

# OVEJANEGRADA

SÉ DIFERENTE  
ENERO 2026 / N° 79



The New York Times  
EL REGRESO DEL REY,  
DOLOR DE CABEZA  
EN ESPAÑA



SECRETARIA DE TURISMO MX

## JOSEFINA RODRÍGUEZ

"QUEREMOS COLOCAR A MÉXICO EN EL TOP 5 DEL RANKING DEL MUNDO.  
FITUR Y EL MUNDIAL DE FUTBOL SON PARTE DE LA ESTRATEGIA INTERNACIONAL".

DISEÑADA PARA DESAFIAR,  
**CREADA PARA DOMINAR.**

Nueva Mercedes-AMG G 63.



**Mercedes-Benz Mérida**

Avenida Calle 19 Diagonal 269

Tel. 999 928 0028

[www.mercedes-benz-prestigemotors.com.mx](http://www.mercedes-benz-prestigemotors.com.mx)

**Mercedes-Benz Mérida** @@mb\_merida

**Mercedes-Benz Cancún**

Bvd. Luis Donald Colosio,

Supermanzana 295

Tel. 998 296 4646

[www.mercedes-benz-prestigemotors.com.mx](http://www.mercedes-benz-prestigemotors.com.mx)

**Mercedes-Benz Cancún** @@mb\_cancun

**Mercedes-Benz Riviera Maya**

Carret. Fed. Cancún - Playa del Carmen

Zona 1 Mza. 46 Lote 001

Tel. 984 222 4866

[www.mercedes-benz-prestigemotors.com.mx](http://www.mercedes-benz-prestigemotors.com.mx)

**Mercedes-Benz Cancún** @@mb\_cancun

**Mercedes-Benz Interlomas**

Bvd. Magnocentro Lote 11.

Huixquilucan, Estado de México.

Tel. 55 4193 3291

[www.mercedes-benz-prestigemotors.com.mx](http://www.mercedes-benz-prestigemotors.com.mx)

**Mercedes-Benz Prestige Edomex** @@mb\_prestige\_edomex

# OVEJA NEGRA



04

PREMONICIONES  
Mariana Orea

27

ENTREVISTA  
*Mara Lezama*

65

DEL REBAÑO  
Amancio Ortega

08

NEWSLETTER  
The New York  
Times

31

HABLANDO AL CHILE  
Chef Ricardo  
Muñoz Zurita

67

OVEJA DESCARRIADA  
Citlalli Hernández

10

SEGURIDAD TURÍSTICA  
Iñaki Garmendia

33

PLACERES CULPOSOS  
Mariana Orea

92

DESTINOS

13

REFLEXIONES DESDE  
LA CATEDRAL DEL MAR  
Alvaro de Marichalar

36

ROLANDI

72

MODA  
El color del año

16

ENTREVISTA  
*Ricardo Suárez*

39

VINO SIN COMPLEJOS  
NORTON Cosecha  
especial Brut Rosé

74

GOBIERNO

21

FRASES QUE MATAN

50

PORTADA  
*Josefina Rodríguez*

22

ZOOM

63

OVEJA VERDE



# BUENAS -Y NO TAN BUENAS-

*Noticias*

**S**Í HAY BUENAS NOTICIAS EN EL SECTOR TURÍSTICO: la participación de México como país socio en Fitur, una de las ferias turísticas más importantes del mundo, y México como una de las 3 sedes de la Copa Mundial de Fútbol, el evento con mayor audiencia del mundo (+ mil millones de personas).

Con ambos eventos de gran impacto global, México busca reactivar el turismo y revertir la mala imagen de seguridad.

*En los últimos tiempos ha habido disparidad entre el potencial turístico de México y la falta de inversión y estrategia para capitalizarlo, a pesar de contar con todos los elementos para ser un líder mundial en el sector.*

Ciertamente, México posee una riqueza natural y cultural inmensa (playas, zonas arqueológicas, biodiversidad), pero carece de una estrategia de promoción turística efectiva y recursos públicos etiquetados.

El turismo no se sostiene sólo con bellezas; necesita promoción activa, constante, estratégica, no sólo para atraer visitantes, sino también para revertir percepciones negativas como la inseguridad ó el sargazo, que han afectado en las últimas temporadas los principales destinos del país.

El sector no sólo lo reclama, lo exige porque sin promoción constante ni el mejor destino resiste, como bien lo dice Pepe Chapur, uno de los actores turísticos más destacados del país.

La falta de inversión en promoción internacional ha sido insuficiente para competir con otros destinos. Mientras México para 2026 tiene para tal un raquíctico presupuesto de apenas 52 mdp, República Dominicana invierte en la promoción internacional para el mismo periodo 200 mdd.

*En los últimos 7 años, los impuestos que pagan los turistas extranjeros para ingresar al país han servido para subsidiar el Tren Maya, que sigue absorbiendo la mayor partida presupuestal de Sectur y de otras dependencias sin un beneficio para lo que fue creado, sino todo lo contrario.*

Desde esa perspectiva, la Federación sigue sin priorizar la actividad, porque ha pensado a la promoción turística como un gasto, no como una inversión en un sector que genera divisas, desarrollo, fuentes de empleo.

## Y LAS CIFRAS Y LOS HECHOS LO CONFIRMAN. EL PRESUPUESTO PARA LA SECRETARÍA DE TURISMO EN 2026 ES EL PENÚLTIMO MÁS BAJO CON RESPECTO DE LAS 23 DEPENDEN- CIAS QUE COMPONEN LA FEDERACIÓN.

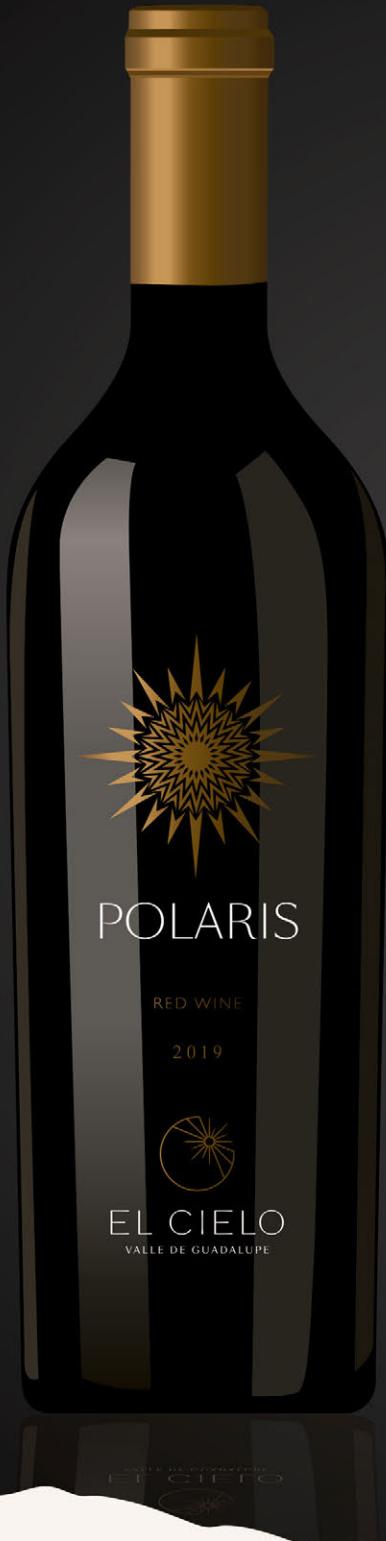
Esperemos que las buenas noticias, FITUR y LA COPA MUNDIAL DE FÚTBOL contribuyan a lograr un impacto positivo del país que lo tiene todo, y al tiempo a crear una visión con política turística de Estado permanente.



CMB | CONCOURS MONDIAL de BRUXELLES

Sesión Vinos  
Tintos y Blancos

Yinchuan  
China  
Junio 2025



## Gran Medalla de Oro

POLARIS

2019

Cabernet Sauvignon - Cabernet Franc  
Merlot - Malbec



EL CIELO  
VALLE DE GUADALUPE

DE VENTA EN  
[WWW.VINOSELCIELO.COM](http://WWW.VINOSELCIELO.COM)



El Cielo Valle de Guadalupe

# NEWSLETTER THE NY TIMES



## UN CONTROVERTIDO PREMIO NOBEL DE LA PAZ

María Corina Machado, líderesa de facto de la oposición venezolana, fue galardonada este año con el Premio Nobel de la Paz por sus intentos de impulsar a un país autoritario hacia la democracia por medios pacíficos, al menos por ahora.

LEE LA NOTA COMPLETA:

<https://www.nytimes.com/es/2025/12/11/espanol/un-controvertido-premio-nobel-de-la-paz.html?smid=url-share>

Foto crédito: Adriana Loureiro Fernandez para The New York Times.



## EL REGRESO DEL REY, DOLOR DE CABEZA

El rey Juan Carlos I de España abdicó y se exilió hace años. Ahora, su intento de regresar está causando un gran dolor de cabeza a su familia.

<https://nyti.ms/4oRJKj0>

Juan Carlos I de España.  
Credit: Ana Brígida/Associated Press

## EL ESTÁNDAR MÁS ALTO EN LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO

Trabajamos con procesos profesionales y un equipo altamente capacitado para brindarte espacios impecables, frescos y seguros. Somos tu aliado estratégico para garantizar entornos de calidad en todo momento."





# SEGURIDAD TURÍSTICA, *Impostergable*

**E**l pasado 20 de noviembre participé en el II Foro de Playa de Palma, Palma de Mallorca, Islas Baleares. España. En concreto en la mesa de Seguridad Turística.

Informé de la preocupación del sector por la seguridad sobre todo cuando se carece de ella y más, cuando los mercados piensan que realmente esa es la situación. Seguridad que modulando entornos y empresas se convierte en factor determinante de producción y competitividad turística.

*Expuse la necesidad de una seguridad expresamente turística para dotar de servicio a esa población flotante-personas, que carecen de referencias y que no ha de ser interpretado como privilegio alguno.*

Hablé de la “estética del sector” que demanda una seguridad diferenciada, sutil y multidisciplinar junto a las propiedades que se le suponen.

Recordé el castigo injusto y desproporcionado que soporta el sector ante cualquier alteración de signo negativo y su difícil cometido.

Un sector que opta por una “seguridad discreta y manejable” afín de evitar cualquier alarmismo, aunque sus aportaciones puedan ser insuficientes, además de sentirse íntima y emocionalmente vulnerables.

*Hablé del componente “tourist go home”, presente y contradictorio en algunos destinos europeos que, por un lado, invitan al turista y por otro intentan forzarle a que se vaya; actitud claramente xenófoba.*

Se trata de una nueva situación compleja y social a tratar internamente y con el mayor rigor posible.

Y ES QUE, PARECE QUE SURGEN NUEVAS SENSIBILIDADES, DONDE ES ACONSEJABLE QUE PRIMEN LOS INTERESES FRENTE A LAS CONVICCIONES, LAS NUEVAS CAPACIDADES DE ENLACE, FUNCIONES ESTABILIZADORAS, COINCIDENTES Y ASIMILABLES. TODO PARA EVITAR UN FUTURO CON CONTINUAS CRISPACIONES.

Para finalizar sigo percibiendo que, entre los diferentes destinos internacionales y en materia de seguridad, se repiten maneras y comportamientos público - privados.

¿ENTONCES, DÓNDE ESTÁN LAS DIFERENCIAS? ESTAS SE MANIFIESTAN EN LA SINGULARIDAD LOCAL – REALIDADES NEGATIVAS, SU DIMENSIÓN, CLIMA SOCIAL, GRADO DE CONVIVENCIA Y DEL USO DE LOS RECURSOS Y ESPACIOS EXISTENTES.

\*Iñaki Garmendia Esnal. Experto en Seguridad Turística y Miembro del Comité de Expertos de la Organización Mundial del Turismo. OMT/UNWTO.



LIVE  
AQUA®  
CANCUN



EL MEJOR  
*Steak House*



Carnivore.  
PRIME STEAKHOUSE

Martes a Domingo de 18:00 a 23:00 hrs

Reservaciones 998 881 7600

\* 20% de descuento



# NOBEL DE LA PAZ Y

México

Toda la *FAMILIA HISPANA* está y estará *SIEMPRE* con Venezuela. Todos apoyamos a nuestra heroína en Oslo donde se le otorgó el Premio Nobel de la Paz, en justo reconocimiento a su compromiso con la Libertad, la Democracia, y la Paz.

**¡ENHORABUENA!** a María Corina Machado, y a todos los hermanos venezolanos que resisten firmes y valerosos ante la dictadura que impone en Venezuela la abyecta narcomafia socialista asesina chavista "bolivariana".

*¡Enhorabuena! también a los presidentes de las cinco naciones hermanas hispanoamericanas que acompañaron a María Corina Machado en Noruega.*

Fue un gran acierto arropar a la hoy líder de la Hispanidad, apoyando su ejemplar esfuerzo y labor inspiradora.

**¡Felicitaciones!** así mismo al resto de presidentes iberoamericanos que han felicitado a la Venezuela LIBRE, felicitando a la ganadora del Nobel.

Sólo los cómplices de la Banda criminal socialista de Maduro, no felicitaron a María Corina. Empezando por el peor entre los peores, el capo de la mafia socialista española p\$oe, el corrupto estafador dictador, yerno de proxeneta, SÁNCHEZ (hijo político del abyecto Zapatero).

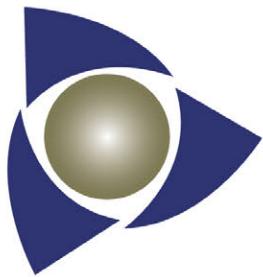
Tampoco la presidenta mexicana felicitó a la gran mujer que pone en evidencia su bajeza e indigencia personal, política, cultural y moral.

*Lo más triste de la ceremonia de entrega del NOBEL DE LA PAZ fue no poder ver al Rey de España acompañando al pueblo hermano venezolano, cerca de María Corina Machado.*

**UN ERROR GARRAFAL DE LA CASA REAL QUE PERJUDICA ENORMEMENTE A ESPAÑA, DEBILITA A NUESTRA INSTITUCIÓN DE LA MONARQUÍA, CUESTIONA LA CREDIBILIDAD DE DON FELIPE, ACERCA A ESPAÑA A LA ÓRBITA DE LAS PEORES DICTADURAS SOCIALISTAS, Y DEBILITA EL COMPROMISO DE ESPAÑA CON LA DEFENSA DE LA DEMOCRACIA Y LA LIBERTAD EN HISPANOAMÉRICA.**

Es un grave error que los españoles y resto de la Familia Hispana debemos denunciar y denunciemos con tristeza, pero con toda la firmeza derivada de nuestro amor y lealtad a la Hispanidad, y a Su Majestad el Rey.

# Asesoría Integral Empresarial



**CONSULTORÍA EMPRESARIAL**  
en nóminas y contabilidad



**Contratos y Convenios | Auditoría Legal**

**Defensa Fiscal | Peritaje Contable**

**Dictámenes Fiscales | Recursos de Revocación**

**Registros de Marca | Contabilidad General**

**Administración de Recursos Humanos**

R ICARDO  
SUÁREZ, liderando  
el Hotel Nizuc  
Resort & Spa, revela  
el ADN de uno de los  
conceptos hoteleros de  
lujo más importantes de  
Méjico, sus estándares  
y su propuesta de  
valor que le ha dado  
proyección internacional.

ENTREVISTA

RICARDO

Suárez



# -¿Cuál es el ADN de Nizuc Resort & Spa?

El ADN de NIZUC no se basa en la desconexión del mundo, sino en la reconexión del huésped consigo mismo. Cada espacio, cada aroma, cada textura y cada sonido están cuidadosamente pensados para conducirlo hacia un estado de calma sostenida. En NIZUC Resort & Spa, la paz no es un beneficio adicional, es el núcleo mismo de su ADN y se entiende como el lujo supremo.

## -¿Cuál será la tendencia de Nizuc en 2026?

En 2026, el equipo de NIZUC Resort & Spa seguirá fortaleciendo nuestros servicios de bienestar y longevidad como pilares esenciales de la experiencia NIZUC, integrándolos de forma natural y consciente para acompañar al huésped en su descanso, equilibrio y bienestar integral.

## -¿Qué te ha significado liderar Nizuc, uno de los referentes de lujo del Caribe Mexicano?

Liderar NIZUC ha significado representar el trabajo de muchas personas que creen en un mismo propósito, "La Excelencia". Ha

sido una de las experiencias más retadoras y gratificantes de mi carrera; NIZUC me reconfirma a diario que el liderazgo no se trata de protagonismo, sino de servicio. Mi mayor satisfacción ha sido trabajar junto a un equipo que entiende que el verdadero lujo está en la constancia, la humildad y el cuidado de los detalles.

## -¿A qué atribuyes el éxito de Nizuc?

*El reconocimiento que hoy tiene nuestro querido Resort es el resultado de una cultura sólida, impulsada desde la Visión y Dirección General del Ingeniero Antonio Cosío Pando y custodiada con rigor por el área de Operaciones bajo la dirección de Jaime Jaramillo.*

## -¿Cuál es el "Factor Wow" de Nizuc Resort & Spa?

El "Factor Wow" de NIZUC es, ante todo, su gente. Un equipo que entiende que el verdadero lujo está en la constancia, la sensibilidad y el cuidado absoluto de los detalles, y que trabaja todos los días para que el huésped viva una experiencia auténtica y en calma. El verdadero "Factor Wow" de NIZUC se logra creando una armonía entre personas, entorno y sensibilidad hacia y para los huéspedes.

## ¿Cómo llevan la tendencia Gastrohotelería?

Bajo la guía de nuestro chef ejecutivo Sylvain Debois, distinguido como Maître Cuisinier en el mundo gastronómico, la propuesta culinaria del resort se concibe como un ecosistema donde cada restaurante tiene identidad propia, y es liderado por chefs y equipos que aportan su personalidad, técnica y sensibilidad, trabajando de manera cercana y coordinada bajo una misma visión culinaria, tendente a lograr el equilibrio y la conexión emocional con la mesa.

### -Sostenibilidad...

En materia de sustentabilidad, en 2026, NIZUC reforzará acciones concretas que ya forman parte de su operación diaria, como el uso responsable de los recursos naturales, la optimización en el consumo de energía y agua, y la reducción y correcta gestión de residuos, con el objetivo de proteger el entorno y asegurar la permanencia de la experiencia a largo plazo.

### -Proyección de NIZUC Resort & Spa...

El 2026 será un año clave para la consolidación de la marca NIZUC, fortaleciendo su identidad, sus estándares y su propuesta de valor, sentando bases sólidas que permitan su proyección y expansión en nuevos proyectos bajo el sello de nuestra marca.



TALLER  
GOURMET

Chef Federico López

EVENTOS SOCIALES • CATERING • BANQUETES • BODAS  
EVENTOS CORPORATIVOS • TALLER GASTRONÓMICO  
CLASES DE COCINA • DECORACIÓN • RENTA DE EQUIPO  
ORGANIZADOR DE EVENTOS.



Chef Federico López  
Taller Gourmet  
Trendy Eclectic Events



taller.gourmet  
trendycancun

TEL: (998) 734 8823  
Av. Sunyaxchen No. 64 B, esq. Yaxchilán, SM 24, Cancún, Quintana Roo.



**H**•**E**sto ya parece torneo nacional de la pendejada más grande en los gobiernos de Morena! El imbécil de @MarxArriaga salió a decir que hay que ‘refundar la SEP’ y crear ‘comités de defensa del obradorismo’. ¡Qué chingadera es esa! (...) ¿Quién carajos se cree este pendejo para andar llamando a militarizar la educación con un discurso lleno de fanatismo y estupidez? La SEP no es su juguete político. Es una institución que debería estar al servicio del pueblo, no de una ideología narcomorenista podrida”: Alejandro “Alito” Moreno, líder del PRI.

“**S**i (Max Arriaga) tuviera un mínimo de ética del cargo, pero como tiene un cargo marxista de terciopelo, le conviene más seguir pegado a la ubre presupuestal (goza de un salario mensual de \$162,088)": Marcos Fernández, coordinador del Programa de Anticorrupción y Educación de la Organización civil México Evalúa y de la Escuela de Gobierno del Tecnológico de Monterrey.



“**L**o que llama la atención es que dejen actuar tan libremente a un funcionario (Max Arriaga) tan limitado. Nunca habla de mejores aprendizajes, nunca porque no es su tema. Su agenda es política ideológica chafa, limitada de la liberación y la comunidad y lo anticapitalista. Actúa como subsecretario, pero no se entiende por qué le permiten exhibir tan debilitado al Secretario de Educación y a la Presidenta": Alma Maldonado, especialista en educación e investigadora del Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del IPN.





Federico Echaiz, de Secrets Mirabel Cancún Resort.

## NUEVA INCORPORACIÓN

**E**l hotel Secrets Mirabel Cancún Resort & Spa se incorpora a la oferta de la Zona Hotelera de Cancún bajo una nueva denominación del otro hotel Now Emerald Cancún, que opera con 487 habitaciones, bajo el concepto Todo Incluido solo para adultos.

La reciente incorporación de la marca Secrets Resorts & Spas, a Colección Inclusiva Hyatt, el portafolio de lujosos todo-incluido de Hyatt, complementa la estrategia de expansión de la firma multinacional en Latinoamérica y el Caribe.

"Con una ubicación privilegiada en una tranquila franja de playa en la Zona Hotelera de Cancún y un acceso cercano a la rica historia de la región, esperamos que nuestros huéspedes se relajen, reencuentren y se sumerjan en la belleza y la cultura", refiere Federico Echaiz, director general.

El reciente cuenta con espacios diversos para eventos y compromiso con la sostenibilidad. Secrets Mirabel Cancún implementa iniciativas que priorizan el impacto en la comunidad y la responsabilidad ambiental.

## CHETUMAL, EL PRIMERO

**C**on la firma de un Memorándum de entendimiento con Zenith Aeronáutica para la cooperación de proyectos de mantenimiento profundo y reparación de aeronaves, así como para establecer un Centro de Servicio de Carga, el Polo de Desarrollo para el Bienestar de Chetumal se convierte en el primero en recibir inversión extranjera directa, informó la gobernadora Mara Lezama Espinosa.



Mara Lezama, Gobernadora de Q. Roo, Eduardo Mauricio Pérez, de Zenith Aeronáutica.

La inversión de EEUU y Canadá se estima en 24.3 mdd, la cual permitirá instalar un taller de mantenimiento y una terminal de carga, como parte del Plan México, a fin de ubicar a la capital de Q. Roo como polo estratégico para atraer industria de alto valor.

El proyecto de Zenith Aeronáutica creará cientos de empleos directos e indirectos que beneficiarán a familias quintanarroenses de la zona sur, así como el uso de energías renovables.

Alberta Aviation Capital Corporation (AAC), empresa canadiense dedicada al arrendamiento de aeronaves y motores alrededor del mundo, anunció su participación en esta iniciativa estratégica: mandará sus aviones a mantenimiento en Chetumal y usará los servicios de carga hacia las Antillas y Centroamérica.

## RIU ESTRENA EL 6º

**R**IU Hotels & Resorts ha inaugurado en Playa Delfines su sexto hotel en Cancún, el Riu Ventura, bajo el concepto Todo Incluido, orientado a familias y con zonas exclusivas para adultos como principal innovación en el destino.

Como propuesta diferenciadora, el Riu Ventura incorpora una zona solo para adultos situada en la sexta planta, donde se ubican una piscina y un Sky Bar con vistas panorámicas al Caribe. Este espacio constituye otra de las grandes novedades de la marca en el país.

Con este nuevo complejo, el cual cuenta con 705 habitaciones, la cadena española suman 23 hoteles en México, 6 de los cuales se ubican en Cancún, 6 en Playa del Carmen y 3 complejos en Costa Mujeres, alcanzando 15 establecimientos en Quintana Roo.

De cara a 2026, la cadena prevé la renovación del Riu Palace Península (Cancún) y del Riu Palace México (Playa del Carmen). Posteriormente, iniciará la construcción del nuevo Riu Palace Quintana Roo, que se ubicará en Costa Mujeres.



Luis Riu, de RIU Hotels & Resorts.



# INICIA 2026 CON EXPANSIÓN

**O**nsite Caribbean, empresa de servicios especializados en mantenimiento, limpieza empresarial e industrial; paisajismo, anunció el traslado de la matriz corporativa de República Dominicana a Cancún, México.

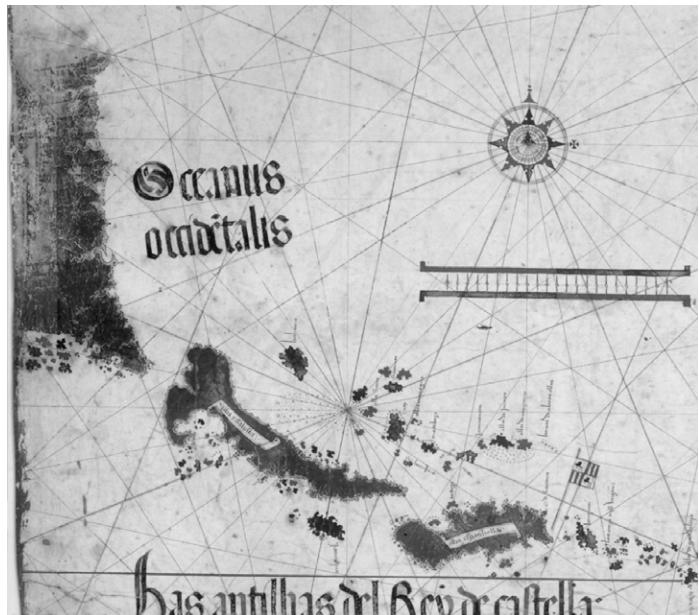
“La decisión de trasladar la sede operativa a México tras una década en República Dominicana, obedece a un crecimiento sostenido en la región, no sólo en Quintana Roo, sino en diversos destinos del país”, refiere Enrique Cruz, CEO de Onsite Caribbean.

“El Caribe mexicano nos ha permitido un crecimiento significativo en todas nuestras unidades de negocios. Sin embargo, nuevas inversiones en otros destinos turísticos como Vallarta y Nuevo Nayarit nos está permitiendo nuestra expansión, y pronto a CDMX en el sector corporativo”, dice Enrique Cruz.

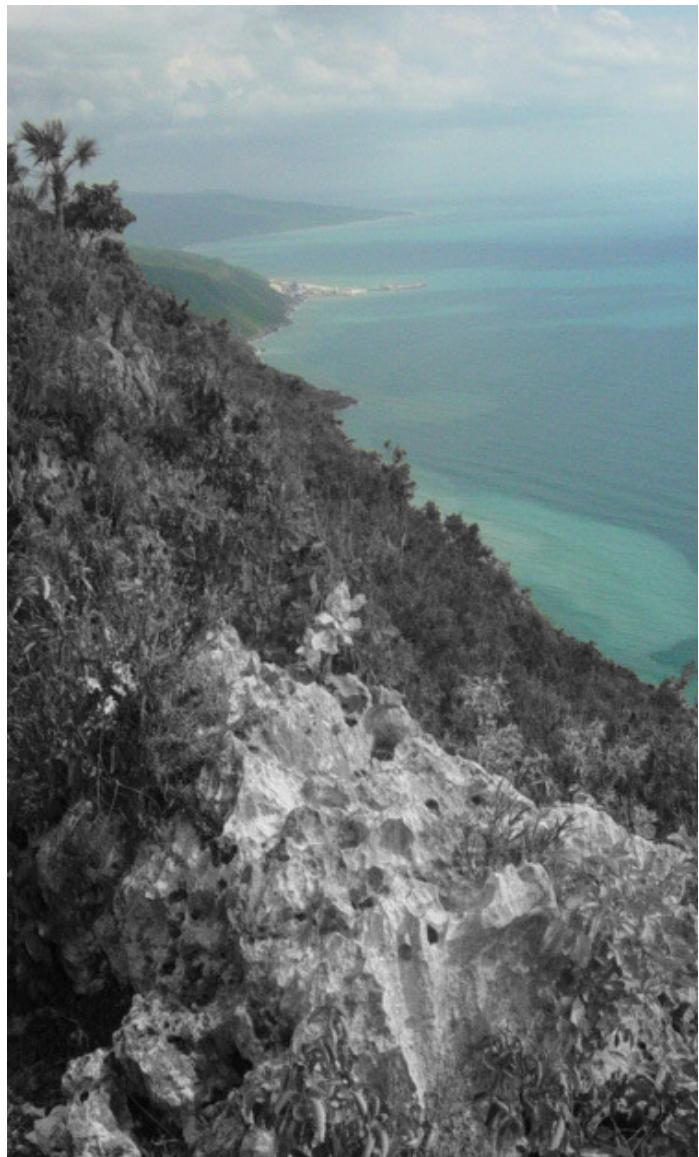


Asimismo, el empresario reiteró que al cierre de 2025, Onsite Caribbean resolvió incrementar sus operaciones en Jamaica a raíz del paso del huracán ‘Melissa’.

“Lamentablemente hubo cientos de pérdidas humanas y serias devastaciones en la infraestructura del Oeste y el centro de Jamaica, cuyos daños causados se han cuantificado al equivalente de más del 30% del PIB de la isla. Esa devastación, paradójicamente, nos llevó a incrementar las operaciones por las necesidades de diversos hoteles que se vieron fracturadas”, menciona el empresario.



**“EN 2026 ONSITE CARIBBEAN TENDRÁ UN INCREMENTO DEL 50% DE OPERACIONES EN JAMAICA, SIENDO EL SEGUNDO PAÍS EN EL CARIBE EN PRIORIZACIÓN DE VIAJES EN RANKINGS INTERNACIONALES. ES UNO DE LOS DESTINOS MÁS CONECTADOS DEL CARIBE Y TIENE COMO ESTRATEGIA BUSCAR UN FUERTE ENFOQUE EN LA RECUPERACIÓN Y TRANSFORMACIÓN TURÍSTICA”, CONCLUYE EL EMPRESARIO.**



  
MAISON FONDÉE EN 1785

**PIPER-HEIDSIECK**

CHAMPAGNE

Los grandes momentos  
merecen un brindis excepcional



Disfruta la elegancia y el carácter único de Piper-Heidsieck,  
el champagne perfecto para acompañar los sabores de  
nuestra tierra y tus ocasiones más especiales.

Adquiere tu champagne en tu tienda de preferencia  
o en

[www.vinoselcielo.com](http://www.vinoselcielo.com)

Conocer es no excederse

  
EL CIELO  
VALLE DE GUADALUPE

**F**ITUR 2026 será una importante plataforma para consolidar los 12 destinos del Caribe Mexicano y consolidar alianzas con mercados estratégicos, de acuerdo con Mara Lezama, Gobernadora de Q. Roo

Mara  
Lerama



**-Gobernadora, ¿qué le significa participar al Caribe Mexicano en FITUR?\***

Participar en FITUR representa para Q. Roo una plataforma estratégica clave para fortalecer nuestra presencia internacional, consolidar alianzas con mercados prioritarios y reafirmar al Caribe Mexicano como uno de los destinos turísticos más relevantes del mundo, con una oferta diversa, sólida y en constante evolución.

**-¿Cuál es la estrategia integral y alineada del Caribe Mexicano en FITUR 2026?\***

Nuestra estrategia en FITUR 2026 está alineada con una visión integral de promoción que prioriza la diversificación de mercados, el posicionamiento de nuestros 12 destinos, la atracción de segmentos de alto valor y el fortalecimiento de alianzas estratégicas con la industria turística internacional, siempre bajo un enfoque de prosperidad compartida y desarrollo sustentable.

**-¿Habrá alguna campaña particular de Tulum en FITUR?\***

Sí. Tulum contará con presencia dentro de nuestra estrategia de promoción internacional y vendrá acompañada del resto de los 11 destinos que conforman el Caribe Mexicano, fortaleciendo una narrativa conjunta que resalta la diversidad, riqueza y complementariedad del estado.

**-¿Se lanzará la campaña del nuevo destino o Puerta al Mar?**

En FITUR 2026 estaremos presentando importantes novedades para el posicionamiento del destino. Podemos adelantar que habrá un nuevo mensaje estratégico para el Caribe Mexicano, cuyo lanzamiento será una sorpresa y marcará una nueva etapa en la promoción turística.

**-¿Cómo participará el Caribe Mexicano para generar mayor afluencia de extranjeros en el Tren Maya, de acuerdo con Sectur?**

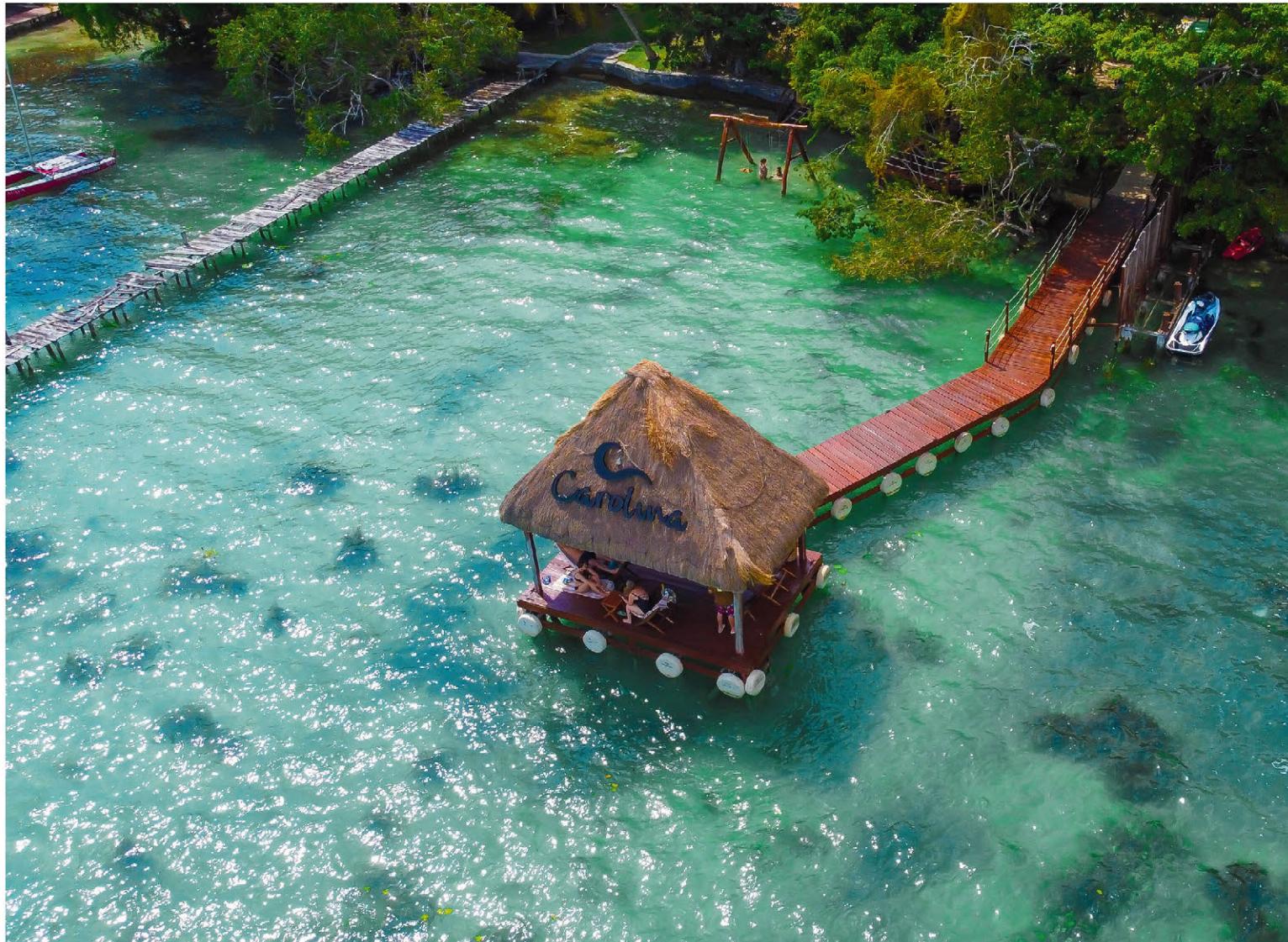
El Caribe Mexicano trabaja de manera coordinada con la Secretaría de Turismo federal para integrar al Tren Maya como un eje clave de conectividad y experiencia turística, promoviendo circuitos, productos y rutas que incentiven al visitante internacional a explorar más destinos del sureste mexicano, ampliando su estancia y derrama económica.

**-¿Cuánto será la inversión en promoción del Caribe Mexicano en 2026?**

Para 2026, se contempla una inversión aproximada de 700 millones de pesos en promoción turística, orientada estratégicamente a mercados prioritarios, campañas de alto impacto y acciones que fortalezcan la competitividad y el posicionamiento internacional del Caribe Mexicano.

**-¿Cuál es la proyección del Caribe Mexicano en FITUR 2026?**

NUESTRA PROYECCIÓN EN FITUR 2026 ES CONSOLIDAR AL CARIBE MEXICANO COMO UN DESTINO LÍDER A NIVEL GLOBAL, INNOVADOR Y DIVERSO, CAPAZ DE ADAPTARSE A LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL TURISMO INTERNACIONAL, ATRAER MÁS VISITANTES DE ALTO VALOR Y SEGUIR SIENDO UN REFERENTE DE ÉXITO TURÍSTICO CON IMPACTO SOCIAL POSITIVO.



  
**Carolina**  
Lake Front Hotel

Boulevard Costero Sur No. 625  
BACALAR, QUINTANA ROO. MÉXICO.

<sup>30</sup>  
OVEJA NEGRA



HABLANDO AL CHILE  
*Ricardo Muñoz Zurita*



Beca  
RICARDO MUÑOZ ZURITA

H

oy me llena de alegría anunciar la Convocatoria de la Beca RMZ 2026, una iniciativa que creé en 2016 con el propósito de impulsar a nuevas generaciones de investigadores y custodios de la cocina mexicana.

Este año celebramos una década de trabajo continuo, en la que 25 proyectos se han transformado en obras inéditas que hoy enriquecen la memoria gastronómica del país.

La nueva edición está dirigida a jóvenes mexicanos de hasta 35 años, estudiantes o egresados de Gastronomía, Turismo, Historia, Antropología y disciplinas afines, interesados en desarrollar un texto inédito que aporte a la investigación culinaria.

Las propuestas deberán enviarse en formato PDF, con un texto breve de 3 cuartillas (ensayo, investigación, crónica o relato documentado).

## **LA CONVOCATORIA ESTARÁ ABIERTA HASTA EL 6 DE ENERO DE 2026.**

Los invito a participar, a escribir, a cuestionar y a preservar la cocina mexicana desde la investigación.

Y aprovecho para invitar también a más colegas chefs a sumarse como padrinos de esta beca, que hoy es uno de los proyectos que más atesoro.

Toda la información y requisitos están disponibles en mi correo de contacto:  
[beca.rpz.x@gmail.com](mailto:beca.rpz.x@gmail.com)



# *Costa* by LINSS

**L**os hermanos Linss (Manuel, Juan Pablo y Bernardo) han encontrado en la gastronomía una forma de expresión empresarial lifestyle. Lo llevan en su sangre.

Su incursión comenzó con su sociedad en Marbella, el fenómeno de hace casi una década que comenzó en los altos de un súper de Puerto Juárez a la orilla del mar.

Los Linss fueron los responsables de su expansión (Isla Mujeres y Puerto Morelos). Y Jorge Camino pieza clave, por lo que ha sido un socio natural en esta nueva aventura culinaria.

*Ahora juntos desarrollan una marca propia: COSTA, con código postal en la Marina Hacienda del Mar, ocupando el otrora espacio de Entremuelles.*

El chef OMAR TERRÓN es quien lleva los fogones de COSTA, interpretando una cocina de mar -y también internacional-, con platillos eclécticos, tanto mexicanos, y otros tantos con guiños orientales.



Bernardo, Juan Pablo y Manuel Linss.

TERRÓN ha confeccionado un menú robusto, muuy antojable, y es que ha sido él espíritu de los fogones de Marbella desde su concepción, y de otros espacios con aprobadas credenciales, como el Hotel Avandaro de Valle de Bravo.

COSTA no es una apuesta cualquiera. Será uno de los feudos gastronómicos imperdibles de 2026... Y, sin duda, un clásico de clásicos de la ruta gastronómica de Puerto Juárez. ¡YUMMY YUMMY YUMMY!

# QN

ENCIENDE  
TU ESENCIA

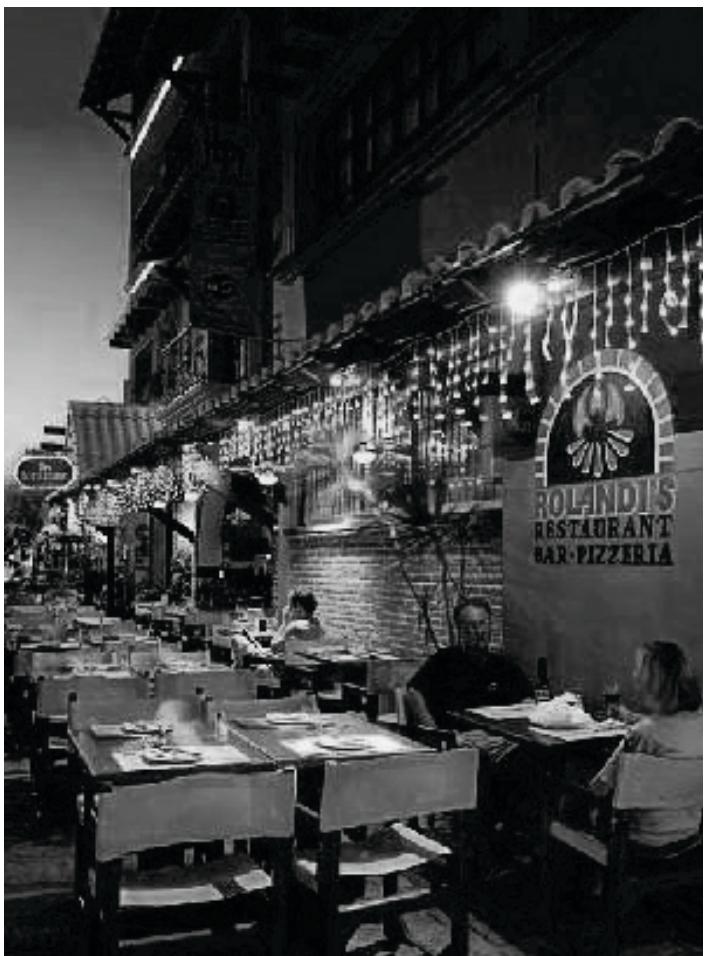


Oveja Negra



*Isla Mujeres*

ROLANDI'S  
ISLA MUJERES  
Restaurante bar  
& Pizzeria, fue  
un espacio esencial  
en la construcción de  
una de las avenidas  
gastronómicas más  
íconicas del Caribe  
México, la Calle  
Hidalgo.



Fue uno de los primeros restaurantes en la pintoresca Isla Mujeres que definieron su vocación culinaria de calidad con un robusto menú seafood-meat & pastas, comida italiana, con aportaciones del chef Daniele Müller y bajo la ejecución del chef Nico, que han ido adaptando las nuevas tendencias (veganas y sin gluten).



Desde 1986 ha cobijado ha celebridades, foodies y lugareños que lo han convertido en un lugar emblemático y plataformas como Trip Advisor lo acreditan con altas calificaciones de satisfacción

Uno de sus encantos es el pequeño hotel de 12 habitaciones que conviven armónicamente en lo alto.

Este espacio resulta ¡IM-PER-DI-BLE! en la bonita ISLA MUJERES para hospedarse y para disfrutar de deliciosos platillos en esa avenida con un charm inigualable.

el Espinosa  
JEWELRY



¿Quieres tu dije del rebaño?

Venta: 998.235.1725

CONDADO DE  
**HAZA**  
CRIANZA 2020

**C**ONDADO DE HAZA CRIANZA 2020 es una de las grandes etiquetas de la Familia Fernández Rivera con Denominación de Origen, del terroir de la Ribera del Duero.

Las Bodegas Condado de Haza crea este vino tinto crianza con varietal 100% Tempranillo (Tinta Fina).



#### VISTA

Limpio y brillante. Bonito color púrpura con ribete violáceo.

#### NARIZ

Predominan las frutas negras como las moras y las grosellas. Aparecen sutiles notas florales como la violeta con notas de regaliz típicas de la variedad tempranillo. Aromas torrefactos propios de la crianza en barrica con ligeros toques de vainilla.

#### BOCA

Vino honesto, entrada fresca, frutal espaciada y voluminosa con una acidez bien integrada.

Persistencia en boca media-larga con una sensación cremosa y golosa. Taninos bien integrados.

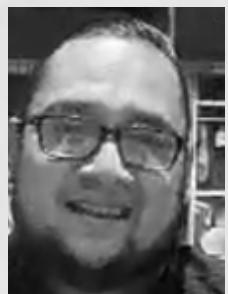
\$595



**LALO PALOMAQUE**

Sommelier

La Castellana



“CONDADO DE HAZA CRIANZA 2020 es ideal para un estofado o guisos con animales de caza”.



**JACKIE JIMÉNEZ**  
Sommelier

“Me atrevería a armonizarlo con asados de lechazo, cochinillo lechal y queso semicurado”.



**LA CASTELLANA®**



LA CASTELLANA®

## VINOS SIN ALCOHOL

Descubre un camino más ligero  
**y cumple tus metas 2026.**



Contienen 0,5% de alcohol o menos.

EVITA EL EXCESO | +18 | [www.alcoholinformate.org.mx](http://www.alcoholinformate.org.mx)

Productos disponibles en la tienda La Castellana ubicada en Huayacán Manzana 141, Lote 61, Col. Smza 310. Zona Comercial Palmaris.

México tiene grandes noticias en el ámbito de promoción turística: será país socio de FITUR, una de las ferias turísticas más importantes del planeta, y será una de las grandes sedes de la Copa Mundial de Futbol. Y bajo liderazgo de Josefina Rodríguez, la actual titular de SECTUR, se pretende colocar a México dentro del top 5 de las preferencias de visitantes internacionales.

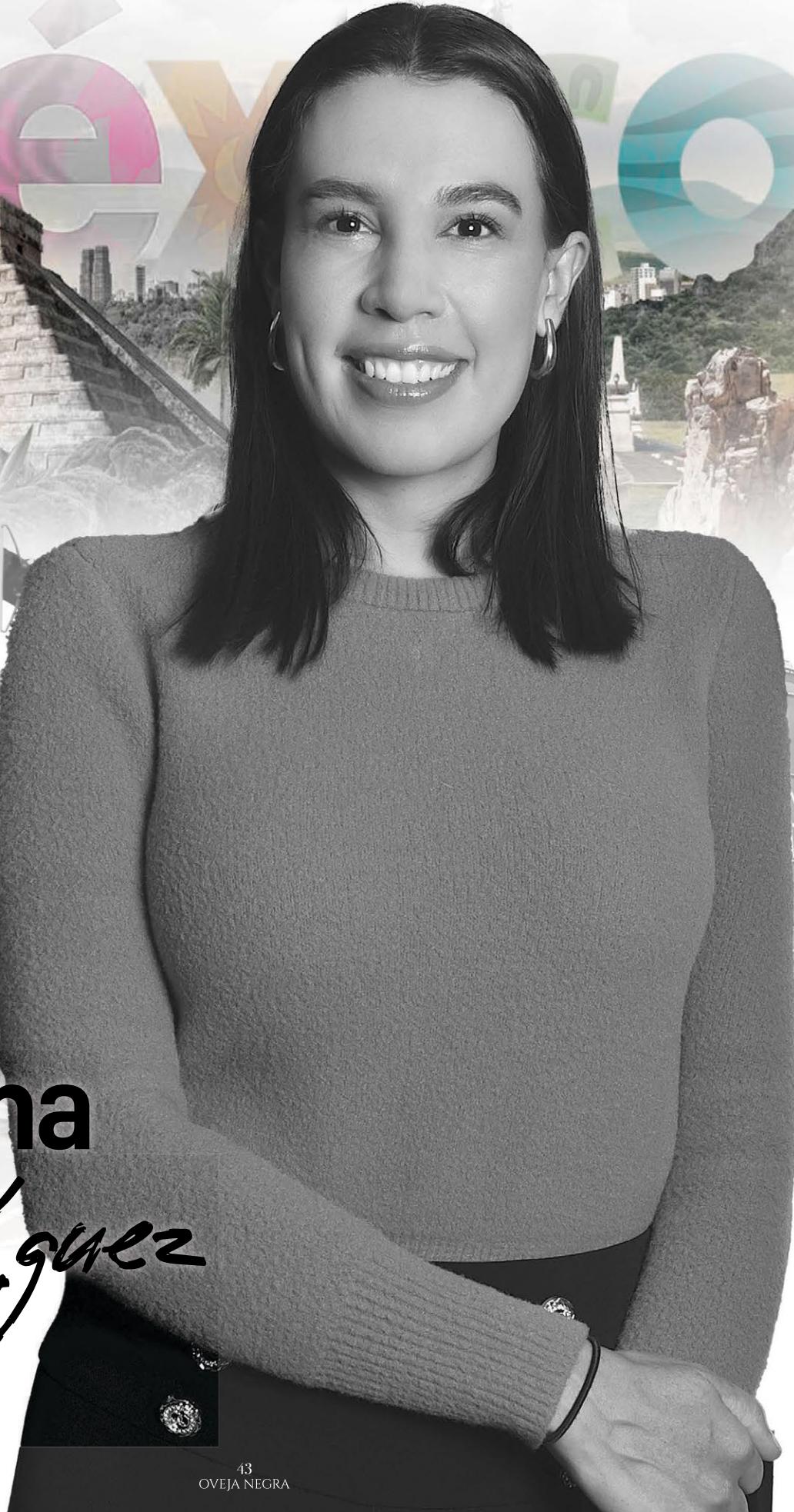
Mé



(Fitur)



**Josefina**  
*Rodríguez*



## -¿Cuándo descubrió que era OVEJA NEGRA?

Toda mi vida siempre he dicho que he sido una Oveja Negra, una mujer diferente que dice lo que piensa, que lo hace con el corazón, y aunque creo que en eso hay una trinchera muy grande entre errores y también aciertos, los atrevidos cometemos esos dos grandes verbos que han marcado mi vida, y ahora –bajo la titularidad de Sectur– trato de marcar la diferencia para que México esté de moda y eso hay que decirlo y hay que gritarlo.

## -¿Qué le ha significado llevar las riendas del turismo en México país?

Es una gran responsabilidad, pero es también lo más bonito porque represento al sector de las buenas noticias. Imagínate, caminar en 32 estados es ver 32 mundos llenos de riqueza gastronómica, artesanal, cultural y eso llena mucho el corazón, pero también representa un enorme compromiso. Hoy tenemos un gran reto y ese reto es una sinergia de muchas acciones para hacer del turismo un sector económicamente fuerte, y hacerlo una prioridad nacional.

# POLÍTICAS TURÍSTICAS

**-En esta transformación ¿Qué ha pasado con las políticas turísticas?**

**¿Han cambiado?**

*Mira, hoy existe una gran sinergia. Antes entendíamos que el turismo lo hacia un Gobierno Federal y hoy no. Hoy sabemos que el éxito del sector turismo es toda esa cadena que viene desde la comunidad.*

En ese sentido, el turismo en México es una actividad económica que actualmente emplea cerca de 7.7 millones de personas, lo que representa el 13% de la población productiva en el país.

En esa cadena luego es importante el involucramiento del Estado a través de los gobernadores junto con sus secretarios, quienes tienen que invertir en la industria, en infraestructura, en la promoción. Ciertamente, el turismo es una actividad muy bondadosa, pero ésta hay que enriquecerla. Y luego el sector privado. Para mí es importantísima la visión empresarial, sin esa visión creo que no podría existir el sector. Hoy tenemos un sector unido, donde escucho, recibo las aportaciones, tomo esos aprendizajes y vamos caminando en un sentido de trabajo en equipo.

**-Tras un año en funciones, ¿Cuáles son las prioridades del nuevo programa sectorial de turismo?**

*El primero es el turismo comunitario. Creemos en este gobierno humanista decretado por la presidenta Claudia Sheinbaum Pardo, lo que se traduce en no seguir creando destinos que no generen prosperidad y bienestar a la gente. No podemos seguir llegando a un destino hermoso, pero que voltees y haya casas de cartón para nuestra gente. México es líder mundial por lo que somos, por nuestra cultura, por nuestra identidad, y es lo que tenemos que cuidar y enseñar a cada mexicano como embajador de nuestro país.*

# REFORMA GENERAL LEY DE TURISMO

**-Secretaria, ¿En qué consistirá la reforma general de la Ley del Turismo?**

HAY MUCHÍSIMOS CONCEPTOS Y ACCIONES, QUE HOY ESTÁN EN PROCESO DENTRO DE LA CONSEJERÍA JURÍDICA FEDERAL, PORQUE SON MUCHÍSIMAS REFORMAS. LE ESTAMOS DANDO CUERPO A TEMAS SUSTANTIVOS QUE NO ESTABAN EN LA LEY. POR EJEMPLO, NO EXISTÍAN LOS DIFERENTES SEGMENTOS DEL TURISMO EN MÉXICO. HOY TENEMOS EL GASTRONÓMICO, EL DE SALUD, EL REGENERATIVO, EL ROMANCE, EL DE CONGRESOS, ESO POR UN LADO. Por otro lado, no existía un apartado de la promoción de México a nivel nacional e internacional, es decir, colocamos los ejes de promoción, como por ejemplo, cómo comercializan los turooperadores. También metimos la regularización en plataformas digitales, en el tema del Registro Nacional de Turismo. En esta transformación del turismo, nos fuimos a cosas que no teníamos y que hoy el sector reclama, como el mismo dinamismo de la actividad. Asimismo, estamos estructurando el Consejo Consultivo para subirlo de nivel, o permitir que la academia hoy tenga otra aportación en investigaciones para la toma de decisiones (data tour, indicadores), o el tema de la atención de Ángeles Verdes, en fin, es una mezcla de todos los ejes.

# PRIORIDAD NACIONAL

-Secretaria, usted habló del Turismo como una prioridad nacional. Si es prioridad nacional, ¿Por qué el presupuesto asignado para 2026 es el penúltimo más bajo con respecto de las 23 dependencias que componen la Federación. ¿Dónde está la prioridad?

BUENO, ES QUE HEMOS CAMBIADO LOS ESQUEMAS. TE PUEDO DECIR QUE PRIMERO LA PRIORIDAD ES EL PLAN MÉXICO, QUE HOY DELIMITA METAS Y EN SECTUR ES COLOCAR A MÉXICO COMO EL QUINTO PAÍS MÁS VISITADO DEL MUNDO, LO QUE NOS LLEVA A ARTICULAR EL SECTOR CON OTRAS DEPENDENCIAS FEDERALES, PORQUE EL ÉXITO PARA CUMPLIR ESTAS METAS ES RESPONSABILIDAD DE TODOS LOS EJES DE LA SECRETARÍA DE TURISMO FEDERAL:



infraestructura, promociones. Te puedo decir que en enero 2026 tenemos grandes noticias en tema de promoción; estamos creando instrumentos nuevos, pero que sí conllevan y sabemos que tienen que tener un nuevo presupuesto y te lo podremos decir porque hoy sí el turismo es una prioridad en nuestro país, entonces habrá mayor presupuesto.

**-En ese sentido, hay un reclamo general de los actores del sector en cuanto a una caída dramática de visitantes, y por consiguiente de promoción. Y es que mientras México invierte a penas 52 mdp para su promoción internacional, uno de nuestros competidores, República Dominicana, invierte 200 millones de dólares en el mismo rubro...**

Es un reclamo muy justificado y es justo algo que yo le doy voz a esos miles de reclamos en este sentido de promoción y la Presidenta lo ha entendido.

NOSOTROS TENEMOS QUE SALIR NO A SIETE FERIAS INTERNACIONALES COMO LO HEMOS VENIDO HACIENDO, SINO A 16 QUE HEMOS PROGRAMADO PARA ESTE AÑO 2026, CON UNA IMPORTANTE DELEGACIÓN QUE REPRESENTE A NUESTROS DIFERENTES ESTADOS. HOY ESTAMOS COMPROMETIDOS DE VERDAD A LLEVAR LA MARCA MÉXICO COMO LO QUE ES, UN LÍDER MUNDIAL TURÍSTICO.

Te puedo decir que hoy sí estamos en el panorama porque se han hecho muchísimas acciones, no sólo de promoción, sino de migración, de aduanas, que eso hace que facilite el ingreso para un año histórico en el turismo.





# PROMOCIÓN

**-Secretaría, anteriormente, a través del Consejo de Promoción Turística de México, desaparecido en la administración anterior, había una fórmula financiera tripartita. ¿Es posible bajo otro nombre, bajo otra figura, que se pudiese crear un organismo para realmente lograr un presupuesto más robusto hacia esa promoción involucrando a la iniciativa privada?**

Sí, claro; hay muchas opciones: para 2026 ya estamos haciendo los famosos cooperados, y estas son grandes alianzas. Por ejemplo, con Cinépolis entramos con un cooperado donde la Secretaría de Turismo pone un presupuesto, luego el Estado y luego la iniciativa privada y permeamos más.

El trabajo a tres voces es mucho mayor. Entonces, sí lo tenemos considerado, pero ya como una política estratégica.

*Hoy tenemos 32 estados con una gran alineación. Actualmente, para asistir a las ferias por ejemplo manejamos esa fórmula tripartita: iniciativa privada, estados y federación, y el tema de Fitur es un claro ejemplo.*

# Fitur

**-Hablemos de buenas noticias: FITUR, ¿Qué le significará a México participar como país socio en una de las ferias más importantes a nivel mundial?**

FITUR, primero que nada, nos dará una promoción invaluable antes, durante y después de esta gran exposición, que nos permitirá dar a conocer de verdad a México y a sus 32 estados

para que se vendan en todo el mundo. Es una percepción diferente de nuestro país y de nuestra oferta, es darle visibilidad.

**-¿Cuál será la novedad de México con respecto de ediciones anteriores?**

En nuestra riqueza cultural, en los artesanos, en las cocineras tradicionales. ¿Por qué? Porque hoy tenemos un tianguis alternativo donde hoy no llevamos artesanos y

cocineras de decoración. Hoy van a vender, hoy van a demostrar lo que existe en nuestro país, incluyendo nuestra idiosincrasia que ha atrapado al mundo como nuestra cultura de la muerte.



**-¿Qué extensión tendrá el stand de México?**

Hoy vamos con 1.800 m<sup>2</sup> no sólo

porque México será país socio, sino porque hay cada vez más turoperadores interesados en cada estado. Se trata de crear una dinámica diferente, con una visión más enfocada a la gente que hace el turismo, y que nos ha llevado a ser el sexto país, un país que este 2026 será sede de un Mundial, y de otras ferias internacionales.

# MUNDIAL 2026

**-Precisamente, la otra buena noticia, México será una de las sedes de la Copa del Mundo...**

Primero que nada, la Copa del Mundo es el evento más visto en todo el mundo. La Presidenta lo ha dicho, quiere un mundial para todas y todos. Más allá de poder entrar a un estadio, más allá de poder vivirlo dentro de un FIFA Fest, queremos que compartan el orgullo que es ser tres veces sede mundialista. ¿Y por qué el orgullo? Porque somos la afición más bonita del mundo. Aquí hay tequila, aquí hay mariachi, aquí hay textiles, aquí hay comida, aquí ves un partido con un taco como en ningún otro lado del mundo.

**-¿Cuál es el objetivo?**

APROVECHAR QUE LOS MÁS DE 5.5 MILLONES QUE SE ESTIMAN QUE LLEGUEN CONOZCAN MÁS DE LA CDMX, MÁS DE MONTERREY, MÁS DE JALISCO.

**-Secretaría, pero en términos reales, no cuadran los números con respecto de que CDMX tiene apenas 62 mil habitaciones, Monterrey tiene 18 mil, Guadalajara 73 mil, ¿cómo va a soportar esa base de 5 millones?**



Yo te digo, si lo hemos atendido dos veces anteriores, lo volveremos a hacer. El mundo ha cambiado y cuando decimos que ha cambiado, es que ha evolucionado en oferta hoteleira, en plataformas de hospedaje y en tendencias de viajes. Después de la pandemia, el turista busca otras experiencias más allá de sol y playa. Y nuestras tres sedes mundialistas tienen una oferta importante de historia, gastronomía y entretenimiento de clase mundial.

Y EN ESE SENTIDO, FÍJATE QUE RECENTEMENTE VEÍA EN UNA DATA DE EXPEDIA QUE EL MOTIVO NÚMERO 1 QUE HOY EL VIAJERO BUSCA EN MÉXICO SON LAS ZONAS ARQUEOLÓGICAS, CULTURA, PUEBLOS... EN CONTRASTE CON SOL Y PLAYA QUE CAYÓ AL NÚMERO 5 DE PREFERENCIAS. YO TE PUEDO DECIR QUE MÉXICO CUENTA CON UNA GRAN INFRAESTRUCTURA,

HAY PRESTADORES ATRÁS MUY FUERTES, HAY PLATAFORMAS, EN FIN, DECIRTE QUE NECESITAMOS QUE LLEGUEN Y QUE CONOZCAN LO QUE HAY CERCA DE NUESTROS ESTADOS SEDES.

# QUINTANA ROO

**-Secretaria, hay un tema muy preocupa-**  
**pante y eso tiene que ver con Quintana**  
**Roo. Usted siempre ha tomado el toro**  
**por los cuernos y la verdad es que ya**  
**empieza a haber una percepción mala**  
**sobre Cancún y sus destinos a nivel**  
**internacional... así empezó Acapulco.**  
**Los vuelos están muy caros, también**  
**muchos centros de hospedajes, el sar-**  
**gazo, la inseguridad, la mafia de ta-**  
**xistas, las aduanas, migraciones, todo**  
**esto ¿cómo se va a revertir?**

Con trabajo y teniendo acciones muy prioritarias. Por ejemplo, estamos trabajando con Migración y Aduana; estamos re-

## -Acciones...

EMPEZAMOS CON EL  
 VISADO ELECTRÓNICO,  
 ESTAMOS TENIENDO ACCIONES  
 CONTUNDENTES CON EL SARGAZO,  
 O SEA LAS BARRERAS QUE NO  
 SE HABÍAN PUESTO EN MUCHOS  
 AÑOS; ESTAMOS MANEJANDO LA  
 PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD Y  
 ESTAMOS TRABAJANDO CON EL ÚNICO

visando los 12 destinos turísticos que tiene Quintana Roo, muchos de los cuales han venido creciendo de una manera exponencial, así que estamos trabajando en una planeación estratégica de cada uno de estos. Sectur junto con Fonatur estamos revisando cada uno porque son destinos donde llegan la mitad de los turistas extranjeros de México, así que es una prioridad Q. Roo en nuestra agenda.

## FIDEICOMISO

DE PROMOCIÓN EN EL PAÍS (EL  
 CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA  
 DE Q. Roo) CON UNA IMPORTANTE  
 ESTRATEGIA EN DIFERENTES PAÍSES.

## -¿Cuántos actores participan en este estrategia?

No es un sector federal, somos 12 dependencias federales atrás para temas tan vitales como el ordenamiento territorial, infraestructura y hasta abastecimiento de luz por la nueva carga turística.

# ESTRATEGIA

## -Estrategia Tren Maya...

Mi prioridad en el Tren Maya no es el número de pasajeros nacionales, y eso es muy importante. El objetivo de Sectur es aumentar en 20% más el número de turistas extranjeros. Todas mis acciones van en torno al tema internacional. Se trata de crear un producto turístico que tenemos que vender y saber vender bien.



# TREN MAYA

# TREN MAYA Y LA IP

## -Hay interés de grupos empresariales para operar el Tren Maya...

HAY ESA POSTURA PARA INVERTIR. HOY EXISTE UN GOBIERNO QUE APERTURA LA INICIATIVA PRIVADA. MIRA, NUNCA EXISTÍA LA CARTERA DE INVERSIÓN TURÍSTICA. IMAGÍNATE, HOY ESTÁ

DENTRO DEL PORTAFOLIO DE ECONOMÍA. TENEMOS 29 MIL MILLONES DE DÓLARES DE AQUÍ PARA EL 2030, YA EN PROYECTOS, UNOS EN EJECUCIÓN Y OTROS YA EN PROCESO. ASÍ QUE EL TREN MAYA ESTÁ ABIERTO A ESCUCHAR A INVERSIONISTAS, Y A CUALQUIER TIPO DE INVERSIÓN OBVIAMENTE VIENDO LAS DIFERENTES POSTURAS.



# AEROPUERTO DE TULUM

**-Han cancelado arribos aéreos internacionales ¿cuál es su opinión?**

La apertura de nuevas rutas siempre implica un periodo de ajuste natural. El Aeropuerto Internacional de Tulum está consolidándose como un polo estratégico para el sur de Quintana Roo.

Las aerolíneas revisan continuamente la rentabilidad de sus rutas y, en algunos casos, realizan ajustes operativos, pero seguimos observando un crecimiento constante en la llegada de visitantes y una alta demanda del destino. El aeropuerto tiene un enorme potencial y lo seguiremos fortaleciendo.

NUEVO IMPUESTO  
QUINTANA ROO

**-Se aplicará el impuesto VISITAX 20% a todos los visitantes. El sector turístico se opone por la falta de estructura en su cobro y por la falta de claridad en su aplicación. ¿Cuál es su opinión?**

CADA ENTIDAD TIENE LA FACULTAD DE ESTABLECER MEDIDAS FISCALES. LO IMPORTANTE ES QUE CUALQUIER ESQUEMA DE COBRO SEA CLARO, EFICIENTE Y NO GENERE FRICCIÓN PARA LOS VISITANTES. ES FUNDAMENTAL QUE EXISTA UN MECANISMO PRÁCTICO PARA LOS TURISTAS Y PARA LOS PRESTADORES DE SERVICIOS, ASÍ COMO ABSOLUTA TRANSPARENCIA EN EL DESTINO DE LOS RECURSOS. NUESTRO PAPEL ES ACOMPAÑAR PARA QUE ESTOS PROCESOS SE INTEGREN SIN AFECTAR LA COMPETITIVIDAD DEL DESTINO.



# MÉXICO EN EL RANKING 5

**-Secretaria, la meta de Sectur es posicionar a México en el top 5 de preferencia de los visitantes internacionales, pero para eso también hay otros temas que nos restan competitividad contra otros actores, por ejemplo el aumento de gravámenes al crucerista, al Impuesto de Derecho No Inmigrante, el tema otra vez insistimos de Aduanas, Migración. ¿Qué va a hacer México realmente para poder lograr ese posicionamiento?**

Fíjate que yo lo veo al revés, porque todo lo que acabas de decir que justo es lo que hoy iniciamos para un 2026 histórico, tiene un porqué. No podemos seguir permitiendo que lleguen 10 millones de cruceristas y que sigan dejando al territorio mexicano 500 pesos no obstante que están viniendo

a conocer las mejores playas del mundo, nuestra cultura que es incomparable. Actualmente, no existe un compromiso de las návieras a un aumento de consumo local, a que suban al barco más talento mexicano, a que vendan textiles a bordo, por ejemplo, para un beneficio compartido con las comunidades.

## **-¿Por qué subir un DNR?**

Primero porque estamos creando una infraestructura impresionante para el tema del Mundial. Vemos solamente remodelaciones de aeropuertos, pero hay siete aeropuertos nuevos, carreteras turísticas, cuatro trenes más de pasajeros porque tenemos un territorio tan extenso y que-



remos llevar el turista de norte a sur, y lo que se requiere es esa infraestructura, y no es lucrando con los turistas, de lo que se trata es que cuando lleguen puedan tener una mejor experiencia. *A ver, yo sí lo digo, el Tren Maya es de primer nivel, cada una de sus estaciones. En Tepic está una Riviera de Nayarit impresionante con importante derrama económica.*

**-¿Cuál es su opinión con respecto de la sostenibilidad de las inversiones federales en infraestructura turística?**

**(AIFA, Aeropuerto Tulum, Tren Maya, Mexicana)...**

Desde la administración de la Presidenta Claudia Sheinbaum se están impulsando inversiones en infraestructura que sean sostenibles, que fortalezcan la conectividad del país y que mejo-

mica porque hoy existe un nuevo aeropuerto internacional, en fin, hay mucho de lo que tampoco se habla.

¿Entonces cómo hacemos que seamos el quinto país más visitado del mundo? Pues dando a conocer la oferta que tiene México, sus 32 destinos, y ningún lugar del mundo tiene tanta oferta tan diversificada.

ren la experiencia tanto de turistas como de comunidades locales. Un ejemplo es la remodelación del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, donde se realizan mejoras significativas para que, desde su llegada, las y los visitantes tengan una experiencia más cómoda.

## INVERSIONES SOSTENIBILIDAD



Lo mismo ocurre con proyectos estratégicos como el AIFA, el Aeropuerto de Tulum o el Tren Maya. En todos los casos se trata de infraestructura diseñada con criterios de sostenibilidad, eficiencia operativa y desarrollo regional. Más allá de ampliar la movilidad, estas inversiones generan empleo, impulsan cadenas de valor y crean beneficios que permanecen en las comunidades.

# PIB TURÍSTICO

## -PIB turístico por debajo de su potencial de acuerdo con INEGI. ¿Cómo lo incrementarán?

Cada año se incrementa. Apenas en diciembre se reportó que el PIB Turístico en 2024 contribuyó con 8.7% del total de la economía y alcanzó más de 2.71 billones de pesos. En ese sentido, nuestro objetivo es llevar al turismo a su máximo potencial mediante tres líneas: diversificación de mercados, profesionalización del sector y fortalecimiento de la inversión pública y privada. Estamos impulsando infraestructura, capacitación y productos de alto valor agregado, especialmente en turismo cultural, naturaleza, gastronómico y comunitario. Todo ello generará mayor derrama, estancias más largas y un crecimiento sostenible del PIB turístico.

# AEROLÍNEAS EEUU

## -¿Cuál es la Política de Estado aérea con respecto de EEUU?

*La política de Estado es garantizar cielos seguros, competitivos y con crecimiento ordenado. Mantenemos un diálogo permanente con las aerolíneas estadounidenses y trabajamos para ampliar rutas, fortalecer la categoría 1 y asegurar condiciones equitativas que faciliten la conectividad con nuestro principal mercado internacional. La cooperación técnica y la certeza regulatoria son pilares para seguir creciendo.*

# TURISMO INTEGRACIÓN REGIONAL

**-México ha liderado el tema turístico de la región Caribe y Centroamérica. ¿Tendrá ese liderazgo para la integración regional?**

México tiene una posición estratégica y una tradición de cooperación en la región. Vamos a seguir fortaleciendo ese liderazgo a través de proyectos conjuntos, intercambio de buenas prácticas, promoción integrada y desarrollo sostenible. La región Caribe–Centroamérica comparte retos y oportunidades, y la integración es clave para competir a nivel global.

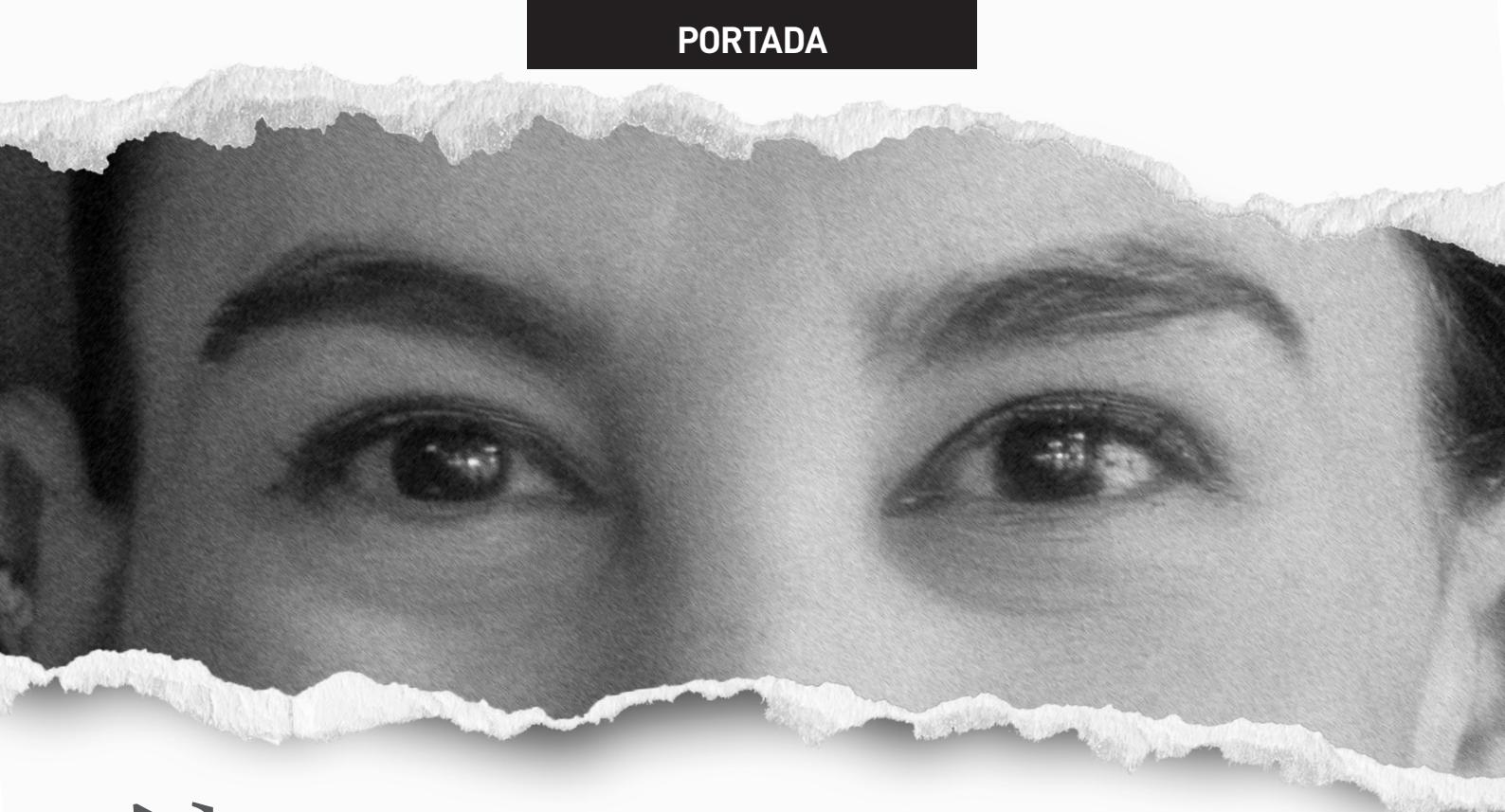
## COMPROMISO CONFESIÓN

**-Históricamente los secretarios de Turismo han sido removidos hasta en 3 ocasiones. ¿Está comprometida a liderar Sectur todo el sexenio?**

**ESTOY COMPROMETIDA PLENAMENTE. PARA MÍ ES UN HONOR SERVIR A MÉXICO DESDE ESTA RESPONSABILIDAD, Y MIENTRAS CUENTE CON LA CONFIANZA DE LA PRESIDENTA Y LOS RESULTADOS ACOMPAÑEN NUESTRO TRABAJO, ESTARÉ AQUÍ IMPULSANDO UN TURISMO MÁS JUSTO Y SOSTENIBLE.**

**-Cómo Secretaria de Turismo ¿qué debería confesar?**

Que por más que quiero conocer todos los rincones de México, todavía me faltan muchos por conocer y que me sorprende en cada viaje que hago la grandeza de nuestro país y su gente.



JOSEFINA RODRÍGUEZ

# AL DESNUDO

-¿Qué aprendizaje le dejó la pandemia?

Que hay que disfrutar todos los días, que nada está asegurado. Y que no hay que quedarnos con ganas de conocer ningún lugar.

-Si hubiera una película que describiera su vida ¿cuál sería?

No tengo una película en específico que describa mi vida, pero me gustan las historias donde se superan todos los obstáculos, porque creo que los seres humanos y en específico los mexicanos y las mexicanas somos resilientes.

-¿Qué canción desnuda su alma?

MEJOR TE CUENTO QUE MI GÉNERO FAVORITO ES EL NORTEÑO. ES UN GÉNERO QUE SE SIENTO EN EL ALMA.

-¿Cuál ha sido su más grande quebre?

Entender que la vida se termina.



-Su complejo...

No pedir ayuda y creer que siempre  
puedo hacer todo yo misma.

-Su trauma...

PERDER EL TIEMPO CON  
COSAS QUE NO VALEN  
LA PENA.

-Su frustración...

No  
ALCANZAR  
TODO LO  
QUE QUIERO  
DURANTE  
EL DÍA.

-¿Qué ha jurado nunca más hacer?

Callar cuando algo no es justo.

-Su grosería favorita...

*No acostumbro,  
pero me gusta  
la de “Qué  
cabrón”....*

-Y qué palabras se tatuaría?

México

-¿Su destino favorito de México?

Tlaxcala.

-¿Y su pueblo mágico favorito?

Huamantla.

-Fuera de México, ¿Cuál es su destino predilecto?

París.

-¿Qué nunca le falte en su maleta

*Bloqueador.*

-¿Cómo vive su sexualidad?

Bien.

-¿La han trasquilado?

# Sí y aprendí.

-¿Le gustaría trasquilar a alguien?

NO, PREFIERO CONVENCER Y SUMAR.

-Sus placeres culposos...

## La comida.

-Si fuera su última cena ¿cuál sería su menú con todo y maridaje?

*Comida tradicional  
de mi mamá, un  
chocolate caliente y  
vivirla entre familia.*

-Si viera por primera vez a Dios ¿qué le diría?

## Gracias por tanto.

-¿Qué le gustaría dejar como legado?

QUE EL TURISMO SEA  
SINÓNIMO DE BIENESTAR  
PARA TODOS Y TODAS,

Y COLOCAR A MÉXICO

EN EL QUINTO PAÍS MÁS  
VISITADO DEL MUNDO.

-¿Qué le gustaría que dijera su epitafio?

Prefiero pensar  
en que aún tengo  
muchas vidas por  
delante y mucho que  
dar a mi país... que  
sea la historia quien  
nos juzgue.

-Hoy se confiesa Oveja Negra por....

POR SER REBELDE Y  
NUNCA CREER QUE  
NO PODEMOS.



ENCIENDE  
TU ESENCIA

#serúnico



# ¡CELEBRAN NACIMIENTO DE 20 MILLONES DE

~~Tortugas!~~

Tras cumplir 30 años de operación, el Programa de Conservación de Tortugas Marinas Riviera Maya - Tulum celebró al cierre de 2025 el nacimiento de más de 20 millones de crías que han realizado su recorrido al mar en los campamentos y playas que protege desde 1996.

A través de varios campamentos tortugeros ubicados estratégicamente a lo largo de 120 km de costa, el programa protege 13 playas clave en el litoral central de Quintana Roo para la anidación de las tortugas marinas.



De 1996 a 2025, el Programa ha protegido 303,586 nidos y ha visto nacer a 20,364,302 crías, principalmente de las especies tortuga verde (*Chelonia mydas*) con el 81% y tortuga caguama (*Caretta caretta*) con el 18%, aunque también hay algunos registros de tortuga carey (*Eretmochelys imbricata*) e incluso de tortuga laúd (*Dermochelys coriacea*).

El Programa, respaldado financieramente por Grupo Xcaret, es una referencia nacional e internacional, generando un relevante impacto en distintas líneas de trabajo como la protección de playas, hembras, crías y nidos, la investigación, la educación ambiental y la capacitación técnica a tortugeros de todo el país.



BELLA MARE

RIVIERA MAYA

**PRE-SALE NOW!**

PUERTO MORELOS BEACH TOWN



  
**lemmus**  
PUERTO MORELOS MASTER BROKER

DESCARGAR BROCHURE



[www.bellamare.mx](http://www.bellamare.mx)

Whatsapp

+52 1 998 845 0626

Email

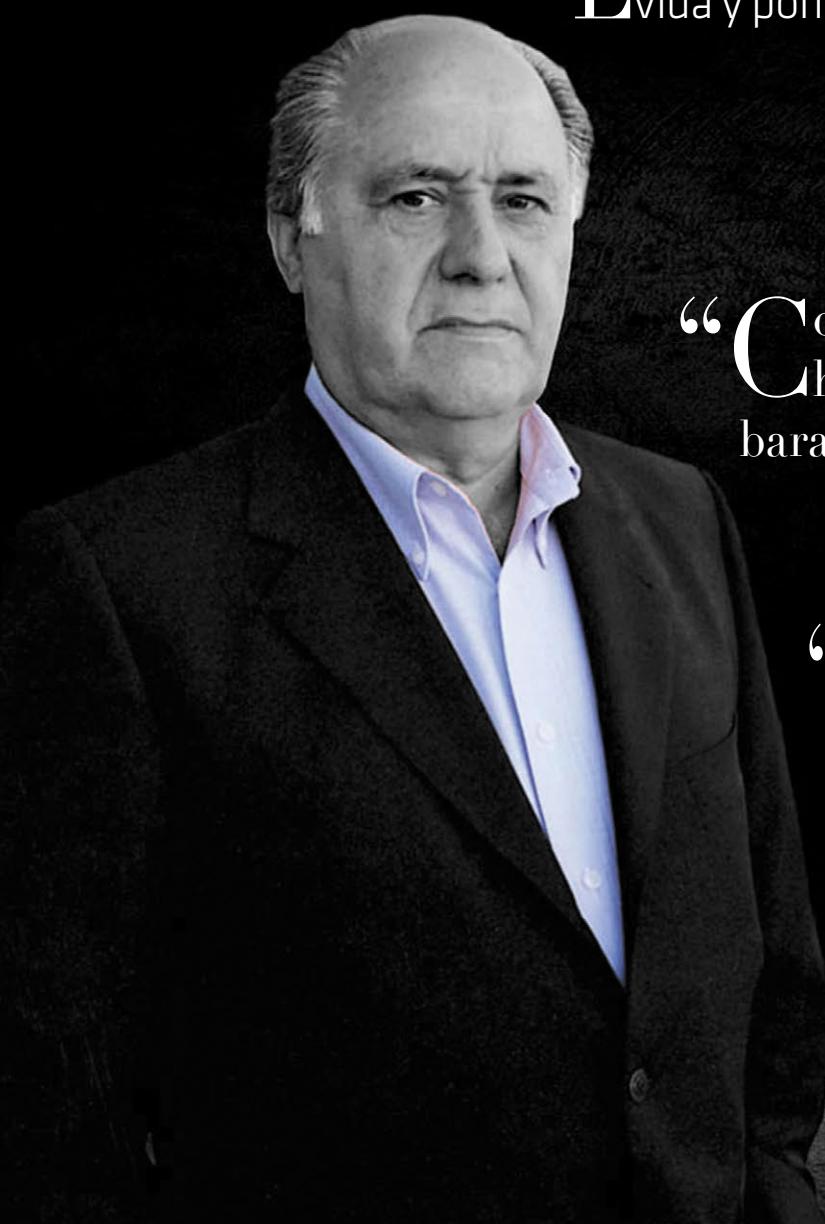
[info@bellamare.com](mailto:info@bellamare.com)

Las áreas ofrecidas corresponden a los metros cuadrados construidos y pueden tener una variación por ajustes técnicos en el proceso constructivo, éstas serán finalmente determinadas y precisadas en el régimen de condominio correspondiente. Las imágenes, renders, planos, diseños, áreas y medidas, son estrictamente representaciones artísticas del proyecto en desarrollo y pueden estar sujetos a modificaciones por coordinación arquitectónica.

# AMANCIO ORTEGA

“Haz siempre lo que te guste”.

“Lo importante es marcarse metas en la vida y poner toda tu alma en cumplirlas”.



A black and white portrait of Amancio Ortega, the founder of Inditex. He is a middle-aged man with dark hair, wearing a dark suit jacket over a light blue shirt. He is looking directly at the camera with a neutral expression. The background is dark and textured.

“Comprar un local caro jamás ha sido un fracaso. Lo barato es un fracaso”.

“La calle es la gran pasarela”.



**LUJO  
DESCALZO**

**Muebles de baño, Canceles, Sanitarios, Pisos & Azulejos**  
Luis Donaldo Colosio 200 m antes de la glorieta de Bonfil - Cancun, Quintana Roo  
Tel 9988 820160 | [www.castelcancun.com](http://www.castelcancun.com)

# OVEJA DeSCaRRIaDa



## CITLALLI HERNÁNDEZ

### EN LETRAS CHIQUITAS...

La titular de la Secretaría de las Mujeres **NO CONOCE LA PALABRA SORORIDAD, NI TAMPOCO SUS FUNCIONES.** NO HA CREADO UNA POLÍTICA PÚBLICA PARA DEFENDER A LAS MUJERES. JAMÁS SE HA PRONUNCIADO A FAVOR DE NINGUNA CAUSA DE MUJERES AGREDIDAS, TORTURADAS, ASESINADAS, DESAPARECIDAS. Asesinan a 10 mujeres todos los días. Las llamadas por Violencia familiar han aumentado 20%; 18 estados de la República tienen incrementos en feminicidios y México registra el mayor número de mujeres y niñas desaparecidas del mundo. **No escucha denuncias. Sólo abre su boca para defender a su mesías, a su movimiento morenista, a agredir a los detractores del sistema.**



# AMAINAH

BACALAR

Descubre Amainah Bacalar, el exclusivo hotel sólo para adultos frente a la fascinante Laguna de los Siete Colores.

Disfruta las espectaculares vistas que ofrecen todas nuestras habitaciones, relájate en la alberca infinity, prueba nuestras bebidas y platillos insignia o simplemente déjate consentir con nuestras amenidades premium y servicio impecable. En pareja o con amigos, Amainah Bacalar es el balance perfecto entre la aventura y la relajación.



*Sueña desperto*

**Informes y reservaciones:** +52 983 123 8505  
Costera de Bacalar Sur 601, Bacalar, Quintana Roo C.P. 77930

[amainah.mx](http://amainah.mx)



# Vendencias DE VIAJES 2026

**E**xpedia y Hoteles.com presentan Unpack '26: The Trends in Travel™, el reporte global anual que anticipa cómo viajaremos en 2026.

Este año, el estudio muestra cambios profundos en los hábitos de los viajeros, respaldados por datos de millones de búsquedas y la voz de 24,000 encuestados en 18 países.

## Destinos del Año 2026 con Smart Travel Health Check

Por primera vez en la industria, este ranking integra un indicador pionero que no solo refleja dónde está creciendo el interés global, sino también cómo estos lugares están gestionando el turismo de manera sostenible.

EN LA LISTA DE 2026 DESTACA SAN MIGUEL DE ALLENDE, ÚNICO DESTINO MEXICANO JUNTO A REFERENTES INTERNACIONALES COMO OKINAWA, CERDEÑA Y SABOYA.





## • Ruta de Hoteles

Más de la mitad de los viajeros ya reservan varios hoteles en un mismo destino. En México, el 75% planea hacerlo, motivados por optimizar traslados y mantener su experiencia fresca y variada.

## • Viajes al Pasado

*Hoteles históricos que se reinventan, desde antiguas prisiones en Reino Unido hasta estaciones de tren en España. Entre los casos más llamativos: el Hotel Seiryu Kyoto (+194% en búsquedas).*

## • Viajes para Aficionados:

Tres de cada cuatro mexicanos consideran asistir a un evento cultural o deportivo único en sus vacaciones. La lucha libre mexicana es uno de los espectáculos que más inspira a viajeros internacionales, junto al sumo en Japón y la capoeira en Brasil.



## • Set-Jetting

EL 52% DE LOS MEXICANOS HA BUSCADO UN DESTINO TRAS VERLO EN PANTALLA. PRODUCCIONES FILMADAS EN LA TOSCANA, CROACIA Y LA POLINESIA SE PERFILAN COMO DETONADORES DE VIAJES EN 2026.





Esta es la señal  
que estabas buscando

EL SABOR SUIZO-ITALIANO EN ISLA MUJERES

RESERVA AHORA  
 (998) 760 8330

# EL COLOR DE 2026 ES...

*¡Blanco!*

Pantone, el instituto de los autodenominados expertos del color, ha hecho la predicción del “color del año” desde 1999. Y su elección para lo que todo el mundo vestirá, deseará, comerá y consumirá en 2026:

Cloud Dancer, cuyo nombre oficial es PANTONE 11-4201. En cualquier caso, es un nombre bastante elegante para... el blanco.

O “un símbolo de influencia tranquilizadora en una sociedad frenética”, así como “un lienzo en blanco” con el que todos podemos empezar de nuevo.

“Es la primera vez que Pantone escoge un tono de blanco en los 26 años que lleva eligiendo el color del año. No creo que

se les haya escapado que podría causar revuelo. Lo más cerca que estuvieron antes fue “Sand Dollar”, el color del año 2006, que era más beige”, dice Vanessa Friedman, periodista de Estilos de Vida del Times.

“Hay tantas asociaciones con el blanco: la paloma blanca de la paz, el traje de bautismo, el vestido de novia, la camiseta blanca. En algunos países asiáticos, el luto. El blanco es un color repleto de significados. Así que en realidad no está tan en blanco”, concluye.



ES UN  
LUJO.  
Y ES DE  
QUINTANA  
ROO





## LA SSC FORTALECE LA SEGURIDAD DIGITAL

Como parte de la campaña “Seguridad en un Solo Clic”, personal especializado de la Policía Cibernética de la Secretaría de Seguridad Ciudadana, impartió las pláticas tituladas “Herramientas para Promover el Uso Adecuado del Internet, los Videojuegos y las Redes”, dirigidas a más de 200 estudiantes de segundo y tercer grado de secundaria del Instituto La Salle.

Durante la sesión, se abordaron temas fundamentales relacionados con la seguridad en línea, la importancia del autocuidado digital, el uso adecuado de contraseñas y la relevancia de activar la verificación en dos pasos.

También se destacó la necesidad de reconocer situaciones que pudieran derivar en grooming, ciberacoso, fraudes, robo de información o contacto inadecuado con personas desconocidas, así como el uso equilibrado y responsable de los videojuegos y redes sociales.

Asimismo, se promovió el desarrollo de criterio digital para evaluar la fiabilidad de los contenidos que circulan en internet, la protección de la privacidad en distintas plataformas y el manejo responsable de la información personal.

**AL FINALIZAR, SE ATENDIERON DUDAS Y SE ORIENTÓ A LAS Y LOS ESTUDIANTES SOBRE CÓMO ACTUAR ANTE ESCENARIOS QUE PONGAN EN RIESGO SU SEGURIDAD DIGITAL.**

Estas actividades forman parte del compromiso permanente de la Secretaría de Seguridad Ciudadana, encabezada por el secretario Julio César Gómez Torres, para proteger a niñas, niños y adolescentes frente a las nuevas formas de violencia que se presentan en entornos digitales, reforzando la cultura de la prevención y el autocuidado.

# UnidosParaTransformar  
# QuintanaRooCeroImpunidad  
# NoHayImpunidad

# Beach Party CoCo Bongo

**¡PRECIO  
ESPECIAL!  
LOCALES**

**\$550**

**BARRA LIBRE  
NACIONAL**



\*VÁLIDO PRESENTANDO ID QUINTANARROENSE.

NO APlica EN EVENTOS ESPECIALES. SÓLO MARCAS PARTICIPANTES.



800 841 4636



998 126 9260



# OVEJA NEGRA



[www.laovejanegra.mx](http://www.laovejanegra.mx)

 @ovejasnegrasmx

 Oveja Negra

 @ovejanegra2548

## Dirección General

Mariana Orea

## Consejo Editorial

Luis Carlín  
Ricardo Muñoz Zurita  
Jorge Macari

## Cata

Mauro Amati | Jackie Jiménez  
Karla Enciso | Federico López

## Colaboradores

Dina Barrera | Paco Contreras  
Iñaki Garmendia  
Azucena Martínez  
Ricardo Muñoz Zurita  
Liliana González  
Norberto Ancheyta

## Fotografía

Mayté Ramírez | Hilde Lozano

## Plataformas

Jair Galán

## Diseño

Brisia Jaimes | Jair Galán

## Ventas y Distribución

ovejanegracun@gmail.com

## Administración

Flor Méndez

## Arte

Brisia Jaimes



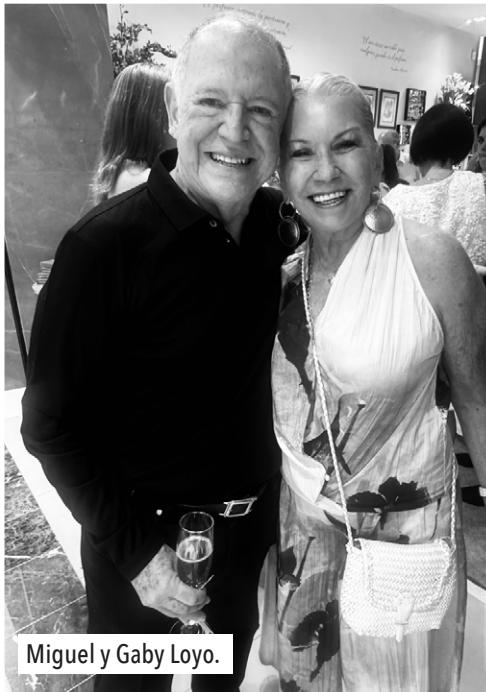
Pepe García, Elena Villarreal.

## LOS 50 DE GRUPO ULTRA

**G**RUPO ULTRA, bajo el liderazgo de PEPE GARCÍA VILLAREAL, CELEBRÓ 50 AÑOS DE GLAMOUROSAS OPERACIONES QUE INICIASEN ELENA VILLARREAL Y JOSÉ GARCÍA HACE 5 décadas. Luxury Avenue fue el punto de encuentro, donde se dieron cita amigos y clientes habitúes.



Ana Motta, Elmer Llanes.



Miguel y Gaby Loyo.



Filemón López, María Guadalupe Palau.



Adriana y Manuel Orellana, Pauline MacLean, Yola Villarreal.



Andrés Pinedo, Giovanna Arroyo.



Tania Mirakes, Pilar Villarreal.



Lili Hernández.



Martha Gerstein.



Anna Marie Schutte.



Raquel Partida, Lucy Alonso.



Jean Claude Delville,  
Mireya Zendejas.



Soqui Zubirán, Lulú Vara, Sonia de la Peña.



Ma. Esther Taracena, Julieta Terroba, Tere Villarreal.



Iriana del Rivero.



# NOTARÍA N°79

**Lic. Edgar Gregorio Ordoñez Durán**

Brindamos soluciones eficaces y personalizadas para sus necesidades.

## SERVICIOS PRINCIPALES:

- ESCRITURAS
- PODERES
- SOCIEDADES
- TESTAMENTOS
- FE DE DICHOS
- FE DE HECHOS
- COMPRA/VENTAS
- PROTOCOLIZACIONES
- CONSULTORÍA JURÍDICA
- CANCELACIONES DE HIPOTECA
- CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO
- CERTIFICACIÓN DE DOCUMENTOS  
(Actas de nacimiento, certificados escolares, etc)



Av. Tulum 269, Oficina 7, SM 15-A de  
Cancún, Quintana Roo

Cotizaciones al  
**9982140550**

# SOFT OPENING DE KUN 21°86°



Sergio González Gould-Taylor, Andrés Mellado, Ricardo Cerdá, Jesús Flores y Arturo Barbosa.

**G**RUPO CÁPITEL-KUN, liderado por Andrés Mellado y Ricardo Cerdá, celebró el soft opening de su nuevo desarrollo vertical contemporáneo KUN 21°86°, PROYECTO INTEGRAL QUE REÚNE PLAZA COMERCIAL, CORPORATIVO, **espacio médico** y **sky residences** en una de las ubicaciones más estratégicas del destino # 1 de México: Cancún, bajo LA COMERCIALIZACIÓN DE SERGIO GONZÁLEZ GOULD-TAYLOR.



Karen Ramos, Eva Ålgård, Mark Carney.



Regiane Da Silva y Alfredo Santamaría.



Sergio González Gould-Taylor, Gino Autiero y Ricardo Cerdá.



Angie y César Vara.



Giancarlo Frigerio, Alex De Brouwer, Gino Autiero y Sergio González.



# LOS CÓMPlices DE TU AVENTURA



SOMOS LOS ESPECIALISTAS EN  
EXPERIENCIAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS



+52 998 392 2213



ChilMex Travel



@chilmextravel



@chilmextravel



Kim Christensen, María Eugenia, Ari Maki y Dag Nylander.

## EUGENIA GUZMÁN, NUEVA CÓNSUL DE FINLANDIA EN LA PENÍNSULA DE YUCATÁN

**E**l Embajador de Finlandia en México, ARI MÄKI, ACUDIÓ AL CARIBE MEXICANO PARA OFICIALIZAR EL NOMBRAMIENTO DE EUGENIA GUZMÁN como cónsul honoraria del país europeo e inaugurar el con-

sulado, que permitirá asistir a ciudadanos finlandeses en la Península de Yucatán, así como promover la cooperación en áreas como educación, CULTURA Y COMERCIO ENTRE AMBAS NACIONES.





Eugenia Guzmán y Ari Maki.

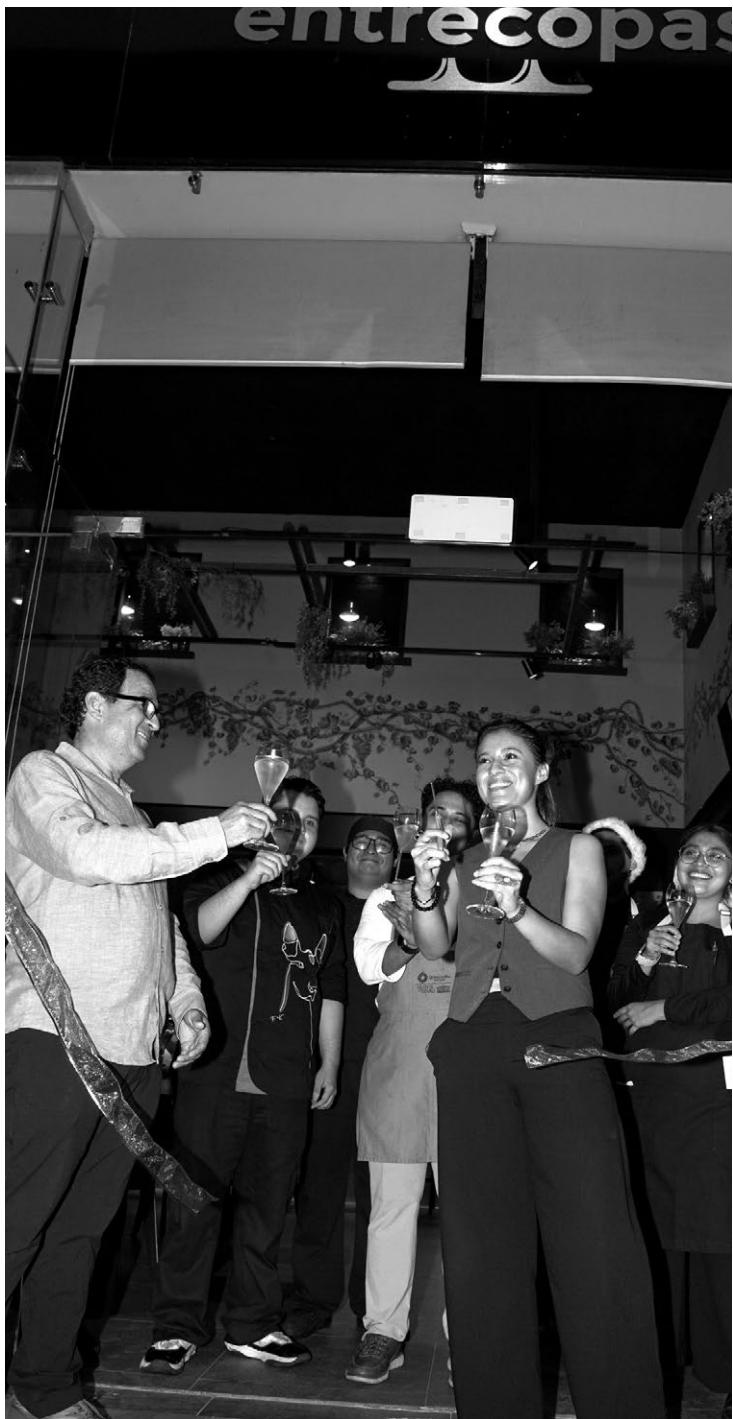




**El bronceado soñado, con la  
protección que tu piel merece.**



Fernando González y Nancy Gutiérrez en el corte de listón.



## ABRE PUERTAS ENTRECOPAS

**E**LSOMMELIER FERNANDO GONZÁLEZ y RENÉ GUTIÉRREZ ingresaron a la oferta gastronómica de la avenida Huayacán Cancún el concepto ENTRECOPAS, cuyo protagonista es el vino, con más de 200 muy interesantes etiquetas procedentes de África, Sudáfrica, Francia, España, Italia, Chile, Argentina, Canadá, EEUU, MARIDADAS CON PLATILLOS DE COCINA INTERNACIONAL.



Fernando González, Nancy Gutiérrez.



Charo de la Torre, Martín Almeyra, Katia Díaz, Paola Villareal, José Santana.



Gisel Murillo, Cristian Rojas, Leticia Canseco, Ana Pérez Rubio, Jill Murillo.



Alisson Tamayo, Luis Betancourt.



Lamberto Cruz, Angélica Contreras, Ernesto Sánchez.



María Lyon, Rodrigo Musi.



Sara y Edgardo Hendricks.





# DANCING Queen



X f @COCOBONGOSHOW / @COCOBONGOSHOWDISCO

⌚ 800 841 46 36 ⌚ (998) 883 23 73 ⌚ +52 1 998 126 9260 ⌚ cococancun@cocobongo.com

MINIMUM AGE 18 YEARS OLD, PICTURE ID NECESSARY. LA EDAD MÍNIMA ES DE 18 AÑOS, IDENTIFICACIÓN CON FOTOGRAFÍA NECESARIA.

www.cocobongo.com

# OVEJA NEGRA

FEB / MAR 2025 / N° 69



The New York Times  
ARANCELES EN PAUSA

SÉ DIFERENTE

# OVEJA NEGRA

MAR / ABR 2025 / N° 70



# OVEJA NEGRA

MAR / ABR 2025 / N° 71

SÉ DIFERENTE

# OVEJA NEGRA

ABR / MAY 2025 / N° 71



The New York Times  
EL LEGADO DEL  
PAPA FRANCISCO

# OVEJA NEGRA

JUL 2025 / N° 73



SÉ DIFERENTE



# OVEJA NEGRA

SÉ DIFERENTE  
ENERO 2026 / N° 79

21-22

23-24

25-26

27-28

29-30

31-32

33-34

35-36

37-38

39-40

41-42

43-44

45-46

47-48

49-50

51-52

53-54

55-56

57-58

59-60

61-62

63-64

65-66

67-68

69-70

71-72

73-74

75-76

77-78

79-80

81-82

83-84

85-86

87-88

89-90

91-92

93-94

95-96

97-98

99-100

101-102

103-104

105-106

107-108

109-110

111-112

113-114

115-116

117-118

119-120

121-122

123-124

125-126

127-128

129-130

131-132

133-134

135-136

137-138

139-140

141-142

143-144

145-146

147-148

149-150

151-152

153-154

155-156

157-158

159-160

161-162

163-164

165-166

167-168

169-170

171-172

173-174

175-176

177-178

179-180

181-182

183-184

185-186

187-188

189-190

191-192

193-194

195-196

197-198

199-200

201-202

203-204

205-206

207-208

209-210

211-212

213-214

215-216

217-218

219-220

221-222

223-224

225-226

227-228

229-230

231-232

233-234

235-236

237-238

239-240

241-242

243-244

245-246

247-248

249-250

251-252

253-254

255-256

257-258

259-260

261-262

263-264

265-266

267-268

269-270

271-272

273-274

275-276

277-278

279-280

281-282

283-284

285-286

287-288

289-290

291-292

293-294

295-296

297-298

299-300

301-302

303-304

305-306

307-308

309-310

311-312

313-314

315-316

317-318

319-320

321-322

323-324

325-326

327-328

329-330

331-332

333-334

335-336

337-338

339-340

341-342

343-344

345-346

347-348

349-350

351-352

353-354

355-356

357-358

359-360

361-362

363-364

365-366

367-368

369-370

371-372

373-374

375-376

377-378

379-380

381-382

383-384

385-386

387-388

389-390

391-392

393-394

395-396

397-398

399-400

401-402

403-404

405-406

407-408

409-410

411-412

413-414

415-416

417-418

419-420

421-422

423-424

425-426

427-428

429-430

431-432

433-434

435-436

437-438

439-440

441-442

443-444

445-446

447-448

449-450

451-452

453-454

455-456

457-458

459-460

461-462

463-464

465-466

467-468

469-470

471-472

473-474

475-476

477-478

479-480

481-482

483-484

485-486

487-488

489-490

491-492

493-494

495-496

497-498

499-500

501-502

503-504

505-506

507-508

509-510

511-512

513-514

515-516

517-518

519-520

521-522

523-524

525-526