

OVEJA NEGRA

JUNIO 2026 / N° 84

PRECISION
BY SECRETS
CANDON

SÉ DIFERENTE



Aniversario
7

ESPECIAL
COPA DEL
MUNDO
FIFA

LA DINASTÍA LINSS-DE LA PEÑA

AUTENTIFICA SU LEGADO
TURÍSTICO EN LA INDUSTRIA
NÁUTICA Y EN LA HOTELERÍA DE LUJO



WHERE GREAT MOMENTS BEGIN

Adquiere tu SUV de Mercedes-Benz
con beneficios exclusivos



**BONO
EXCLUSIVO**

+

18 MSI

+

0%

COMISIÓN
POR APERTURA

3 AÑOS*
GARANTÍA | KMS ILIMITADOS
SERVICIOS INCLUIDOS

140 YEARS OF
INNOVATION

OVEJA NEGRA



04

PREMONICIONES
Mariana Orea

28

ENTREVISTA
Walfred Castro

53

ROLANDI'S

8

NEWSLETTER
The New York Times

31

ENTREVISTA
Dario Flota

56

PORTADA
Liss-Dela Peña

10

SEGURIDAD TURÍSTICA
Iñaki Garmendia

36

MUNDIAL

90

ESPECIAL
Aniversario

13

REFLEXIONES DESDE
LA CATEDRAL DEL MAR
Alvaro de Marichalar

40

HABLANDO AL CHILE
Chef Ricardo Muñoz Zurita

104

OVEJA VERDE

17

FRASES QUE MATAN

42

PLACERES CULPOSOS
Mariana Orea

109

DEL REBAÑO
Pelé

18

ZOOM

47

TENDENCIA CULINARIA
Mariana Orea

111

MODA
Selección Mexicana

20

ENTREVISTA
Alejandra Morales

51

VINO SIN COMPLEJOS
Magoni

116

GOBIERNO



OPORTUNIDAD DE Oro

México tiene la oportunidad de oro para promocionarse en todo el planeta, pero la Copa de Fútbol le supone un reto mayúsculo para cambiar la percepción de inseguridad que a nivel internacional ha adquirido nuestro país.

Existen muchos factores que hacen que sea el tema más importante no sólo para los organizadores, sino para la afición.

Es indiscutible las experiencias de viaje extraordinarias que ha colocado a México en el TOP 10 de preferencias de viajeros de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo , pero la seguridad -y no el paisaje ni las experiencias- es la primera variable que evalúan los viajeros, más aún tratándose de un evento de la magnitud de la Copa del Mundo.

Las condiciones de seguridad en el territorio nacional no son uniformes.

Cambian de acuerdo con el estado, lo que requerirá entonces de acciones quirúrgicas en las principales ciudades anfitrionas de la Copa Mundial 2026 (Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey).

Y en ese sentido, el entorno de violencia que se vivió en los últimos tiempos en una de las ciudades sede -Guadalajara-, provocó una de las primeras alertas de preocupación con los enfrentamientos entre las fuerzas armadas de México y el Cartel Jalisco Nueva Generación (CJNG) con la captura y muerte de El Mencho, líder fundador de esa organización criminal.

Como nunca antes, las imágenes del suceso violento dieron la vuelta al mundo mostrando el poder del narcotráfico en nuestro país, desatando un temor y desconfianza turística.

De ahí el reto para las autoridades mexicanas de proyectar esa garantía de seguridad durante la Copa del Mundo para todos los implicados.

Se ha anunciado el denominado Operativo Kukulcán, el cual incluye el despliegue de 100,000 agentes de policía, Guardia Nacional y Ejército, además de aviones, helicópteros y sistemas anti drones para resguardar todos los eventos y lugares de interés (estadios, hoteles, plazas, centros comerciales, Fan Festivals) de cualquier tipo de amenaza, principalmente en las ciudades sede.

(Cabe apuntar que el operativo cuenta con la coordinación y las capacidades de las agencias de inteligencia de EEUU, porque los riesgos van mucho más allá, ante la guerra que hoy se vive en el mundo).

MÉXICO también tendrá que resolver las movilizaciones ciudadanas que amenazan con boicotear estadios sedes. Las inconformidades de varios sectores con el Gobierno Federal supondrán también un importante e impostergable reto.

Así pues los ojos del mundo entero estarán sobre México, su oportunidad de oro para presentarle una nueva cara para recuperar la confianza turística y seguir escalando hasta llegar al TOP 5 como aspira la Sectur. Cruzamos los dedos para evitar entrar a la fase de tarjeta roja y fallidos penaltis en materia de seguridad. Así sea.



PASSION, FOOTBALL AND
THE CARIBBEAN BREEZE.

MEXICO VS. SOUTH AFRICA

TODAY ON THE COAST | 1:00 PM

COSTAS
sabor a mar

NEWSLETTER THE NY TIMES



CANADÁ OFRECE UNA NUEVA FORMA DE OBTENER LA CIUDADANÍA

El número de solicitudes aceptadas de ciudadanos estadounidenses para obtener la nacionalidad canadiense por descendencia aumentó casi un 50 por ciento en enero, en comparación con enero de 2025.

LEE NOTA COMPLETA: <https://nyti.ms/4t4QUCH>



QUIENES SOLICITEN LA "GREEN CARD", DEBERÁN HACERLO FUERA DE E.E.U.U.

El gobierno del presidente Trump dijo el viernes que la mayoría de los extranjeros que deseen obtener la "green card" tendrán que regresar a sus países de origen para solicitarla. Este cambio podría dificultar a cientos de miles de personas la obtención de la residencia permanente.

LEE NOTA COMPLETA: <https://nyti.ms/4tVyrJg>



POR QUÉ TANTOS HOMRES ESTÁN OBSESIONADOS CON LA TESTOSTERONA

Cada vez más hombres parecen estar recurriendo a la terapia de reemplazo de testosterona, que sustituye la producción propia del cuerpo por un mayor suministro de testosterona producida en laboratorio, una tendencia que preocupa a muchos médicos.

LEE NOTA COMPLETA: <https://nyti.ms/4fAnAAH>

Illustration by James Kerr / Scorpion Dagger



21°09'N 86°50'W
 — Mar Caribe, MX

N°01. Travesía privada - Cancún a Isla Mujeres

— Hay un Caribe que aún sabe guardar secretos.

— UNA INVITACIÓN • CANCÚN & ISLA MUJERES

Navega lo extraordinario.

Travesías privadas en catamarán por el Caribe mexicano. Chef a bordo, anclajes que pocos conocen y atardeceres sin testigos — diseñados para los suyos, y solo para los suyos.

DÍA COMPLETO • TRIPULACIÓN DEDICADA • GASTRONOMÍA & BAR PREMIUM

↳ Cupo reducido. Seis zarpes diarios.



RESERVE SU TRAVESÍA PRIVADA →

albatroscatamarans.com
 ISLA MUJERES • CANCÚN



LA OBLIGADA ACTUALIZACIÓN DEL TURISMO Y *Seguridad Mexicana*

Las grandes narraciones del turismo mexicano continúan sirviendo de referencia, aunque cada vez más alejadas del momento y situación actual.

Y es que el país sigue dando pasos hacia adelante, modernizándose y empujado por una constante ebullición.

Hablamos pues, de un turismo que sigue siendo “turismo mexicano” pero adaptado a las nuevas demandas y que, pese a convivir con la rémora de la inseguridad, sigue disponiendo de unos niveles de competitividad y voluntad de progreso nada desdeñables.

Realidad que exige pactar constantemente normas, regulaciones, objetivos y procedimientos tanto a nivel macro como micro.

Y es que el turismo nacional va a seguir desarrollando formatos y procesos especiales, dispersos y atomizados que tienden a dignificar su oferta y destinos, donde el paraguas común e institucional que representa México le ha de dar cobijo estratégico hecho que posibilita y ha de posibilitar un beneficio de ida y vuelta.

Pero su “actualización turística” no sería comprendida si no se apoya y enfoca principalmente en la digitalización del sector e instituciones, su sostenibilidad ecológica, la utilización de la Inteligencia artificial además de dotar de un tratamiento especial a su seguridad.

Por lo tanto y para los gestores públicos, además de los procesos “normales” de todo destino, sería conveniente que se desarrollara una “actualización anual y obligatoria de seguridad” en escenarios locales, que es donde se dan las situaciones violentas, y desde donde surgirían análisis y resultados mucho más concretos.

Con ello, no se persigue la emancipación de las políticas de seguridad federales y estatales, sino que se desea enriquecer esa centralidad desde la elasticidad, autonomía y estructuras de funcionamiento, todos necesarios para gestionar momentos clave de convivencia y desarrollo sectorial.

En definitiva, pensemos que la seguridad es el lugar donde el turismo cultiva su relación e interés con lo indispensable.

Haz de
cualquier
momento
una
celebración



MAISON FONDÉE EN 1785

PIPER-HEIDSIECK

CHAMPAGNE

Adquiere tu champagne en tu tienda
de preferencia o en



EL CIELO
VALLE DE GUADALUPE

www.vinoselcielo.com



Conocer es no excederse



FÚTBOL EN *Familia*

*C*uando las familias celebramos algún evento, encuentro ó reunión en alguna de nuestras casas familiares comunes, es impensable ¡es imposible! que uno de los hermanos decida de repente invitar o excluir a otro hermano de la reunión.

No puede hacerlo porque, además de ser una enorme falta de educación, no tiene potestad alguna para actuar así. ¡No puede arrogarse un rol que no tiene!

La casa es de todos. Todos los hermanos estamos en igualdad de condiciones, derechos y obligaciones para poder preservar la casa que simboliza la sagrada unidad familiar.

Ocurre exactamente lo mismo en cualquiera de las casas (países), que pertenecen a toda la Familia Hispana, por lo

que ningún hermano puede ni debe arrogarse la potestad de crear condiciones, problemas, muros ó zanjias entre nosotros. Tampoco puede decidir invitar o excluir a ningún hermano...

La casa común de La Hispanidad, pertenece a toda la Familia Hispana por igual.

La actual presidenta mejicana actúa puerilmente cuando juega a invitar, y rechazar a algunos miembros de nuestra Familia. Otro si sentido más de la citada funcionaria, ella lo hace desde su ignorancia mezclada con el resentimiento y carencia de amor. Sólo así se explica su paranoica obsesión de travestir la Historia para que no podamos conocer nuestra gloriosa identidad mexicana, personal y colectiva como nación.

Lamentablemente, es una víctima de su acreditada incapacidad en la gestión, por eso sigue abrazada a la inmoralidad, la constante manipulación, la mentira y el deshonor.

La funcionaria Sheinbaum no sabe nada sobre historia, y además su origen genético y cultural personal, es totalmente ajeno a la Familia Hispana.

Su apellido le delata, pero su falta de sensibilidad hacia nuestro mestizaje sagrado es la prueba más flagrante que deja en evidencia su total carencia de empatía y absoluta precariedad intelectual y moral.

El Rey de España visita Méjico con la misma naturaleza familiar que cualquier mexicano, -incluida la Presidente Sheinbaum)- visita España cuando quiere, y en cualquier momento, porque sabe que visita SU casa.

Ocurre lo mismo con cualquier inmigrante mexicano, o de otras naciones hispanoamericanas,

que se asienta en España para trabajar y vivir: todos estamos encantados con su presencia en la que es SU casa.

España es el abrazo. En España, ningún hispanoamericano es turista o es ajeno. Una presencia además enriquecedora y siempre emocionante ya que surge de momento en el que los hermanos se reúnen en alguna de sus casas.

Hay que recomendar a la presidente actual de México que se concentre en resolver los enormes problemas de la sociedad mexicana hoy secuestrada igual que la española por una mafia ajena a los intereses generales del pueblo.



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



// **N**o vean TV Azteca":
Claudia Sheinbaum,
Presidenta de
México (25 Mayo 2026).

“**C**uando el poder llama a sabotear un medio de comunicación por ser crítico, lo que busca es censurar.

Al @GobiernoMX le incomoda que en #TVAzteca sigamos señalando la corrupción, su complicidad con el narco y el mal gobierno que han llevado.

Pero que les quede claro: ¡no nos van a callar!

Seguiremos haciendo periodismo libre, crítico y para los mexicanos, no para el poder”:

TV Azteca (25 Mayo 2026).



IBERIA EN MONTERREY

La línea aérea española Iberia inaugurará el próximo 2 de junio una nueva ruta directa que conecta Madrid y Monterrey. Esta conexión fortalece el puente aéreo entre Europa y el norte de México, permitiendo a los viajeros llegar al país sin tener que hacer escala en la CDMX.

“Hay toda una inversión y todo un análisis atrás cuando se implica crecer una flota y apostar por una nueva ruta, creo que Monterrey es sin ninguna duda un ejemplo extraordinario del impacto financiero positivo que Iberia ha incluido en su plan estratégico de crecimiento en Latinoamérica”, afirmó Marina Colunga, directora comercial de LATAM y el Caribe de la compañía aérea española.

Iberia efectuará 3 vuelos semanales a la capital de Nuevo León, operados por aviones Airbus A330, que les permitirá conectar a los pasajeros con diversos destinos europeos, al tiempo que les permitirá conectarse desde Monterrey hacia otras 32 ciudades del interior de México en una sola reserva, gracias al acuerdo con la aerolínea Viva.

México es el mercado + grande e importante para Iberia en LATAM. Representa +15% de todo su tráfico de pasajeros en la región. Actualmente, cuenta con 3 vuelos diarios a México.



Marina Colunga, de Iberia.



Michelle Fridman, de Sria. Turismo de Jalisco, y Jorge Goytortúa, de CBX.

ALIANZA RUMBO AL

El Cross Border Xpress (CBX) y la Secretaría de Turismo de Jalisco anunciaron una alianza estratégica para fortalecer la conectividad y promover el turismo entre Jalisco y California, uno de los mercados más relevantes para el turismo mexicano en EEUU.

En el marco de la Copa Mundial de la FIFA 2026, esta alianza cobra especial relevancia, ya que Guadalajara será una de las sedes oficiales del torneo, y será sede principal de operaciones de la Selección de Colombia.

A través del Aeropuerto Internacional de Tijuana, operan cerca de 100 vuelos directos semanales hacia Guadalajara y 20 hacia Puerto Vallarta, movilizando anualmente cerca de un millón de pasajeros a Guadalajara y más de 250 mil pasajeros a Puerto Vallarta.

La alianza prevé campañas digitales junto con Viva y Volaris, publicidad dentro del puente CBX, contenidos turísticos, activaciones temáticas y elementos promocionales rumbo al Mundial de Fútbol.

LUJO & BIENESTAR

Se anuncia para este mes de junio la apertura de la lujosísima firma hotelera The St. Regis Costa Mujeres Resort como parte de la serie de incorporaciones clave del portafolio de Marriott en el Caribe y Latinoamérica (CALA) previstas para 2026.

Se trata de un hotel de ultra lujo de 5 estrellas diseñado por el despacho arquitectónico mexicano Sordo Madaleno, con 163 habitaciones y suites, todas con balcón o terraza, además del exclusivo servicio de mayordomo de la marca.



Anthony Capuano, de Marriott.

Al mismo tiempo, la propiedad contará con 84 residencias exclusivas, esto también para consolidar su presencia en segmentos de lujo, bienestar y “all-inclusive”.

En Jalisco, la cadena abrirá The Westin Playa Vallarta, an All-Inclusive Resort, un espacio en Marina Vallarta enfocado en el bienestar, que sumará 281 suites.



ROLANDI'S®
RESTAURANT BAR & PIZZERIA

COMPRAS TU

BOTELLA DE LOUIS LATOUR

Y RECIBES DE CORTESÍA

UN CARPACCIO DE CARNE

➤ *para compartir* ➤



VÁLIDO EN SUCURSAL COBA

HASTA AGOTAR EXISTENCIAS

NUEVO LEÓN se encuentra listo para dar la bienvenida a la Copa Mundial FIFA 2026, realizando importante inversión, esperando millonaria derrama económica y una promoción turística histórica, de acuerdo con **ALEJANDRA MORALES**, directora de la Corporación para el Desarrollo Turístico de Nuevo León (CODETUR).

ALEJANDRA
Morales

-Nuevo León en la Copa del Mundo...

El Estadio Monterrey (BBVA) será sede de 4 partidos oficiales de la Copa del Mundo: Suecia vs. Túnez (14 de junio); Japón vs. Túnez (20 de junio); Sudáfrica vs. República de Corea (24 de junio); y el último finalistas (29 de junio).

-¿Cuál fue la inversión asignada para la Copa de Fútbol del Mundo en NL?

Se han reasignado más de \$6,355 mdp del presupuesto estatal para proyectos específicos del Mundial. Asimismo, se acordó una inversión federal de 2 mil mdp para las líneas 4 y 6 del Metro, como parte de la preparación de las sedes mundialistas.

-¿En cuanto a la inversión privada?

Se estima que más de 83 empresas han invertido alrededor de 327 mdp en la estrategia local "Ponte Nuevo Ponte Mundial", campaña para transformar el Estado con más de 300 acciones de infraestructura, movilidad y seguridad que se han venido desarrollando previo a la Copa Mundial de la FIFA 2026.

-¿Cuántos tienen en total?

Tenemos 200 vuelos directos, sin escalas, ingresando nuevas rutas como París, Madrid, así como una oferta de 15,000 mil cuartos hoteleros, que se empezó a construir en la preparación rumbo al Mundial hace dos años.

-¿Hay otras ofertas de hospedaje para soportar la gran masa de turistas que esperan arriben?

Tenemos 5,000 Airbnb registrados, pero hay otros espacios de renta independientes sin registro en la Secretaría de Turismo.

-¿Qué tipo de eventos de alto impacto se efectúan en Nuevo León?

Tenemos eventos de alto impacto como el Tecate Pa'l Norte, uno de los festivales de música de diversos géneros y de arte más importantes de México y Latinoamérica,



celebrado anualmente desde 2012 en el Parque Fundidora de Monterrey. Además es considerado uno de los eventos con mayor derrama económica en la región, a menudo comparado en relevancia turística con la Fórmula 1 en Ciudad de México. Tenemos la capacidad para recibir a todos los visitantes que quieran ir a Nuevo León en temas de habitación y en temas turísticos.

-El Mundial para todos...

ESTAMOS ORGANIZANDO EL FANFEST EN NUEVO LEÓN, JUSTAMENTE EN EL PARQUE FUNDIDORA DE MONTERREY, PARA QUE NO SOLAMENTE SE PUEDA VIVIR LA EXPERIENCIA FUTBOLÍSTICA DENTRO DEL ESTADIO, QUE SÓLO PODRÁ ALBERGAR A 53 MIL PERSONAS. SE TRATA DE UN EVENTO OFICIAL DE LA FIFA, QUE NOS PERMITA COMPARTIR LA FIESTA MUNDIALISTA ENTRE LA GENTE LOCAL, EL CUAL TENDRÁ UNA DURACIÓN DE 20 DÍAS, DONDE SE ESTARÁN TRANSMITIENDO LOS PARTIDOS EN VIVO, Y DONDE HABRÁN CONCIERTOS AÚN POR DEFINIR.

-Actores involucrados...

Bernardo Bichara, presidente del Parque Fundidora, junto con el gobernador Samuel García, la Secretaría de Turismo y CONDETUR estamos trabajando de la mano para poder hacer un evento magno, donde la fiesta futbolera y mundialista se pueda sentir no sólo en un pedacito de Nuevo León, sino en la gran mayoría del Estado. Asimismo, cientos de personas que estarán apoyando en el Centro de voluntarios de FIFA.

-¿Qué productos turísticos ofertarán a los turistas?

Una gran industria es la restaurantera, en la que disponemos de una oferta de seis restaurantes con Estrella Michelin, además de toda la oferta gastronómica regional propia de nuestro estado, que se puede disfrutar en nuestros 5 pueblos mágicos.



-¿Cuáles son?

Santiago, el más cercano a Monterrey y el más visitado; Linares, Bustamante, General Terán y General Zaragoza, con gran riqueza natural, cultura y gastronómica. Estos destinos ofrecen desde cascadas y grutas hasta arquitectura colonial. En éstos tenemos muchos paseos de ecoturismo y turismo aventura.

-Promoción en EEUU...

El año pasado fuimos a Austin para poder hacer promoción y difusión de nuestro Estado y de la fiesta del mundial, aunque nuestra promoción está canalizada a los Estados vecinos.

-¿Qué derrama estima que va a generar para Nuevo León la Copa del Mundo?

Estamos haciendo un estudio aún, porque a penas supimos cuáles son los países participantes, aunque se esperan alrededor de 375,000 turistas internacionales durante la Copa Mundial FIFA 2026.

-La seguridad...

TENEMOS LA MEJOR POLICÍA DE MÉXICO, LA MEJOR FUERZA CIVIL, LA MEJOR RANKEADA EN EL PAÍS. TENEMOS UN ESTADO BLINDADO, CON MUCHA PARTICIPACIÓN SOCIAL Y CON ESTRATEGIAS ESPECÍFICAS. SE HAN HECHO GRANDES TRABAJOS, COMO EL NUEVO CUARTEL DE FUERZA CIVIL. CONTAMOS CON UNA MESA DE COORDINACIÓN DE SEGURIDAD CON TODOS LOS ALCALDES, DE LOS 51 MUNICIPIOS, CON EL SECRETARIO DE GOBIERNO, EL SECRETARIO DE SEGURIDAD Y POR SUPUESTO EL GOBERNADOR.

-¿Qué planes tiene CODETUR, tras el mundial?

Es un legado que se está trabajando junto de la mano de la FIFA. La verdad es que la derrama económica que este evento masivo generará, nos va a permitir poder hacer infraestructura turística, respaldada por las políticas turísticas impulsadas por la Secretaría de Turismo, creada en la actual administración.



LA CASTELLANA®

1936



2026

Hechos para tardes frescas Y pláticas largas



EVITA EL EXCESO | +18 | www.alcoholinformate.org.mx

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

VIVA AEROBUS está imparable. A partir de junio, estrena nuevas rutas internacionales y nacionales, y define estrategias para seguir siendo una aerolínea low cost ante las repercusiones en el coste del combustible por la guerra en Irán.

WALFRED

Castro

Dir. Comunicación
VIVA AEROBUS



-Walfred ¿cuáles son las nuevas rutas en puerta de Viva Aerobus?

En el marco de la 50 Edición del Tanguis Turístico de México, y teniendo a Colombia como país invitado, recordamos el inicio de 2 rutas que ya están por iniciar los próximos 4 y 5 de junio del año en curso, a las ciudades de Cartagena y Medellín desde el AIFA, de la Ciudad de México, el cual cuenta con el tren suburbano conectando directamente el centro de la Ciudad de México con la terminal aérea, en tan sólo 40 minutos.

-¿En qué repercute esta conectividad en sus operaciones?

Definitivamente era crucial en verdad para conectar este aeropuerto, donde VIVA Aerobus tiene una participación muy importante. Estamos hablando de casi 40 rutas las que hoy por hoy opera VIVA desde y hacia el AIFA.

-Al interior de México ¿tienen nuevas frecuencias?

Anunciamos la ruta directa Saltillo-Cancún, y en ese sentido, gracias a la entrada de VIVA Aerobus el aeropuerto coahuilense se está fortaleciendo ya como aeropuerto comercial, porque anteriormente sólo operaba como terminal privada. Ésta ruta inició desde el pasado 29 de marzo con 2 frecuencias semanales.

-Desde el AIFA ¿hay incremento en operaciones?

Ciertamente, hay nuevas rutas con las cuales VIVA AEROBUS operará por vez primera a 2 estados de la República Mexicana: Manzanillo en el estado de Colima, y Aguascalientes, la capital del mismo estado. Y en ese sentido estamos conectando exitosamente el país.

-En cielos extranjeros...

Actualmente tenemos un poco más de 190 rutas, tanto nacionales como internacionales. Volamos a EEUU, desde California, San Francisco, Las Vegas y Nueva York, así como a Chica-

go, Texas y Colorado. También volamos a Bogotá, Colombia, a Cuba, y tenemos desde Monterrey vuelos a Costa Rica.

-Walfred, ¿habrá repercusión en las tarifas con el tema de la guerra con Irán?

Definitivamente sí, es inevitable. El tema del combustible actualmente en la industria de la aviación está siendo muy retador, es un tema muy complicado.

VIVA AEROBUS no ha estado exenta de ajustes más allá de quizás subir una tarifa, tenemos ajustes de frecuencias en nuestra operación.

TENEMOS EL RETO DE SER MUY ESTRATÉGICOS PARA LOGRAR LA RENTABILIDAD QUE NECESITAMOS PARA SEGUIR SIENDO UNA AEROLÍNEA DE BAJO COSTO.

-Estos ajustes ¿tendrán un coste muy representativo en el precio de los tickets?

Fíjate que no. Estamos hablando de aproximadamente 10 dólares en el incremento de tarifa. Estamos definiendo estrategias para que no repercutan en el consumidor final.

OVEJA NEGRA se encuentra con **DARÍO FLOTA**, Secretario de Turismo de Yucatán, quien no sólo se suma a la defensa de Grupo Xcaret, sino también refuerza el valor de culturas milenarias en el ámbito turístico a través de la Feria Turística del Mundo Maya, a efectuarse del 2 al 5 de junio próximo en Mérida.

DARÍO

Flota

Srio. Turismo de Yucatán



-Darío ¿cuál es tu opinión con respecto de la resolución de la SCJN de prohibir la utilización, el aprovechamiento y reproducción de elementos culturales mayas a Grupo Xcaret, de acuerdo con la nueva Ley Federal de Protección del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afroamericanas publicada en el Diario Oficial de la Federación el 17 de enero de 2022?

Desde mi punto de vista el tema de Xcaret tiene muchas aristas. Creo que el trabajo -porque lo conozco de cerca-, que ha realizado esta empresa en el rescate, en el estudio de todo lo que ha sido la cultura maya, la indumentaria, las tradiciones, el propio nombre de Xcaret, la Travesía Sagrada Maya, el Festival de Vida y Muerte, entre otras acciones, es una gran aportación que no ha sido entendida por alguna gente y creo que es muy lamentable esta decisión porque llena de incertidumbre para todos quienes estamos tratando de promover y de rescatar el tema de esta gran cultura milenaria. Nos deja un ambiente de dudas de quién será verdaderamente el heredero legal de esa cultura o quién se la está apropiando.

-La cultura maya...

Yo creo que siendo una cultura tan grande, tan extendida en tantos países, en tantas regiones y que sobrevive el día de hoy, incluso su lengua, sus tradiciones, se debiera reconocer el esfuerzo que ha hecho esta empresa en el rescate, en el respeto y la conservación, pero no ha sido así.

-¿Cómo repercutirá este tema en Yucatán?

Ese es el tema de fondo. Sin embargo, se nos abre una ventana para explorar el tema. Yucatán será la sede después de 12 años de interrupción, de la Feria Turística del Mundo Maya, que se efectuará del 2 al 5 de junio, donde participarán 9 destinos de 5 países, Honduras, Salvador, Guatemala, Belice y los 5 estados de México que forman parte de esta organización Mundo Maya, que además se turna cada dos años y en esta ocasión a partir de enero la preside México, a través de nuestra secretaria de Turismo Josefina Rodríguez. Así que esta feria va a ser una gran oportunidad porque va a haber un panel entre ministros de turismo de estos 5 países donde podamos poner temas como este en la discusión.

-¿Qué pondrán sobre la mesa?

Creo que no es un tema sencillo, pero creo que vale perfectamente la pena hablar porque es muy lamentable que en nombre de “la protección de la cultura” cancelemos un evento cultural como ha sido la Travesía Sagrada Maya, así que ojalá esto pueda evolucionar y podamos permitir que quien se ha dedicado exitosamente a difundir la cultura maya, lo pueda seguir haciendo.

-¿Cuántos asistentes piensan?

Nosotros estamos garantizando poco más de 200 compradores que son agentes de viajes especializados.

-¿De qué partes del mundo?

De Estados Unidos, Canadá y algunos de Europa, además de nacionales por supuesto.

YUCATÁN & TURISMO

-El turismo en Yucatán...

Te puedo dar algunas cifras importantes sobre el crecimiento turístico del estado. En 2023 y 2024, Yucatán recibió 2.4 millones de visitantes. El año pasado fueron 2.67, casi 300 mil turistas más, que significó un crecimiento de 11%. En lo que respecta en el ámbito internacional tuvo un incremento de casi un 20%, porcentaje que ningún estado en el país logró en el mismo periodo.

MERCADOS EMISORES

-¿Cuáles son los principales mercados emisores de Yucatán?

El 60% es turismo nacional, después sigue EEUU y casi con el mismo número es toda Europa, particularmente por orden de emisión de turistas Inglaterra, Francia, Alemania, España e Italia.

-El mercado doméstico...

Algo interesante, es sobre el mercado nacional. El primer lugar de procedencia es de la CDMX, pero el segundo es de Quintana Roo, y no me refiero a los turistas que están de paso en el destino vecino, sino quintanarroenses que han decidido ya ocupar sus fines de semana, sus vacaciones en el Oriente de Yucatán (Valladolid, Río Lagartos, El Cuyo), eso es lo que nos está arrojando nuestro sistema de navegación. De tal forma que tenemos mucho interés en que la gente de Quintana Roo conozca lo que está pasando turísticamente en Yucatán.

el Espinosa
JEWELRY



¿Quieres tu dije del rebaño?

Venta: 998.235.1725

EL REY FELIPE ASISTIRÁ AL PARTIDO DE ESPAÑA CON URUGUAY EN

México



El Rey Felipe VI dijo “sí” a la invitación que le extendió desde el pasado 3 de febrero la presidenta mexicana Claudia Sheinbaum para asistir al encuentro entre España y Uruguay, que tendrá lugar en Guadalajara el próximo 26 de junio.

El Rey acompañará a los españoles en lo que será su tercera jornada futbolística dentro del Mundial de acuerdo con la Casa Real.

Desde La Zarzuela han informado que Felipe VI ya ha comunicado a la presidenta mexicana Claudia Sheinbaum la intención de acudir al encuentro deportivo, lo mismo que al presidente de la FIFA, Gianni Infantino, quien también invitó al Rey a acudir a alguno de los partidos.



Felipe VI asistirá al tercer partido de la selección española en el Mundial, que antes habrá enfrentado a Cabo Verde y a Arabia Saudí en el Estadio Atlanta en EEUU.

La Copa de Fútbol del Mundo, que tendrá lugar del 11 de junio al 19 de julio en Canadá, EEUU y México, de acuerdo con Sheinbaum “constituye una coyuntura propicia para evocar la profundidad y el carácter singular de los vínculos entre México y España, forjados por una hermandad histórica y sustentados en el legado compartido de la lengua, la cultura

y la memoria colectiva que está repleta de grandes muestras de solidaridad, empatía y una visión humanista entre nuestros pueblos”, explicó entonces La Zarzuela.



ALERTAN

Baja demanda hotelera

EN NY ENTORNO AL MUNDIAL

Un mes antes del inicio de la Copa del Mundo en el MetLife Stadium, solo 25% de las habitaciones de hoteles disponibles en la ciudad de Nueva York fueron reservadas para las 6 semanas de partidos.

Este dato contrasta con las proyecciones iniciales de la FIFA, que anticipaban una demanda inédita y un impacto económico superior a USD 3.000 millones para la región.

Expertos y responsables del sector turístico advierten que esta brecha podría traducirse en mayores costos para la ciudad y un saldo negativo en ingresos fiscales y actividad comercial, según informó THE CITY. El déficit presupuestario al que se enfrenta la ciudad ya asciende a USD 5,600 millones.

Entre los factores que explican la débil demanda hotelera figuran el aumento de precios tanto en entradas como en transporte. De acuerdo con THE CITY, una entrada para el primer encuentro, en las mejores ubicaciones, se vendía a USD 640 antes de conocerse los equipos participantes.

EN LAS ÚLTIMAS DOS SEMANAS, EL VALOR DE REVENTA PARA ESE PARTIDO —AHORA ENTRE BRASIL Y MARRUECOS— SE REDUJO UN 9%, SEGÚN TICKETDATA.COM, EMPRESA ESPECIALIZADA EN SEGUIMIENTO DE PRECIOS Y DEMANDA EN PLATAFORMAS DE BOLETOS DEPORTIVOS.

Además, el costo de traslado suma otra barrera: un boleto de tren desde Penn Station al MetLife Stadium cuesta USD 110 por persona, y no existen opciones de estacionamiento en el estadio.

La dispersión geográfica del torneo, que tendrá lugar de forma simultánea en Estados Unidos, México y Canadá, es señalada por Julie Coker, máxima responsable del turismo en Nueva York, como otro elemento que desincentiva la llegada de visitantes internacionales.

Coker comentó a THE CITY que el contexto internacional — especialmente el conflicto en Irán, que disparó las tarifas aéreas, y las restricciones de visados en los últimos años— mermó la demanda.

El impacto de la escasa ocupación ya se observa en las finanzas públicas de NY. Según Mark Levine, contralor municipal, incluso

si se alcanzara la previsión de 1.2 millones de visitantes estimada por FIFA, los ingresos adicionales por impuestos no superarían los USD 55 millones.

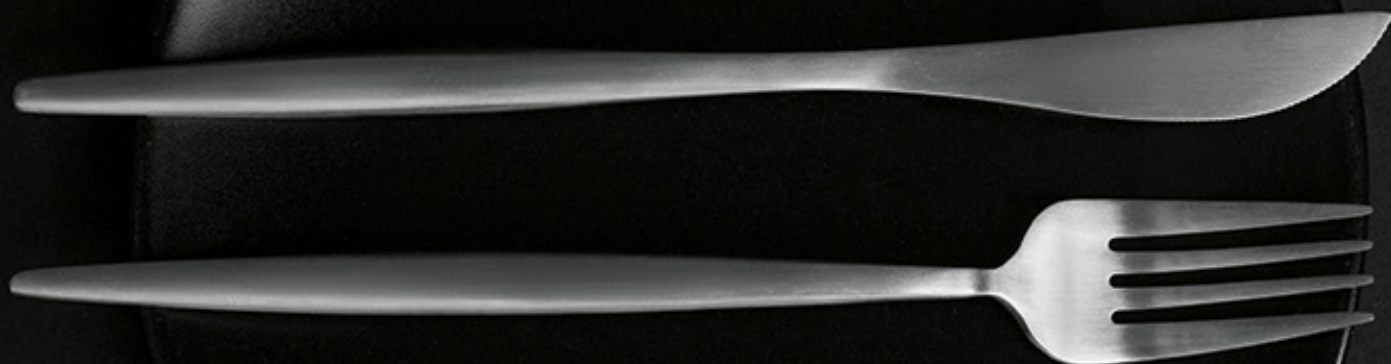
Al mismo tiempo, los gastos extraordinarios en seguridad, gestión de emergencias y apoyo a pequeños comercios podrían alcanzar USD 70 millones.

Esta diferencia negativa se agravaría si la asistencia real queda por debajo de lo proyectado, como sugieren el bajo nivel de reservas y la disminución de precios de reventa.

Frente a la baja demanda, la industria hotelera comenzó a ajustar precios. El Hilton Midtown, sobre la Sexta Avenida, ofrece hoy habitaciones a USD 490 la noche para la semana previa al debut del torneo, comparado con los USD 533 fijados hace un mes, aunque muchas habitaciones permanecen vacías.

Analistas como Zanzalari advirtieron a THE CITY sobre el supuesto efecto de marca de la Copa Mundial siempre fue exagerado en NY y Nueva Jersey, ciudades que ya cuentan con alta visibilidad internacional.





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.



EL *Guacamole*, LA BOTANA DEL MUNDIAL

¿A

quién no le gusta el guacamole? Esta salsa de aguacates maduros, machacados y mezclados con el picosito chile verde que puede ser serrano o jalapeño, no es sólo el clásico del Super Bowl, que de acuerdo con su última edición, los estadounidenses consumieron más de 127,000 toneladas de aguacate para su preparación.

EL GUACAMOLE es la botana ancestral de México desde hace más de 500 años (1200 d.C.). Su nombre proviene del náhuatl āhuacamōlli, que se traduce como "mole o salsa de aguacate". Fue creado por los aztecas, entonces preparado con sólo 2 ingredientes: aguacate y chile.

Fue con la Conquista que se le incorporaron los sabores del Viejo Mundo: cebolla, jitomate y limón (para evitar su oxidación).

EL GUACAMOLE es originario de Tlaxcala, Puebla, Morelos, Guanajuato y Zacatecas; se prepara en todo México y de acuerdo con la región se sazona con otros ingredientes como tomate, hojas de aguacate e incluso con insectos (chapulines) como en Oaxaca, con chicharrón delgado, ó estilo Aguascalientes con chiles en vinagre, cueritos de cerdo, queso Cotija y crema.

Esta botana clásica se sirve con totopos, se come con tortillas a manera de taco ó como guarnición de algunos platillos.

Su versión más exótica incluye cubos de mango Manila, jícama y un toque decorativo de granada, como documento en mi libro "Salsas Mexicanas", publicado por Larousse.

Hoy en día, el guacamole es uno de los aportes gastronómicos de México más famosos a nivel mundial. De acuerdo con el Taste Atlas se considera como el "segundo mejor platillo vegano del mundo"... Y obvio, será LA BOTANA OFICIAL DEL MUNDIAL entre propios y extraños ¡HABLANDO AL CHILE!



ESTRELLAS

Michelin!

QUINTONIL by Jorge Vallejo; y PUJOL, by Enrique Olvera, refrendan sus 2 ESTRELLAS MICHELIN.

Se pensaba que el tercer año le llevaría, al menos, al primero, a obtener 3 Estrellas, pero al parecer, la guía aún se mantiene cautelosa.



Los chefs con 2 Estrellas, Jorge Vallejo, de Quintonil; y Enrique Olvera, de Pujol.

Del segundo habría un temor, y no infundado, en virtud del cambio de concepto de PUJOL, que a la GUÍA MICHELIN le tuvo sin cuidado, como capítulo a parte, se pensó de LE CHIQUE, de JONATAN GÓMEZ LUNA TORRES tras su cambio de código postal al Hotel Xcaret Arte. Pero no, refrendó por tercer año consecutivo su Estrella en Q. Roo.

Y hablando de Q. Roo, HA' by CARLOS GAYTÁN; y Cocina de Autor by MIKEL ALONSO, BRUNO OTEIZA y NAHUM VELASCO, consiguen mantenerse en el cielo Michelin.

El Gobierno de JALISCO no tuvo reparo en apostar a la GUÍA MICHELÍN para incluir sus célebres propuestas a la constelación estelar de la más afamada y acreditada lista internacional. Como lo referí en este espacio en la edición anterior, mucho tuvo que ver MICHEL FRIDMAN,

secretaria de Turismo, quien ha confiado en la gastronomía como un gancho turístico, como extraordinariamente lo hizo en Yucatán en el mismo papel. Pero sobre todo en un momento histórico, al fungir como una de las 3, sedes de la Copa del Mundo en nuestro país.

Así que en Jalisco se inscribe ALCALDE, como era de esperarse, un veterano restaurante que lleva la firma del chef tapatío PACO RUANO ampliamente ovacionado por su menú degustación con una lectura contemporánea de la despensa mexicana, con especial atención a su terruño.

XOKOL, de los chefs y propietarios Óscar Segundo y Xrysw Ruelas Díaz, quienes proponen una inventiva en platillos de la cocina mexicana tradicional tan particular que impacta por sus combinaciones, siendo el maíz el que tiene especial protagonismo.



Los yucatecos arrasan.

Habría que hablar de otra sede del Mundial: Nuevo León, cuyas Estrellas Michelin las conserva PANGEA, del chef *Guillermo González Beristáin*, todo un referente en Monterrey y a nivel nacional gracias a su cocina mexicana de hábil factura adornada con notas asiáticas y francesas.

Irremediablemente también aparece KOLI, Cocina de Origen, de los hermanos Rivera Río (Rodrigo, Daniel y Patricio), quienes combinan sus talentos haciendo lo que mejor sabe hacer cada uno: chef, repostero y maître. La despensa y el recetario tradicional del Noreste son los grandes protagonistas de una cocina que combina creatividad, espíritu lúdico e intensidad.

De YUCATÁN lo consiguió Roberto Solís, y no una sino 2 Estrellas, cuyas ambiciosas propuestas ensalza la gastronomía yucateca y los productos de proximidad a través de una cocina audazmente creativa.



Estrenan Estrella: Luis Ronzón, de Chable, Yucatán; Paco Ruano, de Alcalde, Jalisco.

Nos referimos a sus espacios: HINIIK y LA BARRA DE HINIIK.

OTRO PREMIO MÁS EL MICHELIN SERVICE AWARD PARA SU JEFE DE SALA RODRIGO CALTENCO.

IXI'IM, situado en el interior del

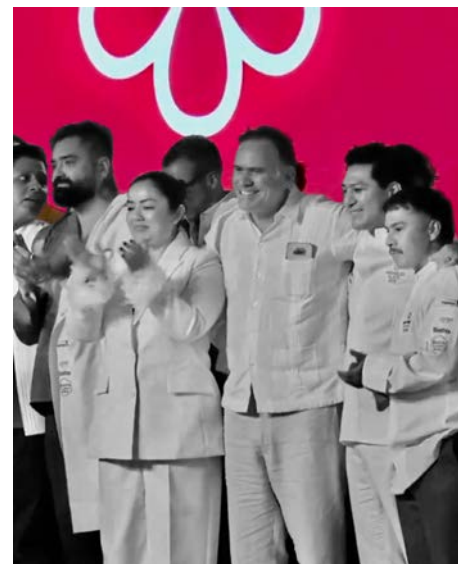
exuberante resort Chablé Yucatán, el cual lleva el chef ejecutivo LUIS RONZÓN, quien aporta una mirada global a los sabores y técnicas mayas ancestrales.

De extrañarse la ausencia en la lista de K'U'UK, de los

chefs PEDRO EVIA y EDUARDO RUKOS, un espacio de Alta cocina y centro de investigación gastronómica.

Pero el restaurante yucateco que se llevó los reflectores fue Pancho Maíz, que obtuvo un Bib Gourmand, y el Young Chef Award para su chef Xóchitl Valdés.

Así los premios... con muchas muchas ausencias y algunos que no del todo logran convencer ... ¡YUMMY YUMMY YUMMY!



Los yucatecos, ahí al centro Roberto Solís.

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

Chacmuntún No. 6, Sm 39, Mz. 7
Fraccionamiento Paraíso, c.p. 77507
Cancún, Quintana Roo, México.
Tel.: 998 849 2305 | 998 849 2306
admon@cea-empresarial.com
www.cea-empresarial.com

Sylvain Desbois,

NUEVO CHEF CORPORATIVO DE GRUPO BRISAS



Gruppo Brisas anuncia el nombramiento de Sylvain Desbois como nuevo Chef Corporativo reforzando así su compromiso con la excelencia gastronómica y la innovación culinaria dentro de sus propiedades en México.

Esta designación también representa la continuidad del importante legado gastronómico construido por el chef Guy Santoro, quien durante años se desempeñó como Chef Corporativo de Grupo Brisas y dejó una profunda huella en la identidad culinaria del grupo.

En su nuevo rol como Chef Corporativo de Grupo Brisas, Sylvain Desbois liderará la estrategia gastronómica de las distintas propiedades del grupo, impulsando experiencias culinarias memorables que fortalezcan el posicionamiento de la marca en el segmento de lujo y hospitalidad.

formado en la université de sainte-anne, escuela de turismo de francia, reafirmó su vocación por la alta cocina al colaborar con el reconocido chef bernard loiseau, galardonado con 3 estrellas michelin, en el emblemático restaurante la côte d'or. con más de 25 años de experiencia en el mundo gastronómico y hotelero, su trayectoria incluye importantes restaurantes y hoteles de prestigio en francia y méxico.

En nuestro país, el chef Desbois ha liderado cocinas de reconocidos hoteles de lujo como y desde hace nueve años, se desempeña como Chef Ejecutivo de NIZUC Resort & Spa, uno de los resorts de lujo más reconocidos del Caribe Mexicano.

Bajo su liderazgo, la propiedad fue distinguida como “Hotel Gastronómico del Año 2026” por la Guía México Gastronómico de Culinaria Mexicana, consolidando una propuesta culinaria basada en la excelencia, la creatividad y el servicio excepcional.

Su sello creativo también ha dado vida a nuevos proyectos gastronómicos dentro del grupo, como ÉCUME Design Cuisine, restaurante de Las Brisas Mérida, concepto inspirado en la herencia culinaria de Bretaña y los sabores de la Península de Yucatán.

Con este nuevo nombramiento del chef Desbois, Grupo Brisas reafirma su visión de ofrecer propuestas gastronómicas de clase mundial, donde la innovación, la autenticidad y la excelencia en el servicio son pilares fundamentales de la experiencia de sus huéspedes.





go beyond the blue

BACALAR, QUINTANA ROO

AMAINAH
BACALAR



Conoce más de nosotros en
amainah.mx

Carolina
Lake Front Hotel



Conoce más de nosotros en
hotelcarolina.website

MAGONI

SELECCIÓN 2026

La bodega mexicana Casa Magoni ha lanzado un Vino Tinto de Colección a propósito de la Copa de Fútbol del Mundo, con México como una de las 3 sedes.

"Este es un homenaje a un evento que quisimos ligar a la fecha 2026 con el evento futbolístico anterior de 1986, que coincidió con el lanzamiento de Nebbiolo mexicano, de Baja California. Quisi-

mos resumir en pocas palabras, México 86, Argentina y su copa, y el nacimiento de Nebbiolo de Baja en ese año. Y en el 26 que rueda la pelota y en el mismo 26 Nebbiolo de Baja va a ganar la Copa", dice textualmente CAMILO MAGONI, el mandamás de la bodega vinícola

MAGONI SELECCIÓN 2026 destaca por su carácter sofisticado y equilibrado, elaborado con una mezcla de uvas tintas seleccionadas.

VISTA

Color rojo rubí profundo con reflejos granate y brillante intensidad visual.

NARIZ

Aromas a frutos rojos maduros (ciruela, cereza negra), notas especiadas, vainilla y ligeros toques de madera tostada.

BOCA

Vino estructurado y balanceado, con taninos suaves, buena acidez y un final prolongado con notas frutales y especiadas.



LALO PALOMAQUE
Sommelier
La Castellana

“Indiscutiblemente **MAGONI SELECCIÓN 2026** es interesante para maridar con asados (carne roja, cortes a la parrilla), pastas con salsas intensas y quesos curados”.



JACKIE JIMÉNEZ
Sommelier

“**MAGONI SELECCIÓN 2026** armoniza perfectamente bien con platillos mexicanos especiados y postres ligeros a base de chocolate oscuro”.

\$796

VIVE EL MUNDIAL EN



ROLANDI'S[®]
RESTAURANT BAR & PIZZERIA

CON NUEVAS

Pastas y Promos

La innovación es parte fundamental en la filosofía del CHEF DANIELE MÜLLER, de ahí la integración de 3 nuevas pastas a su clásico menú de ROLANDI'S PIZZA CANCÚN.



“Decidimos incorporar nuevas pastas al menú de ROLANDI'S PIZZA CANCÚN ante 2 grandes eventos: la Copa del Mundo y la celebración del Día del Padre este mes de junio”, refiere Yemima Lorrabaquio, directora de Marketing y PR del grupo.



del Padre la promoción 2x1 en licores seleccionados”, detalla Lorrabaquio.

“Por otro lado estaremos anunciando atractivas promociones también para los graduados y sus acompañantes”, concluye la directiva.

Se trata de pastas hechas en casa: Farfalle con calabacitas y salsa azafrán; Spaghetti a la Puttanesca, Cabello de ángel fresco al tomate; y la especialidad a la leña. el Filete de pescado a la livornese.

“Transmitiremos los partidos de la Copa del Mundo, para lo cual lanzaremos la promoción de 2x1 en cerveza seleccionada, mientras que para el Día





ENCIENDE
TU ESENCIA

#serúnico



MANUEL LINSS,
primogénito
de la dinastía

Linss-De la Peña,
conduce los destinos
de Marina Albatros,
que bajo su gestión
ha definido el
segmento de lujo y la
internacionalización en
diversas islas del Caribe.



MANUEL

1955

-¿Cuándo descubriste que eras Oveja Negra?

Descubrí que era OVEJA NEGRA desde muy temprana edad. Para empezar me corrieron como de 4 o 5 escuelas desde chico. Luego me enviaron a un internado a Cork, en Irlanda, donde imagínate habían 4 ó 5 horas de luz al día, fue una experiencia dura pero positiva. Y bueno, luego empecé a trabajar con mi papá muy temprano, desde muy joven y chocábamos mucho.

Decía: “¿Por qué no eres un niño normal?”... Y entendí que yo era diferente...

-Manuel ¿cómo te describes en 3 adjetivos?

SOÑADOR, siempre me encanta pensar ¿qué pasaría si hago esto? ¿Dónde me gustaría estar? La segunda sería EXIGENTE, tanto conmigo mismo, como con mi equipo de trabajo. Y la tercera, sin duda, DIVERTIDO.

ALBATROS, LEVEN ANCLAS...

-El inicio...

Mi papá, MANUEL LINSS, tuvo la visión de poner el primer club de playa y el primer tour con catamarán a Isla Mujeres en 1999, y fue un gran riesgo porque no existía casi nada, sólo había un par de restaurantes.

Es una historia muy interesante. Mi abuelo, Diego de la Peña, trajo un trimarán que era de 1974. Mi papá se lo compró, le decían “La Gaviota” ¡se movía todo! Adquirió la segunda embarcación en 2001. Después de Wilma hicimos la reconstrucción del club de playa (2005-2006) y fue cuando hicimos una alianza con EEUU para empezar a traer catamaranes de la marca francesa Lagoon, y nos especializamos un poquito más al lujo y ya lo demás es historia.

EXPANSIÓN

-¿Cuántas embarcaciones tienen actualmente?

Aquí en Quintana Roo tenemos 32, en Los Cabos tenemos 3 y emprendimos un proyecto nuevo que se llama Albatros Caribe, con una embarcación en República Dominicana, una en Islas Vírgenes, próximamente una más en Costa Rica y hay una expansión a 4 islas diferentes que están por seleccionar la agencia.

-¿Cuántas personas trasladan anualmente?

Tenemos un promedio de entre 700 y 800 gentes diarias.

-¿Qué tipo de criterios?

Por ejemplo, antes nos cerraban el puerto con 30/35 nudos, ahorita si el capitán del puerto decide con 20 nudos nos cierran la operación y es el trabajo diario de toda la gente, por tal creo que se deben revisar y regular criterios.

DERECHOS DE ÁREAS NATURALES

-¿El aumento del 100% en derechos de áreas naturales protegidas les ha afectado?

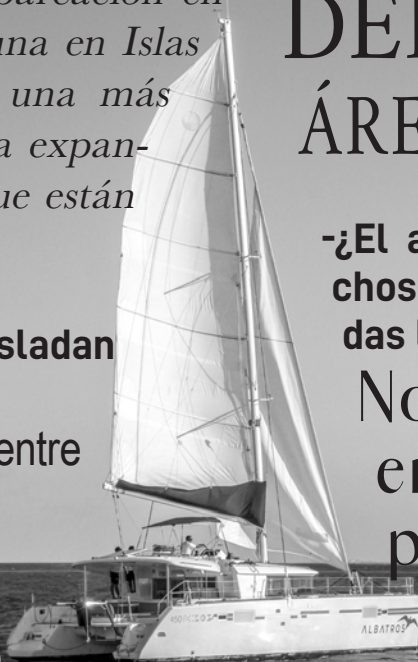
Nosotros como empresa tenemos permisos de turismo náutico y permisos

de parque marino, lo que nos permite utilizar las áreas naturales protegidas (Parque Marino Cancún e Isla Mujeres). Estamos totalmente regularizados, y no tenemos afectaciones

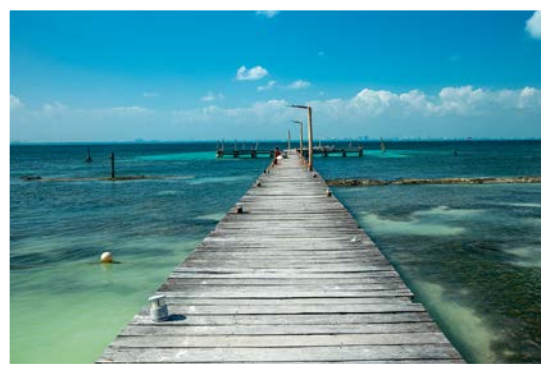
S
O
T
E
R
E
T
O
S

-¿Cuáles han sido los principales retos de la industria náutica?

Los climas y los cierres de puerto. En ese sentido, hay una nueva administración cuyos criterios para cerrar puerto están afectando mucho al sector náutico.



PORTADA



PIRATERÍA

-La piratería...

TE PLATICO, HACE 7 AÑOS ÉRAMOS DOS EMPRESAS FUERTES REGULADAS, CON PERMISOS TOTALMENTE BAJO LA LEY, SIN EMBARGO AHORITA ES MUY FÁCIL COMPRAR CUALQUIER EMBARCACIÓN Y SACAR TURISMO DE CUALQUIER MUELLE, LO QUE SÍ AFECTA Y MÁS QUE NADA ATENTA CONTRA LA SEGURIDAD DEL TURISTA.

OBSTÁCULOS

-Obstáculos...

Es un negocio complicado por el tema de mantenimiento, es un negocio de mucha inversión.

-Sargazo...

El sargazo es un problema en el destino, pero afortunadamente el sargazo no le pega a Isla Mujeres, que es nuestro destino final.

Y eso no sólo nos ayuda mucho en temporada del fenómeno natural, sino también al turismo que le permite disfrutar de playas libres de sargazo.

MEDIO AMBIENTE

-¿Cómo contribuye Albatros al medio ambiente?

USAMOS PRODUCTOS BIODEGRADABLES PARA LA LIMPIEZA DE LAS EMBARCACIONES; NO USAMOS PLÁSTICOS, CERO VASOS DESECHABLES, YA CADA TURISTA TIENE SU VASO. SOMOS ALIADOS DEL MAR, ES DE LO QUE VIVIMOS.



SEÑALIZACIÓN
NÁUTICA

-En el tema de señalización ¿cuál es tu opinión?

Por años ha sido una de las grandes problemáticas y la de muchas naves hundidas que provocan afectaciones.

Sin embargo, han habido importantes mejoras. Capitanía de Puerto está muy comprometido con el sector náutico, con todos los turistas y sí se ve un cambio en la señalización desde la entrada Isla Mujeres hasta la señalización en las noches; vemos cambios positivos en todo el trabajo que han realizado.

ESCALERA
NÁUTICA

-¿Qué posibilidades le ves a la creación de una escalera náutica?

Yo le veo mucho potencial, ya que en toda la costa del Caribe Mexicano hay marinas muy importantes como VNV, Hacienda del Mar, El Cid, Puerto Aventuras, y en verdad se puede ya lograr hasta Panamá, y yo creo que se debería de aprovechar mejor.

-¿Por qué crees que no se ha dado la construcción de la Escalera Náutica en el destino?

Definitivamente el destino Caribe Mexicano sí cuenta en ese sentido con infraestructura, sin embargo se requieren regulaciones aduanales y migratorias para impulsar la navegación a lo largo de las costas del destino. Por otro lado, no se ha logrado articular una red formal que conecte puntos estratégicos. Y evidentemente se necesita promocionar mucho más Quintana Roo como destino náutico, pero yo creo que vamos por buen camino en ese sentido.

PROMOCIÓN EN EL TINTERO

-Manuel, ¿cómo ves la actuación del gobierno federal y estatal con respecto de la promoción del estado?

La secretaria de Turismo federal, Josefina Rodríguez, está haciendo un gran trabajo. Tuve la oportunidad de estar en el Tianguis Turístico de México y se está hablando mucho de la Copa del Mundo, y yo creo que Q. Roo puede ser un muy buen hub. Y la Riviera Maya como estado sede de equipos como Portugal, con Ronaldo como líder, tendrá gran efecto en la promoción.

CONTRIBUCIÓN

-Manuel, ¿Cuál es la construcción del Grupo Albatros al destino en materia náutica?

PRIMERO QUE NADA NOS ENFOCAMOS A LA SEGURIDAD DE NUESTROS TURISTAS, DE TAL MANERA QUE CONTAMOS CON EMBARCACIONES TOTALMENTE EQUIPADAS, CON PERSONAL ALTAMENTE CALIFICADO, PARA DAR UN SERVICIO DE CLASE MUNDIAL PARA FORTALECER EL TURISMO NÁUTICO EN EL DESTINO.

-Manuel, ¿Qué se ha quedado en el tintero para hacer sólida la industria náutica?

Nos falta mucha infraestructura en muchos aspectos. Por ejemplo, nos falta un astillero con infraestructura especializada para la reparación y mantenimiento de barcos. El que existe en Isla Mujeres es insuficiente para la demanda en el destino, y el más próximo está en el Puerto de Progreso. Carecemos de marinas secas no sólo para poder tener vacaciones fuera del océano, sino para proteger las embarcaciones del desgaste provocado por el sol, el salitre y las incrustaciones marinas, que al mismo tiempo ayuda a reducir su mantenimiento y ahorrar costos de amarre. Nos falta un puerto de abrigo grande y con espacio seguro para fondear a fin de proteger a las embarcaciones de fenómenos meteorológicos adversos, como vientos fuertes, marejadas o tormentas. Hemos tenido ya algunos eventos que nos reclama ese tipo de infraestructura.



MANUEL AL DESNUDO

-Manuel, si fueras un barco, ¿Cuál serías?
SERÍA UN SUNREEF DE 80 PIES.

-¿Qué mar serías?
El Caribe Mexicano por supuesto.

-¿Cuál ha sido tu frustración?
No una frustración como tal, pero sí me hubiera gustado irme un año a recorrer el mundo, pero ahorita con esposa e hijo es muy complicado.

-¿Cuál ha sido tu mayor quiebre?
Bueno, sin duda la pérdida de mi padre y por supuesto el dolor familiar. Mi madre sola de un día a otro, pero también el compromiso y la responsa-

bilidad que teníamos con un equipo de colaboradores grande. Mi padre era el líder, era la credibilidad del negocio, la credibilidad de la gente. De un día a otro tuvimos que explicar a la gente que “the show must go on” y que confiaran en nosotros.

En ese momento era complicado porque yo tenía un hermano todavía en la universidad, no colaboraba en la empresa familiar; otro de mis hermanos vivía en CDMX, en otro negocio que tenemos allá. Entonces si fue un compromiso, una responsabilidad muy fuerte. Pero al final de todo hicimos un gran equipo con toda la

gente que estaba con nosotros y fue una historia de éxito.

-La influencia de tu padre en tu vida...

Fue un gran mentor mi padre. Su gran ejemplo y las ganas de hacer las cosas que siempre nos transmitió dieron resultados. Hoy somos hombres de familia, hombres de trabajo y estamos construyendo una historia de éxito.

-¿Te han trasquilado?

SÍ, SÍ, CLARO, MUCHAS VECES.

-¿Te gustaría trasquilar a alguien?

NUNCA.

-¿Qué palabra te tatuarías?

Aventurero.

-¿Cuál es tu grosería favorita?

Pendejo.

-¿Cómo vives tu sexualidad?

Muy bien, no hay quejas.

-¿Cuáles son tus placeres culposos?

A LO MEJOR EL TEQUILA Y LOS DULCES.

-¿Qué te gustaría dejar como legado?

Ser un ejemplo para mis hijos, inculcarles valores porque creo que es lo más importante en la familia, y alguna empresa sólida.

-Si fuera tu última cena, ¿Cuál sería?

NO UN MENÚ EN SÍ, SINO ESTAR CON MI FAMILIA MÁS QUE NADA.

-Si vieras a Dios por primera vez, ¿Qué le dirías?

GRACIAS POR TODO LO QUE ME HAS Y NOS HAS DADO.

-Manuel, ¿Qué te gustaría que dijera tu epitafio?

Fue un hombre sincero y leal.

-Y hoy te declaras OVEJA NEGRA por...

Por seguir tomando riesgos, por aventurarnos por hacer cosas diferentes que nadie hace. por estar aquí y seguir vivo...

TERE DE LA PEÑA es heredera de un legado al servicio de la excelencia turística. Ha conjugado armoniosamente su faceta empresarial con la maternidad, cuyo bastión ha sido su firme determinación y carácter para influir en la formación de sus 3 vástagos en el mundo de los negocios, con quienes ha logrado la incursión a la hotelería de lujo, de manera independiente a la herencia familiar.



TERE

De la Peña

IMPRESSION

BY SECRETS

ISLA MUJERES

-Tere, ¿Cuándo descubriste que eras OVEJA NEGRA?

Yo fui OVEJA NEGRA desde chiquita, y lo seguiré siendo ¡toda la vida!

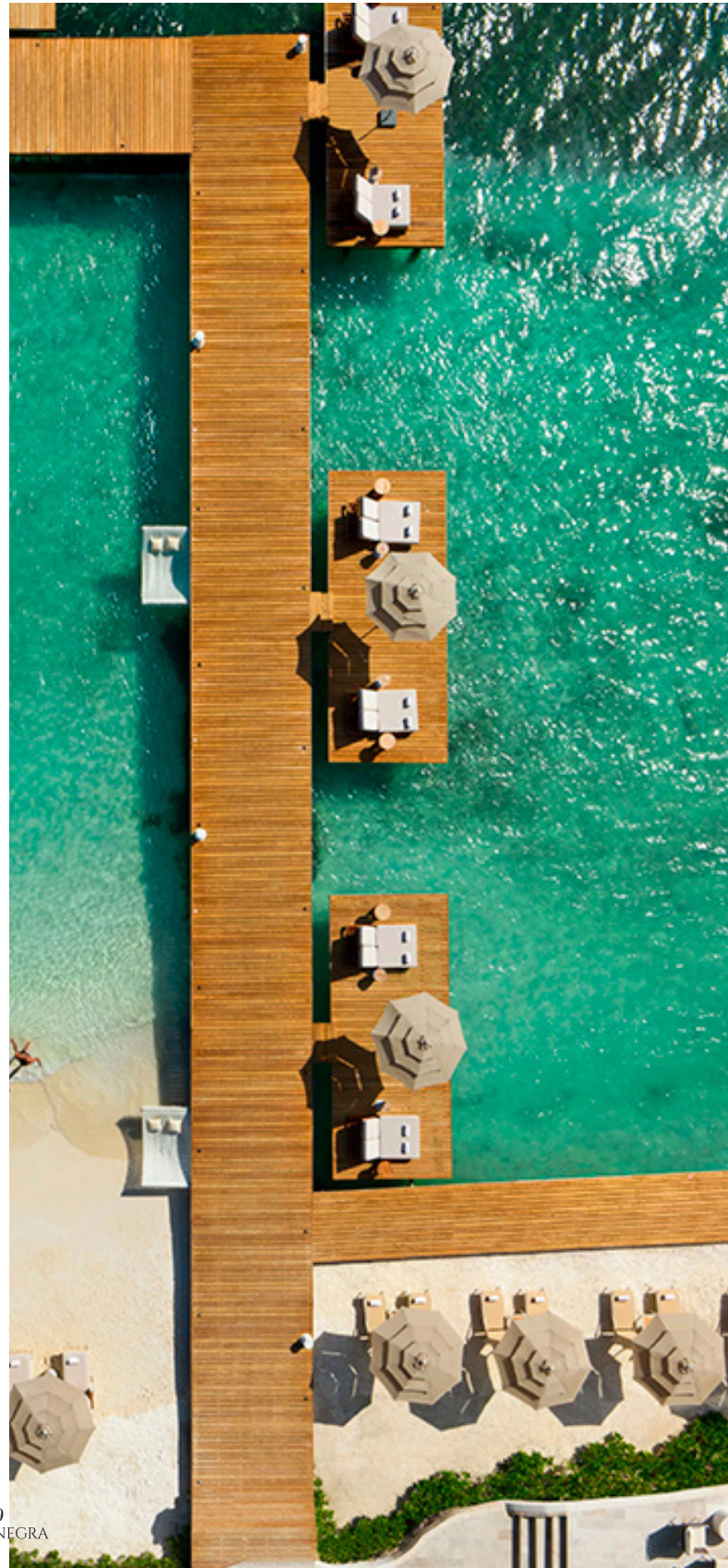
-Tere, ¿Cómo te describes con tres adjetivos?

SOY LEAL, HONESTA Y MUY RESPONSABLE.

-Ciertamente vienes de una dinastía turística muy fuerte. Pero ¿cómo se da tu incursión de manera autónoma del grupo hotelero familiar?

Como bien dices, vengo de una familia hotelera, de hecho mi padre Diego de la Peña fue el primer hotelero de Cancún, y aunque nunca estuve inmersa en la operación, desde que tenía 15 años veníamos a trabajar todos los veranos y aprendimos mucho del servicio.

Sin embargo, participar en la hotelería de manera autónoma a través de Impression Isla Mujeres ha sido para mí el mejor de los retos y yo creo que una de las acciones más gratas no sólo para mi vida, sino para la de mis 3 hijos.

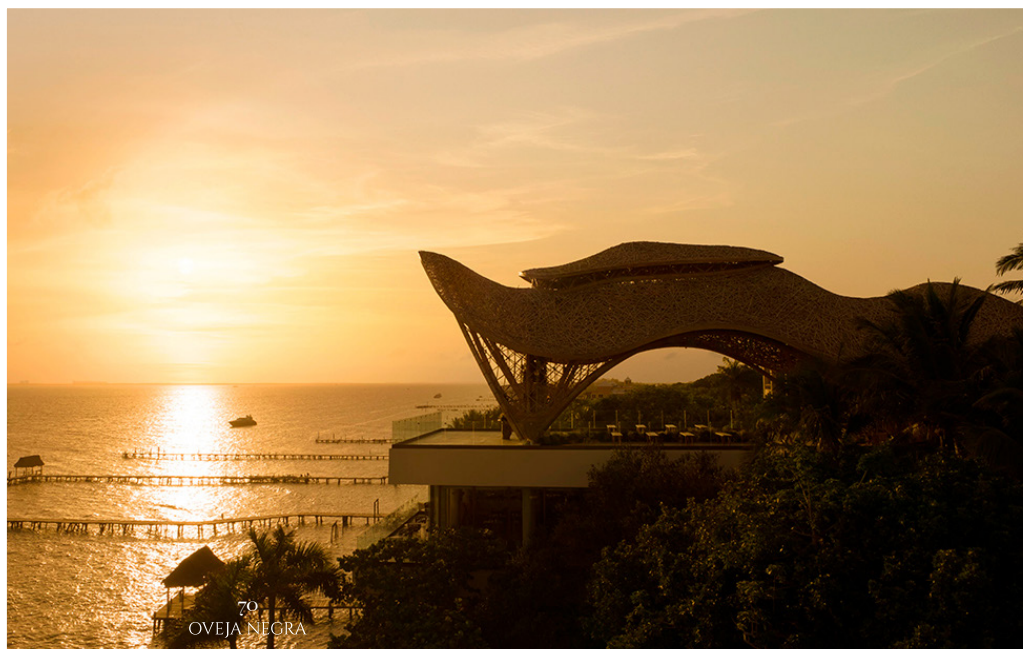


-La historia...

Curiosamente, esos terrenos siempre fueron de mi papá y yo le dije que nunca los vendiera. Ahí se construyó un hotel que era de mi familia, y estuvo abandonado casi 11 años. Se puso a la venta y supimos que Jorge Macari tenía interés en adquirirlo.

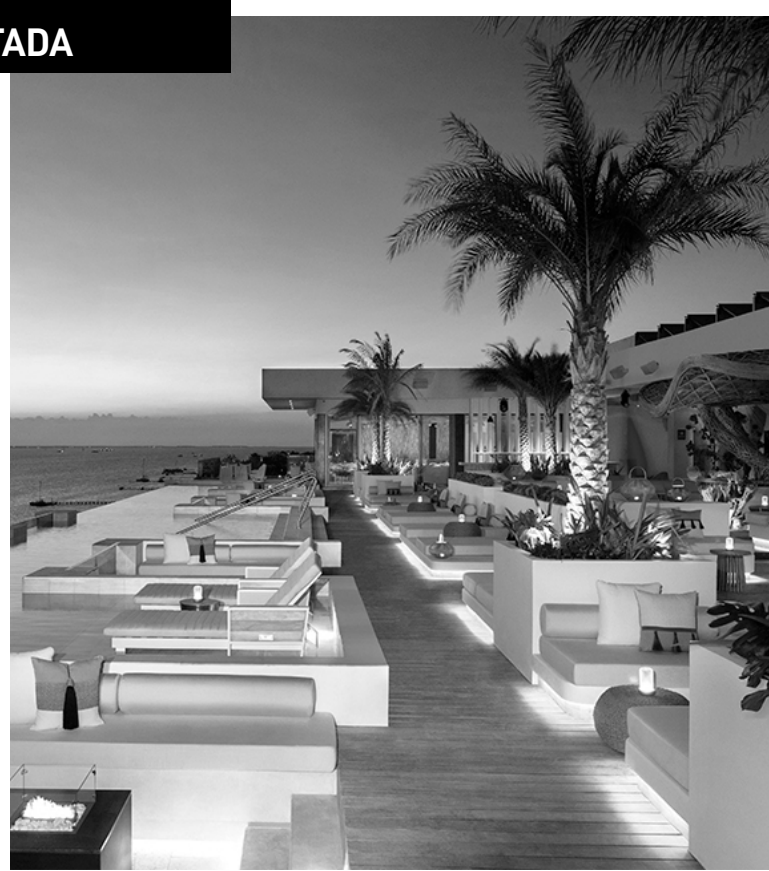
A mi hijo Bernardo, vecino suyo, le hizo el ofrecimiento de que si queríamos entrar en sociedad, y yo sin dudarlo dije que sí. Sabía que íbamos a tener

unos socios con mucha más experiencia que nosotros, que aunque estamos en el ámbito turístico, de servicio y de excelencia, nunca nos habíamos dedicado a la hotelería. Y ha sido una de las mejores experiencias de los 4, haber tenido que incursionar ya como hoteleros propios. Y te juro que para mis hijos Manuel, Juan Pablo y Bernardo tener de socios a Jorge Macari y a Alex Zozaya, ha sido como su mejor maestría. Han sido unos muy buenos mentores para los 3.



-¿Cuál ha sido la fórmula para hacer de Impression el lugar más Instagrammeable del mundo por 2 años consecutivos y haber obtenido ya los 5 Diamantes de la American Automobile Association?

Ha sido un trabajo conjunto, de socios, del arquitecto y por supuesto, de nuestro gerente Mourad Essafi, quien pone el empeño en todos los detalles. Y es que en poco tiempo de operaciones, obtener los 5 Diamantes significa no solamente ser un hotel que cumple con todos los estándares, sino que además también todo el personal ha cumplido con todos los estándares de calidad y de excelencia. Ha sido un gran reto compartido. Nuestro papel como dueños es apoyar las decisiones de Mourad y apoyar a todos los colaboradores que asigna.



CAPITAL HUMANO

-¿Cuántas fuentes de empleo genera Impression Isla Mujeres?

CONTAMOS CON ALREDEDOR DE 500 COLABORADORES QUE ATIENDEN A LOS HUÉSPEDES Y MANTIENEN EN PERFECTAS CONDICIONES LAS 120 HABITACIONES DE LA PROPIEDAD, Y UN DATO CURIOSO, LA GRAN MAYORÍA NO VIVE EN ISLA MUJERES, POR LO QUE LES PROPORCIONAMOS UN FERRY ESPECIAL PARA SU TRASLADO. LA VALÍA DEL CAPITAL HUMANO ES INVALUABLE.



ISLA MUJERES

-¿Cuál crees que ha sido la contribución de ustedes a Isla Mujeres?

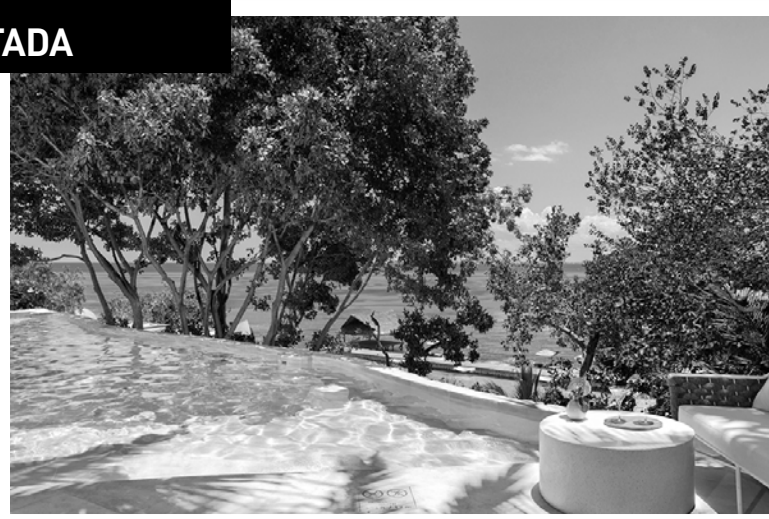
Creo que poner a Isla Mujeres en el top, top, top mundial en el segmento de lujo. Isla Mujeres es un destino naturalmente bello, pero tener un hotel con distinciones como los 5 Diamantes, -el primero y único- lo ha puesto en la mira después de ser, también y gracias a Dios, por dos años consecutivos, el hotel más instagrameable del mundo, lo que nos ha puesto en la vitrina internacional, incluso contra destinos como Las Maldivas u otros paradisíacos. La verdad es un gran honor tanto para el grupo, pero también por la proyección a la isla.

M E D I O A M B I E N T E

-¿Cómo convive con el medio ambiente?

EN ESTE HOTEL, COMO TE DECÍA, DESPUÉS DE LOS 11 AÑOS QUE ESTUVO PARADO, SOLAMENTE SE CAYÓ UNA SOLA PALMERA. DESDE SU CONSTRUCCIÓN SE RESPETÓ COMPLETAMENTE SU VEGETACIÓN, SU VIDA SALVAJE, QUE SI TÚ TE FIJAS, TIENE RAÍCES DE HACE 20 AÑOS, Y ESO LO HACE TODAVÍA MÁS HERMOSO.

Tenemos políticas estrictas de conservación, y lo más importante, somos sede de la FUNDACIÓN SAVING OUR SHARKS, organización que brinda apoyo técnico para la regulación de la pesca del tiburón toro. Desde 2016, colabora con pescadores de Isla Mujeres en el monitoreo, la vigilancia y el desarrollo de alternativas de producción sostenibles. Esta alianza ha permitido reducir en 801 toneladas el uso de artes de pesca dirigidas a tiburones, contribuyendo así a la recuperación de las poblaciones de tiburones en la región. Y eso también es un gran legado a Isla Mujeres.



EXPANSIÓN

-¿Tienen intención de seguir una expansión dentro de la hotelería?

¡Claro! La hotelería es un vicio, sin embargo no la proyectamos en un corto plazo, pero definitivamente sí, llevamos la hotelería en la sangre, y estamos seguros que vamos a hacer algo impresionante nuevamente.

-¿En México tienen pensada la expansión?

SEGURO QUE EN MÉXICO.

-Como pioneros, ¿Qué crees que le deban al Caribe mexicano?

Le debemos respeto, le debemos cuidado y le debemos todo lo que tenemos. Sin este mar, sin esta belleza, la gente no hubiera venido, ni vendría. Debemos todos cuidar este destino que es lo que nos ha hecho grandes.

-Y tú ¿qué crees que el destino les deba?

Si bien es cierto que creo que no nos debe nada, sino a la inversa, hay un tema que no debe pasar de largo, y eso es la seguridad definitivamente.

Y todas estas malas noticias que se han suscitado en México a raíz de la detención del Mencho, por supuesto que sí han impactado fuertemente la afluencia de turistas al destino.

Tristemente México está en un punto de inflexión que para que se revierta todas estas cosas, pues nos va a costar un buen rato.

-Como empresaria turística, ¿Qué deberías confesar?

Debo confesar que estoy muy orgullosa de estar en México, de vivir en el Caribe mexicano, el destino más importante de México.

Y debo también confesar que sí, que hay que hacer todo por cuidarlo y que hay que exigir que haya seguridad.





TERE DE LA PEÑA AL DESNUDO

-¿Qué te significó la pandemia?

Un aprendizaje total. Para mí significó un tiempo de reflexión, de la recuperación de nuestras bellezas naturales, al mismo tiempo mucha tristeza de la gente que tuvo pérdidas humanas, pérdidas de ingresos y eso me partía el alma. Pero también me significó una fiesta por el tiempo en convivencia familiar.

-Si hubiera una película que describiera tu vida,

¿Cuál sería?
“The Notebook”, me fascina.

-¿Qué canción desnuda tu alma?

“Por debajo de la mesa”.

-¿Te han trasquilado?

Sí, muchas muchas veces.

-¿Te gustaría trasquilar a alguien?

Jamás en la vida.

-¿Que no falta nunca en tu maleta?

Mi pasaporte y una tarjeta de crédito.

-Si fueras un destino, ¿cuál serías?

¡Cancún,
por supuesto!

-¿Cuál crees que ha sido tu mayor atrevimiento?

**ME HE ATREVIDO
TANTAS VECES A
TANTAS COSAS,
PERO SIN DUDA,
INVERTIR EN
¡IMPRESSION!**

-¿Tu mayor fracaso?

He fracasado muchas veces, pero los fracasos me han enseñado muchas cosas.

-¿A quién le pondrías el nombre de una calle o avenida?

**Yo le pondría a
una calle el nom-
bre de Diego de
la Peña García.**

-¿Qué te has jurado jamás volver a hacer?

Nada. Yo volvería a hacer todo igualito. Y si me vuelvo a equivocar, bienvenidas las nuevas experiencias.

-¿Cuáles son tus placeres culposos?
Pues mira, Beber vino, y buen vino.

-¿Cómo vives tu sexualidad?

Maravillosamente bien.

-Si fuera tu última cena, ¿cuál sería?

Definitivamente sería en Isla Mujeres con mis hijos, comiendo un buen pescado, una buena langosta y un buen vino.

-Si vieras a Dios por primera vez, ¿qué le dirías?

Gracias, gracias, gracias infinitas.

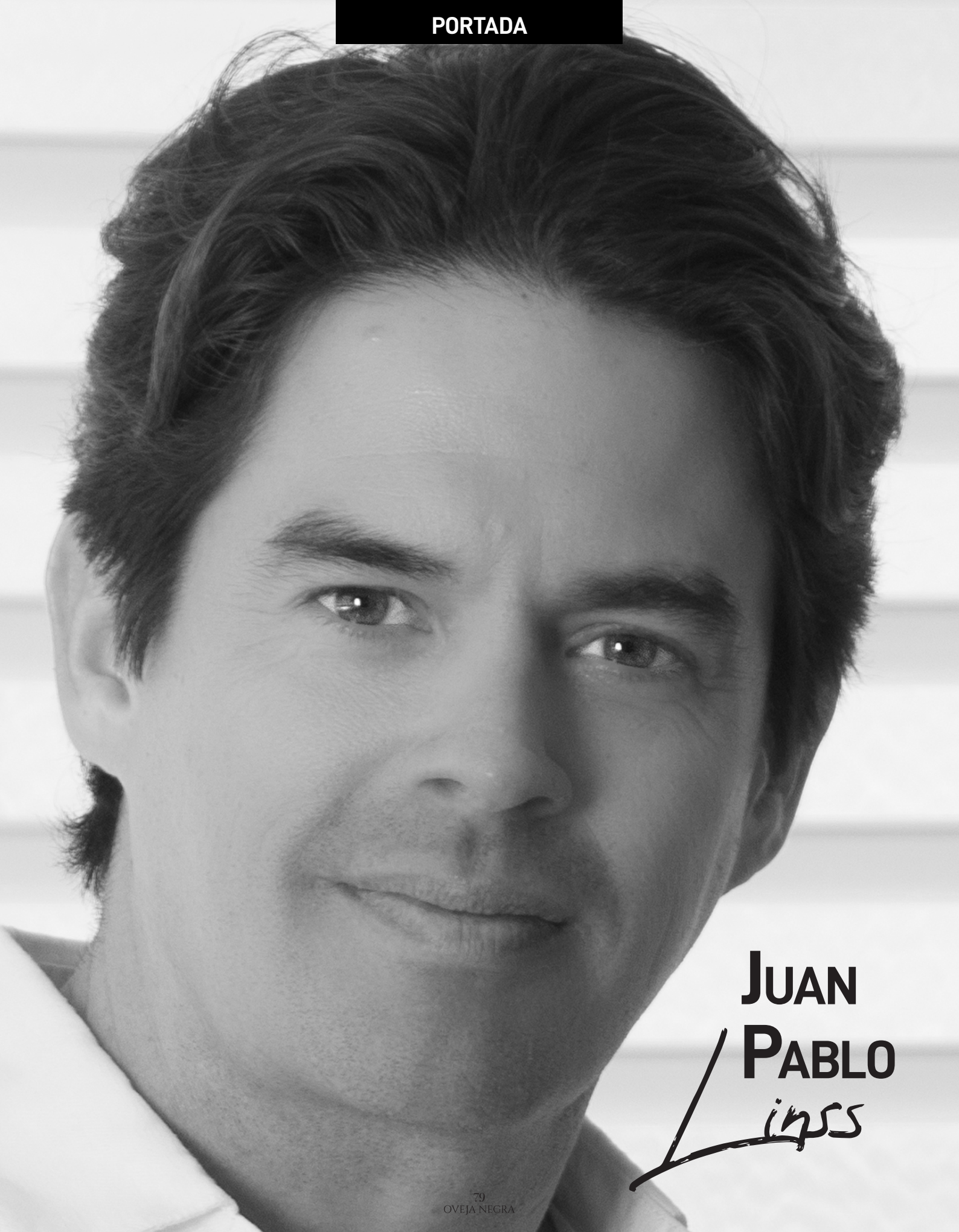
-¿Qué te gustaría dejar como legado?

Definitivamente los valores en mis hijos para trascender en sus familias.+

-Y hoy te declaras OVEJA NEGRA por.

Porque lo he sido desde los 3 años y seguiré siendo hasta que me muera....

JUAN PABLO LINSS
lleva el turismo y la
gastronomía en su
sangre, de ahí que
su dinastía le confíe
la unidad de negocios
restaurantera, que ha
venido forjando a prueba
y ensayo hasta lograr una
sólida estructura con
un portafolio de marcas
ya reconocidas y en
constante evolución.



**JUAN
PABLO**

Linss

Juan Pablo, ¿Cuándo descubriste que eras OVEJA NEGRA?

Yo creo que siempre he sido alguien bastante inquieto. Desde los 15 años, comencé a trabajar, a emprender. Empecé vendiendo bronceadores, luego tuve una lancha de turismo. Después cuando estudiaba en Monterrey, tuve un negocio para traer turistas a Cancún, con el cual creo que ¡trajimos sólo ¡5! También un negocio de fotos. Siempre me ha gustado estar emprendiendo cosas nuevas, y eso ha marcado mi diferencia...

-Juan Pablo, ¿Cómo te escribes con tres adjetivos?

Familiar, divertido y responsable.

-¿Cómo es que incursionas dentro de la industria restaurantera?

Empecé trabajando en transporte y logística con mi papá en CDMX, realmente fue mi primer trabajo. Y de ahí, de la noche a la mañana se nos vino la oportunidad de abrir una taquería, El Gran Pastor, ¡tronó como ejote! Fue el primer restaurante. Tenía cerca de 24 años.

-¿Cuál fue tu aprendizaje?

La verdad aprendí bastante. Sin embargo, la importancia de este primer intento, fue el darme cuenta que me encantaban los restaurantes, aunque era algo que nunca había hecho, pero dije: “algún día lo voy a volver a hacer, y lo voy a hacer de otra y una mejor manera”.

MAR-BELLA

él creó
arriba de
su coope-

-El nacimiento del grupo restaurantero...

Bueno, en la familia siempre hemos tenido el tema gastronómico y el tema de turismo en la sangre por generaciones. Para entonces contábamos con clubes de playa en Isla Mujeres y teníamos que hacer una importante remodelación en el beach club principal. Siendo fanáticos de la Isla también en lo personal, siempre parábamos en Villa Rolandi, el cual nos encantaba, pero decíamos ¿A dónde más podemos ir? Pensábamos en un lugar con música, un lugar más divertido.

Y fue así que cosas del destino se conjugaron mi pasión por cocinar, que me llevó a comprar pescados y mariscos a Marbella con mi gran amigo -y actual socio- Adrián, con quien vimos qué podíamos hacer juntos y ahí salió la idea de hacer Marbella en Isla Mujeres.

-El proceso...

Nosotros realmente queríamos hacer al principio un pequeño restaurante, una cevichería, para ir en familia, nunca pensábamos que iba hacer algo grande. Al juntarnos con Adrián creamos Marbella Isla, del concepto Marbella de Puerto Juárez, que



rativa. A la locación le sumamos una idea mucho más de fiesta, de clubes de playa.

-¿Cuál fue el siguiente paso ya para hacerse de un grupo ya restaurantero?

ESTAMOS EMPEZANDO Y SABEMOS QUE HAY MUCHO CAMINO QUE RECORRER TODAVÍA, SIN EMBARGO CADA VEZ NOS METEMOS MÁS AL TEMA RESTAURANTERO, DE TAL MANERA QUE

EMPEZAMOS A

CRECER IGUAL

LA MARCA

MARBELLA,

PERO HACIA

PUERTO MORE-

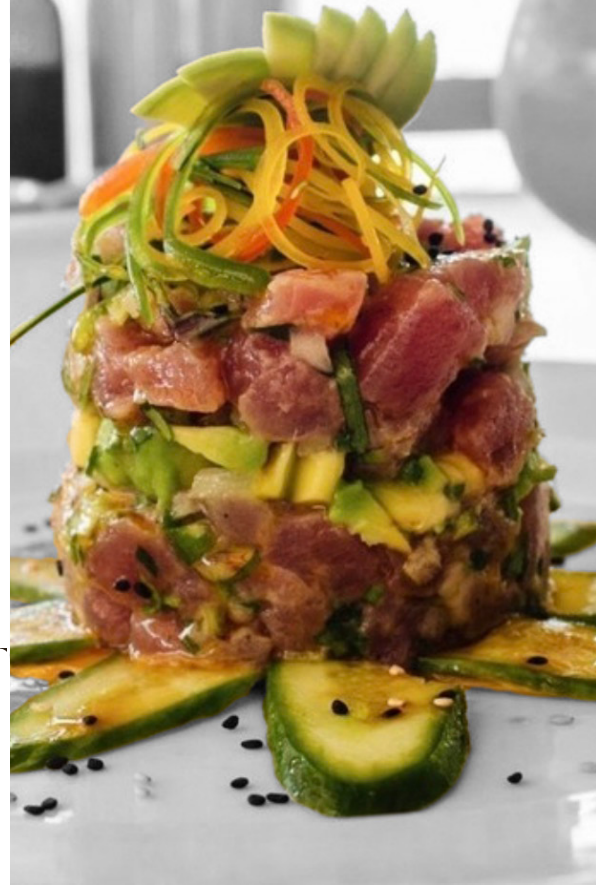
LOS, CON UNA OFER-

TA DE PESCADOS Y

MARISCOS FRESCOS,

DE GRAN CALIDAD.

PORTADA



KRUDO

-Krudo....

Luego vino la idea de hacer Krudo Raw Bar & Grill, con mi amigo y socio Dani Arroyo, en la parte lagunar de Zona Hotelera, cuya propuesta está fundamentada en marisco fresco, pero también hay cortes de carne de alta calidad. De igual manera nos especializamos en la cerveza artesanal Cancún con 8 estilos, además de diferente etiquetas de destilados y una cava extensa de vinos.



S P E Z I A



-Restaurante en hotelería...

UNO DE NUESTROS MÁS AMBICIOSOS PROYECTOS SIN DUDA HA SIDO SPEZIA CUCINE, DENTRO DEL HOTEL IMPRESSION ISLA MUJERES. ES COCINA MEDITERRÁNEA E ITALIANA DE AUTOR, QUE TAMBIÉN PERFILAMOS PARA LA GENTE DE CANCÚN E ISLA. CREO QUE EL CONCEPTO PEGA MUY BIEN CON LA ARQUITECTURA DEL LUGAR Y SIN DUDA TIENE MUCHOS ATRACTIVOS ADEMÁS DE SU GASTRONOMÍA:

LA MEJOR VISTA DEL MAR CARIBE Y SE VEN LOS MÁS IMPRESIONANTES ATARDECERES.



C O S T A S

-La nueva apuesta...

La nueva apuesta se llama Costas, Sabor a Mar, en la Marina Hacienda del Mar en Puerto Juárez, y estamos muy contentos con el resultado. Siempre le vimos mucho potencial a ese lugar, no sólo porque está a la orilla de la playa, como muy pocos, sino porque teníamos la idea de hacer algo casual, divertido y familiar. Y creo que lo logramos. Tenemos espacio para los adultos, y una playa súper segura con amenities para niños.



-La propuesta gastronómica de Costas...

El tema gastronómico lo conceptualizamos a partir de las costas de México, de ahí viene la idea del nombre. A nuestro chef lo mandamos a Mazatlán, a Culiacán, a Ensenada, y a algunos lugares representativos de la CDMX para que conociera productos, absorbiera varias ideas que nosotros veníamos

per-
siguien-
para hacerlas
las adecuar correc-
Costas. Y es que definitivamente
en el tema restaurantero, sigo
la carrera de toda la gente que
admiro y es de ir viendo cómo
viene la tenden-
que te va pe-
ahí va-
do
y poder-
tamente a
Costas. Y es que definitivamente
en el tema restaurantero, sigo
la carrera de toda la gente que
admiro y es de ir viendo cómo
viene la tenden-
cia, qué es lo
gando y
mos.

-Actualmente ¿cuántos cubiertos tienes con toda la oferta del grupo?

CERCA DE 800.

EXPANSIÓN -Juan Pablo, ¿Tienes planes de expansión en el tema restaurantero?
Sí, la verdad sí tenemos ahorita un par de nuevos proyectos que queremos hacer el próximo año. No tenemos mucha prisa, la verdad realmente nos gusta hacer las cosas cuando las sentimos sin buscar a ver cuál es el nuevo nada más por crecer. Hemos sido bastante cautelosos, pero tratando que cada vez que abramos algo sea lo que estamos buscando, y aún así hemos tenido tropiezos, como con la apertura de un restaurante en Tulum.

-¿En qué lapso proyectas la expansión?

LA EXPANSIÓN DE DOS NUEVOS CONCEPTOS LA QUEREMOS CONCENTRAR EN QUINTANA ROO, TAL VEZ TRAEMOS UNA OFERTA PARA HACER ALGO INTERESANTE EN LOS CABOS, PERO NO EN LO INMEDIATO.

QUINTANA ROO

-Quintana Roo...

CREEMOS MUCHO EN EL DESTINO, CREEMOS QUE ES UN DESTINO MUY RESILIENTE, MUY COMPLETO Y QUE TIENE MUCHO TODAVÍA QUE DAR. QUEREMOS MUCHO AL CARIBE MEXICANO.

RETOS

-¿Cuáles son los retos que has enfrentado dentro de la industria restaurantera?

La verdad en Cancún hay muy buena competencia, y si algo tenemos aquí es gente muy profesional que ha hecho las cosas muy muy bien y muy admirable, por lo mismo competir en sí es todo un reto. No estás en un lugar donde “el tuerto es rey”. En el destino, tienes que pensar muy bien el lugar dónde vas a abrir, el concepto, la calidad de productos, el servicio, pero al final creo que eso te ayuda a crecer.

SERVICIO

-El servicio...

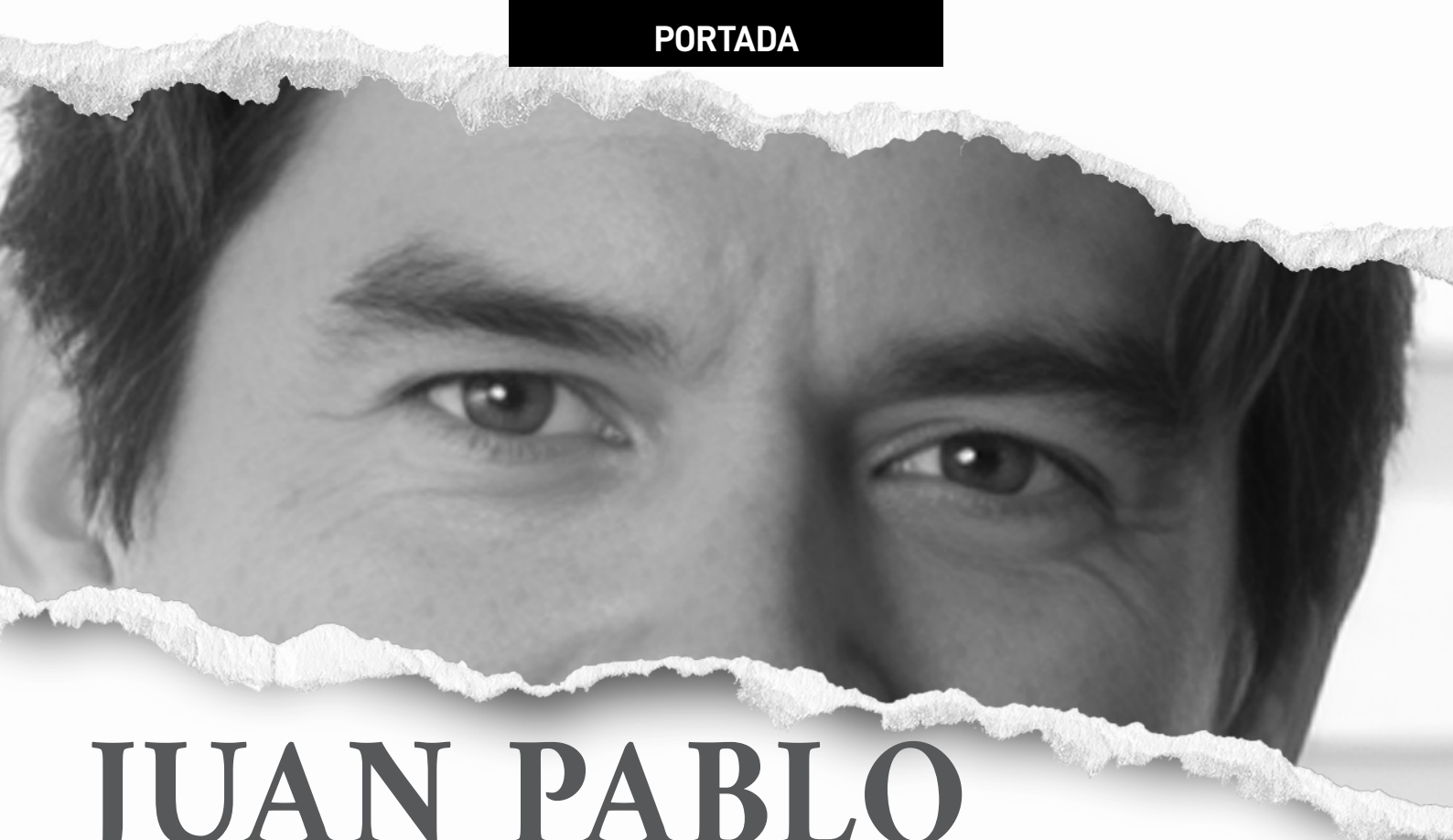
La verdad vivimos en un destino que ya tiene el turismo en la sangre, entonces el servicio es muy bueno y es mucho más fácil encontrar el talento que en otros lados.

Obviamente hay ciudades muy importantes como Ciudad de México, Monterrey, que la gente que trabaja en la industria es muy buena y muy profesional, pero yo creo que aquí tenemos esa ventaja, gente que ya viene de trabajar en otros lugares donde tiene muy buena experiencia.

OBSTÁCULOS

-Los principales obstáculos...

La verdad no me quiero aventar con el tema político. Que si los impuestos, la basura... Realmente es complejo, pero estamos construyendo esa unidad de negocio sólidamente y ahí vamos.



JUAN PABLO AL DESNUDO

-¿Te han trasquilado?

CREO QUE LA VIDA DA Y LA VIDA QUITA MUCHAS VECES, Y SÍ ME HAN QUITADO.

-¿Te gustaría trasquilar a alguien?

Nunca en la vida.

-¿Qué palabra te tatuarías?

Perseverante.

-¿Cuál es tu grosería favorita?

¡Piiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiii! Jajaja

-Si fueras un platillo, ¿cuál serías?

Un pescado a la parrilla.

-¿Qué sabor te gustaría que tuvieran tus besos?

¡No a pescado! Jajajaja

-Si fuera tu última cena, ¿cuál sería?

Con mis seres queridos, y el menú sería mi pescado a la parrilla.

-Si vieras por vez primera Dios, ¿qué le dirías?

¡GRACIAS!

-Y hoy te declaras OVEJA NEGRA por...

Porque sigo y seguiré en constante cambio en todos los ámbitos de mi vida...

DEVELOPMENT • INNOVATION • STRATEGY • MARKETING



lemmus®

KNOW HOW = SUCCESS



ESCANÉAME

IN REAL ESTATE WE MAKE THINGS HAPPEN

Whatsapp

+52 1 998 845 0626

Web

lemmus.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.

OVEJA NEGRA

Celebra su 7 Aniversario con
un recuento anual de sus
PERSONAJES de PORTADA.

NOS CUENTAN
SUS HISTORIAS,
ALZANDO SU VOZ
PARA MANI-
FESTARSE, PARA ACEPTARSE
& PRIVILEGIAR SU CONDICIÓN.



Han aprendido a tomar riesgos, a esquivar
las piedras y a salirse de los
convencionalismos
y complacencias aunque los señalen.

Y lo gritan públicamente:

#SOY ¡OVEJA NEGRA!

OVEJA NEGRA

MAY / JUN 2025 / N° 72

SÉ DIFERENTE



LOLITA LÓPEZ LIRA

**"HE DEMOSTRADO SER
OVEJA NEGRA ANTE LA ENFERMEDAD,
ANTE EL AMOR 'A LA ITALIANA'.
ANTE MI FAMILIA Y ANTE LOS NEGOCIOS".**

OVEJA NEGRA

JUL 2025 / N° 73

SÉ DIFERENTE



BEATRIZ TINAJERO

CEO DE HOTELES BF

"SOY OVEJA NEGRA POR DECIRLE A COZUMEL QUE EL MODELO QUE HA SEGUIDO HASTA AHORA NO ES EXITOSO. QUE TENEMOS QUE CAMBIAR EL SIGNIFICADO DE ÉXITO Y QUE EL ÉXITO DE NUESTRO DESTINO ESTÁ EN NUESTRA CAPACIDAD DE MANTENER ESE ARRECIFE VIVO".

OVEJA NEGRA

AGOSTO 2025 / N° 74

SÉ DIFERENTE

ENRIQUE CRUZ CEO ONSITE CARIBBEAN

**"SOY OVEJA NEGRA POR MI MENTALIDAD
DISRUPTIVA SIEMPRE ¡AL 100!"**

OVEJA NEGRA

SEPTIEMBRE 2025 / N° 75

SÉ DIFERENTE



ANTONIO COSÍO CEO GRUPO BRISAS

"SOY OVEJA NEGRA PORQUE NO QUIERO SER UNO MÁS DE LA MANADA, PORQUE ME RECONOZCO Y ME GUSTA SER DIFERENTE, AHORA SÍ QUE EL FRIJOL NEGRO EN EL ARROZ"...

OVEJA NEGRA

OCTUBRE 2025 / Nº 76

SÉ DIFERENTE



DAVID COLLADO

MINISTRO DE TURISMO REPÚBLICA DOMINICANA

"SOY OVEJA NEGRA POR TRATAR DE HACER LAS COSAS DIFERENTES,
DE MANERA DISRUPTIVA, ATREVIDA, SIN MIEDO"...

OVEJA NEGRA

NOVIEMBRE 2025 / N° 77

SÉ DIFERENTE



RICARDO MUÑOZ ZURITA **CHEF, INVESTIGADOR**

**"SOY OVEJA NEGRA POR MIS CONVICCIONES,
POR MIS CREENCIAS, POR MI MANERA DE SER,
QUE SÍ, ES MUY DIFERENTE Y EN MUCHOS
SENTIDOS A LA DE MUCHOS OTROS".**

OVEJA NEGRA

DICIEMBRE 2025 / Nº 78

SÉ DIFERENTE



ULTRAFEMME

BEAUTY EXPERTS

ELENA VILLARREAL

FUNDADORA GRUPO ULTRA

"SOY OVEJA NEGRA PORQUE SIGO EN LA LUCHA, PORQUE SIGO CREANDO, PORQUE SIGO CURIOSA, PORQUE MI NARIZ ES EXTRAORDINARIA Y MIS MEMORIAS TAMBIÉN"...

OVEJA NEGRA

SÉ DIFERENTE
ENERO 2026 / N° 79

(Fitur)

Donde empiezan
los viajes.

21-25
Ene
2026

IFEMA
MADRID



JOSEFINA RODRÍGUEZ
SECRETARÍA DE TURISMO DE MÉXICO

"SOY OVEJA NEGRA POR SER REBELDE Y NUNCA CREER QUE NO PODEMOS".

OVEJA NEGRA

FEBRERO 2026 / N° 80

SÉ DIFERENTE

A black and white close-up portrait of a man with dark hair, a mustache, and a goatee, smiling slightly. He is wearing a dark sweater with white and black stripes on the collar. The background is a textured wall with purple and yellow abstract shapes.

FERNANDO *CHOBÍ* LANDEROS

"SOY OVEJA NEGRA PORQUE NUNCA HE SEGUIDO LOS CAMINOS CONVENCIONALES; CREO QUE LA VIDA ES UN DESCUBRIMIENTO PERSONALÍSIMO Y ESE ES EL CAMINO QUE SEGUIR"...

OVEJA NEGRA

MARZO 2026 / Nº 81

SE DIFERENTE



KARIME LÓPEZ **CHEF ESTRELLA MICHELIN**

"SOY OVEJA NEGRA PORQUE NO ME DEJO LLEVAR POR LO QUE DICEN LOS DEMÁS" ...

OVEJA NEGRA

ABRIL 2026 / N° 82

SÉ DIFERENTE

ROMÁN RIVERA TORRES **DESARROLLADOR PUERTO AVENTURAS**

**"SOY OVEJA NEGRA POR SEGUIR TENIENDO QUE BRINCAR TRANCAS
EN LO QUE CREO PARA HACER LO QUE QUIERO"...**

OVEJA NEGRA

MAYO 2026 / N° 83

SÉ DIFERENTE



BENITO MOLINA **CHEF GUÍA MICHELIN**

"ME DECLARO OVEJA NEGRA PORQUE FUI CONTRACORRIENTE EN UN MOMENTO EN EL QUE FUE FUNDAMENTAL PARA CAMBIAR LA GASTRONOMÍA DE MÉXICO".

ON

ENCIENDE
TU ESENCIA



 Oveja Negra

Frenan

CONSTRUCCIÓN DE PARQUE ACUÁTICO EN MAHAHUÁL

Un triunfo es el que logró la sociedad civil y movimientos ambientales para frenar la construcción del parque acuático *Perfect Day* en Mahahual, tras el rechazo del gobierno mexicano de su instalación.





Hay razones de peso. La zona alberga parte fundamental de la barrera de coral más grande del mundo, -conocido como el Sistema Arrecifal Mesoamericano-, abundan manglares y ricos ecosistemas costeros.

La titular de Semarnat, Alicia Bárcena, anunció que no se aprobará el parque acuático Perfect Day en Mahahual, Quintana Roo, luego de que la presidenta Sheinbaum ordenara una revisión del proyecto impulsado por Royal Caribbean, el cual pretendía intervenir más de 90 hectáreas de selva y manglar para construir toboganes, albercas, playas artificiales, restaurantes y bares.



El análisis ambiental más amplio sobre Mahahual encontró 45 especies bajo alguna categoría de protección o riesgo en la zona vinculada al parque acuático. De ese total, seis aparecen en peligro de extinción, de acuerdo con la revisión elaborada por Greenpeace.

La inversión para la construcción del parque rondaba los casi mil millones de dólares, proyectando más de 20 mil visitantes de cruceros al día.



GRUPO ALBATROS, *Añados del Mar*

El ADN de Grupo Albatros contiene alta dosis de conciencia ambiental, como factor inherente al desarrollo turístico.



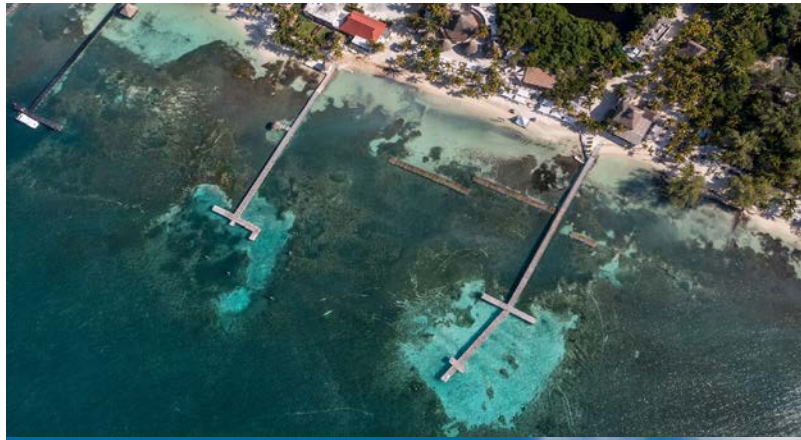
“Marina Albatros cuenta con la certificación Blue Flag, un reconocimiento internacional que respalda nuestro compromiso con altos estándares de calidad ambiental, seguridad, manejo responsable y educación ecológica”, refiere Jorge Vargas, director general de la empresa náutica.

“Blue Flag (Bandera Azul) es un galardón internacional que no sólo reconoce a playas, sino también a marinas y embarcaciones turísticas por cumplir con estrictos protocolos en educación ambiental, calidad del agua, gestión y manejo ambiental, seguridad y servicios”.

Gestionado globalmente por la Foundation for Environmental Education (FEE) con sede en Dinamarca, este distintivo funciona como una etiqueta ecológica de gran valor para el turismo sostenible.

“Además, colaboramos activamente con Saving Our Sharks, apoyando iniciativas enfocadas en la conservación y protección de los tiburones y los ecosistemas marinos del Caribe Mexicano”, refiere Jorge Vargas.

“Cada experiencia con Grupo Albatros no sólo busca crear momentos inolvidables, sino también generar un impacto positivo en el océano del que somos aliados”, concluye.



DESDE LA SELVA DE MÉXICO AL MUNDO

DOBLE ORO 2026

WORLD GIN AWARDS



*La naturaleza
nos inspira.
La pasión
nos guía.*

@SOLFERINOGIN



SOLFERINO native

DRY GIN + MATURE

WORLD GIN AWARDS 2026
DOUBLE GOLD WINNER

EVITA EL EXCESO
PROHIBIDO A MENORES DE 18 AÑOS

Pelé

“Dios me dio el don de jugar al fútbol, y el resto lo conseguí porque me cuidaba y me preparaba”.





Elite

**LUJO
DESCALZO**

Muebles de baño, Canceledes, Sanitarios, Pisos & Azulejos

Luis Donaldo Colosio 200 m antes de la glorieta de Bonfil - Cancun, Quintana Roo

Tel 9988 820160 | www.castelcancun.com

LA SELECCIÓN DE MÉXICO PORTARÁ CAMISETA

¡Artesanal!

Las manos de 150 mujeres artesanas de la comunidad poblana de Naupan, son las responsables no sólo de vestir a los jugadores de la selección mexicana en la Copa del Mundo 2026, sino de crear una ambiciosa colección de miles de prendas conmemorativas de la fiesta futbolística más importante del mundo bajo el encargo de Adidas a manera de colaboración.





La colección de miles de piezas artesanales consiste en tres camisetas negras, pantalones deportivos, shorts, un ves-

tido y una chamarra con el escudo nacional bordado y detalles florales en las franjas tricolores.



Durante 15 meses las mujeres de la Sierra Norte de Puebla crearon la colección de ropa deportiva como parte del proyecto empresarial social Someone Somewhere, cuyo fin es ser el puente entre las comunidades rurales y el mundo de la moda, pues incluso esta comunidad de mujeres ha colaborado para otras firmas internacionales como Lacoste, Uber, Google y Chobani.



EL CIELO

VALLE DE GUADALUPE

Los Vinos premiados en



de venta en

www.vinoselcielo.com



El Cielo Valle de Guadalupe

CANCÚN

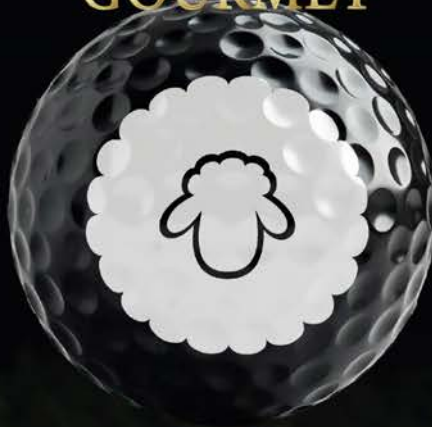


Mercedes-Benz

8° TORNEO de Golf

OVEJA NEGRA GOURMET

27 de Junio, 2026



VILLA GASTRONÓMICA
¡Con los mejores Restaurantes,
Bodegas de Vino, Tequila y Mezcal!



EL CIELO
VALLE DE GUADALUPE

Habrà más de 30 rifas de Hoteles, Restaurantes, Yates Premiums y ¡mucho más!





CANCÚN

VIVA⁹



Trattoria
Limoncello

Mercedes-Benz

8^o TORNEO *de* Golf

Lorenzillo's



Since 1683
1st LIVE LOBSTER HOUSE & SEAFOOD
Cancun

Siete Machos
MEZCAL



OVEJA NEGRA
GOURMET



- 3 formatos diferentes cada 6 hoyos
- (A go go simple, Shamble bola alterna y Best ball).
- Equipos Threesome
- Precio \$4,000 x jugador

INSCRIPCIONES:

OVEJA NEGRA EDITORES, S.C.

HSBC Cuenta: 4064703739

CLABE Interbancaria: 021691040647037392

Concepto: Inscripción: (Nombre)

Envía comprobante al tel.: 998.845.0286





LA SSC COORDINA ACCIONES CON LA ASOCIACIÓN DE NÁUTICOS

Con el objetivo de entablar un diálogo y fortalecer las estrategias en materia de seguridad, el Contralmirante Julio César Gómez Torres, Secretario de Seguridad Ciudadana de Quintana Roo, se reunió con los diferentes representantes de Asociados Náuticos en la entidad.

En este encuentro, se intercambiaron experiencias, se escucharon las peticiones del sector y se dio a conocer el trabajo que se realiza en la corporación y de manera interinstitucional, a favor de la ciudadanía, así como de las y los visitantes que llegan a nuestros destinos.

Se evaluaron los avances en materia de seguridad en las playas y, los representantes del gremio expresaron su reconocimiento al Contralmirante y a la Secretaría de Seguridad Ciudadana por los resultados obtenidos, destacando la disminución en los casos de extorsión.

Asimismo, reiteraron que las estrategias implementadas han sido acertadas y han contribuido a fortalecer la seguridad en las zonas de playa, generando mayor confianza para el desarrollo de sus actividades.

EL COMPROMISO ES FIRME, SEGUIR AVANZANDO EN REDUCIR LOS ÍNDICES DELICTIVOS, MEJORAR LA PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD, ERRADICAR LA CORRUPCIÓN Y EL ABUSO POLICIAL, ASÍ COMO AUMENTAR LA CONFIANZA, LA CONCIENCIA Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA; A TRAVÉS DE DIVERSAS ACCIONES Y DINÁMICAS QUE PERMITEN AVANZAR EN LA CONSTRUCCIÓN DE PAZ EN LA ENTIDAD.

#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

 @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



Email Marketing / Directorio Telefónico
www.cancunejecutivo.com

**No es
una cita,
es trata**

Si lo ves, no te calles
¡DENUNCIA! 800 55 33 000

**En el mundo 50 millones de personas
son víctimas de trata**

61% son mujeres.
32% son hombres

Si lo ves, no te calles
¡DENUNCIA! 800 55 33 000

VISITA QROO.GOB.MX/COEPROC  facebook.com/CoeprocQRoo



COEPROC
COORDINACIÓN
ESTATAL DE
PROTECCIÓN CIVIL



**ANTE UN MURACÁN
LA TRIPLA A**

ATENT@S / ALERTA / A SALVO



Chef Pedro Martin.



Chef Federico Lopez.



Chef Juanxo Sanchez.



Cheff Jesus Pedraza.

MASTERS OF PAELLA EN ISLA MUJERES

MASTERS OF PAELLA fue el encuentro entre amigos chefs para rendir tributo a uno de los platillos más emblemáticos de España. JUANXO SÁNCHEZ, FEDERICO LÓPEZ, EUGENIO GRATACOS, JESÚS PEDRAZA Y PEDRO MARTÍN, **fueron los protagonistas del exitoso reto de sabores en Zama Beach Club.**



Federico López, Pedro Martín.



Chef Jesús Pedraza.



Jaqueline Cantón, Octavio Santiago, Daniele y Yemina Müller.



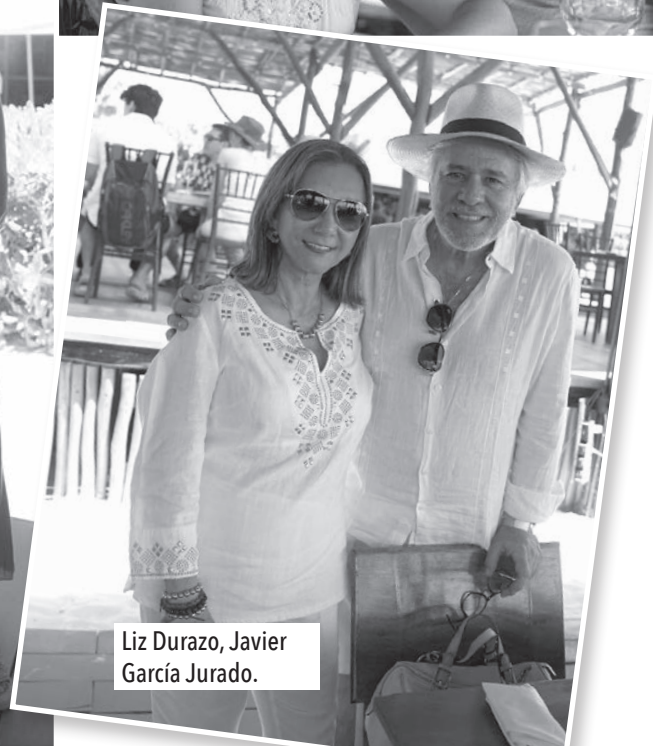
Alejandra Ávila, Ernesto de la Fuente.



Cayetana de Regil, Juan Pablo y Juan Antonio Martínez.



Chilena Díaz, Aurora Madrigal, Silvia Ayala.



Liz Durazo, Javier García Jurado.



Carlos y Valeria Rodríguez.



Paola Marcellin, Gara, Aroa y Pedro Martín.



Luis Miguel Armesto, Montserrat Gómez, Andrea Cabeza de Vaca.



Luis Perusquia, Ivonne Díaz.



Lore Kaim, Rosa Elena Traves.



Carlos Sandoval, José Arreola, Ana Pao del Rosal.



Tabi Alonso, Federico López.



MASTERS OF PAELLA
SABORES ENTRE AMIGOS
RESERVA TU EXPERIENCIA DE MARIDAJE \$500 MARIDAJE (ADICIONAL)
PAELLA DE CARNE Chef Jesús Pedraza
PAELLA DE LANGOSTA Chef Eugenio Gratacos
CARACOL BLANCO Y HONGOS Chef Juanito Sánchez
PAELLA DE PESCADO Chef Pedro Martín
Tres Olmos Lías Verdejo
Castello do Mar Albariño
Veganigua Roble
López Cristóbal Roncador

GRACIAS A **TU** DONATIVO

Esto que ves, lo hacemos juntos.

SU VALENTÍA DA RESPUESTAS. TU AYUDA LO HACE POSIBLE.

Cristina Recke



Maleba Arias



Verónica Mendoza



Sebastián Ojeda



Diego Franco



Cecile Sánchez



Cristina Kessel



Escanea, dona
y salva vidas.

*Binomio canino para búsqueda y rescate



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

HOSPITEN CELEBRA EL DÍA DE LA MADRES

HOSPITEN CANCÚN y HOSPITEN RIVERA MAYA realizaron una exitosa activación gastronómica para celebrar el Día de la Madre.



Esmeralda Nogueira, Paola Sánchez y Amanda Valencia.

EL RESTAURANTE COSTAS EN PUERTO JUÁREZ, A LA ORILLA DEL MAR BAJO LOS FOGONES del chef OMAR TERRÓN, fue la sede del brunch para las mamás que recibieron a sus retoños BAJO EL CUIDADO Y PROFESIONALISMO DEL PERSONAL MÉDICO DE GINECOBSTETRICIA DE LA RED *hospitalaria mas importante internacional en puntos estratégicos turísticos.*



Carolina Farra.



Esmeralda Nogueira, Male Villegas, Maru Suárez, Paola Sánchez y Amanda Valencia.



Adriana Núñez y María Eugenia Hernández.



Ivette Spada y Yensi Archer.



Esmeralda Nogueira, Alejandrina Molina y Paola Sánchez.



Diana García, Jéssica Jiménez y Carla Macías.



Antón Bojórquez, Paola Sánchez y Ámbar Plascencia.

HOSPITEN RIVIERA MAYA REALIZÓ LA CELEBRACIÓN DEL DÍA DE LAS MADRES en el feudo gastronómico AXIOTE, incluido en la Guía Michelin, **BAJO EL LIDERAZGO DEL CHEF XAVIER PÉREZ-STONE**, con una organización *impecable* en ambas locaciones de PAOLA SÁNCHEZ, directora de Marketing & Comunicaciones de HOSPITEN.



El desayuno se realizó en el restaurante Axiote, con mención en la Guía Michelin.



Angélica Sepúlveda y Max Burgos.



Carmen Ortega y María José Medina.



Jossy Zamora y Gina Cornejo.



Karen Cárdenas y Betsy Carrillo.



Jesús Viscarri, Diana de la Rosa y Miram Berdón.



Daniela de la Torre y Jesenia Hernández.



Iván Serrano, Naomi Pérez, y Julia Gamas.



Rocío Lima, Sarabi Gabriel y Claudia Esquivel.



Paola Escamilla y Juan Carlos López.



Virginia Moro e Irene González.



María Briseño y Valeria Burgos.



Mayra de los Ríos, Estrella Ortega, Carla Toral, Irle Bucheli y Delia López.



Patricia Maldonado, Karina Herrera y María José Medina.



Sandra Engberg y Perla Illescas.



LOS CÓMPLICES DE TU AVENTURA



**SOMOS LOS ESPECIALISTAS EN
EXPERIENCIAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS**



+52 998 392 2213



ChilMex Travel



@chilmextravel



@chilmextravel



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**



ESTRENAN LA TORRE SLS BAHÍA BEACH



Primer paleada inaugural la construcción de la siguiente torre.

SLS RESIDENCES, LA EXCLUSIVA COMUNIDAD residencial de lujo ubicada dentro de Puerto Cancún, celebró LA ENTREGA FINAL DE SLS BAHÍA BEACH RESIDENCES -la cuarta torre de lujo del complejo, con 112 condominios-, Y EL INICIO DE COLOCACIÓN DE LA PRIMERA PIEDRA DE SLS OCEAN BEACH RESIDENCES.

LOS ANFITRIONES: JORGE PÉREZ, PRESIDENTE Y SOCIO FUNDADOR DE RELATED GROUP; *Jon Paul Pérez, CEO de Related; Antonio Elosua y Xavier Toussaint Elosua*, DEL CONSEJO DE U-CALLI, Y CARLOS ANCIRA, SOCIO DE RELATED MÉXICO, PARTICIPARON EN AMBAS CEREMONIAS.



Edgar Karina, Mónica Lima, Majo Aguirre, Susana Hervías.



Karina Arellano, Luis Cá mara.



Alfredo Galeano, Humberto Treviño, Jorge Pérez.



Estefanía Dalorso, Paco de la Torre.



Eduardo Venegas, Lili Delgado.



Leslie Manilla, Adriana O Campo, Diego López, Luis Carlos Cortés.



Veronica Sadovaia, Angela Calnea, Kristina Zolotareva.



Mariana de la Garza,
Sofia Aspe, Beatriz Peschard.



Karen Zumowski, Bruno Piechocki, Kristina Zolotareva, Jorge Curiel.



Miguel Angel Lemus, Poncho del Rio.



Diego Arrollo, Eduardo Casares, Xavier Toussaint.

CoCo
BONGO
Show & Disco
cancun

www.CoCoBONGO.com

NUEVO SHOW



X Instagram Facebook
@COCOBONGOSHOW / @COCOBONGOSHOWCANCUN

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.

OVEJA NEGRA

JUL 2025 / N° 73

SÉ DIFERENTE



The New York Times
TRUÑO Y EL PODER

OVEJA NEGRA

SEPTIEMBRE 2025 / N° 75



ESPECIAL MX

OVEJA NEGRA

NOVIEMBRE 2025 / N° 77

SÉ DIFERENTE



NEWSLETTER
NY TIMES

ESPECIAL

OVEJA NEGRA

FEBRERO 2026 / N° 80

SÉ DIFERENTE



OVEJA NEGRA

SÉ DIFERENTE
ENERO 2026 / N° 79

The New York Times
ARMA
CENTES

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



SECRETARIA DE TURISMO MX

OVEJA NEGRA

JUNIO 2026 / N° 84

SÉ DIFERENTE



7
Años

ESPECIAL
COPA DEL
MUNDO
FIFA

LA DINASTÍA
UNSS-DE LA PENA

OVEJA NEGRA

SÉ DIFERENTE

OVEJA NEGRA

MARZO 2026 / N° 81



ESPECIAL MUJERES

The New York Times
"MELANIA"
DOCUMENTAL

RIVERA TORRES

La revista de entretenimiento con historias disruptivas
que han cambiado la forma de ver y apreciar al mundo.
Suscripciones: laovejanegra2019mx@gmail.com