

TURISMO E INDUSTRIA DE RECREACIONES

Panorama[®] Turístico

AÑO XXXV. NO. 10. NOVIEMBRE 2025

ESTRATEGIA
+
EXPERTISE =

EXPERIENCIAS ÚNICAS



Q yucatan.travel

Santuario de naturaleza majestuosa



Santuario Maya

Chuburná Puerto, Yucatán

#SantuarioMaya |      @yucatanaturismo



En el turismo de reuniones, hay una fuerza que muchas veces trabaja desde el silencio operativo, pero transforma destinos y redefine experiencias: los DMCs.

En esta edición especial, nos honra colaborar — por tercer año consecutivo— con AMDEMAC, la Asociación Mexicana de Destination Management Companies, una red que representa lo mejor del expertise local y la visión estratégica que necesita nuestra industria para seguir evolucionando.

Cada artículo que leerás en estas páginas es una pieza de conocimiento, una mirada desde el terreno, una voz que traduce logística en narrativa, y territorio en emoción.

En tiempos donde el turismo requiere inteligencia, conexión y propósito, reconocer el papel de los DMCs no es solo justo: es urgente.

Gracias a quienes integran AMDEMAC por abrirnos la puerta a su visión y, sobre todo, a su experiencia.

Bienvenidos a esta edición.

Bienvenidos al corazón operativo del turismo de reuniones.

*Panorama
Turístico*



GUANAJUATO

Gobierno de la Gente
Secretaría de Turismo e Identidad

guanajuato.mx    



La magia de

COMONFORT



PUEBLOS MÁGICOS
DE
GUANAJUATO

Editorial
01

Directorio
06

**Estrategia +
Expertise =
Experiencias
Únicas**

08

AMDEMAC: la red
que convierte
destinos en
experiencias
estratégicas

14

20

**Mérida:
Donde las
reuniones se
piensan con alma**

33

**Guadalajara:
estrategia,
territorio y
visión que se
convierten en
experiencia**

27

¿Qué es un DMC y
por qué su rol es
clave en la industria
de reuniones?

El arte de crear experiencias memorables: los viajes de incentivo como herramienta de inspiración

40

46

Yucatán.
Estrategia, hospitalidad y legado para crear experiencias únicas

Los Cabos Inolvidable: Memorias Eternas

54

Bahías Plus
34 años de visión, arraigo y excelencia DMC en el sur de México

59

Eventos con Propósito
¿Cómo diseñarlos y convertirlos en experiencias memorables?

65

Hacienda Santo Cristo: Patrimonio con propósito para encuentros memorables

71

¿Experiencias auténticas y sustentables?
Sumérgete en la cultura indígena

77

Innovación en Viajes de Incentivo en Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Caso Puebla

84

Liderazgo con propósito: La sostenibilidad en la industria de reuniones como compromiso personal

90

Desarrollo de Turismo Comunitario en la Ruta Barrancas del Cobre – Mar de Cortés

96

Más Allá del Viaje: Soluciones Corporativas en Destinos de Alto Impacto

103

Panorama® Turístico

AÑO XXXV / No. 10 / NOVIEMBRE 2025

GUSTAVO CONTRERAS GONZÁLEZ

Director General / Publisher

Héctor Nuñez Mejía

Director de Alianzas Estratégicas

Aura Luz Meneses Luna

Directora de Arte y Diseño

Guadalupe González Sandoval

Ventas y Relaciones Públicas

**GRACIAS POR COLABORAR
EN ESTA EDICIÓN:**

Estela Nolasco, Cynthia Valdez, Napoleón Medina, Lupita Villaseñor, Sandra Castañeda, Elda Laura Cerda, Angélica Galindo, Mireya Camarena y Gloria Peña.

RAÚL MENDOZA WALDO †

Presidente Grupo Panorama

Foto de portada: Paseo de Montejo, Mérida, Yucatán.

Fotografías de apoyo: freeepik.com, pexels.com

Anuncia tu producto o
servicio en Panorama
Turístico

• 55 45 10 11 16 •

**gcontreras@
panorama-turistico.com.mx**

PANORAMA TURÍSTICO
Derechos Reservados© 2024,
Año XXXV, No. 10, NOVIEMBRE
2025. Es una publicación
mensual en formato digital
publicada por Gustavo
Contreras González, PANORAMA
TURÍSTICO® Salvador Díaz Mirón
186-5, Col. Santa María la Ribera,
06400 CDMX, México.
Editor responsable:
Gustavo Contreras González.

Las opiniones expresadas por
los autores no necesariamente
reflejan la postura del editor.

Prohibida la reproducción total o
parcial del contenido sin la auto-
rización por escrito de los edi-
tores. Los productos, servicios y
destinos que aquí se exhiben son
responsabilidad exclusivamente
de los anunciantes.

PANORAMA TURÍSTICO no se
hace responsable del contenido,
calidad, oferta y precios de los
mismos.

MEDIO ALIADO



Procesa

EVENT MANAGEMENT AND INCENTIVES



Tu aliado operativo durante el Mundial 2026



- **Transportación ejecutiva para grupos**
- **Experiencias premium gastronómicas y culturales**
- **Recepción en el aeropuerto**
- **Logística y coordinación en sitio**
- **Rutas alternativas y planificación estratégica por alta demanda**
- **Y lo que necesites**

Guadalajara Ciudad de México Monterrey



@procesagroup



@procesa_group



+52 33 1479 4822



ESTRATEGIA + EXPERTISE = EXPERIENCIAS ÚNICAS

POR: GUSTAVO CONTRERAS*

En un sector tan dinámico como el turismo de reuniones, hay un elemento que distingue a los verdaderos profesionales: la capacidad de transformar cada encuentro en una vivencia con sentido. Y no

hablamos solo de logística eficiente o de creatividad estética, sino de la habilidad para leer el territorio, conectar con el contexto y construir experiencias que dejen huella. Ese es el valor real de un DMC. Y esa es la razón por la que esta edición existe.

Por tercer año consecutivo, AMDEMAC y *Panorama Turístico* unimos fuerzas para visibilizar lo que esta red representa: conocimiento, confianza y compromiso con la excelencia. En un país donde abundan los proveedores, los DMCs destacan porque no solo cumplen, **interpretan**. No solo operan, **diseñan**. No solo ejecutan, **articulan** experiencias con propósito, alineadas al negocio y al destino.

El tema de portada —*Estrategia + Expertise = Experiencias Únicas*— no es una fórmula comercial: es una declaración editorial. Esta edición busca mostrar que la diferenciación en nuestra industria no proviene del azar, sino de una combinación rigurosa

entre planeación estratégica, sensibilidad cultural y profundo dominio operativo. Y en ese cruce, los DMCs son protagonistas indispensables.



Lo que encontrarás en las siguientes páginas no son artículos de autopromoción. Son piezas escritas por profesionales que todos los días conectan comunidades con corporativos, tradición con tecnología, patrimonio con objetivos de marca. Desde Baja California hasta Yucatán, cada testimonio refleja una inteligencia aplicada, una ética de trabajo y una pasión por el detalle que define a este sector.

Se habla aquí de experiencias transformadoras que activan la economía local, de sostenibilidad real, no solo narrativa. De eventos que respetan el entorno, dialogan con las comunidades anfitrionas y se convierten en plataformas de legado. También se habla de resiliencia, porque muchos de estos relatos surgen de años complejos, que pusieron a prueba no solo a las empresas, sino a la visión completa de lo que significa reunirnos.



AMDEMAC ha sido el catalizador de esta narrativa compartida. Una asociación que no se limita a agrupar, sino que impulsa estándares, genera capacitación, y defiende con argumentos el papel estratégico de los DMCs en el ecosistema turístico nacional. Su voz —a través de sus socias y socios— es la que da cuerpo a esta edición.

En Panorama Turístico creemos firmemente en este ejercicio colectivo. Porque cuando la estrategia y la experiencia se encuentran, lo que emerge no es solo un buen evento: es una experiencia que transforma. Y de eso, justamente, se trata esta edición.



*** Gustavo Contreras.**
Director General
Panorama Turístico.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**



Destination
Management
Company
Monterrey

DISEÑAMOS EVENTOS CENTRADOS EN LAS PERSONAS



* Ofrecemos soluciones integrales para reuniones y viajes corporativos y gremiales.

* Combinamos creatividad, conocimiento local y ejecución impecable con una red de aliados estratégicos que garantizan resultados de calidad.



Diseño y operación
de eventos

Operación de
circuitos turísticos

Experiencias
con propósito

Coaching y
capacitación

www.dmcmonterrey.com

+52 (81) 8191 8142
eldalaura@dmcmonterrey.com



AMDEMAC:

LA RED QUE CONVIERTE DESTINOS EN EXPERIENCIAS ESTRATÉGICAS

STAFF PANORAMA TURÍSTICO.

En una industria que demanda precisión operativa, creatividad local y diseño estratégico, contar con un aliado experto en destino no es un lujo: es una necesidad. Por eso, esta edición de Panorama Turístico se desarrolla en alianza con la **Asociación Mexicana de Destination Management Companies (AMDEMAC)**, una red que representa lo mejor del talento operativo, cultural y humano en México.

Fundada en 2008, AMDEMAC agrupa a empresas altamente especializadas en el diseño, planeación y operación de experiencias para el turismo de reuniones, viajes de incentivo, congresos, convenciones y eventos corporativos. Sus socios no solo conocen sus destinos: los habitan, los interpretan y los convierten en escenarios memorables para cada cliente que apuesta por México.



Con presencia en los principales destinos turísticos del país, AMDEMAC articula una red profesional que opera bajo criterios de calidad, seguridad, innovación y ética comercial. Su propuesta de valor radica en conectar a organizadores de eventos y planners internacionales con empresas locales que saben exactamente cómo convertir un evento en una vivencia auténtica, logística impecable y sentido de lugar.

Como lo expresa su presidente, **Alejandro Garza**, “AMDEMAC representa a los mejores DMCs del país, no por volumen, sino por su capacidad de transformar el conocimiento del destino en soluciones inteligentes, seguras y personalizadas para los clientes. Nuestro compromiso es crear experiencias únicas, no replicables, y con impacto positivo en las comunidades que nos reciben”.

Los socios de AMDEMAC son seleccionados con rigor. Cada uno debe cumplir con lineamientos de

operación responsable, prácticas de sostenibilidad y profesionalización constante. La asociación funciona como un sello de garantía para quienes buscan proveedores serios, conectados con la cadena de valor local y comprometidos con la excelencia.



Esta edición de *Panorama Turístico* no solo celebra el trabajo de los DMCs: visibiliza su rol como **aliados estratégicos para los destinos, los recintos, los gobiernos y las marcas** que apuestan por México. Los artículos aquí reunidos no son promoción, son evidencia: de talento, innovación, creatividad aplicada y capacidad de respuesta.

Hoy más que nunca, en un entorno donde los destinos compiten no solo por infraestructura, sino por narrativa, los DMCs son los arquitectos invisibles de las mejores historias en destino. Y AMDEMAC, su plataforma más sólida.

Porque en turismo de reuniones, la diferencia entre hacer un evento y generar una experiencia... está en quién te acompaña a construirla.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL CONTENIDO**

Mérida:

Donde las reuniones se
piensan con alma

CENTRO
INTERNACIONAL
DE CONGRESOS
DE YUCATAN



visit
mérida
mx[®]

www.visitmerida.mx

mérida:

Donde las reuniones
se piensan con alma

No es casualidad que Mérida se haya convertido en uno de los destinos más emblemáticos del turismo de reuniones en México. La capital yucateca no solo ha logrado posicionarse por su infraestructura moderna, su conectividad creciente o su riqueza cultural, sino por una visión estratégica profundamente arraigada en su territorio. En Mérida, los encuentros no se improvisan: se piensan, se diseñan y se viven con propósito.

En la Dirección de Turismo Municipal, esta visión ha sido clara: colocar al turismo MICE como un motor de desarrollo sostenible que conecte la vocación creativa, el patrimonio gastronómico —avalado por la UNESCO— y la participación comunitaria.



La apuesta no es solo atraer eventos, sino integrarlos de manera armónica con la movilidad urbana, los espacios públicos, los barrios históricos y el tejido social. Cada foro, congreso o festival es una oportunidad para activar corredores culturales, conectar actores locales y proyectar a Mérida como ciudad creativa que celebra su identidad con inteligencia.



El modelo de Mérida es colaborativo. La coordinación entre la OCV, cámaras empresariales, universidades y asociaciones profesionales no es una formalidad institucional, sino una práctica viva que genera valor. Se trabaja en mesas técnicas, en programas de capacitación conjunta y en estrategias de promoción articuladas. Esto ha permitido consolidar una cadena de valor diversa, profesional y comprometida con estándares de clase mundial.

Y mientras otros destinos compiten por volumen, Mérida ha decidido apostar por experiencias. El

Mérida Fest, el Festival de las Ánimas, La

Noche Blanca o el Festival de Jazz

son más que celebraciones: son

manifestaciones del alma de

una ciudad que transforma

su calendario cultural en

una narrativa turística de

gran alcance. A través de



estos eventos, se posiciona un destino que respeta su historia, impulsa la creatividad y promueve el turismo responsable como parte de su ADN.

La pandemia marcó un punto de inflexión, pero también de innovación. El enfoque híbrido, los eventos en espacios abiertos y el uso inteligente de la tecnología se sumaron a una estrategia más flexible, resiliente y humana. Hoy, Mérida proyecta bienestar, seguridad y autenticidad en cada encuentro que organiza.



Lo que hace inolvidable una reunión celebrada en Mérida no es solo la calidad de sus recintos o la eficiencia de su logística. Es el sello intangible de su gente, la calidez con la que se recibe a cada visitante, la manera en que la historia y la modernidad dialogan en sus calles. En los próximos cinco años, esta visión se profundizará con proyectos que descentralizan la oferta, incorporan a más comunidades y digitalizan la experiencia turística, sin perder el vínculo humano.

Porque en Mérida, cada reunión es una experiencia con alma. Una forma de conectar estrategia con sensibilidad, expertise con cultura viva. Un destino que no solo recibe eventos: los transforma.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

No te pierdas todos los ejemplares de **Panorama Turístico**, la revista en línea que une al turismo con la industria de reuniones.

Haz click y visita nuestra librería:



En **Panorama Turístico** conectamos destinos, impulsamos encuentros.



¿QUÉ ES UN **DMC** Y POR QUÉ SU ROL ES CLAVE EN LA **INDUSTRIA DE REUNIONES?**

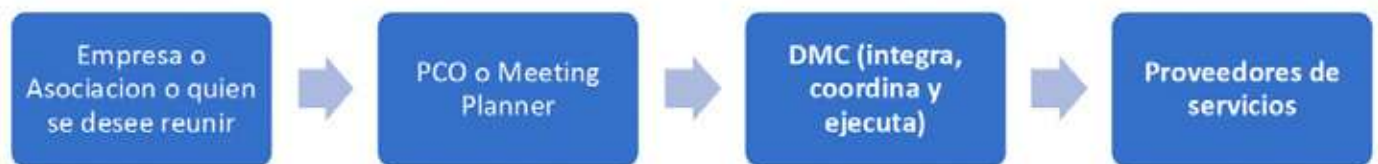
FOR: GLORIA PEÑA*

En el ecosistema MICE, donde el detalle lo es todo y la ejecución marca la diferencia entre lo ordinario y lo memorable, los DMCs (Destination Management Companies) representan un engranaje fundamental. Aunque su trabajo ocurre muchas veces tras bambalinas,

su función es estratégica: transformar un destino en una experiencia personalizada, operativamente impecable y emocionalmente relevante.

Un DMC no solo organiza, coordina, integra y ejecuta. Es el especialista local que acompaña al planner —ya sea una empresa, asociación, agencia o productora— en el diseño e implementación de experiencias que responden a objetivos muy claros: inspirar, reconocer, capacitar o conectar.

Cadena de valor:



Este diagrama resume de forma clara dónde y cómo se inserta el DMC en la cadena de valor: entre quien desea reunirse y los servicios que lo harán posible, asegurando que cada eslabón responda a estándares de calidad, logística y seguridad.

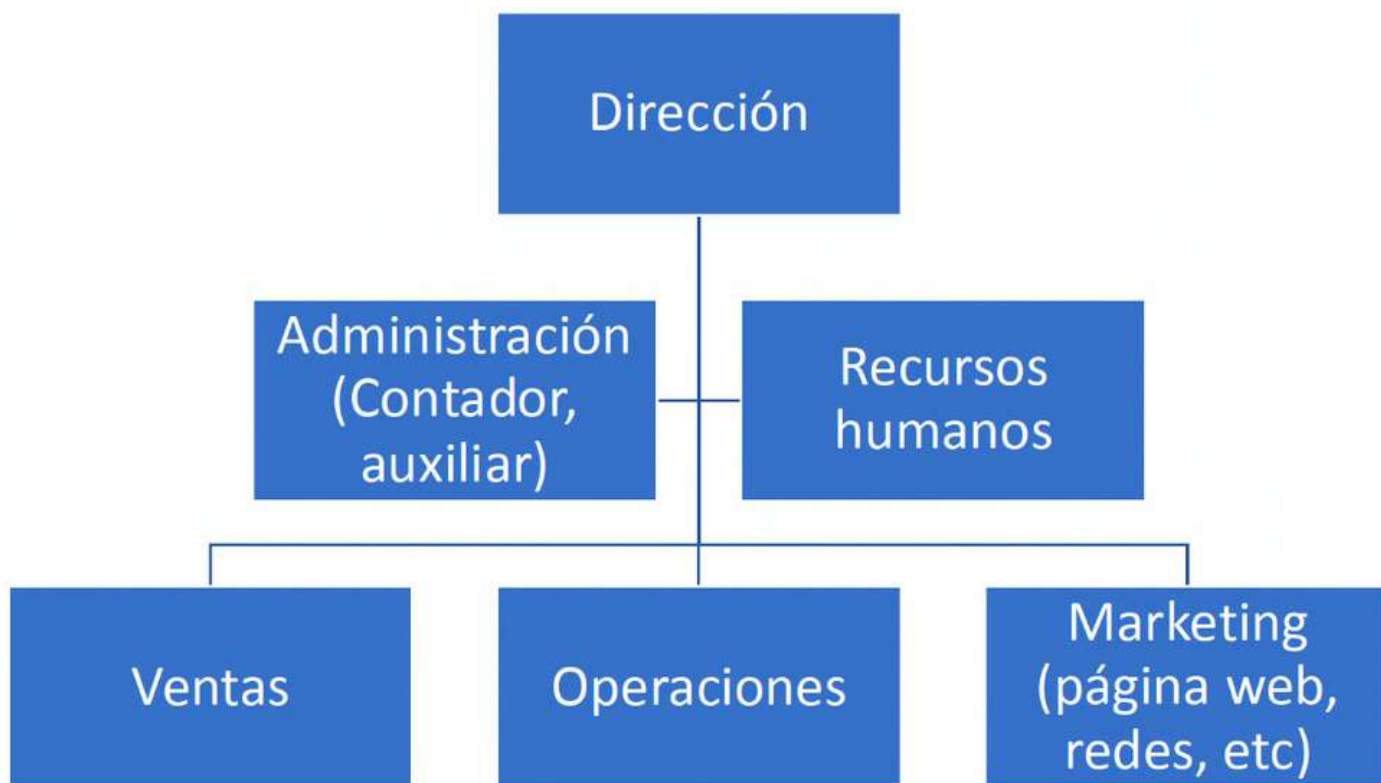
El alcance real de un DMC

Más allá de la percepción generalizada, un DMC no es simplemente una agencia local. Su labor incluye logística de eventos, diseño de experiencias, scouting, contratación de proveedores, producción técnica, coordinación de staff, transporte, alimentos y bebidas, branding, actividades culturales o de bienestar, regalos, dinámicas de integración y más.

El DMC ideal ofrece asesoría desde el inicio: estudia las características del grupo, diseña rutas operativas, recomienda venues con visión estratégica y **estructura propuestas a la medida.**

El siguiente gráfico ayuda a entender la estructura mínima que da soporte a la operación profesional de un DMC. No se trata de improvisar, sino de sostener con equipo multidisciplinario una operación que combine visión, logística y ejecución impecable.

Organigrama minimo necesario de un DMC:



Esto permite visualizar que la operación de un DMC profesional requiere una estructura organizada, con áreas especializadas en ventas, operaciones, marketing, administración y recursos humanos. No es una improvisación: es una empresa con procesos claros y personal capacitado.

Más allá del evento: el impacto

El valor de los DMCs va más allá del evento mismo. Actúan como **agentes de desarrollo local**, conectando al turismo de reuniones con comunidades, proveedores, talentos y tradiciones. Diseñan experiencias auténticas, seguras y coherentes con la identidad del destino.

Además, operan bajo principios de sostenibilidad, profesionalización, inclusión y ética. La afiliación a asociaciones como AMDEMAC, SITE, MPI o PCMA garantiza actualización constante y estándares globales.

La industria de reuniones genera impactos directos y medibles. Los asistentes a eventos de negocios gastan hasta 1.5 veces más que un turista de ocio. Su permanencia promedio es mayor. Y la derrama económica se extiende a toda la cadena: desde proveedores técnicos hasta artesanos, guías locales y productores. Por eso, trabajar con un DMC no es un lujo, es una decisión estratégica.

Cada evento bien diseñado tiene el potencial de dejar una huella: en la memoria del asistente, en la reputación del organizador, y en el tejido económico y cultural del destino. **Un DMC no es un operador más. Es el socio que traduce ideas en vivencias.** El que hace que lo complejo parezca sencillo, y lo técnico se vuelva emocional.



*** Gloria Peña.**
CEO y Directora
DMC VTA (Vallarta Traveler Advisors)
Puerto Vallarta y Riviera Nayarit
www.vallartavta.com

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL
CONTENIDO

El Champagne de los aceites

Aceite de Oliva
extra virgen

— • —
Recién cosechado

— • —
Sin aditivos, certificado de
pureza, cosecha y proceso

— • —
Exclusiva selección de
aceitunas Arbequina y
Coroneiqui



Cómpralo en:



mercado
libre



www.savant oils.com



GUADALAJARA GUADALAJARA®

estrategia, territorio y visión

que se convierten en experiencia

En Guadalajara no se improvisa. Cada experiencia turística nace de una ecuación que combina planeación, arraigo local y visión compartida entre instituciones, comunidad y sector privado. Esta forma de hacer turismo —basada en el diseño intencionado, en la coordinación entre actores y en una lectura sensible del territorio— es la que ha posicionado a la ciudad como uno de los referentes nacionales en el turismo de reuniones y de experiencias auténticas. Detrás de cada recorrido, congreso, programa de incentivo o producto icónico que nace aquí, hay una estrategia. Hay expertise. Hay una idea clara de lo que Guadalajara representa y quiere proyectar. Y esa claridad se convierte en vivencia para quienes visitan.

El Tequila Express es uno de los casos más emblemáticos. No es solo un tren turístico: es un producto cultural, histórico y emocionalmente significativo, que conecta Guadalajara con el corazón de la denominación de origen del tequila.

Relanzado a través de una alianza público-privada —en la que participan Grupo México Transportes, el Gobierno del Estado de Jalisco y CANACO Guadalajara—, el Tequila Express es una muestra de cómo convertir identidad territorial en valor turístico con estándares internacionales.



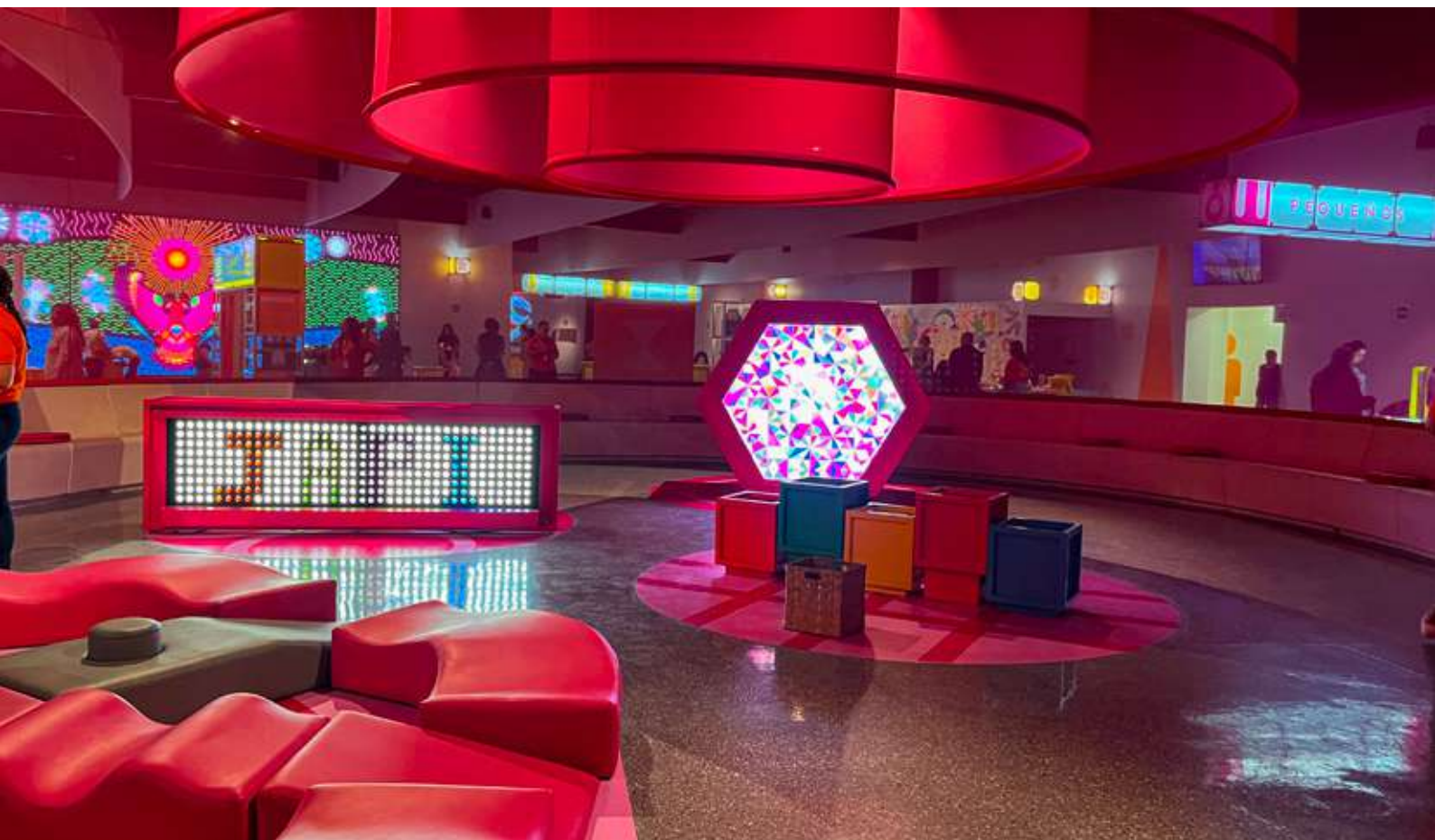
Esta visión no es aislada. Forma parte de una política turística que entiende que la experiencia comienza mucho antes del viaje. Que el turista de hoy busca autenticidad, pero también profesionalismo. Y que el turismo no es una actividad suelta, sino un ecosistema que moviliza la economía, fortalece el tejido social y proyecta la imagen de una ciudad ante el mundo.



Guadalajara ha sabido reunir su legado cultural, su dinamismo económico y su infraestructura moderna para generar experiencias significativas. Con centros de convenciones de talla internacional, una red hotelera de alto nivel, conectividad aérea sólida y una escena creativa vibrante, la ciudad se consolida como sede ideal para eventos, congresos y encuentros que requieren no solo logística, sino también carácter.



La Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara ha sido pieza clave en esta transformación. Su labor como articulador institucional permite que cada evento encuentre su mejor versión en la ciudad. A través de alianzas con cámaras empresariales, recintos, prestadores de servicios y gobiernos locales, se garantiza que el resultado no sea solo exitoso en términos técnicos, sino también relevante en términos humanos y culturales.



En Guadalajara, cada experiencia se diseña con propósito. Porque aquí se entiende que el turismo de reuniones no es solo una industria: es una oportunidad para mostrar al mundo quiénes somos, cómo colaboramos y qué somos capaces de ofrecer cuando estrategia y expertise se unen con hospitalidad y orgullo de identidad.



VISITA_GUADALAJARA



VISITAGUADALAJARA



@VISITA_GDL



OFICINA DE VISITANTES Y CONVENCIONES DE GUADALAJARA



MEET.INGDL



MEET IN GUADALAJARA

WWW.VISITAGDL.COM

WWW.VISITGUADALAJARA.COM



SIGUIENTE



ANTERIOR



REGRESAR AL
CONTENIDO

EL ARTE DE CREAR EXPERIENCIAS MEMORABLES:

LOS VIAJES DE INCENTIVO COMO
HERRAMIENTA DE INSPIRACIÓN

POR: MIREYA CAMARENA*.

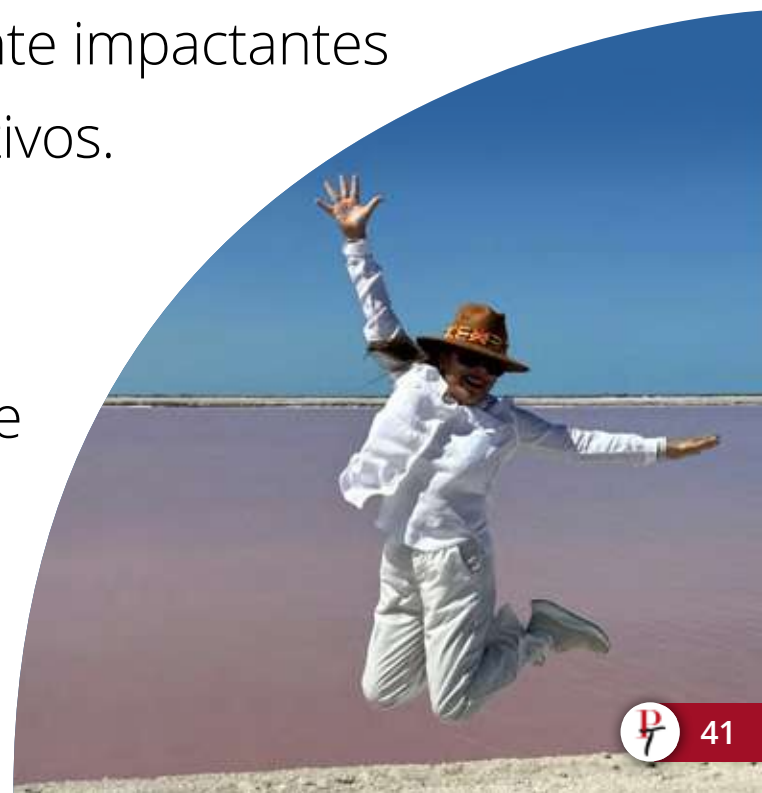


El poder de un reconocimiento
que se convierte en vivencia

Un viaje de incentivo es mucho más que un premio. Es una forma de agradecer, motivar y reconocer el esfuerzo que llevó a una empresa a alcanzar sus metas. Pero, sobre todo, es una oportunidad para crear experiencias que transforman.

Cuando un grupo es recibido en un destino, el objetivo es mostrar lo más representativo, auténtico y atractivo del lugar. Cada detalle —desde la selección del hospedaje hasta las actividades culturales y gastronómicas— debe ser cuidadosamente diseñado para ofrecer momentos que fluyan con naturalidad, sean visualmente impactantes y emocionalmente significativos.

En Bahías Plus DMC entendemos que un viaje de incentivo habla del cuidado, la planeación y la calidad



humana que la empresa anfitriona desea transmitir. Nuestro propósito es que cada visitante recuerde su estancia no solo por los paisajes, sino por la sensación de haber vivido algo único, hecho a su medida.

El papel del DMC: convertir destinos en experiencias



El DMC es el narrador del destino. Somos quienes damos vida a la historia que se quiere contar. Diseñar un programa de incentivos implica entender el propósito, los valores y la identidad de la empresa, para luego reflejarlos en cada experiencia.

Un buen programa debe reunir elementos que construyan memorias duraderas:

- Atractivo visual y emocional en cada recorrido.
- Accesibilidad y logística impecable.
- Limpieza, orden y seguridad.
- Cordialidad auténtica de los lugareños.
- Momentos sorpresa que rompan con la rutina.
- Participación activa en experiencias locales.
- Aprendizaje y conexión cultural.
- Atención personalizada, donde cada invitado se sienta protagonista.



Antes de diseñar un programa, siempre comienzo preguntando:

- ¿Cuál es la edad y perfil de los participantes?

- ¿Qué motivo o logro se celebra?
- ¿Qué valores corporativos deben reflejarse?
- ¿Cuáles son sus preferencias o intereses?
- ¿Con cuánto tiempo disponible contamos?
- ¿Existe algún destino o temática definida?

Estas respuestas nos permiten construir un viaje coherente, emocional y alineado con los objetivos de la empresa. En ocasiones, el destino por sí solo reúne todos los elementos; en otras, hay que complementarlo con creatividad y diseño para hacerlo brillar.

El resultado: satisfacción, impacto y legado

La mayor recompensa de crear un viaje de incentivo es ver la satisfacción del cliente, la sorpresa del participante y la derrama económica que beneficia al destino. Cada programa exitoso impulsa la mejora

continua, motiva a innovar y promueve lugares más sostenibles y atractivos.

Los incentivos son mucho más que una herramienta de motivación: son una celebración del logro humano, una manera de conectar con los demás y de descubrir que el verdadero premio está en la experiencia compartida.



*** Mireya Camarena Arenas.**

Directora General de Bahías Plus DMC, empresa especializada en experiencias turísticas para grupos e incentivos en México con más de 34 años de trayectoria en el sector MICE.

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL
CONTENIDO

Yucatán

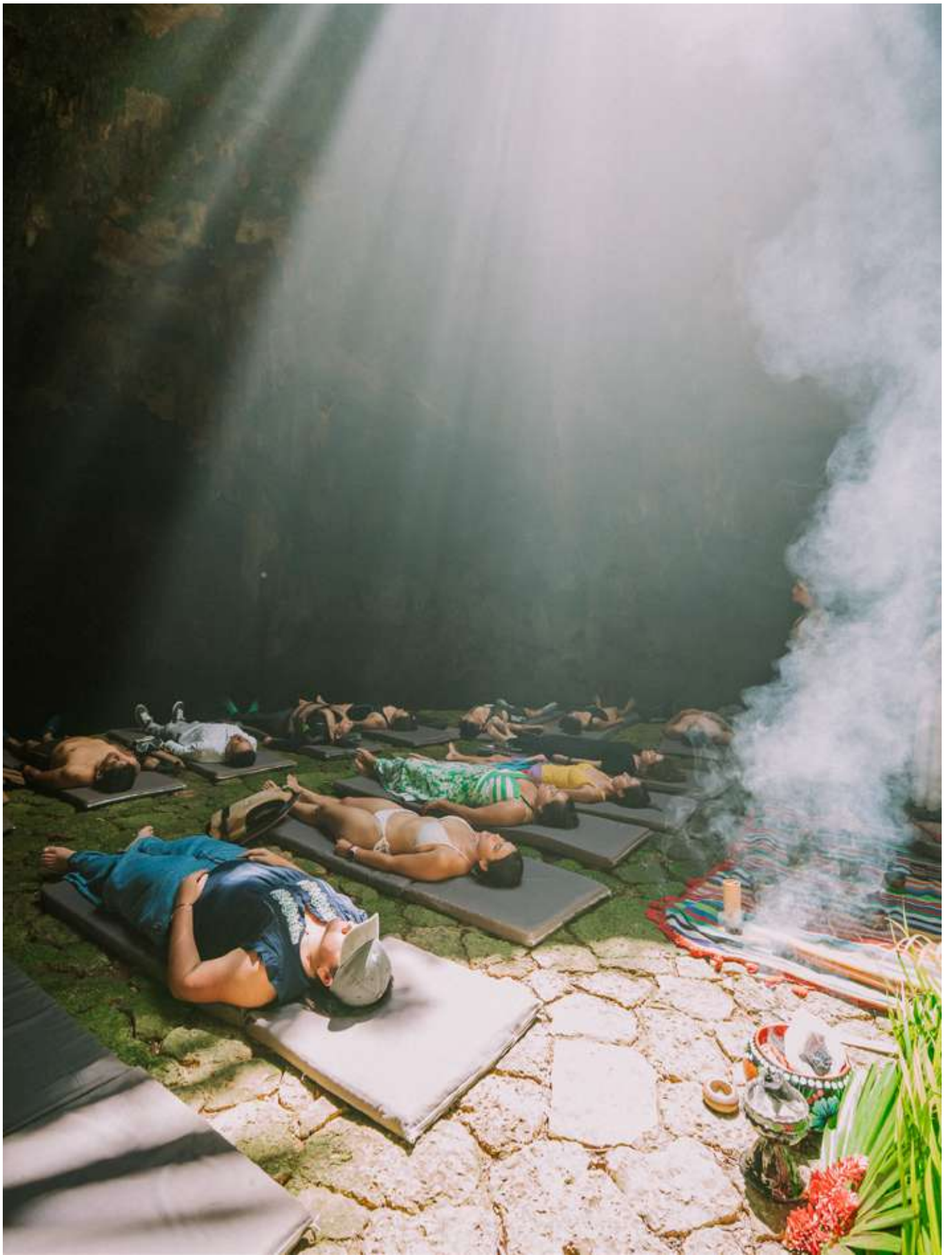
estrategia, hospitalidad
y legado para crear
experiencias únicas

Yucatán es uno de esos destinos que no solo se visitan, se viven. Con una estrategia de desarrollo turístico enfocada en la excelencia operativa, la autenticidad cultural y el diseño de experiencias transformadoras, este estado del sureste mexicano se ha posicionado como uno de los protagonistas del turismo de reuniones y, especialmente, del turismo de incentivos en el país.

Su fortaleza no está solo en la infraestructura: está en su visión. En la capacidad de combinar tradición, tecnología, biodiversidad, conectividad y un profundo sentido de hospitalidad para crear momentos memorables. Desde majestuosas haciendas adaptadas como venues de alto nivel, hasta cenotes, reservas naturales y una gastronomía reconocida por la UNESCO, Yucatán ofrece escenarios que conectan el alma del territorio con los objetivos de los grupos y organizadores.



Conectividad y logística son piezas clave. El Aeropuerto Internacional de Mérida ofrece rutas directas a los principales destinos del país y conexiones internacionales estratégicas como Miami, Houston y Toronto. A esto se suma una infraestructura hotelera diversa y de primer nivel: resorts frente al mar, hoteles boutique, haciendas coloniales y propiedades con servicios wellness y experiencias personalizadas.



Los recintos también marcan la diferencia. El Centro Internacional de Congresos Yucatán (CIC), ubicado a pasos del Paseo de Montejo, es el único del mundo con un cenote en sus instalaciones y cuenta con certificación LEED Platinum. Su capacidad de hasta 10,000 asistentes y su integración al corredor cultural del centro histórico lo hacen un espacio excepcional.

Por su parte, el Centro de Convenciones y Exposiciones Yucatán Siglo XXI, al norte de Mérida, ofrece 23,000 m² de área para exposiciones y está rodeado por una amplia oferta de servicios y hospedaje, con más de 1,700 habitaciones y 35 business centers.



Además, el entorno geográfico del estado permite incorporar experiencias únicas en la selva, en la costa o en sus reservas naturales. Las Reservas de la Biósfera de Ría Lagartos y Celestún son escenarios ideales para actividades sustentables, observación de flamencos, navegación interpretativa y momentos de reconexión con la naturaleza, ideales para grupos que buscan experiencias inmersivas y de bajo impacto.



Pero más allá de cifras, lo que distingue a Yucatán es su forma de recibir. La experiencia está en cada detalle: en la calidez de su gente, en la seguridad de sus calles, en la narrativa viva de su historia. El visitante no solo participa de un evento, se sumerge en una cultura milenaria que lo envuelve con autenticidad.



Yucatán es, sin duda, un destino donde la estrategia turística se traduce en hospitalidad genuina. Un lugar donde la expertise local se convierte en experiencias únicas. Y en una industria que hoy valora tanto la personalización como la eficacia, este estado demuestra que está listo no solo para recibir, sino para trascender.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

Los Cabos Inolvidable:

Memorias Eternas

POR: SANDRA CASTAÑEDA*

Una Inmersión Sensorial de Ultra-Lujo
en el Fin de la Tierra

Donde el Desierto Abraza al Mar y Nace la Leyenda

Los Cabos, la joya que fusiona el desierto de Baja California Sur con las aguas turquesas del Mar de Cortés y el Océano Pacífico, es más que un destino de lujo; es un **lienzo para crear experiencias que trascienden lo convencional**. Este no fue solo una reunión de negocios o un viaje de incentivo; fue una **expedición sensorial** diseñada meticulosamente para grabar en la memoria de cada participante la esencia de este paraíso y el valor incalculable de sus logros.

El objetivo fue claro: **transformar el viaje en una leyenda personal e imborrable**, elevando el reconocimiento a la categoría de arte.

**Sed de Exclusividad:
El Entorno Como
Co-Protagonista**



Para que el evento sea inolvidable, el entorno debe ser un personaje más, un templo de sofisticación y belleza inalterada. Seleccionamos locaciones que encapsulan la exclusividad y la belleza cruda de Los Cabos, asegurando la privacidad y el máximo esplendor en cada detalle. La experiencia se estructuró en tres actos que llevaron a los asistentes a través de un viaje de descubrimiento:

1. **El Oasis Íntimo**
2. **El Retiro del Desierto**
3. **El Santuario del Océano**



Para forjar recuerdos duraderos y celebrar los logros, los eventos deben desafiar lo ordinario y sumergir a los participantes en actividades que solo Los Cabos, con su geografía dual, puede ofrecer. Estas no son "actividades", son inmersiones de ultra-lujo:

- **Travesía Enológica en el Océano**
- **Adrenalina y Arena**
- **Alta Cocina y Cultura Local**
- **Bienestar Privado**

Los Recuerdos Tangibles y la Claridad de la Idea

Foto: Julio Hernández / pexels.com



La idea principal es la **inmersión de ultra-lujo y la conexión profunda con la cultura y geografía de Baja California Sur**, transformando cada actividad en un hito emocional.

Los asistentes no solo se van con una maleta de recuerdos, sino con elementos tangibles que sirven como anclas de la experiencia:

- **El Legado de la Baja.**
- **Narrativa Visual.**
- **La leyenda del viaje se comparte y perdure mucho después de la vuelta a casa.**

En esencia, este viaje de incentivo en Los Cabos fue la **máxima expresión de reconocimiento**, un tributo al éxito que elevó el estándar, no de unas vacaciones de lujo, sino de una **memoria inolvidable, exclusiva y verdaderamente eterna.**



*** Sandra Castañeda.**

Cofundadora de CTA Group y líder de MEXDMC, con más de 25 años de trayectoria en la industria del turismo y la hospitalidad de lujo. Experta en operaciones de grupos en Baja California Sur.

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL
CONTENIDO**

BAHIAS PLUS

34 AÑOS DE VISIÓN, ARRAIGO Y
EXCELENCIA DMC EN EL SUR DE MÉXICO



En una industria donde el valor se mide en experiencias memorables y operaciones impecables, Bahías Plus DMC destaca por algo más profundo: una trayectoria de 34 años construida con identidad, compromiso local y visión a largo plazo.

Nacida en Huatulco en 1991, la empresa fue pionera en interpretar el potencial turístico del sur de México, apostando desde el inicio por una operación que combinara logística de alto nivel con un respeto genuino por el entorno y la cultura.

Hoy, Bahías Plus representa mucho más que una empresa de servicios turísticos: es un DMC consolidado que articula destinos como Huatulco, Puerto Escondido, Mazunte, la ciudad de Oaxaca y Mérida con los objetivos de sus clientes, transformando territorios en plataformas vivas de encuentro, inspiración y valor. Esa capacidad de convertir la esencia local en activos estratégicos para eventos, incentivos o circuitos turísticos, ha sido clave para su posicionamiento.

Su propuesta se basa en una combinación ganadora: experiencia operativa, enfoque humano y sensibilidad regional. La empresa cuenta con un equipo propio

altamente capacitado, certificado y con profunda vocación de servicio. A esto se suma una flota propia de transporte, que garantiza eficiencia, puntualidad y control de calidad en cada punto del itinerario. **En cada uno de los destinos donde tiene presencia, Bahías Plus opera con flotilla propia, lo que le permite mantener el control logístico total y ofrecer un servicio ágil, seguro y adaptable a las necesidades del cliente.** Pero lo que verdaderamente marca la diferencia es su manera de diseñar: cada programa responde a una lógica de hospitalidad auténtica, sostenibilidad y beneficio compartido.



En un momento donde la industria exige alianzas confiables y experiencias personalizadas, Bahías Plus destaca por su capacidad de leer el destino con inteligencia emocional y operativa. Su historia familiar, liderada por Mireya Camarena Arenas y fortalecida con la incorporación activa de una nueva generación, demuestra que la evolución es posible cuando se combina legado con renovación.



Su crecimiento hacia Yucatán confirma una expansión cuidadosa pero firme. En Mérida, Bahías Plus ha sabido interpretar las claves culturales y logísticas del destino, integrando su operación al contexto sin perder su sello: atención personalizada, compromiso con la comunidad y creatividad en la propuesta de valor.

Eventos para corporativos, programas de incentivo, congresos, atención a cruceristas y circuitos turísticos multidesfino forman parte de su portafolio, pero el hilo conductor siempre es el mismo: mostrar lo mejor del sur de México con calidez, eficiencia y narrativa propia. La empresa, reconocida como el #YellowTeam por su distintivo uniforme, es sinónimo de soluciones inmediatas, rostros amables y resultados comprobables.

Como parte de su compromiso con los más altos estándares de calidad y responsabilidad, Bahías Plus cuenta con sellos y certificaciones como Distintivo M,

Distintivo S, Punto Limpio, Safe Travels, Código de Conducta Nacional y Green Wedding Professional, además de reconocimientos por diversificación de producto en turismo de cruceros (2017) y turismo incluyente (2023).

Bahías Plus no es solo parte de la historia del turismo en Oaxaca: es un actor clave en el presente y futuro de la región. Una muestra tangible de que cuando se combinan estrategia y expertise, lo que se crea no es solo un servicio... sino una experiencia única.



bahiasplus.com

 [bahiasplus](https://www.instagram.com/bahiasplus)

 [Bahías Plus DMC - Oficial](https://www.facebook.com/Bahías-Plus-DMC-Oficial)

 [bahiasplusdmc](https://www.tiktok.com/@bahiasplusdmc)

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**



EVENTOS CON PROPOSITO

¿CÓMO DISEÑARLOS Y CONVERTIRLOS EN EXPERIENCIAS MEMORABLES?

POR: ELDA LAURA CERDA, CED, CES*

Al hablar de eventos con propósito nos referimos a aquellos que se diseñan intencionadamente para alcanzar un objetivo específico, ya sea de negocio, social o ambiental. No se limitan a transmitir conocimiento; buscan generar resultados medibles y tangibles para los asistentes y para la organización;

por otra parte; al hablar de experiencias memorables; nos focalizamos al conjunto de emociones, percepciones, nivel de interacción con el entorno y las personas que el asistente, patrocinador, propietario, presidente, equipo organizador, etc. experimenta de manera significativa a lo largo de un evento, desde la invitación hasta el cierre, cuando se diseña de manera asertiva el evento pasa a la colección de experiencias memorables, esas que permanecen cerca del corazón y vienen a la mente en la primera oportunidad.



¿Cómo diseñar eventos con propósito?

En nuestra experiencia hemos aprendido a:

- Dejar de ver los eventos desde un punto meramente logístico y funcional; migrando hacia proyectos estratégicos y de generación de valor, que ayuden a transformar comportamientos de relacionamiento, actitud, aprendizaje, de aquellas personas para las cuales estamos diseñando.
- Empatizar con las personas involucradas en el evento a fin de entender sus necesidades, retos, frustraciones, deseos, expectativas, comportamiento deseado al concluir el evento.
- Descubrir el propósito, lo que verdaderamente les mueve, a fin de diseñar el mapa de experiencias, de contenido, significativas y relevantes para lograr sus objetivos.

- Establecer un plan de medición y un sistema de seguimiento.
- Implementar prácticas de sostenibilidad, inclusión y responsabilidad social.
- Evaluar y aprender: medir impacto real y recoger aprendizaje para futuras ediciones.



Como ejemplo:

Uno de nuestros clientes realizaba anualmente una tradicional y poco concurrida comida de entrega de reconocimientos a nivel nacional para sus mejores vendedores con una duración promedio de 2 horas; RH nos solicitó un proceso de intervención focalizado a dos tipos de actores involucrados (dueño de la empresa y vendedor) aplicamos el proceso de diseño consciente fin de encontrar su verdadero propósito.

Propósito: “Aumentar el nivel de relacionamiento, el intercambio de mejores prácticas y grado de satisfacción entre sus vendedores top”.

Estrategia: Realizar un viaje de incentivo en algún destino mexicano con experiencias de alto impacto e identidad de destino, favoreciendo a empresas familiares y el consumo de productos locales, valores promovidos por su cultura corporativa.

Resultados: Nivel de satisfacción 95%, puesta en marcha de una cultura de incentivos, sostenida y medible durante los últimos 3 años la cual ha permeado a una nueva división de la empresa.

En conclusión, organizar un evento, no es solo ejercer un presupuesto, definir una ruta crítica y funcional, repetir una fórmula exitosa para palomear el pendiente; organizar un evento es diseñarlo con intensidad; es entenderlo como un espacio de conexión, propósito y pertenencia, cuyo impacto y medición en el público objetivo es mandatorio.



*** Elda Laura Cerda.**

CED, (Certified Event Designer), CES.

Dedicada al turismo con una experiencia de 35 años con énfasis en la industria de reuniones, gestión de oficinas de convenciones y visitantes, gestión de destinos y desarrollo de talento.

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL
CONTENIDO**

HACIENDA SANTO CRISTO:



Patrimonio con propósito para
encuentros memorables

Ubicada en el Pueblo Mágico de Atlixco, Puebla, Hacienda Santo Cristo es un espacio donde la historia cobra vida, el tiempo se desacelera y los sentidos encuentran nuevas formas de conexión. Fundada en el siglo XVI y declarada Monumento Histórico por el INAH, esta antigua hacienda de labor vivió su esplendor como una de las principales productoras de trigo de la región. Hoy, tras una restauración meticulosa, se presenta como un hotel boutique de lujo, que honra sus raíces y eleva el concepto de hospitalidad con carácter, elegancia y autenticidad.

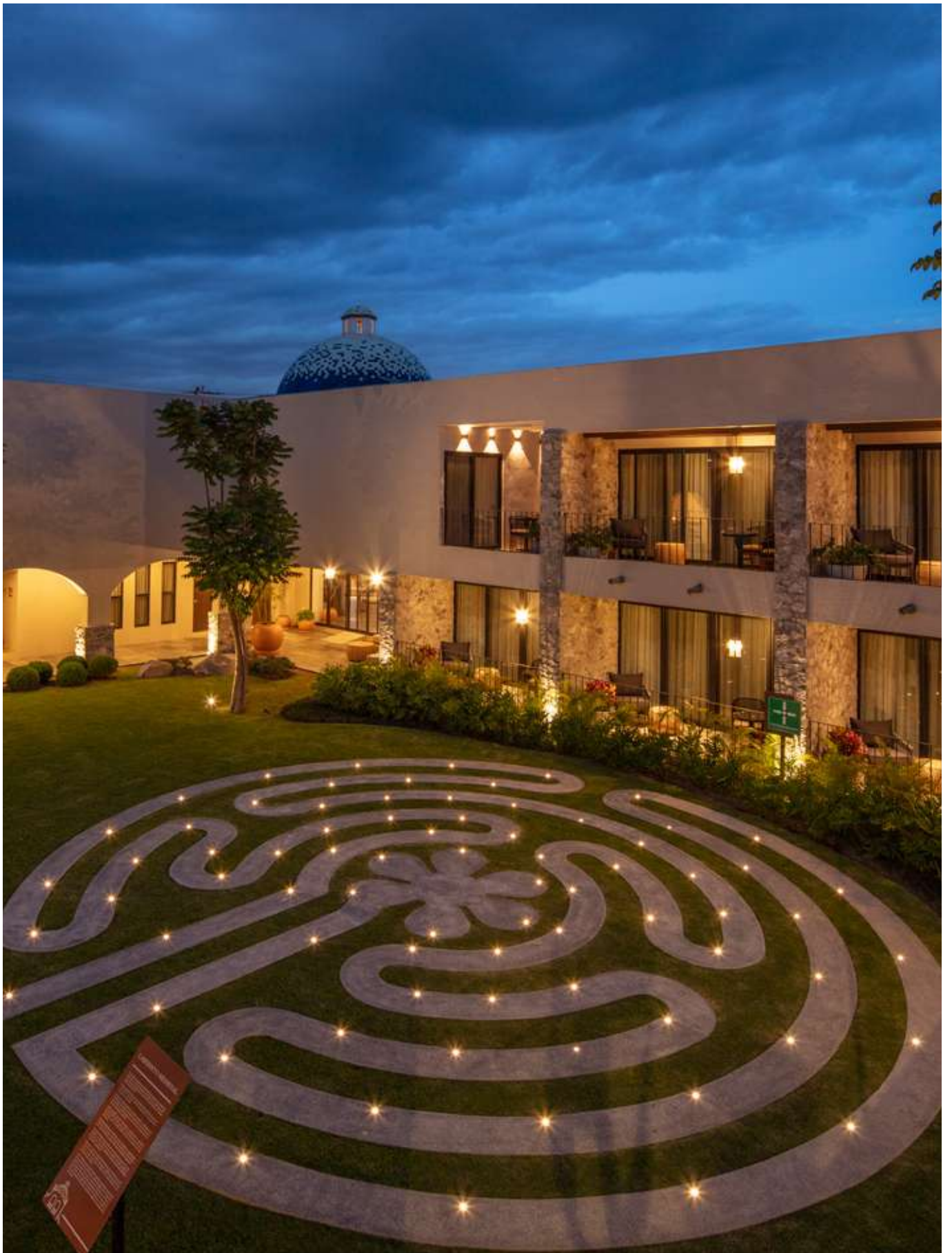


Desde sus 26 habitaciones hasta sus jardines, salones multifuncionales y espacios abiertos, cada rincón de la hacienda invita a vivir una experiencia profunda y significativa. Su capilla consagrada, ideal para ceremonias íntimas, y la explanada —perfecta para bodas destino y celebraciones de hasta 400 personas sin necesidad de extenderla— reflejan la versatilidad del recinto. Para eventos más exclusivos o en formato petit comité, la terraza La Corona ofrece un ambiente refinado para hasta 80 personas, donde la arquitectura colonial y la naturaleza de Atlixco crean atmósferas memorables.



La ubicación es otro de sus grandes atributos. A solo hora y media de la Ciudad de México y a 45 minutos de Puebla capital, Hacienda Santo Cristo ofrece cercanía sin perder el aire de retiro. Esta ventaja logística la convierte en una opción atractiva no solo para bodas, sino también para reuniones corporativas, talleres de planeación, encuentros estratégicos y experiencias de integración. La hacienda está conectada, pero se siente como un universo aparte: un lugar donde se puede trabajar con foco, celebrar con emoción o simplemente crear recuerdos entrañables.

Más allá de su valor patrimonial, Hacienda Santo Cristo es una empresa liderada por profesionales apasionados por la hospitalidad, con un firme compromiso hacia la excelencia en el servicio. Su propuesta gastronómica —enraizada en la tradición poblana— es también un punto de encuentro entre el legado culinario y la innovación.



Aquí, el pasado no se conserva: se vive. Y el alma del lugar no se explica: se siente. Hacienda Santo Cristo representa una nueva forma de entender los espacios para encuentros, donde la historia se transforma en hospitalidad, y la arquitectura, en emoción. Una verdadera joya para quienes buscan algo más que un lugar: una experiencia con identidad.



haciendasantocristo.mx

 HACIENDA SANTO CRISTO

 santocristomx

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**



¿EXPERIENCIAS AUTÉNTICAS Y SUSTENTABLES?

SUMÉRGETE EN LA CULTURA INDÍGENA

POR: LUPITA VILLASEÑOR*

De acuerdo con el Sistema de Información Cultural del Gobierno de México, en nuestro país existen 71 pueblos indígenas. Para quienes organizamos viajes de incentivo, esto se traduce como una oportunidad invaluable para diseñar y ofrecer experiencias que promueven la diversidad y la multiculturalidad de los destinos mexicanos. Además, dichas experiencias pueden ser extremadamente valiosas por varias razones:

1. Experiencia auténtica y cultural. Las interacciones con comunidades indígenas brindan a los participantes una oportunidad para experimentar de manera auténtica y directa la cultura, costumbres y formas de vida de estas comunidades. Esto puede ser una experiencia enriquecedora y educativa para los viajeros, ya que les permite sumergirse en un entorno culturalmente diverso y diferente al suyo.

2. Conexión emocional. Participar en actividades con comunidades indígenas puede crear una

conexión emocional profunda entre los viajeros y las personas que visitan. La oportunidad de compartir momentos significativos, aprender sobre los desafíos y logros de estas comunidades y escuchar sus historias puede generar empatía.



3. Contribución al desarrollo local. Muchas comunidades indígenas dependen del turismo sostenible como una fuente de ingresos. Al participar en actividades organizadas por estas comunidades, los viajeros pueden contribuir directamente al desarrollo económico y social de las personas. Esto puede incluir la compra de artesanías, la contratación de servicios locales y el apoyo a proyectos comunitarios.

4. Promoción de la preservación cultural. El turismo responsable puede ayudar a preservar las tradiciones culturales de las comunidades indígenas. Al mostrar interés en su cultura y participar en sus actividades, los viajeros pueden incentivar a estas comunidades a mantener sus prácticas y formas de vida tradicionales en un mundo cada vez más globalizado.

5. Educación y sensibilización. Participar en actividades con etnias indígenas puede sensibilizar

a los viajeros sobre cuestiones como la diversidad cultural, la justicia social, los derechos humanos y la preservación del medio ambiente. Estas experiencias pueden llevar a una mayor conciencia sobre la importancia de proteger y respetar la cultura y los derechos de las comunidades indígenas en todo el mundo.



6. Diferenciación en los viajes de incentivo.

Estas actividades ofrecen un contraste atractivo con

las actividades típicas de viajes de incentivo, lo que puede aumentar el valor percibido de la experiencia y generar un impacto duradero en los participantes.

Es importante señalar que, al organizar actividades con comunidades indígenas, es esencial hacerlo de manera respetuosa, inclusiva y sostenible. Esto implica trabajar en colaboración con las comunidades, respetar sus deseos y valores, y garantizar que las actividades promuevan el bienestar y el desarrollo a largo plazo de las personas involucradas.

Es aquí donde recae la importancia de contar con el apoyo de un DMC para diseñar y gestionar este tipo de experiencias, ya que cuentan con la sensibilidad y los contactos adecuados. Especialmente al atender grupos extranjeros.

El DMC es quien abre las puertas a la riqueza multicultural de cada uno de los destinos mexicanos.

Experiencias que tocan almas y dejan huella en el corazón de los visitantes.



Procesa
EVENT MANAGEMENT & INCENTIVES

*** Lupita Villaseñor.**

Copropietaria de Procesa Group, con más de 25 años de experiencia en eventos corporativos y viajes de incentivo. Ha presidido diversas asociaciones del sector, incluida AMDEMAC, y representado a México en foros internacionales.

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL
CONTENIDO**

INNOVACIÓN EN
VIAJES DE INCENTIVO
EN CIUDADES **PATRIMONIO**
DE LA HUMANIDAD:
CASO PUEBLA

POR: ANGÉLICA GALINDO*



- Te cambio un coco en la playa por una aventura que te convertirá en un soldado en la Batalla del Cinco de Mayo en Puebla!

En este artículo doy algunos tips que para crear experiencias en una ciudad colonial donde la historia no tiene por qué se aburrida.

- Lee la historia de la ciudad candidata a ser sede del viaje. Adéntrate en los detalles, ¿qué te sorprende? ¿qué puede ser contradictorio? ¿qué datos curiosos puedes encontrar? ¿cómo puedes relacionar aquellos tiempos en la historia con el día de hoy? Por ejemplo, sabías que en la Celebración del 5 de Mayo en Estados Unidos se consumen más de 81 millones de toneladas de aguacate para el guacamole?



Foto: chandelnd85 / freepik.com



- Desarrolla una historia alrededor del tema que hayas elegido y relaciónala con los objetivos de tu cliente. Destaca los detalles sorprendentes:

“la Batalla comenzó poco antes del mediodía

del 5 de mayo de 1862 y terminó alrededor de las 5 de la tarde, es decir, los mexicanos cumplieron la meta planteada del día, así como los colaborados de esta empresa que han logrado x objetivo”.

- Conoce a tu cliente a través de RFP: qué han hecho en otros destinos, presupuesto, nivel organizacional de los participantes, ¿es la primera vez que visitan la ciudad?

- Ten siempre en mente los objetivos del viaje de incentivo de tu cliente e insértalos en todos los momentos que puedas para reforzarlos: un personaje en alguna experiencia puede decir “¡Imagínense que la aseguradora X hubiera asegurado a los soldados que participaron en esa época!”
- Trata de relacionar la historia de la ciudad con la historia de la empresa de tu cliente. Por ejemplo, un viaje de incentivos de una aseguradora, se premia el esfuerzo diario que hacen los agentes en el “campo de batalla” para ganar la venta de seguros. Igualmente, los soldados mexicanos se enfrentaron en 1862 al ejército más poderoso del mundo en esa época, pero bajo el gran liderazgo del general Zaragoza, con el corazón y amor a su patria, defendieron a



México. Así igual los agentes salen y defienden la marca de su aseguradora.

- Durante la experiencia, el General Laurecenz y el General Zaragoza, recluta a su “ejército” de agentes aseguradores para ganar la batalla y para que logren sus metas. Envuelve a los participantes en el ambiente de 1862: ¿qué se comía? ¿qué música se escuchaba? ¿qué noticias había en el mundo?



- Lo más importante, debes crear momentos clave que muevan las emociones de los participantes para que se queden grabados en su corazón, se sientan que tu cliente se tomó el tiempo para premiarlos con

un viaje extraordinario con experiencias únicas: una cena al pie de el Fuerte de Loreto donde se concentró el ejército mexicano.

- Contrata a un experto local, un DMC con experiencia, certificado y avalado por AMDEMAC.



*** Mtra. Angélica Galindo.**
Dib, CMM, CIS.

Propietaria de Tip Tours & DMC
Puebla. 32 años "Bordando
experiencias a mano en Puebla".

www.tiptours.mx

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL
CONTENIDO**



LIDERAZGO CON PROPÓSITO:

LA SOSTENIBILIDAD EN LA
INDUSTRIA DE REUNIONES COMO
COMPROMISO PERSONAL

POR: ESTELA NOLASCO*

La sostenibilidad ha pasado de ser una tendencia a convertirse en un **principio rector de la gestión empresarial** a nivel global. En la **industria de reuniones**, ya no es un valor agregado: es el **nuevo estándar del liderazgo corporativo**.

El cambio no comienza con una certificación o un protocolo verde, sino con una **convicción personal**. Los líderes que entienden la sostenibilidad como un compromiso ético y congruente están transformando la forma en que se planifican y ejecutan los eventos en México y en el mundo.

El impacto económico de la industria de reuniones es innegable, pero también lo es su **potencial para impulsar prácticas responsables** que beneficien al medio ambiente, a las comunidades y a las futuras generaciones.

Liderar con propósito y dejar huella

El liderazgo sostenible implica tomar decisiones que equilibren **rentabilidad, impacto social y respeto por el entorno**. Significa entender que cada acción, por pequeña que parezca, contribuye a un cambio estructural.



Como señala la **Organización Mundial del Turismo (OMT)**, la sostenibilidad es la clave para equilibrar la prosperidad económica, el bienestar social y la preservación ambiental. Esa visión exige **líderes**

congruentes, que practiquen en su vida cotidiana lo que promueven en su discurso y alineen sus decisiones con sus valores.

La sostenibilidad se construye desde la **coherencia del liderazgo**. La congruencia es el valor que diferencia a los líderes auténticos de quienes solo adoptan un discurso ambiental por conveniencia.

Cada evento corporativo representa una oportunidad para **educar, sensibilizar y movilizar** hacia una cultura de sostenibilidad.

Las DMCs y la sostenibilidad en la industria de reuniones

Las **DMCs (Destination Management Companies)**, como expertas en la operación y conocimiento profundo de los destinos, jugamos un **rol insustituible** en la creación de valor para los eventos

corporativos. Somos el vínculo entre las empresas, los proveedores locales y las comunidades anfitrionas.

Al conocer el territorio, las DMCs diseñamos programas que respetan la cultura local, reducen la huella ambiental y generan beneficios económicos tangibles para el destino. Nuestra labor no se limita a coordinar un evento, sino a **construir puentes entre la visión corporativa y la realidad del destino**, asegurando que cada reunión deje una huella positiva, coherente y memorable.

La sostenibilidad como decisión personal

El futuro del turismo corporativo depende de **líderes con propósito, coherencia y visión a largo plazo**. La sostenibilidad de los eventos inicia en casa: todos podemos incidir desde lo particular, pagando salarios justos, implementando buenas prácticas en

las operaciones diarias, y contribuyendo de forma activa a nuestras comunidades.

He tenido la oportunidad de comprobar que el **liderazgo congruente**, acompañado de **acciones auténticas**, genera confianza, fortalece relaciones y crea valor duradero.

Porque en esta industria —como en la vida—, **la sostenibilidad empieza por la coherencia personal.**



*** Estela Nolasco Martínez.**

Directora Ejecutiva Chimalli Travel Group. Socia fundadora de Chimalli Travel Group en el año 2002, Certificación CIS por SITE. Presidenta fundadora de AFEET Capitulo filial Oaxaca, Socia de AMDEMAC, Actualmente Presidenta de SKÅL Oaxaca.



SIGUIENTE



ANTERIOR



**REGRESAR AL
CONTENIDO**

Desarrollo de Turismo Comunitario en la Ruta **BARRANCAS DEL COBRE – MAR DE CORTÉS**

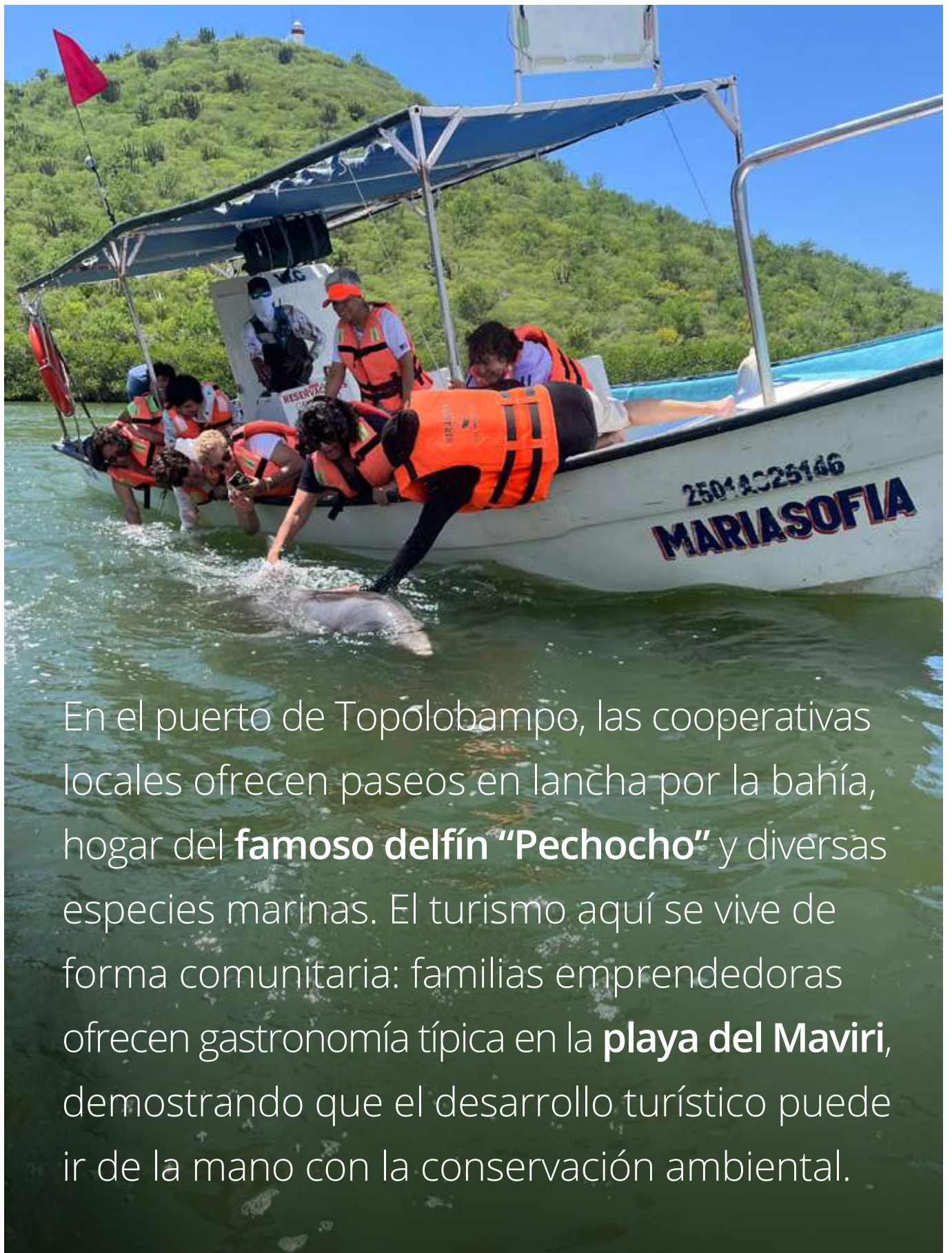
**Entre la sierra, el mar y las raíces
vivas del norte de México**

POR: CYNTHIA VALDEZ*

Entre el mar azul del Golfo de California y las montañas imponentes de la Sierra Tarahumara se extiende una de las rutas más fascinantes de México: **la Ruta Barrancas del Cobre – Mar de Cortés**. Más que un recorrido turístico, representa un modelo vivo de turismo comunitario y sostenible, donde las comunidades locales son protagonistas del desarrollo regional, preservando su identidad cultural y compartiendo sus tradiciones.

Como fundadora de **Soleitours Viajes DMC**, he tenido la oportunidad de integrar experiencias únicas en este circuito que une el mar y la sierra. Desde Los Mochis, ciudad con una posición estratégica por su puerto, aeropuerto y la salida del **legendario Chepe Express**, iniciamos un viaje que combina naturaleza, cultura y hospitalidad.

**Topolobampo:
el encuentro con el Mar de Cortés**



En el puerto de Topolobampo, las cooperativas locales ofrecen paseos en lancha por la bahía, hogar del **famoso delfín "Pechocho"** y diversas especies marinas. El turismo aquí se vive de forma comunitaria: familias emprendedoras ofrecen gastronomía típica en la **playa del Maviri**, demostrando que el desarrollo turístico puede ir de la mano con la conservación ambiental.

El Fuerte y Capomos: historia y cultura viva

El Pueblo Mágico de El Fuerte recibe al visitante con su arquitectura colonial y su riqueza cultural. En comunidades cercanas como **Capomos, pueblo mayo-yoreme** comparte la danza del venado y su cosmovisión ancestral. El turismo comunitario aquí impulsa la preservación cultural y el sustento local a través del arte musical, gastronomía regional y la artesanía tradicional.

Witosachi y la Sierra Tarahumara

En Witosachi, los visitantes viven experiencias auténticas con el pueblo rarámuri, participando en talleres de artesanías, cocina tradicional y en el ancestral juego de la bola. Cada actividad permite conocer su conexión espiritual con la naturaleza y su admirable sentido de comunidad.



Barrancas del Cobre y Creel: orgullo rarámuri

En el Parque de Aventura Barrancas del Cobre, los tarahumaras trabajan como guías, artesanos y operadores, compartiendo su cultura con miles de visitantes. Cerca de allí, en Creel, familias locales administran cabañas y excursiones, ofreciendo hospitalidad en medio de un paisaje de pinos y rocas monumentales como el Valle de los Hongos y los Monjes.

Conclusión

La Ruta Barrancas del Cobre – Mar de Cortés es un ejemplo de cómo el turismo puede ser motor de desarrollo sostenible basado en la participación comunitaria, el respeto cultural y la naturaleza. Como orgullosa operadora de esta ruta, invito a todos los viajeros a descubrir con Soleitours Viajes la magia de este recorrido que une el mar, la sierra

y el corazón del norte de México. Vengan a vivir una experiencia auténtica, humana y profundamente mexicana.



*** MDH Cynthia Valdez Vega.**

Fundadora y Directora General SOLEITOURS
viajes, DMC Barrancas del Cobre y Mar de Cortes.

✉ cvaldez@soleitours.com

☎ **6681300066**

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL
CONTENIDO**

MÁS ALLÁ DEL VIAJE:

SOLUCIONES CORPORATIVAS EN DESTINOS DE ALTO IMPACTO

POR: NAPOLEÓN MEDINA*

Cómo el turismo de reuniones y los viajes de incentivo se convierten en herramientas estratégicas para motivar, integrar y transformar equipos de trabajo.

Introducción

Cuando un equipo se encuentra frente al mar, compartiendo aprendizajes y desafíos, algo cambia. Más allá del paisaje, está el propósito. Hoy, las empresas apuestan por experiencias que no solo motivan, sino que generan resultados medibles en integración y desempeño.

En el contexto actual del turismo MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions), las experiencias corporativas en destinos especializados representan una estrategia de alto valor para el desarrollo organizacional. Este tipo de turismo combina infraestructura de calidad, diseño de experiencias personalizadas y objetivos empresariales medibles, como la mejora del clima laboral, el fortalecimiento de la cultura corporativa y el incremento en la productividad.

Cuando el viaje se convierte en vínculo: motivación e integración en acción

Las experiencias compartidas en destinos cuidadosamente seleccionados tienen el poder de transformar dinámicas laborales, fortalecer vínculos interpersonales y despertar un sentido renovado de pertenencia.

Desde una perspectiva técnica, los viajes de incentivo y las reuniones empresariales en destinos turísticos especializados se alinean con objetivos clave de gestión del talento. Estudios recientes demuestran que los equipos que participan en experiencias fuera del entorno habitual presentan incrementos significativos en indicadores como la satisfacción laboral y la productividad.

Pero más allá de los datos, está la vivencia. Caminar juntos por calles desconocidas, resolver retos



en equipo frente a paisajes inspiradores o compartir una cena en un entorno culturalmente enriquecedor, genera memorias que trascienden el viaje. Estas experiencias no solo motivan: integran. Y esa integración se traduce en confianza, empatía y compromiso.

Diseño de experiencias que transforman: del itinerario al impacto

Un viaje corporativo exitoso no se mide solo por la logística impecable o el lujo del destino, sino

por la calidad de las experiencias vividas y el impacto que generan en los equipos. El diseño de estas vivencias requiere una planificación estratégica que combine objetivos empresariales con elementos emocionales, culturales y sensoriales.

Desde una mirada técnica, se integran actividades como talleres de innovación, dinámicas de team building, sesiones de coaching al aire libre o retos colaborativos en entornos naturales. Cada componente debe alinearse con los valores de la empresa y el perfil del equipo participante.

Cuando un grupo supera juntos un desafío en la selva, comparte una ceremonia ancestral en la montaña o crea una obra colectiva en un taller artístico, se generan vínculos que no se olvidan. La experiencia se convierte en narrativa compartida, en memoria emocional que fortalece la identidad del equipo.



Selección de destinos: el escenario como catalizador

Elegir el destino adecuado para una experiencia corporativa es una decisión estratégica que debe considerar factores logísticos, culturales, emocionales y simbólicos. El entorno influye directamente en el tipo de conexión que se genera entre los participantes.

Los destinos de alto impacto deben ofrecer infraestructura para reuniones, conectividad aérea, oferta cultural y capacidad de personalización. Pero también deben transmitir algo más: una emoción, una historia, una energía que se alinee con los valores de la empresa.

Un retiro en la montaña puede fomentar introspección y liderazgo; una experiencia en una ciudad vibrante puede estimular la creatividad y

la innovación. El destino no es solo el fondo de la experiencia: es parte del mensaje.

Conclusión estratégica: invertir en experiencias, cosechar transformación

Las experiencias corporativas en destinos turísticos especializados representan mucho más que una tendencia: son una inversión inteligente en capital emocional, cohesión y propósito.

El turismo de reuniones y los viajes de incentivo bien diseñados permiten a las organizaciones alinear sus objetivos estratégicos con vivencias que generan impacto real. No se trata solo de viajar, sino de transformar. De convertir cada encuentro en una oportunidad para fortalecer vínculos, renovar energías y construir culturas organizacionales más sólidas, empáticas y resilientes.

Porque cuando el viaje está diseñado con propósito, el regreso siempre trae algo más que recuerdos: trae equipos más conectados, más comprometidos y más preparados para enfrentar juntos los desafíos del futuro.



*** Mtro. Napoleón Medina M.**

Director de Cucapah DMC, Altas Experiencias en Baja California. Creador e integrador de experiencias personalizadas con actores locales y únicas en entornos vinícolas, costeros, desérticos, montañosos, con paisajes y cocinas únicas, dentro de Baja California.



SIGUIENTE



ANTERIOR



**REGRESAR AL
CONTENIDO**

DONDE LAS MARCAS SE CONVIERTEN EN
HISTORIAS QUE MUEVEN A LA INDUSTRIA

Panorama[®] Turístico

En Panorama Turístico
conectamos tu marca
con los líderes que deciden

MEDIA PARTNER OFICIAL

ibtm AMERICAS



Tu próxima gran conexión empieza aquí >

55 4510 1116 | gcontreras@panorama-turistico.com.mx