizó que esto no afecta la operación básica ni la atención a los animales. "Nuestros hábitats no están en riesgo. Lo que posiblemente ocurra es una consolidación de activos, tal como han hecho otras empresas en situaciones similares", agregó.

IMPACTO DE LA REDUCCIÓN DEL TURISMO

Otro de los factores que influyeron en la decisión de The Dolphin Company de solicitar concurso mercantil fue la baja

en la afluencia de turistas, especialmente en México, donde se registró una contracción de entre el 12 y 16% en el último año. "Es una tormenta más que enfrentamos. No solo fue la pandemia o los huracanes, también la incertidumbre financiera y política han jugado un papel importante", detalló Albor.

Ante este panorama, la empresa ha intensificado sus esfuerzos de promoción y publicidad, buscando atraer más visitantes a sus parques a través de estrategias digitales y colaboraciones con comunidades locales.

Compromiso con la conservación y la educación ambiental

A pesar de los retos, The Dolphin Company mantiene firme su compromiso con la educación ambiental y la conservación de especies marinas. A través de la Fundación Dolphin Discovery, han acercado a más de 16,000 niños en situación vulnerable al conocimiento y protección del medio ambiente.

"No estamos en un negocio de moda, estamos en un negocio de gran responsabilidad social, ambiental y de educar a la gente", afirmó Albor. "Nuestra filosofía de integración y mejora continua nos impulsa a seguir adelante, adaptándonos a los tiempos y buscando siempre la excelencia en lo que hacemos".

HORIZONTE OPTIMISTA

De esta manera, con presencia en ocho países y 30 parques y hábitats, The Dolphin Company se prepara para una nueva etapa de consolidación y crecimiento. Su CEO confía en que la empresa saldrá fortalecida del concurso mercantil, lista para seguir ofreciendo experiencias inolvidables a millones de visitantes.

"Siempre hay retos, pero también oportunidades. Nos estamos enfocando en lo que sabemos hacer bien y en fortalecer nuestra empresa para el futuro", concluyó Albor. 



OPORTUNIDADES DEL CONCURSO MERCANTIL

Para hablar del Concurso Mercantil es necesario hacer un poco de historia, ya que el primer ordenamiento que existía en México que reguló la materia de quiebras fue la conocida Ley de Bancarrota de 1853. Este ordenamiento estaba influenciado por el Código de Comercio Francés de 1810 y por el Código Español de 1829 que regulaban la cesación de pagos de un comerciante por falta de liquidez.

Cuando surge el Código de Comercio de 1854, las leyes anteriores se incorporan a él, por lo que la Quiebra continuó rigiéndose no sólo por el código de 1854, sino además por las Ordenanzas de Bilbao que volvieron a aplicarse en México.

Es hasta el 20 de abril de 1943 cuando se desprende del contenido del Código de Comercio y surge la Ley de Quiebras y Suspensión de pagos, derogando en el citado código el título "De las Quiebras" del Libro IV y "Del Procedimiento Especial de las Quiebras" del libro V del propio Código de Comercio.

La Ley de Quiebras y Suspensión de pagos de 1943 propuso soluciones que permitían la recuperación de la empresa y en caso contrario su enajenación como unidad productiva; reconoció que la quiebra es un fenómeno económico de interés fundamental para el estado; que el mecanismo diseñado estaba acorde a las condiciones económicas y sociales de la época en que fue promulgada la citada ley; reguló el procedimiento del cual debían valerse los acreedores afectados por la cesación en el pago de las obligaciones de los comerciantes y más concreto, entendamos por concepto de quiebra, la situación en que se encuentra un patrimonio de un comercio que no puede satisfacer las deudas que pesan sobre él, o sea un estado de desequilibrio entre los valores realizables y las prestaciones exigibles, así como un procedimiento de ejecución colectivo y universal que descansa en el principio de la Comunidad de Pérdidas y que se invoca contra un deudor comerciante que como recurso podía acudir a la presente ley antes de que fuera declarado en quiebra, solicitando que se le constituyera mediante un juicio que tenía que promover en Suspensión de Pagos y se convocara a los acreedores para la celebración de un convenio general preventivo.

Ahora bien, la Ley de Quiebras y Suspensión de Pagos después de un largo proceso de 57 años tuvo una reforma el 13 de enero de 1987 en cuanto a la figura del síndico, hasta que fue abrogada el 12 de mayo del 2000 cuando se publicó la Ley de Concursos Mercantiles, que tiene como finalidad establecer mecanismos eficaces para la resolución de los casos de insolvencia y como objeto aplicar los activos del comerciante, ya sea persona física o moral, para realizar el pago a sus acreedores mediante un procedimiento escrito cuya finalidad será que el comerciante que incumpla sus obligaciones de pago sea sujeto de negociación de pasivos o en su defecto, la venta de las unidades productivas o bienes que la integran para el pago de las referidas obligaciones.

Entre sus objetivos, a diferencia con la Ley de Quiebras, tiende a conservar la existencia de la empresa y evitar que el incumplimiento en sus obligaciones de pago ponga en riesgo la viabilidad de las mismas y sus correlativas con las que tengan negocios, protegiendo a la misma con el fin de preservar su operación y los empleos que genera, a fin de conservar el equilibrio entre el comerciante y sus acreedores.

Una diferencia que puede observarse entre la Ley de Concurso Mercantil y la Ley de Quiebras y Suspensión de Pagos es que con la inclusión de un procedimiento concursal con dos etapas sucesivas, el legislador pretendió ofrecer en la práctica grandes beneficios a los involucrados, pues se incluye un período de conciliación que sustituye con gran ventaja a la antigua "Suspensión de Pagos" y ofrece un incentivo a través de la suscripción de un convenio, quedando en manos del comerciante la entera administración de su negocio.

El Concurso Mercantil brinda a los deudores y a sus acreedores la oportunidad de alcanzar un pronto arreglo, asegurando que los intereses de todos los involucrados en un procedimiento concursal sean atendidos debidamente, toda vez que la figura de la Conciliación en comparación con la Suspensión de Pagos prevista en la extinta Ley de Quiebras y Suspensión de Pagos le da una mayor fuerza judicial mucho más represiva a la omisión del cumplimiento de las obligaciones del comerciante a fin de evitar la cultura del no pago. 



99 88 92 86 66


ventas@latitud21.com.mx

SE PARTE DE LAS MEJORES REVISTAS



EMPRENDEDORES Y NEGOCIOS EN EL CARIBE MEXICANO



EVENTOS, LUGARES, PERSONALIDADES Y RECOMENDACIONES

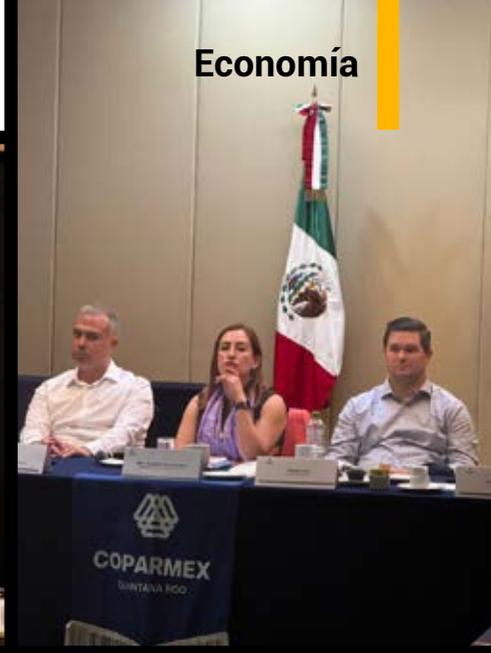


LOS MEJORES TIPS DE CANCÚN, RIVIERA MAYA & YUCATÁN

 L21.mx  proyectobrujula.com  cancuntips.com



ANÚNCIATE AQUÍ



EXPANSIÓN EMPRESARIAL SIN FRONTERAS

Coparmex Quintana Roo, junto a Binationalink, exponen la importancia de explorar oportunidades de inversión y residencia en Estados Unidos



En un esfuerzo por fomentar el crecimiento y la diversificación de la economía en la región, empresarios del Caribe Mexicano participaron en una gira de conferencias sobre inversión y residencia en Estados Unidos. Organizado por Coparmex Quintana Roo en colaboración con Binationalink, este evento reunió a expertos del sector para proporcionar información clave sobre los retos y oportunidades que representa el mercado estadounidense.

La iniciativa formó parte de una serie de encuentros estratégicos en la Península de Yucatán y el sureste del país, en los que líderes empresariales de Quintana Roo, Yucatán y Campeche exploraron formas de expandir sus negocios a través de modelos de inversión seguros y esquemas migratorios adecuados.

Durante estas jornadas, especialistas en migración, franquicias y modelos de negocio expusieron las mejores opciones para empresarios interesados en diversificar su capital y acceder al mercado estadounidense. La presidenta de Coparmex Quintana Roo, Angélica Frías González, destacó la importancia de estos espacios para fortalecer el desarrollo del sector privado y facilitar la internacionalización de las empresas.

CLAVES PARA INVERTIR CON ÉXITO

Entre los ponentes destacados estuvo Arturo Lavín, CEO de

Binationalink, quien subrayó la relevancia de invertir de manera legal y estructurada para garantizar el crecimiento sostenible de los negocios. Roberto Ortiz, abogado especialista en migración, detalló los distintos tipos de visas disponibles para inversionistas y los requisitos para obtenerlas.

Asimismo, Erik Bladinieres, vicepresidente de Visa Solution, presentó modelos de franquicias en Estados Unidos, explicando cómo estas representan una opción viable para quienes buscan expandir sus operaciones en el extranjero. Otras firmas como Zion Homes, One Kitchen y Lawyers también compartieron su experiencia en el acompañamiento a empresarios mexicanos que deseen incursionar en este mercado.

Esta gira empresarial reafirmó el compromiso de Coparmex Quintana Roo de ofrecer herramientas y conocimientos a sus socios para potenciar su crecimiento y acceder a nuevas oportunidades de negocio. La diversificación económica es clave para garantizar la resiliencia y competitividad del Caribe Mexicano, y eventos como este refuerzan la visión de un sector privado preparado para aprovechar los cambios del mercado global.

Con iniciativas como esta, el empresariado local continúa avanzando hacia una mayor presencia internacional, consolidando al Caribe Mexicano como una región dinámica y con gran potencial de inversión.





Mayoría contundente da el sí a Playa del Carmen

Cabildo de Solidaridad acuerda remitir a la XVIII Legislatura del Congreso del Estado la iniciativa de decreto para cambiar el nombre del municipio

Playa del Carmen.- En sesión extraordinaria, el Cabildo aprobó el acuerdo para remitir al Congreso del Estado la iniciativa de decreto por el que se reforman los artículos 127, 128, 134 y 135 de la Constitución Política del Estado y los artículos 8 y 12 de la Ley de los Municipios de Quintana Roo, referente al cambio de nombre del municipio de Solidaridad por Playa del Carmen.

El proyecto de reforma constitucional fue impulsado por la presidenta municipal, Es-

tefanía Mercado, para devolverle a Playa del Carmen su identidad, como un paso natural en la evolución de este destino, permitiendo alinear su identidad administrativa con la realidad que la define.

Además, desde una perspectiva turística, Playa del Carmen es un nombre que ya posee un valor intrínseco en el mercado global y tiene el poder de posicionar al municipio en un lugar destacado dentro del competitivo panorama del turismo mundial. El hecho de incorporarlo como el nombre oficial del municipio no sólo facilitaría su promoción, sino que también reforzaría la percepción de una identidad propia, auténtica y diferenciada, aunado a que también tiene un profundo significado cultural y social.

Capacitan a servidores públicos

Playa del Carmen.- En el marco del Día Naranja, la Dirección de Capacitación de la Oficialía Mayor del Ayuntamiento de Solidaridad, en coordinación con la Comisión Edilicia de Asuntos Indígenas y Afromexicanos, llevó a cabo la conferencia magistral "La violencia, discriminación y derechos de las mujeres indígenas", dirigida a servidores públicos municipales, dictada por Roselía Bustillo Marín, secretaria de Estudio y Cuenta de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF).

El secretario general del Ayuntamiento, Luis Herrera Quiam, a nombre de la presidenta municipal Estefanía Mercado, destacó la importancia de la conferencia para visibilizar y erradicar la violencia que enfrentan las mujeres indígenas en México. "Esta información es trascendente para el ejercicio público y refleja la visión de gobierno de la presidenta municipal, quien impulsa este tipo de actividades que cada vez son más relevantes en la agenda de derechos de las mujeres", expresó.



Estefanía Mercado asume liderazgo

Ciudad de México.- La presidenta municipal de Solidaridad, Estefanía Mercado, rindió protesta como vicepresidenta de la Asociación de Autoridades Locales de México A.C. (AALMAC), marco en el que reafirmó su compromiso de compartir y fortalecer la construcción del bienestar compartido en unidad.

Durante Asamblea Nacional de la AALMAC, dijo que, desde Solidaridad, será una fuerte impulsora del desarrollo de los municipios progresistas de México. "Desde Playa del Carmen impulsamos un turismo con justicia social, que pase del 'all inclusive' al 'todos incluidos', donde la prosperidad llegue a todos: pequeños y medianos empresarios, artesanos, productores locales y comunidades", dijo.

Consideró que integrarse a la AALMAC traerá grandes beneficios a los habitantes del municipio, ya que se trata de una asociación que desarrolla gestiones y relaciones institucionales entre los tres órdenes de gobierno, el Congreso de la Unión y los congresos locales, así como instancias nacionales e internacionales.



Aliados de emprendedores

Playa del Carmen.- Gracias a las gestiones de la presidenta municipal, Estefanía Mercado, pequeños y medianos empresarios de Solidaridad entregaron a la Secretaría de Desarrollo Económico (Sede) del Gobierno de Quintana Roo, la documentación para formar parte del programa "Crédito Transforma tu Pyme".

El secretario de Desarrollo Económico y de Atracción de Inversiones del municipio, Antón Bojórquez, informó que el Ayuntamiento fue el vínculo para que entre 40 y 50 microempresarios accedan a estos créditos.

Detalló que los beneficiarios son en su mayoría artesanas y artesanos, locatarias y locatarios de mercados públicos, así como productores de alimentos.



Entre empresarios

Sergio León

CEO de Impoexporta

X: @oigres14 IG: @sergioleoncervantes Email: sergioleon@sergioleon.mx



UN CHIN.O DE INDIOS

Cuando podríamos pensar que el país con mayor población en el mundo sería China, estamos en un error, o por lo menos yo; el más poblado del mundo es India. Con más de mil 400 millones de habitantes, se divide en 29 provincias, las cuales son totalmente diferentes una de otra hasta en el lenguaje, cultura, gastronomía y en algunos hasta de religión.

Hago énfasis en estos puntos porque aun con una población tan numerosa y diferencias en puntos tan importantes, es uno de los países más productivos del mundo, proyectado este 2025 por el FMI, como el de mayor crecimiento, de más de 6.5%, eso significa que aún con las diferencias la oportunidad de desarrollar y crecer existe, sólo es tema de voluntades.

Cuando las necesidades generales van sobre las particulares, estos son los resultados.

Aunque Quintana Roo es un estado que es fenómeno mundial, que el desarrollo y crecimiento sobrepasa

cualquier expectativa, podemos hacer aún más y qué mejor que hacer alianzas con un país como India, donde podríamos no sólo fortalecer una relación de importación y exportación, sino también podríamos invitarlos a desarrollar industria en nuestra entidad, a compartir modelos educativos en materia industrial y logística; podríamos no sólo ser nuestro propio proveedor, ellos también podrían ser proveedores de lo que produzcamos en Centroamérica y el Caribe, independientemente de que con las herramientas que tenemos podríamos crear una plataforma logística en el Caribe lo cual nos podría dejar una derrama económica importante, diferente al turismo, como sucede con Emiratos Árabes, Singapur o Panamá.

¡Hasta la próxima, con nuevos retos y oportunidades!

Sin miedo a la cima, porque el éxito ya lo tenemos. 



ÚNICO RESTAURANTE ESPAÑOL EN CANCÚN
RESERVA TU MESA
TEL: 998-364-7864 / WHATSAPP: 998-411-5266
MARTES A DOMINGO: 2:00PM - 10:00PM
AV. KABAH 76. 17. CANCÚN. QUINTANA ROO



En línea directa

Arturo Medina Galindo

Periodista, Director NITU.mx • arturo@nituu.mx
Twitter @Arturo_Medina_G



NADA ES PARA SIEMPRE

Fueron 29 años 5 meses que nunca se van a olvidar; el viernes 21 de febrero se quedará en mi memoria como la última vez que conduje "Notifórmula". Duele por lo inexplicable de la decisión de la empresa, y no es que sea indispensable, pero creo que el trabajo habla y el nivel de la audiencia también. No lo entiendo.

Y, sin embargo, no hay rencores; al contrario, mucho que agradecer, primero a **Don Víctor Vera** que me aceptó mi propuesta de trabajo y me tuvo confianza a pesar de que mi experiencia previa de 10 años en radio y televisión era en deportes.

Empezamos de cero construyendo junto con todo el equipo un noticiero robusto, con personalidad, con grandes colaboradores, con opiniones diversas, y claro, con noticias y entrevistas, escuchando a todos y todas.

Me dan las gracias; bueno no, me despiden, cuando creo que tenemos el mejor producto de los casi 30 años al aire. Este noticiero que me ayudó a ganar un premio nacional de locución por noticiero en radio, este noticiero en el que platicamos con 6 gobernadores y todos lo aspirantes, empezando con **Mario Villanueva** y terminando con **Mara Lezama**, este noticiero que sumó escuchas desde aquel lejano 1995 hasta el pasado día 21.

La radio es compañía, es conversación sin rostros, es cercanía sin distancias. Durante casi tres décadas, mi voz encontró un hogar en el aire y en ustedes. Hoy cierro este ciclo, pero no sin antes agradecer: a Radio Fórmula por darme alas, a la audiencia por darme sentido. Me llevo los recuerdos, los momentos compartidos y la certeza de que las palabras, cuando se dicen con el alma, nunca se pierden.

Dice el dicho "cuando una puerta se cierra muchas más se abren", y de verdad, luego del ciclo terminado y de ver cerrarse esa puerta, muchas se han abierto. Gracias a todos los que se han solidarizado conmigo de una u otra forma y gracias a quien apreció lo hecho en estos años y me ha abierto las puertas. Gracias a **Rafael** y **Juan Pablo Aguirre** que me han invitado para dar la cara de las noticias en sus estaciones Hits Fm 96.5 y La Z en Chetumal; ahí podré seguir haciendo uso de las ondas hertzianas de 7 a 8 de la mañana, para llegar a los oídos de quienes quieren enterarse de lo que pasa en Cancún y Quintana Roo.

MIGRACIÓN, SIEMPRE MIGRACIÓN.

Una vez más las redes se inundaron de imágenes del salón de llegada del aeropuerto de Cancún rebosante de personas que esperaban pasar Migración. Contrario a muchos hechos absurdos que hemos relatado aquí, en la radio y la televisión, esta vez no fue culpa de los agentes o por falta de espacios; esta vez falló el sistema. Eso no quita la responsabilidad a una administración de **Francisco Garduño**, que como en la mayoría de las dependencias federales, se olvidaron de hacer mantenimiento y renovación de equipos. Nos estamos quedando viejos.

Hoy Sergio Salomón tiene un gran reto en su llegada al Instituto, un INM sumamente criticado, desprestigiado y demandado por la actuación que ha tenido en el manejo de la migración en tránsito hacia el país del norte y por el maltrato a los turistas provenientes principalmente de Sudamérica.

Esperemos que las cosas empiecen a cambiar, que lleguemos a ver el momento en que un inadmitido no sea tratado como delincuente y que las razones de estas sean claras y contundentes. El daño que le hace al turismo es brutal y no les importa. 

Desde el camerino

Alejandro Rosel

Comunicador y conductor
Twitter: @AlejandroRosel7



SIMPLEMENTE GRACIAS

Para: EMDI, MDR, KRM, PRC, MI AMOR INFINITO

Agradezco como siempre que me lean y hoy haré algo que no acostumbro a hacer: hablar de mí, pero creo que en esta ocasión lo amerita. El pasado 12 de febrero en la Ciudad de México, en el Museo de Antropología e Historia, tuve el honor de ser condecorado, junto con otros muchos colegas de los medios de comunicación, por la Asociación Nacional de Locutores de México, con la Medalla "Rubén Zepeda Novelo" a la trayectoria en Televisión.

Han sido 34 años de aventura y recorrido por la radio y la televisión en la península de Yucatán. Han sido años de grandes retos, de mucho aprendizaje y sobre todo de disfrutar con mucha pasión. Sin duda cuando uno hace lo que le gusta, lo que le llena, los años pasan muy rápido y las horas también. Recuerdo mis inicios en las grabaciones, jalando cables, cargando cámaras, aprendiendo a iluminar; luego mi paso por las cabinas de radio, los micrófonos son apasionantes, poder llegar a muchos siempre es gratificante; y luego la magia de la televisión, esa que nunca es igual y se vive de una manera muy especial. Ese cosquilleo que se siente justo antes de entrar al aire es indescribible, el 5,4,3,2.... Aunque pasen los años se sigue sintiendo igual.

Son muchos los que han sido parte de mi carrera y muchos los grandes maestros que me han formado; nombrarlos sería injusto para otros, pero no puedo dejar de mencionar a **Don Luis Alberto Rivas Aguilar**, **Don Andrés García Gamboa**, **Luis Alberto Rivas Polanco**, **Alejandro García Gamboa**; tampoco puedo dejar de mencionar a la culpable de mucho y quien ha sido compañera de mil batallas: a **Elena Arcila Solís** y a todos, todos los que han estado en este viaje, gracias, gracias gracias.

Que el camino sea divertido. Hasta la próxima. #EMDI #PRC #MDR #KRM. 





Universal
Wellness

“Que seas tan feliz que no sepas si sueñas o trabajas”

Universal Wellness



Consigue resultados en tu organización implementando acciones de bienestar.



Alimentación
saludable



Actividad física
y trabajo en
equipo



Psicólogos,
nutriólogos
y doctores



Inteligencia
emocional



Encuestas
de riesgos
psicosociales

Consultora que ofrece guías, servicios y programas de bienestar

☎ 998 577 0849



info@uwellco.com

www.uwellco.com



CANCÚN EN CLAVE DE ORQUESTA

La Sinfónica de Cancún inicia su Temporada 2025 con una ambiciosa programación que busca consolidar su papel en la vida cultural de la ciudad, con conciertos dentro y fuera del Teatro de Cancún



La Orquesta Sinfónica de Cancún, respaldada por el Patronato para la Cultura y las Artes de Cancún A.C. sigue ganando fuerza y espacio. Con el inicio de su Temporada 2025, los cancunenses detrás de este gran esfuerzo reiteran que no sólo es una apuesta cultural, sino un compromiso con el crecimiento artístico de la ciudad.

Para este año, la programación no se limita al Teatro de Cancún, su sede habitual, sino que contempla presentaciones en otros espacios como el Auditorio La Salle, el Complejo de Seguridad C5 y el Festival Xaman Ha en la Riviera Maya, con el objetivo de acercar la música sinfónica a públicos más diversos y fomentar el sentido de comunidad en la región.

Durante la presentación del calendario de conciertos, Manuel García Jurado, presidente del Patronato para la Cultura y las Artes de Cancún, destacó la importancia de esta temporada para la vida cultural de la ciudad: "Estamos convencidos de que la música transforma vidas y queremos que la orquesta sea un pilar en la identidad cultural de Cancún".

Jaime Valenzuela, vicepresidente del Patronato, recordó que la Orquesta Sinfónica de Cancún tiene ya una trayectoria de poco más de 13 años y es reconocida a nivel nacional. "Hemos trabajado de la mano con patrocinadores comprometidos para fomentar la música y el arte en nuestra ciudad", afirmó.

Recordaron que desde su formación en 2010-2011 como la Camerata de Cancún, la orquesta evolucionó hasta convertirse en la primera orquesta permanente de la ciudad. Es un proyecto único en México, ya que se sostiene sin apoyo gubernamental, gracias al esfuerzo de empresarios, instituciones y amantes de la música comprometidos con la difusión del arte. Hoy en día, es el movimiento cultural de mayor impacto en la región.

Por su parte, Paola Munayer, directora de Organización de la Fundación Oasis, destacó la importancia de la Sinfónica como un reflejo de la riqueza cultural de Cancún, señalando que "además de ser un destino turístico espectacular, también tenemos una oferta cultural de primer nivel para las familias cancunenses".



Eduardo Albor, CEO de The Dolphin Company, enfatizó el valor de la música como un "idioma universal" y llamó a más personas a asistir a los conciertos: "Todos podemos ser mecenas de la cultura, ya sea con apoyo económico, promoviendo los eventos o invitando a otros a descubrir la música sinfónica".

También estuvieron presentes en la presentación del programa Ricardo Medina, representante de Farmacias Similares; Miguel Cortés, director del Hotel Dos Playas; Paloma Herrera, directora del Teatro de Cancún; Eduardo del Río, de la Universidad La Salle de Cancún; y Marisa Steta, integrante del Patronato, quienes coincidieron en la importancia de fortalecer el acceso a la música sinfónica en la ciudad.



PRÓXIMOS CONCIERTOS:

- Marzo 21: "La Tempestad del Mar"
- Abril 25: "Las 4 Estaciones"
- Mayo 23: "Queen Sinfónico"
- Agosto 22: "Beatles Sinfónico"
- Noviembre 14: "Gala de Ópera"
- Diciembre 12: "Concierto de Navidad"

banda de Xalapa y la Orquesta Sinfónica de Cancún rendirán tributo a la legendaria banda británica con arreglos orquestales.

Manuel García Jurado explicó que el número de músicos en escena variará según el concierto, oscilando entre 20 y 50 integrantes, con instrumentistas provenientes de Xalapa, Ciudad de México y Mérida. Además, destacó la participación del joven director cancenense Francisco Hernández Bolaños, quien ha dirigido orquestas en el extranjero y ahora regresa a su ciudad natal para colaborar con la Sinfónica.

La cultura como un compromiso compartido

Finalmente, los organizadores resaltaron que la afluencia a los conciertos

ha sido variable, con algunos eventos a teatro lleno y otros con una asistencia promedio de entre 500 y 600 personas. Con la intención de seguir fomentando la cultura, reiteraron la invitación a toda la comunidad cancenense para disfrutar de esta temporada.

La venta de boletos para el concierto es en tusboletos.mx y en la taquilla del Teatro de Cancún, con descuentos del 20% para estudiantes, profesores y adultos mayores con credencial vigente.

MOMENTOS ESPERADOS DE LA TEMPORADA

Uno de los conciertos más esperados será "Las 4 Estaciones" en abril, con la dirección del maestro Julio Saldaña. Este evento especial combinará "Las Cuatro Estaciones" de Vivaldi con "Las Cuatro Estaciones Porteñas" de Astor Piazzolla, en un montaje que promete ser inolvidable.

En mayo traerá el esperado "QUEEN Sinfónico", en el que una



LA RECOVA

STEAK HOUSE & SEAFOOD



@LARECOVAORIGINAL

998 216 4926

998 313 2271



MARINA
PUERTO CANCÚN

SHOPPING • DINING • ENTERTAINMENT





5 AÑOS DE EXPERIENCIAS EN CANOPY

Dominique Laurent, gerente general de Canopy by Hilton Cancún La Isla, comparte su clara visión para el hotel: fortalecer su conexión con la cultura local y consolidarse como un referente del turismo lifestyle en la región

“Queremos que cada visitante se lleve una probadita de la cultura local, algo que los inspire a descubrir, explorar y sentirse conectados con Cancún”.

Dominique Laurent
Gerente general de Canopy by Hilton Cancún La Isla



El hotel Canopy by Hilton Cancún La Isla cumple cinco años, y su gerente general, Dominique Laurent, tiene claro el rumbo: consolidar el hotel como un referente en el segmento lifestyle, destacando su conexión con la cultura local y ofreciendo experiencias que vayan más allá del hospedaje tradicional.

Laurent, quien recién llegó desde París tras haber dirigido el Canopy Trocadero, resalta que el concepto de la marca está diseñado para integrarse con la comunidad. “Hilton ha diseñado Canopy para ser un reflejo de la cultura y de su entorno. Aquí, en Cancún, tenemos un diseño inspirado en un cenote, referencias a la cultura maya y una fuerte conexión con lo local”.

Durante la celebración del aniversario, Laurent recordó la esencia de la marca Canopy y su compromiso con la autenticidad. “Canopy representa algo muy especial para Hilton. Es una extensión del vecindario, un lugar inspirado en lo que nos rodea. Aquí en Cancún, queremos que nuestros huéspedes se sientan conectados con la esencia de la región”.

ESENCIA LOCAL

Destacó que el diseño del hotel, basado en un cenote, simboliza la riqueza natural y cultural del Caribe Mexicano.

Asimismo, anunció nuevas iniciativas para reforzar la identidad local en la experiencia del huésped. “Estamos introduciendo nuevas experiencias para que cada llegada sea especial. Azulinda se enfocará en resaltar la gastronomía mexicana con el regreso de la cena maridaje Raíces en marzo y el lanzamiento de un platillo especial del chef. También trabajamos en nuevos conceptos de entretenimiento en nuestro rooftop para consolidarlo como el mejor de la ciudad”, mencionó.

El hotel cuenta con 174 habitaciones, un restaurante de cocina mexicana contemporánea y un rooftop con vistas privilegiadas al Caribe, el cual busca convertirse en el punto de encuentro favorito para locales y visitantes. “Queremos posicionarnos como el mejor rooftop de la ciudad, con experiencias de entretenimiento tanto en nuestro Day Pass como en nuestro Night Pass”, adelanta Laurent.

Con una ocupación promedio del 90% en temporada alta, el hotel mantiene un mix de 65% de huéspedes extranjeros y 35% nacionales. “Estamos en una ubicación privilegiada dentro de Plaza La Isla, lo que permite a los visitantes combinar descanso, entretenimiento y compras en un mismo lugar”, explica.

Entre las novedades que trae Canopy Cancún este año, destaca la renovación del restaurante Azulinda y la oferta de experiencias wellness, como clases de yoga y gimnasio en su rooftop.

La sostenibilidad también es un pilar clave. “Reducimos el uso de plástico y organizamos limpiezas mensuales del manglar con nuestro equipo. También queremos apoyar más a la comunidad, porque creo que es fundamental retribuir al entorno que nos rodea”, concluye Laurent.

174

habitaciones y un rooftop con vista al Caribe tiene el Canopy Cancún, único hotel de la marca en México.

150

colaboradores forman parte del equipo.

90%

de ocupación promedio en temporada alta.

65%

de huéspedes extranjeros y 35% nacionales.

Mirada empresarial

Inna German Gómez

Empresaria
@Innagg



RETOS EN LA BÚSQUEDA DE TALENTO CALIFICADO

Seguiré con el tema del mes pasado; se ve que lo tengo a flor de piel. Hoy como empresarios tenemos el máximo reto de búsqueda y retención de talento calificado. En el artículo pasado hablamos del gerenciamiento y cohesión de los equipos de trabajo, pero hoy quisiera regresar un paso y platicarles sobre ENCONTRAR esos equipos con sus jugadores clave. Cuando tienes una empresa de servicios, es apremiante generar esa búsqueda y localización de talento. Depende de la capacidad de la empresa y de su reclutamiento lograr estos equipos lo más rápido posible y con el mejor talento disponible. Entonces nuestra función principal es el RECLUTAMIENTO.

La empresa innovadora, competitiva y en crecimiento, tiene un equipo de colaboradores dispuesto a comprometerse seriamente, lo que se dice 'ponerse la camiseta'. Pero ¿por qué no siempre lo conseguimos? Dos de los principales obstáculos para lograrlo, desde mi muy personal punto de vista, son la brecha generacional y la aparente falta de talento disponible.

La brecha generacional es una constante. Las empresas crecen tanto en tamaño como en edad. Y de pronto tenemos una mezcla de baby boomers, generación X, millennial y generación Z, lo que debería ser enriquecedor para los equipos, pero en algunos casos se vuelve caótico.

"Los baby boomers y la generación X tienden a valorar la estabilidad laboral, la lealtad a la empresa y una estructura jerárquica clara. Su experiencia y conocimiento institucional son invaluable, pero a veces pueden mostrar resistencia al cambio y a la adopción de nuevas tecnologías". (fuente Wikipedia)

"Por otro lado, los millennial y la generación Z buscan empresas que ofrezcan flexibilidad, oportunidades de crecimiento personal y profesional, y un equilibrio entre la vida laboral y personal. Estas generaciones son nativas digitales, lo que les permite adaptarse rápidamente a nuevas tecnologías y metodologías de trabajo. Sin embargo, su deseo de inmediatez y cambio constante puede ser percibido como una falta de compromiso y lealtad a largo plazo". (fuente Wikipedia)

Como pueden ver, estamos en un impasse muy divertido, aunque estas definiciones nos dan una idea de generaciones complemento, en la práctica se vuelve una pesadilla operativa empresarial.

Y la tecnología ni se diga, cambia a pasos agigantados y necesitamos gente que esté a la vanguardia, pero las escuelas no nos ayudan, ni tantito. La educación de las universidades y escuelas técnicas, por lo menos aquí en Quintana Roo, sigue teniendo el mismo modelo que hace 20 o más años. ¿Cómo vamos a enganchar a los jóvenes? ¿Cómo vamos a lograr adaptar la capacitación para que esté acorde a las necesidades empresariales de hoy?

Bueno pues, entonces ¿Qué hacemos?, aquí les dejo algunos tips. Oigan estos no son propuestos por la IA, lo lamento, pero ella no tiene las credenciales necesarias. A ver, ya la quiero ver en la junta de revisión de kpis semanal con el equipo:

- 1.- Inviertan en capacitación, algo más cercano y práctico
- 2.- Promuevan el esquema de mentorship, colaboradores de mayor edad o experiencia ayudan a los más jóvenes o inexpertos.
- 3.- Flexibilidad, adaptar las políticas de la empresa para horarios flexibles (los puestos que se puedan) y trabajo remoto.
- 4.- Sean positivos, crean que pueden (aunque tengan dudas momentáneas)

Ahí les encargo que me platicuen cómo les va con sus empresas y si pueden complementar esta lista será muy valioso para todos. Espero algún día no muy lejano completar mi equipo. 

Canela fina

Rubén Cortés

Periodista y escritor
Twitter @Ruben_Cortes



NOS CUESTA MEXICANA 35 MIL MILLONES DE PESOS

Entre las deudas que dejó López Obrador a quienes pagan impuestos, una escandalosa es su capricho de comprar Mexicana de Aviación, que cuesta más de 35 mil millones de pesos al Estado. Y Sheinbaum le mete mil millones para mantenerla medio volando.

Es un fiasco financiero y operativo: la aerolínea esperaba transportar tres millones de pasajeros y en un año alcanzó apenas 382 mil. Su cuota de mercado nacional es inferior al uno por ciento, y por cada pasajero que transporta pierde unos cinco mil pesos.

A pesar de tener apenas un año de funcionamiento, es una empresa colmada de demandas y sin usuarios, además de estar endeudada al tope: ni siquiera ha pagado la mitad de sus inmuebles. La verdad es que Mexicana tiene un escenario de quiebra.

Una de las demandas es de SAT Aero Holdings, interpuesta en la Corte de Nueva York, para reclamar el pago de 840 millones de dólares por daños y perjuicios. Esa empresa estadounidense tenía el encargo de adquirir los aviones para Mexicana.

Según el Instituto Nacional de Investigaciones Jurídico-Aeronáuticas, en los más de 35 mil millones de pesos que cuesta la aerolínea al contribuyente mexicano, se incluyen los 816 millones que ordenó pagar López Obrador para adquirir la marca.

Por su gracia, López Obrador destinó también cuatro mil 200 millones para iniciar las operaciones y 20 mil 871 millones más para la compra de aviones Embraer. Y coronó su decisión, entregando Mexicana al Ejército, convertido en empresa del Estado.

Sin embargo, en un año ya Mexicana canceló ocho de sus 17 rutas, lo cual la tiene al borde del colapso: tanto es así, que los militares tuvieron que tunear tres de sus aviones para reconvertirlos en aeronaves de servicio de transporte de pasajeros.

Mexicana de Aviación es como un perro que se muerde la cola: como los militares no pudieron diez aviones nuevos a Boeing, tuvieron que agarrar tres aviones de ellos: lo anterior, a pesar de que tiene un presupuesto oficial de mil 140 millones de pesos.

Ya en el Presupuesto de Egresos del año pasado, Mexicana se había tragado ocho mil 340 millones de pesos. Y, aun así, acabó cerrando ocho de sus 17 rutas. Es decir, López Obrador tiró al bote los 815 millones de pesos que gastó en comprarla.

El hecho es que, con los militares en la aerolínea, López Obrador lo que consiguió fue exponerlos por su falta de preparación para gestionar un negocio de la iniciativa privada, tan competitivo y complejo como es la aviación.

Flaco favor hizo el expresidente al Ejército, al convertirlo en la mayor empresa del Estado, manejando 300 mil millones de pesos.

No, el Ejército no debe manejar lana. 

Mujeres al mando: Desafíos y oportunidades

A pesar de los avances, las mujeres en México y América Latina siguen enfrentando barreras laborales. Brecha salarial, falta de liderazgo femenino y escasa flexibilidad laboral son algunos de los principales desafíos

Cada 8 de marzo, el mundo conmemora el Día Internacional de la Mujer, una fecha que recuerda la lucha por la equidad de género en todos los ámbitos, incluyendo el laboral. Aunque las mujeres han logrado avances significativos en negocios, empresas y liderazgo, todavía enfrentan grandes desafíos. La brecha salarial, la falta de oportunidades de ascenso y la carga desproporcionada del trabajo doméstico siguen limitando su desarrollo profesional.

Para los CEOs y tomadores de decisiones, fomentar equipos diversos no es sólo un tema de justicia social, sino una estrategia clave para el éxito empresarial. Estudios demuestran que las empresas con liderazgo femenino y diversidad de género son más innovadoras y rentables. Sin embargo, alcanzar un equilibrio requiere voluntad, políticas claras y un compromiso real con la inclusión.



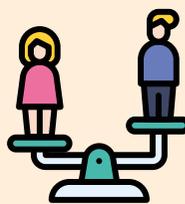
Panorama

50% de la fuerza laboral en México representan las mujeres

13% puestos de alta dirección o espacios en consejos ejecutivos ocupan las mujeres

36% más rentables son las empresas con equipos diversos

Desigualdad y oportunidades



18%

menos que los hombres, en promedio, ganan las mujeres por el mismo trabajo.

72%

considera que no tiene las mismas oportunidades de ascenso o aumento salarial.

15%

menos que sus pares hombres de la misma edad y nivel ganan las mujeres centennials

63%

de las mujeres en México consideran que la falta de flexibilidad laboral afecta su crecimiento profesional.

Liderazgos y techo de cristal



Solo el 27% de las mujeres en puestos de liderazgo ocupan cargos de alta dirección.



69% de las mujeres líderes considera que la discriminación de género sigue limitando su crecimiento.



Mientras que el 72% de los hombres que solicitan un ascenso lo obtiene, solo el 58% de las mujeres líderes logra lo mismo.

¿Sabías que...



- 35% de los estudiantes en STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas) son mujeres.



- La CDMX lidera la participación económica femenina en nuestro país, con un 67.2%; Oaxaca, la más baja con 33%.



Acciones clave para las empresas



Flexibilidad laboral: 70% de las mujeres la consideran esencial para su bienestar y productividad.



Igualdad salarial: Políticas claras para eliminar la brecha salarial.



Programas de mentoría y capacitación: Para fortalecer el crecimiento profesional de las mujeres.

“No basta con ser mujer; hay que ser competente, dar resultados y encontrar un equilibrio entre la vida personal y profesional”.

María Inés Morán
Vicepresidenta de ActionCoach Iberoamérica

CLAVES DE LOS NUEVOS LIDERAZGOS

María Inés Morán, vicepresidenta de ActionCoach Iberoamérica, comparte su visión sobre el potencial empresarial de México y los retos de la tecnología y de las mujeres en el mundo de los negocios

En un entorno empresarial en constante evolución, el liderazgo enfrenta desafíos que van más allá de la estrategia y la rentabilidad. María Inés Morán, vicepresidenta de ActionCoach Iberoamérica, destaca que un líder en la región debe desarrollar habilidades que le permitan operar en distintos mercados y culturas.

“Cuando expandes operaciones fuera de tu país, debes comprender que lo que funciona en un lugar no necesariamente funcionará en otro. La clave está en escuchar, preguntar y estar abierto a nuevas formas de hacer negocios”, explica.

Además, enfatiza la importancia de la diversidad en el liderazgo, entendiendo no solo las diferencias culturales, sino también las generacionales y de género. Para ella, la empatía y la capacidad de adaptación son fundamentales en un mundo cada vez más globalizado.

De cara a 2025, Morán observa un panorama de incertidumbre derivado de los cambios políticos en México y Estados Unidos. Sin embargo, enfatiza la importancia de que los empresarios mantengan una mentalidad enfocada en lo que está en sus manos para seguir creciendo. “Siempre habrá crisis, pero lo fundamental es estar preparados, anticipar escenarios y buscar oportunidades”, señala.

DIGITALIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Destaca el papel crucial de la tecnología en este proceso, ya que la digitalización y la inteligencia artificial han transformado la manera en que las empresas operan. Aunque reconoce que mu-

chos empresarios aún no han incorporado completamente estas herramientas, advierte que el futuro será implacable con quienes no lo hagan: “La inteligencia artificial no es el futuro, es el presente. Las empresas que no la adopten corren el riesgo de quedarse fuera del mercado”.

RETOS CON ROSTRO FEMENINO

El papel de las mujeres en el mundo empresarial ha evolucionado significativamente, pero aún hay retos que superar. Morán celebra que cada vez haya más oportunidades para mujeres en puestos directivos, pero recalca que el éxito no es automático. “No basta con ser mujer; hay que ser competente, dar resultados y encontrar un equilibrio entre la vida personal y profesional”, comenta.

También destaca que las empresas deben adaptarse, ofreciendo condiciones que permitan la inclusión sin que esto signifique bajar estándares de desempeño. En el ámbito del emprendimiento, observa que cada vez más mujeres se atreven a construir negocios sin sentirse limitadas por la expectativa de priorizar la vida familiar. “Es un proceso en ambas direcciones: las empresas se están abriendo a contratar y promover a mujeres en todos los niveles, y las mujeres están cada vez más dispuestas a tomar el liderazgo sin dejar de lado su vida personal”.

Morán concluye con un mensaje claro: “Un empresario no puede dejarse llevar por el desánimo colectivo; debe enfocarse en cómo prosperar independientemente del entorno”. 





**QUINTANA
ROO** UNIDOS PARA
TRANSFORMAR

**¡L@S NIÑ@S
NO
SE ROMPEN!**



**SI TÚ NO LE HABLAS
HABLARÁ CON LOS DELICUENTES**



Mtra. Angélica Frías
 Presidenta de Coparmex Quintana Roo y presidenta de
 Federación Peninsular en Coparmex Nacional.
 Directora Comercial y Cofundadora en Upnify CRM

TECNOLOGÍA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA

La tecnología ha transformado radicalmente la industria turística en las últimas décadas, revolucionando la forma en que los viajeros planifican, reservan y disfrutan de sus experiencias. Desde la llegada de Internet, ha crecido un ecosistema digital que ha facilitado el acceso a información, servicios y reservas de manera instantánea, permitiendo a los turistas tomar decisiones informadas y personalizadas.

1.- Plataformas de reserva y comparación: Las agencias de viajes en línea (OTAs) como Booking.com, Expedia y Airbnb han cambiado la dinámica del sector. Estas plataformas permiten a los usuarios comparar precios, leer opiniones de otros viajeros y acceder a una amplia variedad de opciones de alojamiento y actividades.

2.- Aplicaciones móviles: Son ahora herramientas imprescindibles para los viajeros. Desde aplicaciones de mapas y guías de viaje hasta aquellas que ofrecen recomendaciones personalizadas basadas en preferencias y comportamientos previos, estas herramientas mejoran la experiencia del usuario.

3.- Inteligencia artificial y chatbots: La inteligencia artificial está transformando la atención al cliente en la industria turística. Los chatbots, por ejemplo, están disponibles las 24 horas del día para responder preguntas frecuentes, ayudar con reservas y ofrecer recomendaciones personalizadas.

4.- Realidad aumentada y virtual: Ofrecen nuevas formas de explorar destinos. Los turistas pueden realizar recorridos virtuales de museos, sitios históricos o incluso hoteles antes de tomar una decisión.

5.- Big data y análisis predictivo: Permite a las empresas recopilar y analizar grandes volúmenes de datos sobre el comportamiento del consumidor. Esto facilita la identificación de tendencias, preferencias y patrones de viaje, lo que a su vez permite a las empresas personalizar sus ofertas y mejorar la satisfacción del cliente.

6. Sostenibilidad y Tecnología: Desde sistemas de gestión de energía en hoteles hasta aplicaciones que permiten a los turistas calcular su huella de carbono, la innovación tecnológica contribuye a prácticas más sostenibles.

7. Social media y marketing digital: Las redes sociales han cambiado la forma en que las empresas turísticas se comunican con sus clientes. Plataformas como Instagram y Facebook son herramientas poderosas para el marketing, permitiendo a los destinos y empresas promocionar su oferta a través de contenido visual atractivo.

8. Pagos digitales y criptomonedas: La adopción de pagos digitales ha facilitado las transacciones en la industria turística. Los viajeros pueden utilizar aplicaciones de pago móvil y criptomonedas para realizar reservas y compras, lo que añade un nivel de comodidad y seguridad.

La tecnología está en el corazón de la evolución de la industria turística, ofreciendo soluciones innovadoras que mejoran tanto la experiencia del viajero como la eficiencia operativa de las empresas. La clave será encontrar un equilibrio entre la innovación y la experiencia humana, asegurando que la tecnología sirva para enriquecer, y no reemplazar, la esencia del viaje. 



COPARMEX
 QUINTANA ROO

EN RIESGO AHORRO DE TRABAJADORES Y TRANSPARENCIA EN EL INFONAVIT

Representantes de organizaciones empresariales y de sindicatos de trabajadores lamentamos que el Senado de la República haya aprobado, sin modificaciones, la reforma a la Ley del INFONAVIT, no incluyendo las propuestas presentadas para fortalecer la gobernanza del Instituto y garantizar mecanismos efectivos de supervisión y rendición de cuentas.

La decisión de avalar el dictamen, sin ajustes, representa una regresión que afecta la representación de los sectores productivos (empresarios y trabajadores) y vulnera la certeza en el manejo de los recursos de los trabajadores.

Las direcciones sectoriales debieron permanecer tal y como operan actualmente. Dichas instancias son esenciales para proveer asistencia técnica y operativa a los representantes de trabajadores y empresarios, facilitando una participación informada y efectiva en la toma de decisiones. Su desaparición deja sin herramientas a los sectores para evaluar y mejorar la operación del INFONAVIT.

Por otra parte, la creación de una empresa constructora filial del Instituto, sin mecanismos

claros de supervisión y transparencia, abre la puerta a posibles conflictos de interés y al uso discrecional de los fondos destinados a los trabajadores, desviando el objetivo central del Instituto, que es garantizar el acceso a créditos de vivienda en condiciones justas y accesibles.

Reiteramos nuestro compromiso con la defensa del ahorro de los trabajadores y con una estructura de supervisión efectiva en el uso de los recursos del Instituto. Seguiremos exigiendo transparencia, rendición de cuentas y el fortalecimiento de los órganos de representación para evitar decisiones unilaterales que perjudiquen a los trabajadores, y, sobre todo, nos mantenemos abiertos al diálogo efectivo en beneficio de los derechohabientes.

Nuestras inquietudes y propuestas fueron presentadas en posicionamientos públicos a nivel nacional, y en diálogos directos con la Secretaría de Gobernación, la Consejería Jurídica de la Presidencia y la dirección del INFONAVIT, así como con senadores que integran la Comisión de Reordenamiento Urbano y Vivienda y la Junta de

Coordinación Política de la Cámara Alta.

En cada uno de nuestros pronunciamientos, trabajadores y empresarios reafirmamos nuestra unidad en la defensa de un INFONAVIT sólido, transparente y equitativo. Coincidimos en la importancia de fortalecer la institución, proteger los ahorros de los trabajadores derechohabientes y garantizar una toma de decisiones tripartita y paritaria, en acuerdo con los tres sectores. Asimismo, exigimos que los recursos, propiedad exclusiva de los trabajadores, sean administrados con total transparencia y responsabilidad.

En el contexto actual, en el que México enfrenta retos económicos y comerciales, que exigen fortalecer la competitividad y el Estado de derecho, es imprescindible mantener la unidad y garantizar que las decisiones legislativas fortalezcan los derechos de los trabajadores y la estabilidad de las instituciones.

Es fundamental que trabajadores y empleadores participemos en la construcción de las bases y lineamientos para la correcta operación de esta ley. 

CANCÚN



DON OMAR

BACK TO REGGAETON

MÉXICO TOUR

SÁB. 15 MAR.
AUTÓDROMO
INTERNACIONAL
CANCÚN

BOLETOS A LA VENTA EN WWW.DONOMAR.COM

 FUNTICKET.MX Y TAQUILLAS OFICIALES



MUSICVIBE

Al buen entendedor

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



NUEVAMENTE LAS BARRERAS Y OBSTÁCULOS DEL TURISMO

Una vez más tenemos que hacer referencia a las barreras que nos impiden despegar como gran potencia turística. Quisiéramos encontrar eco en el gobierno federal, que no ha acabado de entender que en el turismo tiene una gran alternativa de desarrollo económico.

Ante las presiones y amenazas del gobierno de Estados Unidos por los aranceles, entre otras cosas que ponen en riesgo a la economía mexicana, está siempre el turismo que puede y debe ser un enorme aliado en generación de empleos, derrama económica, captación de divisas, fomento a la inversión extranjera, entre otras bondades.

Pero el turismo no acaba de entenderse en este gobierno de la 4T y por ende no se dan las condiciones para que se facilite la llegada de turistas.

El Instituto Nacional de Migración sigue siendo una asignatura sin resolver. Largas filas de turistas por falta de personal, o porque fallaron los e-Gates (quioscos electrónicos), y por si fuera poco al momento de escribir esto, se cayó el sistema y el caos generado en todas las terminales del aeropuerto de Cancún es de proporciones mayores; desesperación y frustración entre turistas, es lo menos que se puede decir.

En Aduana, mientras nuestra misión como turistas es ofrecer nuestra mejor cara y trabajar para que los turistas se vayan deleitados, regresen y nos recomienden, la de ellos, la de la Agencia Nacional de Aduanas de México (ANAM), es recaudar. El impuesto por traer más de 10 cajetillas de cigarrillos es de 670% sobre el valor del paquete, lo que deriva en enormes molestias. Si se entendiera el turismo, se sabría que miles de turistas que dejan de venir a México por los altos impuestos en aduana, será mucho más costoso que lo que dejan de recaudar si los exentan de ellos. Los turistas que vienen a vacacionar no deberían pagar impuestos, ni derechos extras por nada de lo que traigan en su maleta, y me refiero a artículos lícitos.

La carretera federal 307, que une a los destinos más importantes y visitados de todo México y Latinoamérica desde Cancún hasta Tulum, es ya intransitable, peligrosa, invadida de letreros espectaculares, señalización en mal estado, etc. etc. y ahora finalmente ponen manos a la obra por tramos, pero en pleno día, en las horas pico, generando filas kilométricas, angustia para turistas y vuelos perdidos; la SICT se niega a trabajar de noche, ¡vaya cosa!

En el aeropuerto de Tulum las tarifas de acceso para las unidades de transporte turístico son el doble o el triple de cualquier aeropuerto europeo y 12 veces más caras que en el aeropuerto de Cancún; así, eventualmente dejará de ser competitivo.

En Los Cabos, las filas de autos para llegar al aeropuerto son interminables y angustiantes para los turistas que temen perder su vuelo, ya que las casetas de cobro del peaje federal son pocas, a veces sólo funcionan algunas, y además sólo aceptan pagos en efectivo...

Urge una ley de autotransporte exclusiva para el turismo, pero nos dicen que eso no tiene justificación, pues ya existe una. Sí, hay una ley que tiene más de tres décadas, plagada de lagunas e imprecisiones que derivan en interpretaciones caprichosas de la autoridad. Esperamos una reunión con la secretaria Federal de Turismo, confiando en que con su visión y compromiso logremos este proyecto.

No existe incentivo en México para la industria turística, ni para construir o remodelar un hotel, y mucho menos para los micro, pequeños y medianos empresarios; no existe una sola ley de fomento.

Como no se entiende el turismo, resulta imposible derribar las barreras y obstáculos que inhiben a la competitividad.

Y, sin embargo, se mueve...

Al Buen Entendedor...

Reporte Washington

Rubén Olmos Rodríguez
CEO de Global Nexus
Analista y Consultor Internacional X:@rubenolmosr



¿CÓMO LIDIAR CON EL PRESIDENTE DONALD TRUMP?

Primero fueron las amenazas de aranceles globales; procedió después a decretar una emergencia en la frontera entre México y Estados Unidos exigiendo a nuestro país a hacer más para detener el flujo de fentanilo y cooperar en la detención y recepción de migrantes indocumentados; enfiló después contra Canadá, Colombia, Panamá, y recientemente, Asia y Europa. En esta última región del mundo hay una enorme preocupación no sólo por las amenazas de aranceles, también porque la Casa Blanca no ha tomado en cuenta a sus socios históricos para resolver el conflicto armado entre Ucrania y Rusia. No olvidemos que la Unión Europea tendrá que lidiar con las ideas expansionistas de Putin hacia largo plazo y sortear amenazas unilaterales si Trump, como todo indica, lo dejará salirse con la suya y ganar la guerra después de 3 años.

Este escenario que presento es sólo a un mes desde que Trump tomó las riendas del país, y la gran pregunta que se hacen directivos de empresas y líderes de gobierno a nivel global es ¿Cómo lidiar con Trump durante los próximos cuatro años?

La presidenta de México salió bien librada del primer round. Lo hizo con la cabeza fría, asesorada por los secretarios de Economía, Relaciones Exteriores y Medio Ambiente, arropada por los empresarios aglutinados en el Consejo Coordinador Empresarial y miembros del Consejo Mexicano de Negocios y claro, el apoyo moral de los cuadros de su partido. Ese cuarto fin de semana de enero fue complejo. Los rumores aquí en la capital sobre el anuncio de imponer 25% de aranceles a productos provenientes de México y Canadá y 10% a los productos provenientes de China se acrecentaban, había un escuela de pensamiento que cree que Trump usará las amenazas de aranceles sólo como presión para amedrentar a países y negociar a cambio otros asuntos (como lo hizo con México y Canadá); mientras que hay otro grupo que piensa que Trump va en serio con imponer aranceles a pesar del impacto que tendrá en la inflación y el costo que pagará el consumidor final.

La realidad es que el estilo de Trump 2.0 será muy distinto al que tratamos hace 4 años. El empoderamiento que tiene derivado de la elección le permite controlar las dos Cámaras en el Congreso, el Poder Judicial, los medios de comunicación y tener alineados a los principales líderes de empresas en Estados Unidos, lo cual lo fortalece en su trato con el mundo. Su principal objetivo es controlar primeramente el hemisferio occidental, desde Canadá hasta Argentina, y evitar el avance de China. Darle un respiro a Putin (lo cual es un grave error) y encontrar la manera de seguir haciendo negocios con China siempre y cuando no se meta, insisto, en su vecindario.

En Medio Oriente Trump y su familia tienen fuertes intereses económicos, por lo que la política de su gobierno estará dictada por los intereses familiares. Finalmente, en Europa, el movimiento de Trump (MAGA) buscará tener mayor influencia en lo político, permitiendo el avance de partidos de derecha que comparten la misma ideología, echando por la borda varias décadas de cooperación trasatlántica. En conclusión, tendremos 4 años complejos con nuestro vecino y principal socio comercial.



¿QUÉ HACER SI DETECTAS HUMO DE INCENDIO?



Evita usar lentes de contacto.



Evita actividades al aire libre.



Cierra puertas y ventanas.



Sella con trapos húmedos las rendijas y permanece en ambientes cerrados.



Acude a tu médico si tienes problemas respiratorios.



Mantente informado con las fuentes oficiales.

S



BITÁCORA DE VIAJE LVI

"Nada los va a parar en búsqueda de sus sueños. Se merecen todos y cada uno de sus éxitos".

MICHELLE OBAMA.

Me dolían hasta las pestañas. Habíamos caminado varios kilómetros desde donde cruzó la camioneta del gobierno de los Estados Unidos, hasta el Fuerte de Cochisse County, nunca perdiendo la pista del "otro lado", de casa. Terreno agreste, la temperatura mortal de casi 45 grados celsius estaba bajando rápidamente; casi sincronizada con la forma en que el sol norteño o sureño, depende de dónde vengas, se iba escondiendo en un macizo montañoso imposible, casi pintado por algún escenógrafo. Y es que, efectivamente, para distraer la mente del cansancio, las piedras, las advertencias de nuestro guía, sobre no salir de la vereda y estar atento a cualquier ruido que se asemejara a una caja de cerillos moviéndose a gran velocidad (gran comparación; nunca se me habría ocurrido que hacen el mismo ruido las serpientes de cascabel), mi cerebro identificaba locaciones para mi próxima gran película de Western que jamás haría y por la cual ganaría carretadas de dólares que nunca vería y la noche del estreno en algún cine de Phoenix, con alfombra roja, caballo apaloosa y toda la cosa. Sí, la insolación ya comenzaba a afectarme. No, no estaba cumpliendo una "manda", ni soy flagelante dominico; si algo me ha enseñado esta profesión, combinada con alguna muy lejana preparación teatral, es intentar conocer no solo las motivaciones del personaje a reseñar, sino convertirme en sus ojos, sus oídos, su sed, su miseria, su proceso mental. Aunque, honestamente, sería imposible hacerlo del todo. Lo que un migrante va cargando sobre sus hombros, puede sobrepasar y con mucho, la fantasía bíblica de cualquier aspirante al martirologio. Para ese reportaje, dejé muchos kilómetros atrás a mi hijo y a su madre. En casa. Los extrañaba. Sé que me reuniría con ellos en unos días al terminar la misión. Ellos, los viajeros sin opción, no. Ellos no tienen certeza de nada.

El hueso blanqueado, perfectamente limpio por los depredadores y las hormigas, brillaba con los últimos rayos de sol. En este caso, pertenecía a una vaca perdida de algún rancho cercano. Pero bien pudo haber sido (y es que los hay, muchos), de quien era hijo o hija de alguien, padre o madre de alguien, pareja de alguien. Hoy son huesos de alguien buscados por quien o quienes quieren darle certeza a su dolor. Un héroe desconocido que salió a morir por su familia cuando no había nada más que perder.

Atrás, en el Sásabe, a mitad del calcinante desierto de Sonora, en Sonora, el grupo Beta del Instituto Nacional de Migración, había rescatado a una mujer de unos cuarenta años, deshidratada, punzada por la brava flora local y ya rodeada y a punto de ser devorada por un grupo de coyotes. Apenas nos pudo balbucear su nombre: Sara. Venía de un grupo de nayaritas y el pollero la engañó diciéndole que caminaría unos kilómetros hacia el norte y ahí estaba Los Ángeles en donde ella se reuniría con su primo Gabino, que le daría trabajo en una lavandería de chinos. Sus compañeros de odisea jalaron para otro lado. Sara creyó en los traficantes de seres

humanos; de no ser por el providencial rescate, habría sido parte de la estadística o tal vez no. Es difícil decir cuántas víctimas de la invisibilidad política siguen aguardando una justicia que no se nutre de puras promesas.

Es 2004 entre Sonora y Arizona y ya en el Fuerte Cochisse del ejército de los Estados Unidos compartido con la Border Patrol. Está anocheciendo y me acerco al filo de una cuneta que ahí, es todo lo que separa a ese país de México. Qué fácil habría sido brincar, sin mucho esfuerzo hasta el otro lado y sentir que ya estaba en casa. Pero, ¿de verdad hubiera estado en casa? A lo lejos, Douglas y su ciudad hermana fronteriza Agua Prieta, ya empezaban a encender sus luces, como cocuyos estáticos, detenidos en una fracción de tiempo. Bill, el guardia fronterizo del Homeland Security, responsable de nuestro grupo de periodistas, me llamó en voz baja, en tono tranquilizante pero firme. Me pedía que me retirara de ahí despacio... muy despacio caminando hacia atrás sin perder la vista de los huizachales que adornaban aquí y allá la planicie mexicana. No quise preguntar el porqué de la interrupción en mi momento de reflexión sociológica. "Te están viendo. Son cinco y vienen armados", me dijo el pelirrojo expolicía de Chicago en un casi perfecto español. "Son polleros. O narcos. O ambos. Go figure. Los tenemos detectados desde hace unos minutos". "La semana pasada nos hirieron a un compañero nada más por pararse a fumar un cigarro cerquita de donde estabas; nunca te acerques así a la frontera. Esos no respetan ni a sus paisanos. Ten cuidado, bro."

Es casi la misma hora, 18:56, pero de un miércoles de febrero de 2025. Y descubro que casi automáticamente he redactado lo anterior dejando libre la memoria. Hoy las cosas en esas dos realidades no han cambiado mucho. El narco se ha vuelto más virulento y los Estados Unidos han endurecido su política migratoria como lo hicieron en 2004, unos años después de los atentados del 11 de septiembre. Vicente Fox recordará en su rancho de San Francisco del Rincón, tal vez con mucho coraje, cómo los actos terroristas detuvieron lo que habría sido el acuerdo migratorio del milenio con el presidente George W. Bush, y al contrario, catapultó la realidad fronteriza a niveles de control hacia los migrantes latinos como pocas veces se había visto desde la Segunda Guerra Mundial. Como dijera el enorme y siempre citable hasta el plagio Mark Twain: La historia no se repite, pero a menudo rima. Me queda la pregunta que no abandona mi cerebro desde hace más de veinte años. ¿Quién es el enemigo? ¿Las políticas de qué país orillaron a tanta gente buena a abandonar su tierra, su familia, sus muertos, sus tradiciones para vivir una novela de terror en donde quienes deberían cuidarte te exprimen, te atracan, te violan y te dejan a merced del sol y los carroñeros de cuatro y dos patas? Y encima te urgen a que mantengas la economía con el dinero que hipotéticamente mandarías, claro, en caso de que sobrevivieras y pases las pruebas como el héroe griego en los infiernos. Pero no te preocupes; ahora que el malvado gobierno gringo te repatrie, te daremos atención médica, dos mil pesos y te buscaremos una chamba bien remunerada. El paisano que corta el césped en una mansión de Beverly Hills, levanta la ceja al escucharlo y piensa... "Ah, chingá. ¿Y por qué no lo hicieron antes de que me viniera para acá?" 

RESPALDO E IMPULSO A LAS MUJERES EN CANCÚN

“Como regidora, diputada local, diputada federal y hoy presidenta municipal siempre he defendido con firmeza la participación de las mujeres en la toma de decisiones. El futuro de Cancún necesita más mujeres liderando, participando y transformando”, afirmó la presidenta municipal, Ana Paty Peralta, en el marco de la conferencia: “Violencia política contra las mujeres y perspectiva de género”, dirigida a servidoras públicas de la administración.

Manifestó que ejemplo de lo anterior, fue cuando impulsó hace más de siete años la tipificación de la violencia política de género en Quintana Roo, por lo que en la administración actual que encabeza, no basta con decir que se busca un municipio libre de violencia, sino se demuestra con hechos.

“Acabamos de declarar por primera vez este 2025 como ‘Año de las Mujeres’; creamos la comisión ‘Mujer Segura’ y pusimos en marcha el Sistema Municipal de Prevención, Atención, Sanción y Erradicación de la Violencia contra las Mujeres (PASEV) para que todas las dependencias trabajen juntas en prevenir, atender y sancionar la violencia de género”, enfatizó.

Indicó que los servidores públicos juegan un papel clave, por lo que además de ser ejemplo de una labor con perspectiva de género, deben procurar que el Ayuntamiento sea un espacio seguro donde no haya cabida a la discriminación, el acoso o cualquier forma de agresión, ni hacia compañeras ni hacia la ciudadanía en general.



CAPACITACIÓN A SERVIDORES PÚBLICOS DE LA SEFIPLAN

Se capacitó a las y los servidores públicos de la Sefiplan Q. Roo en materia de Lineamientos para la Integración y Rendición de los Informes de Avance de la Gestión Financiera para la Planeación de la Fiscalización de la Cuenta Pública y de las Entidades Fiscalizables del Estado de Quintana Roo.

Fortaleciendo el desarrollo profesional, de competencias y actualización en conocimientos en el uso de la plataforma SIPPRES. #UnidosParaTransformar



CONVOCAN A ASPIRANTES A LA MEDALLA AL MÉRITO CIUDADANO

En el marco de los preparativos del 55 aniversario de Cancún, y a manera de reconocer a los habitantes que hayan contribuido a enaltecer el nivel de vida de los habitantes, el desarrollo económico o el elevar el nivel turístico de Cancún, el Ayuntamiento de Benito Juárez lanzó la convocatoria para postular candidatos a recibir la Medalla al Mérito Ciudadano “Sigfrido Paz Paredes”, en su edición 2025.



Se destaca que se premiará a quien haya aportado al desarrollo del municipio en orden económico, social, académico, humanístico o turístico, ya que la localidad tiene actividades multidisciplinarias y variadas.

Las propuestas de nominados pueden ser presentadas por cualquier persona física o moral hasta el próximo 5 de abril, y la entrega será el 20 de abril, en el marco de los festejos del Aniversario de Cancún.

ANUNCIA 7-ELEVEN INVERSIÓN DE 3 MIL MDP EN Q. ROO



Cancún.- La gobernadora Mara Lezama Espinosa, acompañada del secretario de Desarrollo Económico, Paul Carrillo, y directivos de la empresa 7-Eleven, informaron el plan de inversión que la reconocida empresa internacional llevará a cabo en la entidad entre los años 2025 y 2030. Este proyecto contempla la apertura de 224 nuevas tiendas en municipios como Solidaridad, Benito Juárez, Tulum, Cozumel e Isla Mujeres con un monto de 3 mil 056 millones de pesos, lo que generará mil 830 empleos directos y cerca de 3,500 indirectos, consolidando a Quintana Roo como un referente en atracción de inversión nacional y extranjera.

"Me parece extraordinario que el 52% de su plantilla de personal son mujeres. Actualmente hay 100 tiendas de 7-Eleven en la entidad y van por 224 más con la generación de un mayor número de empleos", expresó la gobernadora de Quintana Roo.

Destacó esta responsabilidad social, enmarcada en el Nuevo Acuerdo por el Bienestar y Desarrollo de Quintana Roo, y comprometida con un gobierno humanista con corazón feminista que impulsa la prosperidad compartida reflejada en las y los trabajadores.

Fuerte impulso a la creación de nuevos empleos directos e indirectos para las y los quintanarroenses, destaca la gobernadora Mara Lezama



FORTALECEN ATENCIÓN A DEPORTISTAS CON DISCAPACIDAD

Cancún.- Para fortalecer la atención y los servicios a las y los atletas con discapacidad que representan a nuestra entidad en diversas competencias, así como de crear acciones a favor del deporte adaptado, la Comisión del Deporte de Quintana Roo (CODEQ), presidida por Jacobo Arzate Hop, firmó un convenio de colaboración con el Centro de Rehabilitación Integral Teletón (CRIT) de Quintana Roo, representado por su director general Paolo Sergio Montero Jazquez.

Previo a la firma del convenio se realizó un recorrido por las instalaciones del CRIT en Cancún, para conocer sobre las acciones y servicios que podrán tener las y los paratletas de la entidad. Otras de las acciones que pretende este convenio es facilitar espacios deportivos para realización de actividades del CRIT, así como la creación y promoción de programas implementados de manera conjunta por CODEQ y CRIT.



EMPRESARIOS POR Q. ROO COLABORAN CON EL DIF

Cancún.- En el marco de la reunión mensual de la agrupación "Empresarios por Quintana Roo", la presidenta honoraria del DIF estatal, Verónica Lezama Espinosa, fortaleció la colaboración con el sector empresarial, logrando importantes donaciones y apoyos en beneficio de los grupos más vulnerables del estado. Derivado de este encuentro, que encabezó Sergio León, presidente de la agrupación, empresarias y empresarios se unieron a la causa del DIF Quintana Roo, mostrando confianza en la institución al realizar importantes donativos y cursos de belleza dirigidos a adolescentes egresadas de los centros de asistencia social, que les permite contar con herramientas para su desarrollo y autonomía. A ello se sumaron también becas educativas para hijos de madres solteras, apoyos a la formación desde la lactancia hasta sexto de primaria; terapias psicológicas y cuánticas para mujeres que han sido víctimas de violencia, que contribuyan a su recuperación y bienestar personal.

El sector empresarial de igual ofreció espacios para talleres y proyectos alineados con las necesidades del DIF Quintana Roo, así como equipamiento para casas de asistencia, mejorando las condiciones de atención para quienes más lo necesitan.

MÓDULOS ITINERANTES PARA PRODUCTORES AGRÍCOLAS Y GANADEROS

Chetumal.- Con la finalidad de facilitar el registro a las y los productores agrícolas y ganaderos de la entidad, para participar en los distintos programas del Gobierno del Estado a través de la Secretaría de Desarrollo Agropecuario, Rural y Pesca (SEDARPE), se instalarán módulos de atención itinerantes en los puntos de mayor concentración de población, informó el titular de la dependencia, Jorge Aguilar Osorio. Serán al menos 11 módulos de atención itinerantes, con el objetivo de acortar las brechas de desigualdad, evitando a las y los productores tengan que desplazarse y ocasionarles gastos para ello.

"La intención es procurar que las y los productores rurales no tengan que desplazarse hasta Chetumal para poder realizar el trámite de registro y así poder participar en alguna de las convocatorias que actualmente tenemos abiertas, facilitando así el proceso de inscripción" expresó.



Únete a **Dolphin** benefits

¡Ahora tus compras te dan más!

Gana **Dolphin Stars** con cada compra, acumúlalas para redimirlas en cualquiera de nuestras **actividades** y vive **La Experiencia de tu Vida**.

Si eres quintanarroense sé parte de **Dolphin Benefits** siguiendo estos pasos:



1. Escanéa nuestro código QR o visita nuestra web app **TheDolphinCo.com/dolphinbenefits**
Crea tu usuario y regístrate



2. Por cada compra recibe el 20% del total **en Dolphin Stars**
Cada Dolphin Star equivale a \$1 MXN



3. Acumula **Dolphin Stars** y cámbialas en tus nuevas compras

Además obtén cupones, beneficios exclusivos en tu cumpleaños y en eventos especiales.



Si tienes dudas,
contáctanos al **998 849 4748**
o en nuestras redes sociales.



Las Dolphin Stars tienen una vigencia de un año a partir de que fueron generadas. Únicamente son redimibles en actividades a precio regular de local. En compra de souvenirs, fotografías y tarifa de uso de muelle no se generan Dolphin Stars y tampoco se pueden redimir. Este programa aplica para compras de un máximo de 11 personas por reservación. Los tours Columbus y Speed Boat generan Dolphin Stars pero no pueden redimirse en dichas actividades. Aplican restricciones.

Conoce más



EXCLUSIVIDAD CON SELLO NAUTICA

Bajo el concepto de "hotel living" Cancún fue el destino elegido para el primer proyecto residencial global de la icónica marca consolida su visión de lujo y exclusividad



Cancún fue seleccionado como el epicentro del primer proyecto residencial global de la icónica marca Nautica, marcando un parteaguas en el sector inmobiliario de lujo. La inauguración del showroom de Nautica Residences by Naúma atrajo a más de 150 invitados, entre inversionistas, compradores y figuras clave del sector, estableciendo un récord con 68 ventas en una sola noche, una cifra sin precedentes en la región.

Nautica Residences representa una evolución en el mercado inmobiliario de lujo en Cancún. La presencia de inversionistas de renombre como Isaac Zonana, Moisés Jafif, José Miguel Parra, Abraham Cababie y Elías Cababie confirma la solidez y el respaldo del proyecto. Además, la colaboración con GMB en la comercialización ha sido clave para garantizar el éxito del desarrollo.

Este evento no solo celebró la apertura del showroom, sino que también reforzó la posición de Cancún como un destino atractivo para la inversión inmobiliaria global. "Este es el primer proyecto en el mundo entero con la marca Nautica y nace en México para el resto del mundo", destacó Nino Maurelli, director de Marketing de Authentic Group.

CONCEPTO INNOVADOR PARA UN MERCADO EXIGENTE

Bajo el concepto "Hotel Living", Nautica Residences ofrece un estilo de vida que combina la comodidad y servicios de un hotel de lujo con la exclusividad de una residencia privada. La experiencia de vida en este desarrollo está diseñada para que las amenidades sean una extensión del hogar, permitiendo a los residentes disfrutar de un entorno donde cada necesidad está cubierta sin salir de casa.

Con más de 50 amenidades premium, el desarrollo incluye rooftop con alberca, canchas de pádel y tenis, gimnasio, restaurante gourmet, spa, piano bar, speakeasy, cine, club de playa en Isla Blanca y un servicio de concierge de primer nivel. "Queremos que pienses que vas a dormir en tu departamento, pero vivirás en las amenidades", explicó Andrea Muñoz Castillo, directora de Nuevos Proyectos de Naúma.

+5,000

millones de pesos invertidos en el proyecto, de capital mexicano

1,500

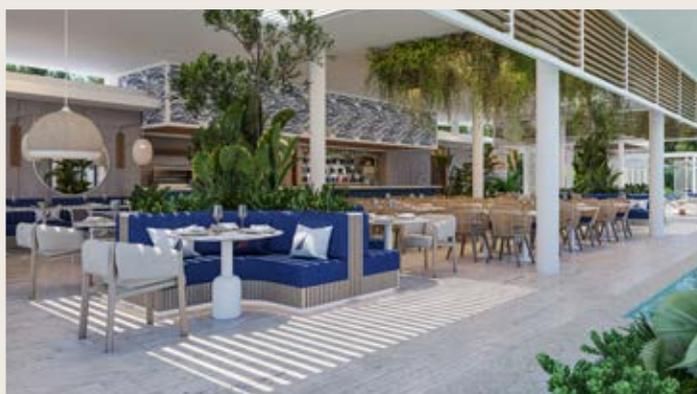
empleos generados en la etapa de construcción y 120 en operación

400

departamentos divididos en dos torres de 20 pisos tiene la primera fase

IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL

El impacto del proyecto en la economía local también es significativo. La inversión total del proyecto supera los 5,000 millones de pesos, de capital netamente mexicano, y generará alrededor de 1,500 empleos en la etapa de construcción, ade-





más de 120 empleos operativos una vez que el desarrollo esté en funcionamiento.

“Cancún nos ha recibido con los brazos abiertos y estamos seguros de que este proyecto contribuirá al crecimiento de la región”, aseguró Muñoz Castillo.

El desarrollo se está llevando a cabo en tres etapas, con la primera fase contemplando dos torres de 200 departamentos cada una, distribuidas en 20 pisos. La entrega de la primera torre está programada para el verano de 2028. Con opciones de departamentos que van desde los 71 m2 hasta los 259 m2, el proyecto está diseñado para atraer a un mercado diverso de inversionistas y residentes, tanto nacionales como extranjeros.

REFERENTE EN EL CARIBE MEXICANO

El desarrollo residencial integrará equipos de alta eficiencia y materiales duraderos, ideales para el clima de la región, como sistemas LED, riego inteligente y un sistema de gestión (BMS) para monitoreo y eficiencia energética.

La apuesta de Nautica por Cancún no es casualidad. La ciudad es uno de los destinos turísticos más importantes del mundo y un imán para inversionistas que buscan alta plusvalía y rentabilidad. Con una oferta de lujo sin precedentes y un diseño arquitectónico que rinde homenaje a la esencia náutica de la marca, este proyecto está destinado a convertirse en un referente en la región y a nivel internacional. 

Empléate

David Asencio

Psicólogo

Twitter: @davidasencio195 LinkedIn: davidasencio195



¿DE QUÉ SE TRATA LA VIDA?

La vida es un viaje lleno de preguntas profundas y complejas. Desde el momento en que comenzamos a ser conscientes de nuestro entorno, nos encontramos ante la gran pregunta: ¿de qué se trata la vida? Esta interrogante nos puede llevar a reflexionar sobre nuestra existencia, nuestras relaciones y nuestros propósitos. En un mundo que a menudo parece caótico y desalentador, es fácil perderse en el ruido y la confusión. Sin embargo, si miramos con atención desde el corazón y desde nuestra conciencia, podemos encontrar respuestas que trascienden las dificultades del día a día.

¿Cuál es la realidad del mundo actual? Es innegable que vivimos en tiempos desafiantes. La información fluye a gran velocidad, y muchas veces parece que las malas noticias superan a las buenas. La injusticia, la desigualdad y la crisis ambiental son temas que nos afectan a todos. En medio de esta realidad, es natural sentir desencanto y desmotivación. Pero ¿qué pasaría si cambiáramos nuestra perspectiva? En lugar de dejarnos llevar por el pesimismo, podríamos buscar el aprendizaje en cada experiencia.

¿Y si miramos desde dentro? Cuando nos tomamos un momento para mirar hacia adentro (desde el alma), comenzamos a descubrir el verdadero significado de la vida. La introspección nos permite conectar con nuestras emociones, nuestros sueños y nuestros valores. A menudo, el ruido del mundo exterior nos aleja de lo que realmente importa. En nuestra esencia, todos anhelamos amor, conexión y un propósito. Al sintonizarnos con nuestros corazones, podemos escuchar las lecciones que la vida tiene para ofrecer.

¿Cuáles son esas enseñanzas de la vida? Cada desafío presenta una oportunidad para crecer. Las relaciones que formamos, tanto las positivas como las difíciles, son espejos que reflejan partes de nosotros mismos. A través de la empatía y la compasión, aprendemos a entender mejor a los demás y, por ende, a nosotros mismos. Las dificultades pueden ser duras, pero también son maestras que nos guían hacia una mayor resiliencia y sabiduría.

¿Existe un propósito? Claro que sí, pero tampoco es algo que deba preocupar, simplemente el consejo es vivir, disfrutar, reír y estar dispuesto a experimentar cada situación en la que nos pone la vida. Las circunstancias de la vida las pone la vida, pero cómo vivimos esas circunstancias es decisión nuestra, y eso se llama libre albedrío.

Cada uno de nosotros tiene un propósito único, una huella que dejar en el mundo. Este propósito puede ser pequeño o grande, pero lo importante es que resuene con nuestro ser. La búsqueda de ese propósito puede ser un camino lleno de exploración y descubrimiento. A veces, se revela en las pasiones, en los talentos que cultivamos o en las causas que defendemos. Al identificar lo que realmente nos mueve, encontramos dirección y significado. Al final del día, la vida se trata de un equilibrio entre lo que ocurre a nuestro alrededor y lo que llevamos dentro. Al conectarnos con nuestra esencia y con los demás, podemos encontrar respuestas a la pregunta fundamental de la vida. Abracemos el viaje, con sus altos y bajos, y recordemos que cada día es una nueva oportunidad para crecer, amar y descubrir el sentido de nuestra existencia. 

CRUZ ROJA MEXICANA DELEGACIÓN CANCÚN

CERTIFICADOS PARA LICENCIAS DE CONDUCIR

ESTUDIOS COMPLETOS

NUEVA SUCURSAL

QUINTANA ROO

MÓDULO DE ATENCIÓN DE LA CRUZ ROJA MEXICANA

CUOTAS DE RECUPERACIÓN:

CERTIFICADO MÉDICO CON PRUEBA DE AGUDEZA VISUAL \$170 MXN

PAQUETE CON CERTIFICADO MÉDICO, PRUEBA DE AGUDEZA VISUAL Y ANTIDOPING \$450 MXN

¡VISÍTANOS!

De lunes a viernes 8 a 15 hrs. Sábado 8 a 13 hrs

Dirección de Tránsito Municipal Interior del módulo de licencias Av. Xcaret con La Costa Sm 21 Mz. 6 Lt. 18 y 19 C.P. 77505

CRUZ ROJA MEXICANA DELEGACIÓN CANCÚN

50 años de servicio

SERVICIOS DE AMBULANCIA

LLAMANOS

998 884 1616

GRATUITO EN URGENCIAS MÉDICAS

AV. YAXCHILÁN 2, SUPERMANZANA 21, CANCÚN, QUINTANA ROO.



“En Philips, estamos comprometidos con la salud y el bienestar de los niños. Nuestra alianza con Ayuda a Corazón de Niño A.C. es un ejemplo de cómo la tecnología y la dedicación pueden transformar vidas”.

Marc Duocastella
Dir. Gral. y líder comercial para Sistemas de Salud de Philips México.



ALIANZAS QUE SALVAN VIDAS

Philips y Ayuda a Corazón de Niño A.C. han beneficiado a cerca de 5,000 niños mexicanos con un modelo innovador de atención en cardiopatías congénitas, extendiendo su impacto a Quintana Roo

Philips ha demostrado que la responsabilidad social empresarial va más allá de simples iniciativas aisladas. A través de su colaboración con Ayuda a Corazón de Niño A.C., la compañía ha consolidado un modelo de impacto social que mejora la calidad de vida de miles de niños con cardiopatías congénitas en México. Estas acciones son un claro ejemplo de cómo las alianzas estratégicas entre el sector privado y la sociedad civil pueden generar cambios profundos en la salud pública, llevando atención médica de alta especialidad a comunidades que, de otro modo, quedarían desatendidas.

Cada año, en México nacen alrededor de 16,000 niños con cardiopatías congénitas, y se estima que 11,000 de ellos requieren intervención o cirugía para sobrevivir. Sin embargo, solo el 30% recibe la atención necesaria, lo que deja a miles de pequeños en listas de espera durante años.

Para enfrentar esta situación, Philips y Ayuda a Corazón de Niño A.C. han desarrollado un modelo médico innovador de intervención temprana. Este modelo cumple con las normas oficiales mexicanas en materia de salud y permite ofrecer atención integral mediante jornadas que combinan tratamientos quirúrgicos, hemodinamia y electrofisiología. Con un éxito técnico del 100% y clínico del 99.51%, estas acciones han logrado salvar vidas y mejorar la expectativa de salud de los pacientes atendidos.



IMPACTO DONDE MÁS SE NECESITA

Durante el 2024, el programa extendió su alcance hasta Quintana Roo, donde se logró atender a 21 pacientes, representando un 12% de cobertura en la región. En Baja California Sur, donde se han realizado 13 jornadas quirúrgicas en los últimos ocho años, se ha brindado atención a 229 niños, cubriendo el 50% de la demanda en la zona.

En total, con este esfuerzo han beneficiado a cerca de 5,000 niños mexicanos mediante diagnóstico, tratamiento y seguimiento médico especializado. Además de mejorar la calidad de vida de estos pequeños, estas intervenciones han permitido reducir las listas de espera en hospitales nacionales, liberando recursos para atender a más pacientes.



INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA AL SERVICIO DE LA SALUD

Uno de los pilares de este programa es el uso de tecnología de punta para llevar servicios de salud a comunidades remotas. Con equipos de alta tecnología y un enfoque centrado en la eficiencia, Philips facilita diagnósticos más precisos y reduce los tiempos de espera, descongestionando así los centros de salud públicos.

El esfuerzo de Philips y Ayuda a Corazón de Niño A.C. no

sólo se traduce en atención directa a los pacientes, sino también en cambios estructurales que benefician a la sociedad en su conjunto. Una muestra de ello es su participación en la reforma del artículo 61 de la Ley General de Salud, la cual garantiza que todos los recién nacidos en México tengan derecho a un tamiz neonatal cardíaco antes de recibir el alta hospitalaria.

Además, la asociación ha capacitado a más de 20,000 peditras y ha impulsado la creación del Comité Mexicano para el Tamiz Neonatal Cardíaco, ampliando su impacto más

allá de las fronteras de México y colaborando con iniciativas similares en América Latina y el Caribe.

El camino hacia una atención médica más equitativa y accesible es un reto constante. No obstante, el compromiso de empresas como Philips con la salud infantil demuestra que, con alianzas estratégicas y tecnología de vanguardia, es posible cambiar vidas y construir un futuro más esperanzador para miles de niños en México.



RESULTADOS DEL TRABAJO EN EQUIPO

- 16,000 niños nacen con cardiopatías congénitas en México cada año.
- Solo el 30% recibe la atención necesaria.
- 5,000 niños beneficiados en siete años por esta alianza.
- 229 pacientes atendidos en Baja California Sur.
- 21 pacientes atendidos en Quintana Roo en 2024.



FORTALECEN SEGURIDAD Y SERVICIO DE CALIDAD EN TRANSPORTE PÚBLICO

El Sindicato de Choferes, Taxistas y Similares del Caribe "Andrés Quintana Roo", asegura que tiene un firme compromiso con la seguridad tanto de sus pasajeros como de sus operadores.

Por ello, como parte del compromiso del Comité Directivo, se realizó un operativo de verificación para las unidades de Transporte Terrestre Estatal (TTE).

El objetivo principal fue asegurar que los operadores cuenten con la documentación necesaria para operar sus unidades, como licencias y permisos actualizados.

También se verificó el estado general de las unidades, incluyendo el cumplimiento de normas de seguridad y la presentación de los operadores, como el uso del uniforme.

En este importante operativo, contaron con la presencia del secretario General interino, Michel Díaz; la secretaria del Interior, Rosy Zapata, y el director de la empresa TTE, Jorge Ayuso.

Durante la jornada, se exhortó a los operadores a conducir con precaución y responsabilidad, siempre priorizando la seguridad y el bienestar de los pasajeros.

Aseguran que estos operativos serán constantes, ya que en el Sindicato de Choferes, Taxistas y Similares del Caribe "Andrés Quintana Roo", trabajan incansablemente para brindar un servicio de transporte público de excelencia a la comunidad de Cancún y a los visitantes.

"Queremos garantizar la mejor atención tanto para los usuarios como para los operadores", aseguró el dirigente, Michel Díaz.



Realizan operativo de verificación para las unidades de Transporte Terrestre Estatal (TTE)



TODOS LOS JUEVES
07:00 P.M.
en Redes Sociales

Sindicato Taxistas Cancun Oficial
 Taxistas Cancun Oficial
 taxistascancunoficial

ENTRE TAXISTAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN



UN BAZAR QUE UNE EMPRENDEDORES

Cosette Corona inició Kiiwik Market como una solución a sus propios obstáculos para vender joyería. Hoy, su bazar es un referente para otros emprendedores como ella, impulsando el comercio local

Desde hace cinco años, Cosette Corona Pérez ha estado transformando la manera en que los emprendedores locales en Cancún pueden dar a conocer sus productos y conectar con la comunidad. Con sólo 24 años, ha logrado consolidar Kiiwik Market, un bazar que no sólo da cabida a pequeños negocios, sino que también fomenta la economía local y la colaboración entre emprendedores.

Su historia con los bazares comenzó a partir de una necesidad personal: "Yo tengo una marca de joyería que inicié en 2018, pero no me dejaban entrar a bazares porque era menor de edad", recuerda. La solución fue crear su propio espacio, un mercado en el que pudiera vender sus piezas y ofrecer el mismo beneficio a otros emprendedores. Así nació Kiiwik Market en 2019.

CRECIMIENTO CONSTANTE

Lo que comenzó como un pequeño evento con 20 mesas en Plaza La Roca y después pasó a Urban Center, ha crecido exponencialmente. Hoy en día, Kiiwik Market se realiza con ediciones que llegan a reunir hasta 100 mesas y alrededor de 140 marcas. "El 60-70% de los participantes llevan ya mucho tiempo con nosotros, y se ha convertido en una tradición", explica Cosette con orgullo.



“No busco crear una élite, sino una comunidad que se apoye mutuamente. Para mí, lo importante es ayudar”.

Cosette Corona Pérez



El bazar no solo es un punto de venta, sino también un espacio de comunidad y apoyo mutuo. “No me gusta decir que es sólo para un género, porque hay de todo: mujeres, niños, señores. Es un ambiente muy familiar”, asegura. Además, han impulsado ediciones especiales, como una dedicada a emprendedores menores de 16 años y otra en la que incluyó la venta de ropa de segunda mano, fomentando el consumo consciente y la sustentabilidad.

IMPACTO SOCIAL

Más allá de lo comercial, Kiiwik Market también tiene una dimensión social. Cosette y su equipo han trabajado de la mano con distintas fundaciones para apoyar causas locales. “El objetivo es fomentar 100% el comercio local. Queremos que en fechas especiales como Navidad o el Día de las Madres la gente elija comprar con emprendedores en vez de en grandes cadenas”, dice.

El evento se realiza dos veces al año, en mayo y diciembre, pero en este 2025 tendrá una edición extra en marzo, ampliando su impacto en la ciudad. “Estamos trabajando con nuevas plazas para conocer diferentes segmentos de mercado en Cancún”, comenta, refiriéndose a la expansión a zonas como la avenida Huayacán y el boulevard Colosio.

COMPROMISO CON EL EMPRENDIMIENTO

A pesar del éxito, Cosette reconoce que el camino no ha sido fácil. “Lo más complicado ha sido batallar con la edad. A veces la gente se impresiona porque soy joven, pero al final los resultados hablan por sí mismos”, comparte.

Su formación con la carrera de Mercadotecnia y Estrategia de Negocios ha sido clave para estructurar y hacer crecer Kiiwik Market. Incluso, gracias a su trabajo en el bazar, ha tenido oportunidades profesionales en medios como Televisa y Grupo Ultra. “El bazar me ha abierto puertas, me ha ayudado a hacer currículum y ha hecho grandes cosas por mí”, dice.

PRÓXIMOS EVENTOS.

¡PARTICIPA!

- Edición especial marzo: 29 y 30 de marzo en Plaza Momoto (Av. Huayacán)
- Edición mayo: 3 y 4 de mayo en Plaza Espacio
- Informes y participación en Instagram: @kiiwikmarket



EL ARTE DE CREAR JOYAS

Además del bazar, Cosette también maneja su marca de joyería, Muoti, que significa “modo” en finlandés. “Mi papá un día me dijo que ya era mucho gasto lo que le pedía para comprar accesorios y me propuso pagarme una clase de joyería. Desde ahí, todo despegó”, cuenta.

Su estilo se basa en piedras semipreciosas, perlas de río, oro y cuarzos. Inició con una línea sobre ‘Piezas para el alma’, porque “cada accesorio conecta con quien lo usa”, explica. La personalización ha sido clave en su éxito, permitiendo que sus clientes creen diseños a su medida.

FUTURO PROMETEDOR

A pesar de los desafíos, Cosette sigue enfocada en su visión de apoyar a los emprendedores locales. “No busco crear una élite, sino una comunidad que se apoye mutuamente. Para mí, lo importante es ayudar”, afirma. Desde mujeres que dependen de su negocio para salir adelante luego de conflictos familiares, hasta personas que emprendieron tras la pandemia, Kiiwik Market es un reflejo de la resiliencia y la creatividad de Cancún.

Para participar en el bazar, los interesados pueden contactar a Cosette vía Instagram (@kiiwikmarket), enviar fotos de su negocio y verificar la disponibilidad en su giro. “Cuido mucho que no se saturen los giros para que haya diversidad en la oferta”, explica.

Con Kiiwik Market y Muoti, Cosette ha demostrado que el emprendimiento no sólo se trata de vender, sino de construir oportunidades para toda una comunidad. Y su historia es una inspiración para quienes buscan abrirse camino en el mundo de los negocios.

Bodas

Garrafón Park, donde el mar celebra contigo

En la búsqueda de escenarios que enmarquen un momento inolvidable, pocos lugares ofrecen la magia de Isla Mujeres y, dentro de ella, el encanto natural de Parque Garrafón. Rodeado por el Caribe y una vegetación exuberante, este rincón se ha convertido en un destino predilecto para bodas que desafían lo convencional. No es casualidad que Bodas.com.mx lo haya reconocido como una de las opciones más valoradas en México.

El secreto está en la combinación perfecta de paisajes idílicos y atención al detalle. Una ceremonia con vista al infinito azul, una recepción sobre una terraza que se funde con el horizonte o un banquete en un jardín tropical. Cada espacio se adapta a los sueños de quienes eligen decir "sí" con el sonido del mar de fondo.

No se trata sólo de un escenario espectacular, sino de un equipo de expertos que convierte cualquier visión en realidad. Desde la decoración hasta la elección de menú y ambientación, la experiencia es personalizada para garantizar que cada boda sea tan única como la historia que celebra.



Relojes

Reimaginado el tiempo con estilo

En el universo de la alta relojería, hay piezas que trascienden las tendencias. Audemars Piguet lo ha demostrado una vez más con su reciente lanzamiento, en el que su icónico Royal Oak se reinventa con una complicación que seduce a coleccionistas y entusiastas: el calendario perpetuo optimizado.

Con motivo de su 150 aniversario, la firma suiza introduce un mecanismo que simplifica el ajuste del calendario, permitiendo modificar cada función desde la corona. Un detalle sutil, pero revolucionario en un mundo donde la precisión lo es todo. Esta innovación llega en tres versiones: una caja de oro de 18 quilates con un tono "arena" sofisticado, un clásico modelo en acero inoxidable y una edición especial con detalles tipográficos inspirados en documentos históricos de la marca.

Para los apasionados por la máxima expresión de la relojería, la edición esqueletada "150 aniversario" es un tributo a la tradición artesanal de Audemars Piguet. Con su esfera calada y detalles en azul profundo, evoca la esencia de un reloj de bolsillo del museo de la casa. Un equilibrio perfecto entre herencia y vanguardia.

Gastronomía

Deleite al paladar con vista al Caribe

No hay mejor pretexto para una cena memorable que una atmósfera espectacular y una propuesta gastronómica a la altura. Hilton Cancun Mar Caribe abre las puertas de dos de sus restaurantes de especialidad, invitando a locales a descubrir sabores que se disfrutan mejor con el sonido de las olas de fondo.

La Luce transporta a una auténtica trattoria italiana, donde cada platillo es un tributo a la cocina mediterránea. Desde un carpaccio fresco hasta una pasta carbonara preparada en una rueda de queso frente a los comensales, la experiencia es un deleite para los sentidos. Su terraza con vista a la Laguna Nichupté es el complemento perfecto para una cena sin prisas.

Para quienes prefieren los cortes de carne premium, Steakhouse es la elección ideal. Un New York jugoso, un filete de res impecable o un salmón a la parrilla se presentan junto a entradas como provoleta asada y pulpo al grill. Su salón cálido y su terraza relajada crean el ambiente propicio para una velada inolvidable.

Ambos restaurantes están abiertos al público en marzo con un concepto de platillos y bebidas ilimitadas por \$1,399 MXN por persona, una invitación a redescubrir el placer de una gran cena frente al Caribe.



Cuarto de huéspedes

Rafael Martínez Cristo

Periodista
rafaelmcristo@gmail.com



VINCULACIÓN DE LOS SECTORES ESTUDIANTIL Y PRODUCTIVO

En la última semana de febrero, la gobernadora Mara Lezama firmó un acuerdo de vinculación de estudiantes de universidades tecnológicas y politécnicas con el sector productivo de la entidad, un convenio que no sólo debe permanecer, sino fortalecerlo y aumentarlo para que cada vez más egresados de los institutos de educación superior cuenten con oportunidades dignas de empleo y remuneración.

El asunto no es menor, por el contrario, se trata de una apuesta de "ganar-ganar", toda vez que las empresas del estado darán entrada a gente comprometida con su entidad y, en muchos casos, con la tierra que los vio nacer.

Sin caer en posturas "chovinistas", siempre será plausible el hecho de que el sector productivo local privilegie a la gente preparada del estado, en lugar de importar talento, al brindar oportunidades a los egresados de las universidades locales, lo que genera confianza, compromiso y abate problemas como el desempleo.

En un principio, este convenio beneficiará de manera directa a más de 5 mil 500 alumnos de seis universidades, gracias a la iniciativa de la Secretaría de Desarrollo Económico, encabezada por Paul Carrillo, y las instituciones educativas.

Con este convenio los estudiantes universitarios tecnológicos podrán participar en acciones como Capacitación Empresarial, que contempla cursos, talleres y programas dirigidos a estudiantes y docentes para el fortalecimiento de las competencias empresariales; Articulación Productiva, para facilitar la vinculación de estudiantes con sectores productivos mediante prácticas profesionales y proyectos de impacto.

Además, Fomento Artesanal y Atracción de Inversiones, a fin de apoyar la mejora de procesos en la producción artesanal e impulsar cadenas de valor; y el Financiamiento y Comercio Exterior, para proveer asesoría sobre acceso a programas de financiamiento para emprendedores universitarios.

La gobernadora Mara Lezama expresó su satisfacción, pues dijo que mediante este convenio se potenciará el papel de las universidades tecnológicas y politécnicas en áreas estratégicas como la innovación, el turismo, las energías renovables y la sostenibilidad, que impulsen el desarrollo económico y social del estado, con base en el Nuevo Acuerdo por el Bienestar y Desarrollo de Quintana Roo.

"A través de este importante instrumento se podrán vincular mejor los contenidos educativos con la demanda de los sectores productivos, e instrumentar programas formativos que sean innovadores y que generen empleo y desarrollo en áreas aún no exploradas", dijo la gobernadora.

Con acciones como ésta, el gobierno humanista da un enorme paso hacia la prosperidad compartida de la que el sector estudiantil no puede quedar atrás.

Fortalecen el maíz de México

Con 409 votos a favor, en la Cámara de Diputados aprobaron la reforma a los artículos 4 y 27 de la Constitución para fortalecer la conservación y protección de los maíces nativos.

"México es su cuna y garantizar su preservación es un compromiso con nuestra cultura, nuestra soberanía alimentaria y el futuro de nuestras comunidades indígenas y afroamericanas", expresó la legisladora Marybel Villegas Canché. Posteriormente el Senado de la República recibió la minuta que envió la Cámara de Diputados, para otorgar rango constitucional al maíz como alimento básico, sustancial, libre de modificaciones genéticas e identitario de los mexicanos. La propuesta, que busca reformar y adicionar diversas disposiciones de los artículos 4 y 27 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de conservación y protección de los maíces nativos, fue turnada a las comisiones de Puntos Constitucionales, Agricultura y Estudios Legislativos Primera.

El documento subraya que México es centro de origen y diversidad del maíz, pues es un elemento de identidad nacional, alimento básico y base de la existencia de los pueblos indígenas y afroamericanos.

Por ello, se establece que su cultivo en el territorio nacional debe ser libre de modificaciones genéticas, producidas con técnicas que superen las barreras naturales de la reproducción o la recombinación.



Reforma al ISSSTE, "puñalada directa a los trabajadores"

La senadora por Quintana Roo, Mayuli Martínez Simón, calificó la reforma al ISSSTE propuesta por el Gobierno Federal como "una puñalada directa a los trabajadores". Señaló que esta reforma representa un duro golpe para los empleados afiliados, al incrementarles sus cuotas y modificar los requisitos para su jubilación. Sólo en Quintana Roo, al menos 30 mil maestros se verían afectados por los cambios que plantea la reforma.



Latitud
21
Cucumal

NIZUC Resort & Spa: 12 años de lujo y nuevo liderazgo

El 2025 marca un aniversario especial para NIZUC Resort & Spa: 12 años de consolidarse como un ícono del lujo en el Caribe Mexicano. En este marco, estrenan director general: Ricardo Suárez, un experto en hospitalidad que llega con la misión de seguir elevando el estándar de excelencia.

Nos dimos una vuelta por el hotel y, más allá de su impresionante arquitectura y paisajes de postal, lo que realmente nos atrapó fue la pasión de su equipo. Desde la gastronomía hasta el servicio, cada detalle está pensado para sorprender a sus huéspedes.

Además de Ricardo, platicamos con Oscar Hernández, gerente de Alimentos y Bebidas; Patricia Lizárraga, directora de Ventas; y Eduardo Torres, SousChef del hotel, con quienes charlamos sobre la propuesta gastronómica del hotel, con restaurantes que van desde la cocina mexicana contemporánea en Ramona hasta la sofisticación mediterránea de Terra Nostra, de tal modo que NIZUC no es solo un lugar para descansar, sino para deleitarse. Y si hablamos de experiencias exclusivas, la Cava Dom Pérignon y la Cava Santo Tomás son imperdibles para los amantes del buen vino. Bajo el liderazgo de Suárez, quien viene de dirigir Las Brisas Acapulco y ha trabajado con reconocidas cadenas hoteleras, el resort busca mantenerse en la cima del turismo de lujo. Así que si planeas consentirte con una escapada de lujo este año, este puede ser el destino ideal.

Refuerzan lazos turísticos con Colombia

Latitud
4
Bogotá

Si algo ha quedado claro es que a los colombianos les encanta el Caribe Mexicano, y los números lo confirman: en 2024, casi 238 mil turistas de ese país eligieron Quintana Roo como su destino.

Y para fortalecer aún más esa relación, una delegación del estado, encabezada por el secretario de Turismo, Bernardo Cueto, se hizo presente en la Vitrina Turística ANATO 2025 en Bogotá.

Este evento es clave en la industria de viajes de Latinoamérica, reuniendo a más de 50 mil empresarios, aerolíneas y touroperadores de 32 países en un espacio que, por cierto, creció 14% respecto al año anterior. No es solo una feria, es donde se concretan negocios



que impactan directamente la llegada de más turistas y beneficios económicos para Quintana Roo. El Caribe Mexicano sigue consolidándose como destino favorito, con una estadía promedio de seis noches por

visitante colombiano. No es difícil entender por qué: playas espectaculares, una oferta hotelera de primer nivel y experiencias únicas que van desde cultura maya hasta gastronomía de clase mundial.

¿Y el impacto de ANATO 2025? Se espera que genere unos 128 millones de dólares en negocios y más de 5,600 empleos directos. Una apuesta fuerte para seguir impulsando el turismo, que en Quintana Roo no solo es una industria, sino el motor de su economía.

Un gran año para Grupo Lomas

Latitud
20
Riviera Maya

Si pensabas que el 2024 fue un gran año para el turismo en México, el 2025 promete serlo aún más. Grupo Lomas celebra su 43 aniversario con una fuerte apuesta por la innovación y la sostenibilidad, reafirmando su liderazgo en la industria hotelera y de viajes.

Este año, cuatro de sus hoteles alcanzaron el nivel Oro en la certificación EarthCheck, lo que confirma su compromiso con el turismo responsable. Además, su concepto "More Inclusive" ha elevado la experiencia de hospedaje a otro nivel, fusionando gastronomía, lujo y sustentabilidad. Durante una charla en el hotel Generations



Riviera Maya, la señora Dolores López Lira, presidente del Consejo de Grupo Lomas, destacó el crecimiento del sector y el compromiso de la empresa con la calidad y el medio ambiente. Acompañada por Francisco Gutiérrez, director general de Grupo Lomas, y Alejandro López, director del complejo, compartió cifras relevantes: en 2024,

Grupo Lomas logró una ocupación promedio del 85% en sus propiedades y proyecta un crecimiento del 12% en 2025.

Con premiaciones internacionales, nuevos desarrollos y un 2025 que inicia con récords de ocupación y ventas, no cabe duda de que el sector sigue en plena expansión.

TRAIN WITH US

INDOOR CYCLING
FUNCTIONAL TRAINING
BARRE, BOX & YOGA

BOOK NOW!



www.radstudio.mx

 @radstudio.mx  998 227 3368

Av. Bonampak, Plaza KUN 21°86°,
local 304, sm 4A, Cancún Q.R.



Centroamérica pone la mirada en el Caribe

El Caribe Mexicano sigue atrayendo la atención de agencias mayoristas de Centroamérica, quienes recientemente participaron en el 2do Encuentro Multi-Destino. Durante una intensa semana de actividades, recorrieron hoteles, atracciones y experiencias turísticas en Cancún, Isla Mujeres y Puerto Morelos.

Con visitas a resorts de lujo, marinas, cenotes y restaurantes de primer nivel, los agentes vivieron de primera mano la oferta del destino. Además, eventos exclusivos y ceremonias mayas les permitieron conocer la riqueza cultural de la región. Esta iniciativa busca reforzar los lazos con mercados estratégicos como Guatemala, El Salvador y Costa Rica, cuyos viajeros han aumentado en un 15% en los últimos dos años.

Datos del Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo indican que el Caribe Mexicano recibió más de 600,000 turistas centroamericanos en 2024, con un crecimiento sostenido que se espera continúe en 2025. Sin duda, una estrategia clave para fortalecer el turismo y atraer a más visitantes internacionales.



El molcajete
de Antonio Osuna @osunasan



El volar es muy seguro, pero últimamente algo está sucediendo.

ISLA MUJERES
PLEASURE



¡Navega hacia
la diversión!

2 adultos
por sólo

\$1,499MXN



Esnórquel



Buffet



**Tiempo libre
en Isla Mujeres**

Informes y reservaciones:

998 849 4748



998 870 4853

Válido del 01 de marzo al 31 de marzo de 2025. Válido para el tour de Isla Mujeres Pleasure. Compra 2 entradas por el precio de \$1,499 mxn para el mismo día y horario. Aplica para quintanarroenses con identificación oficial. No aplica con otras promociones. Aplican restricciones.



¡Sigue disfrutando de
nuestras promociones
para locales!

Orgullosamente parte de



THE NEW
SKYTRAIL



ZipCycle

Circuito de 6 tirolesas

Tarzania

Bungee swing

Lunch y agua

\$1,199 MXN
POR 2 PERSONAS

¡SÓLO EN SELVÁTICA, EL CIELO ES EL LIMITE!

Reservaciones: **998 849 4748**  **998 870 4853**

Vigencia hasta el **31 de marzo de 2025**. Válido para quintanarroenses con identificación oficial. Indispensable previa reservación. No aplica con otras promociones. Aplican restricciones.

Orgullosamente parte de



¡Sigue disfrutando de nuestras promociones para locales!