

TURISMO E INDUSTRIA DE REUNIONES

# Panorama<sup>®</sup> *Turístico*

AÑO XXXVI. NO. 5. MAYO 2026.



 **MPI**  
**MEXICO**  
CHAPTER

LA FUERZA DE LA COMUNIDAD:

**EL MOMENTO DE MPI MÉXICO**

# XVI CONGRESO



MPI

MÉXICO  
CHAPTER

LEÓN  
GUANAJUATO.

15-17  
JULIO  
2026

# ENFOQUE

La industria de los eventos se ve diferente cuando sabes dónde mirar.



## CONECTA

con líderes y  
profesionales  
de la industria.



## APRENDE

de expertos  
en el ámbito.



## DESCUBRE

las tendencias  
que están  
transformando  
los eventos.



## INSPIRATE

para llevar  
tus eventos  
al siguiente  
nivel.

**REGÍSTRATE AQUI**

Informes:  
[gerencia@mpimexico.org.mx](mailto:gerencia@mpimexico.org.mx)



En una industria dedicada a reunir personas, resulta inevitable preguntarnos qué es lo que realmente sostiene su crecimiento. Durante años hemos hablado de innovación, tendencias, tecnología y evolución profesional. Sin embargo, esta edición especial realizada en alianza con MPI México nos llevó a mirar hacia otro lugar: la comunidad.

Las voces que participan en estas páginas coinciden en algo fundamental. Las relaciones auténticas generan oportunidades. La confianza impulsa el desarrollo. El conocimiento compartido fortalece a la industria. Y el liderazgo encuentra sentido cuando ayuda a formar a quienes vienen detrás.

Aquí encontraremos reflexiones sobre networking, colaboración, profesionalización, sustentabilidad y legado, pero también sobre algo más profundo:

la necesidad de construir espacios donde las personas puedan crecer juntas.

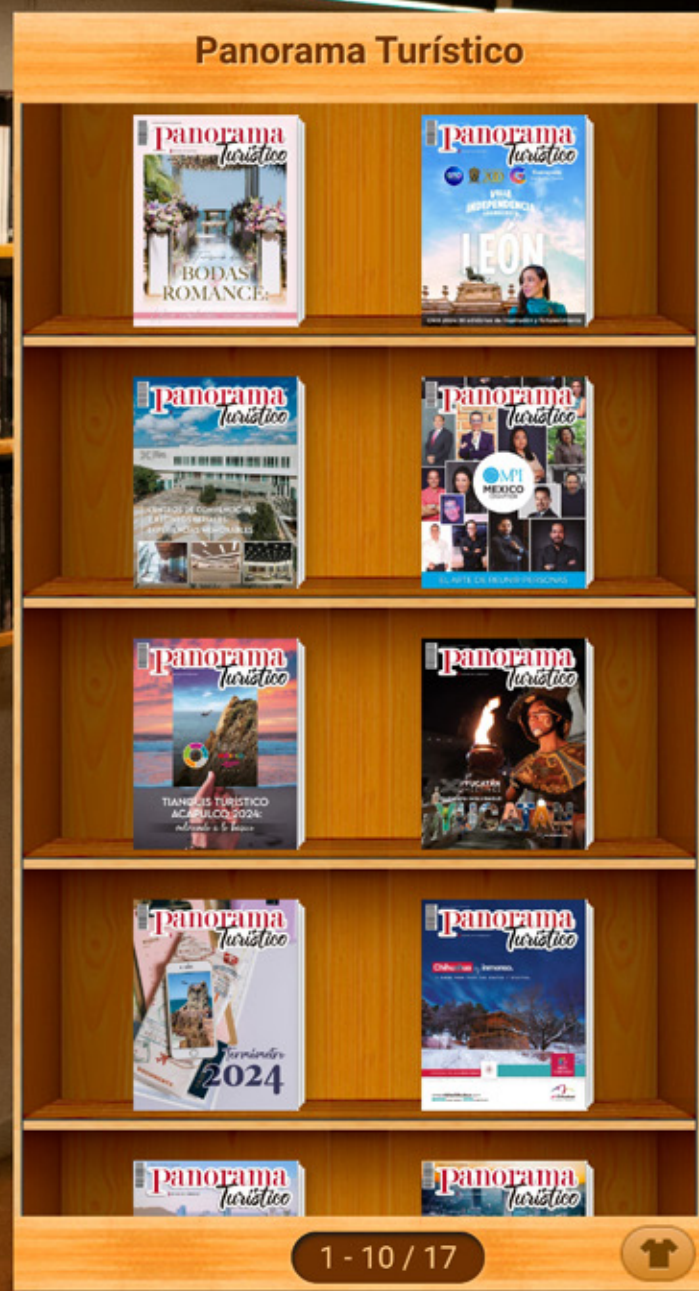
En tiempos marcados por la hiperconectividad y la transformación tecnológica, esta edición recuerda que el valor más importante de la industria de reuniones sigue siendo humano. Porque detrás de cada congreso, convención o evento exitoso existe una red de personas que comparte experiencia, abre puertas y genera oportunidades que trascienden cualquier agenda.

Esa red, invisible muchas veces, es la que verdaderamente mueve a nuestra industria.

*Panorama  
Turístico.*

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.



21



33



15

**1** Editorial

**6** Directorio

**8** La infraestructura invisible de la industria de reuniones

*Gustavo Contreras*

**15** Comunidad y legado: formar líderes para la siguiente generación

*Hugo Rosas*

**21** Comunidad como motor de crecimiento en la industria MICE

*Niza López*

**27** El verdadero networking: de contacto a relación

*Liz Melchor*

**33** La confianza como nueva moneda de la industria de reuniones

*Alejandro Escalante*

**42** El poder de pertenecer  
*Fernando Chávez*

**48** La industria MICE: un ejemplo de Liderazgo colaborativo:  
*Vanessa López*

**54** Profesionalización y desarrollo de talento en la industria  
*Paola Contreras*

**60** El futuro de las comunidades profesionales en la Industria MICE  
*Nayeli Rivera*

**66** Oxígeno en tiempos de COVID  
*Francisco Cachafeiro*



**90**

**74** Comunidad sin fronteras: fortaleciendo la comunidad MPI en Latinoamérica  
*Jesús Aguilar*

**80** Del networking local al impacto global  
*Krysteel Beltrán*

**86** El valor de pertenecer: comunidad, colaboración y crecimiento  
*Bruno Arias*

**90** Sustentabilidad con sentido de comunidad  
*Rick Magaña*

**97** Lo que esta edición deja claro  
*Panorama Turístico*



**42**

# Panorama® Turístico



**AÑO XXXVI • No. 5  
MAYO 2026**

## **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:**

Hugo Rosas, Niza López, Lizeth Melchor, Alejandro Escalante, Fernando Chávez, Vanessa López, Paola Contreras, Nayeli Rivera, Francisco Cachafeiro, Jesús Aguilar, Ana Krysteel Beltrán, Bruno Arcos y Rick Magaña.

## **RAÚL MENDOZA WALDO †**

Presidente Grupo Panorama

### MEDIO ALIADO



## **Anuncia tu producto o servicio en Panorama Turístico**

55 45 10 11 16 • [gcontreras@panorama-turistico.com.mx](mailto:gcontreras@panorama-turistico.com.mx)

### PANORAMA TURÍSTICO

Derechos Reservados© 2024, Año XXXVI, No. 5, MAYO 2026. 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 autorización por escrito de los editores. 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.

# 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](http://www.savant oils.com)



# LA INFRAESTRUCTURA INVISIBLE DE LA INDUSTRIA DE REUNIONES

*POR: GUSTAVO CONTRERAS\**

**D**urante años hemos medido la fortaleza de la industria de reuniones a través de indicadores visibles. Contamos recintos, habitaciones, rutas aéreas, metros cuadrados de exposición, asistentes, derrama económica y eventos realizados. Son métricas

importantes. Necesarias, incluso. Pero ninguna de ellas explica por completo por qué algunos destinos prosperan, por qué ciertas empresas crecen o por qué determinadas comunidades profesionales logran mantenerse vigentes generación tras generación.

Existe una infraestructura mucho más poderosa que no aparece en los mapas de destinos ni en los reportes de resultados. Una infraestructura construida por personas.

La industria de reuniones es, probablemente, una de las pocas actividades económicas donde el producto final depende casi por completo de la capacidad de colaborar. Detrás de cada congreso, convención, feria, viaje de incentivo o evento corporativo existe una compleja red de relaciones que conecta organizadores, recintos, hoteles, proveedores, asociaciones, destinos, patrocinadores,

instituciones académicas y líderes de opinión.  
Ninguno de ellos puede operar de manera aislada.

A diferencia de otros sectores, donde la competencia suele ser el principal motor del crecimiento, en la industria MICE el desarrollo ocurre cuando las conexiones se fortalecen. Los grandes proyectos nacen de conversaciones. Las oportunidades aparecen a través de recomendaciones. La innovación surge cuando distintas experiencias se encuentran. El conocimiento se multiplica cuando se comparte.



Por eso resulta cada vez más evidente que el verdadero activo estratégico de nuestra industria no son únicamente los espacios físicos donde se realizan los eventos, sino las comunidades que hacen posible que esos eventos existan.

Las asociaciones profesionales han entendido esta realidad desde hace décadas. Su valor nunca ha estado limitado a organizar encuentros, impartir capacitación o generar espacios de networking. Su verdadera contribución consiste en construir confianza entre personas que, de otra manera, difícilmente habrían coincidido. Crean entornos donde el aprendizaje circula, las experiencias se comparten y las oportunidades encuentran terreno fértil para desarrollarse.

En un momento histórico donde la tecnología parece capaz de conectarnos con cualquier persona en cualquier parte del mundo, las comunidades

profesionales siguen demostrando algo fundamental: conectar no es lo mismo que pertenecer.



La pertenencia implica compromiso. Implica participación. Implica la voluntad de contribuir al crecimiento de otros mientras construimos el nuestro. Es ahí donde las comunidades dejan de ser simples redes de contacto para convertirse en ecosistemas de colaboración.

Los textos que conforman esta edición especial exploran precisamente esa transformación. Hablan de confianza, liderazgo, profesionalización, sustentabilidad, colaboración, desarrollo de talento y visión de futuro. Pero, sobre todo, hablan de personas. De las relaciones que sostienen una industria cuyo propósito último sigue siendo reunir seres humanos alrededor de ideas, negocios, experiencias y proyectos compartidos.

Quizá por eso el futuro de la industria de reuniones no dependerá únicamente de la tecnología que adoptemos, los formatos que diseñemos o los mercados que conquistemos. Dependerá de nuestra

capacidad para seguir construyendo comunidades sólidas, diversas y generosas.

Porque detrás de cada evento exitoso existe una infraestructura invisible que no se mide en metros cuadrados, presupuestos o asistentes.

Se mide en confianza.

Se mide en colaboración.

Se mide en comunidad.



**\* Gustavo Contreras.**  
Director General | Publisher  
Panorama Turístico.

# COMUNIDAD Y LEGADO: FORMAR LÍDERES PARA LA SIGUIENTE GENERACIÓN

*POR: HUGO ROSAS\**



Durante mucho tiempo hemos desperdiciado energía quejándonos de las nuevas generaciones, juzgándolas y criticándolas porque no hacen las cosas como a nosotros nos gustan o como creemos que deberían hacerse. La idea de que “todo tiempo pasado fue mejor” muchas veces nos impide descubrir nuevas formas de pensar, trabajar y liderar.

Sin embargo, nos guste o no, las nuevas generaciones ya están asumiendo el control de la vida productiva en el mundo. Es ley de vida.

Hoy, las nuevas generaciones son nuestros clientes, nuestros proveedores e incluso nuestros jefes. Y aunque observamos cada vez más personas en posiciones de autoridad, probablemente vemos menos líderes. Quizá, también, las generaciones maduras tengamos parte de responsabilidad en ello. Reflexionar sobre el legado de liderazgo que

estamos dejando no es una tarea con punto final; es una construcción permanente. Si queremos seguir siendo líderes, debemos asumir diariamente el compromiso de formar nuevos líderes, entendiendo que las necesidades, prioridades y formas de pensar han cambiado.

Durante años vivimos bajo la idea de que un buen líder era aquel que lograba ser obedecido por todos. Bajo esa lógica, solo existían dos opciones: obedecer o ser obedecido. Aunque esos modelos dieron resultados en su momento, hoy pertenecen al pasado, y las nuevas generaciones han sido protagonistas de esa transformación.

Un organigrama sigue explicando quién manda, pero no necesariamente quién lidera. Sigue mostrando a quién se debe obedecer, pero no quién inspira, guía el cambio y ayuda al equipo a crecer. Y esa diferencia ha transformado profundamente las

estructuras de las empresas y las comunidades, porque liderar ya no consiste en alinear opiniones, sino en alinear propósitos.

Influir positivamente en otras personas requiere una habilidad especial que se construye con conocimiento, conciencia y práctica. Es una labor personalizada con cada integrante de una comunidad, sin importar si se trata de un colaborador, un colega o un superior, porque el liderazgo no se ejerce únicamente de manera descendente: es una práctica de 360 grados.

No se trata de formar líderes que hagan las cosas exactamente igual que nosotros. Se trata de desarrollar personas que, aun en una era cada vez más dominada por la tecnología, comprendan que el verdadero valor diferenciador de cualquier comunidad sigue estando en el componente humano.



Hoy, las generaciones maduras seguimos teniendo la responsabilidad de crear líderes con una nueva visión, nuevos hábitos y nuevas formas de pensar; líderes que nos cuestionen más de lo que nos obedecen, y que nos inspiren más de lo que simplemente nos aprenden.

Por ello, en MPI nuestra misión de educar y profesionalizar va más allá del aprendizaje técnico y la práctica profesional. También implica impulsar el

crecimiento y la formación de nuevos líderes que continúen transmitiendo conocimiento y guiando el futuro de nuestra industria.

Más allá de los premios, los reconocimientos, los negocios exitosos o los eventos espectaculares, vale la pena preguntarnos: ¿cuántos líderes hemos formado?, y a su vez, ¿cuántos líderes han formado ellos?

Es en la respuesta a esas preguntas donde realmente podremos entender si hemos dejado un legado positivo en esta maravillosa comunidad de la industria de eventos.



**\* Hugo Rosas Guzmán.**

CMP, CEM.

Presidente MPI Mexico Chapter 2026.

Director General LKD Events.

# LA COMUNIDAD COMO MOTOR DE CRECIMIENTO EN LA INDUSTRIA MICE

POR: NIZA LÓPEZ\*



En la industria MICE, como sin duda en otras industrias, el crecimiento sostenible no depende únicamente de la infraestructura, la conectividad aérea o la capacidad hotelera de un destino. El verdadero diferenciador competitivo radica en la capacidad de construir comunidad. Hoy en día, en este mundo tan dinámico y de acelerados cambios, el uso de herramientas tecnológicas y inteligencia artificial, están desviando el foco de un factor fundamental para el ser humano: las conexiones interpersonales, uno de los activos más valiosos e irremplazables para el desarrollo de negocios, la generación de oportunidades estratégicas y el fortalecimiento integral del ecosistema.

La industria de reuniones es precisamente, una industria de relaciones. Cada congreso, viaje de incentivo, convención o evento corporativo está hecho para conectar personas, para conectar ideas, para entrelazar negocios. Por otro lado, esta industria

es el resultado de una compleja red de colaboración entre meeting planners, DMCs, hoteles, recintos, proveedores especializados, autoridades y aliados comerciales. Ningún actor crece de manera aislada. El éxito de un destino y de sus empresas depende directamente de la solidez de su comunidad profesional y de la capacidad de sus integrantes para trabajar en equipo, hacer sinergias y mantener esa relación de confianza a largo plazo.



Las relaciones profesionales también impulsan la innovación dentro del sector. La evolución constante de las expectativas de los clientes, la incorporación de tecnología, la sostenibilidad y los nuevos formatos híbridos obligan a las empresas a adaptarse con rapidez. En este escenario, las comunidades profesionales se convierten en espacios de intercambio de mejores prácticas y aprendizaje colectivo. Cuando existe colaboración entre los distintos actores de la cadena de valor, el ecosistema adquiere mayor capacidad de respuesta, resiliencia y competitividad internacional.



Como Directora General de Oaxaca4Meetings DMC agency, he comprobado que los destinos con mayor potencial de crecimiento son aquellos que entienden el valor de trabajar de manera conjunta. En Oaxaca, la articulación entre iniciativa privada, instituciones y líderes de la industria ha permitido fortalecer la oferta MICE y posicionar al destino como una sede capaz de ofrecer experiencias auténticas, altamente competitivas y alineadas con las expectativas del mercado global.

La comunidad genera confianza, y la confianza genera negocio. Muchas de las oportunidades más relevantes de nuestra industria nacen en espacios de encuentro donde convergen visión, experiencia y objetivos comunes. Una conversación puede transformarse en una alianza estratégica; una recomendación puede abrir la puerta a un proyecto internacional. Esa es la verdadera fuerza del ecosistema MICE: la capacidad de multiplicar valor a través de las relaciones humanas.

El futuro de la industria estará definido por quienes entiendan que competir no significa avanzar solos, sino construir redes sólidas de colaboración. Más allá de organizar eventos, el reto de los líderes del sector consiste en crear comunidades capaces de impulsar innovación, desarrollo económico y crecimiento sostenible para todos los actores involucrados. Porque detrás de cada gran evento existe siempre una red de profesionales que lo hace posible.



**Oaxaca4Meetings®**  
DMC agency

**\* Nizarindani López Mijangos.**

Directora General Oaxaca4Meetings DMC  
VP Educación board 2026, MPI México Chapter.

[direcciongeneral@oaxaca4meetings.com](mailto:direcciongeneral@oaxaca4meetings.com)



# EL VERDADERO NETWORKING:

DE UN INTERCAMBIO DE TARJETAS  
A UNA ALIANZA DE VIDA

POR: LIZETH MELCHOR\*

Quienes nos dedicamos a la organización de eventos vivimos con un propósito claro: reunir a personas, conectar industrias y propiciar el encuentro entre profesionales de distintos gremios. En nuestra labor, el networking no es solo una actividad más; es un elemento vivo que está implícito en cada espacio que diseñamos. Asistimos y creamos eventos donde se intercambian tarjetas, se escanean códigos QR, se siguen cuentas en redes sociales y se suman números a la agenda telefónica. Vivimos en la era de la hiperconectividad, pero pocas veces nos detenemos a reflexionar en la pregunta más crucial de nuestra dinámica profesional: ¿qué pasa después del primer contacto?

La realidad es que acumular tarjetas no es lo mismo que construir relaciones.

A lo largo de mi trayectoria, he aprendido que el verdadero networking no ocurre en el instante en

que estrechas una mano. El valor se gesta en los días, semanas y meses posteriores; en todo lo que haces activamente para convertir un encuentro en una relación auténtica, humana y duradera.

En un entorno tan dinámico como el nuestro, muchas veces las oportunidades de negocio más significativas casi nunca nos llegan a través de una campaña de mailing o redes sociales. Surgen de la confianza de las relaciones que construyes a lo largo del tiempo.



Uno de los fenómenos más gratificantes es cómo estas relaciones de confianza derriban las barreras de la competencia tradicional. En teoría, el mercado nos invita a competir con quienes ofrecen nuestros mismos servicios. Sin embargo, cuando la conversación migra del interés comercial a la confianza mutua, el panorama se transforma. La supuesta "competencia" se convierte en una comunidad de aliados. Comienzan a surgir recomendaciones cruzadas, colaboraciones estratégicas y un ecosistema de apoyo donde el crecimiento de uno impulsa el de todos.

Ahí radica el verdadero cambio de paradigma: debemos dejar de ver a las personas como eslabones útiles en una cadena de valor y empezar a verlas como conexiones humanas.

Las relaciones genuinas no se construyen desde el utilitarismo o pensando en qué puedes obtener del otro, sino desde la generosidad de entender

cómo pueden sumar juntos. A veces, esa sinergia se traduce en una gran alianza; otras, se convierte en un consejo oportuno en un momento de crisis, una recomendación o, simplemente, en la certeza de saber que hay un colega dispuesto a escucharte.

Las conexiones más sólidas se construyen desde la autenticidad y el seguimiento desinteresado. Consisten en escribir un mensaje días después del evento, compartir una oportunidad de interés o preguntar sinceramente cómo va un proyecto, manteniendo la conversación viva sin la urgencia de recibir algo a cambio.

Este enfoque transforma la manera en que experimentamos el networking. Los eventos duran apenas unas horas o un par de días, pero las relaciones que se siembran en ellos tienen el potencial de trascender los años.

Hoy, el éxito del networking ya no se mide por cuántas tarjetas acumulamos, sino por cuántas conexiones logramos transformar en lazos verdaderos. En una industria tan profundamente humana como la nuestra, los vínculos reales siempre serán más poderosos que cualquier estrategia en papel.



**\* Lizeth Melchor Méndez .**

CEO y Directora de Proyectos de LIVENT, agencia especializada en eventos empresariales. Con más de 10 años de experiencia en la industria de reuniones, ha liderado congresos, exposiciones y eventos corporativos con un enfoque estratégico y centrado en la experiencia del cliente. Actualmente también se desempeña como Directora de Relaciones Públicas de MPI Capítulo México.



| [lizmelchor@liventeventos.com](mailto:lizmelchor@liventeventos.com)



# LA CONFIANZA: LA NUEVA MONEDA DE LA INDUSTRIA DE REUNIONES

*POR: ALEJANDRO ESCALANTE\**

En una industria donde durante muchos años el tamaño de un montaje, el número de asistentes o el presupuesto de producción parecían definir el éxito, hoy existe un elemento mucho más poderoso

que cualquier escenario, pantalla o experiencia inmersiva: la confianza.

La industria de reuniones está viviendo una transformación silenciosa pero profunda. Las marcas, los organizadores, los patrocinadores y hasta los asistentes ya no toman decisiones únicamente por precio, trayectoria o espectacularidad. Hoy las decisiones nacen desde otro lugar: la credibilidad, la conexión humana y el sentido de comunidad. Y eso cambia absolutamente todo.

## **Del proveedor al aliado estratégico**

Durante años, gran parte de la industria funcionó bajo relaciones transaccionales. Un cliente buscaba un proveedor; el proveedor entregaba un servicio. Sin embargo, después de años de cambios globales, incertidumbre económica, transformación

digital y nuevas generaciones liderando empresas, las reglas evolucionaron.

Hoy las organizaciones buscan algo distinto: personas y empresas en quienes puedan confiar.

Porque en un evento no solamente se contrata producción, logística o creatividad. Se deposita reputación. Se pone en manos externas la experiencia de colaboradores, clientes, médicos, inversionistas o líderes de opinión. Y cuando el margen de error es mínimo, la confianza se convierte en el activo más valioso de todos.

Por eso, cada vez más, las decisiones de contratación se toman por recomendaciones, relaciones construidas en comunidad y experiencias previas reales. La credibilidad pesa más que cualquier presentación comercial.



## **La comunidad como motor de crecimiento**

En este contexto, las asociaciones, redes profesionales y comunidades de la industria adquieren un papel fundamental.

Espacios como MPI México han demostrado que el verdadero valor de la industria no está solamente en generar networking, sino en construir ecosistemas de confianza.

Porque cuando una comunidad comparte conocimiento, conecta personas y fomenta relaciones genuinas, crea algo mucho más fuerte que una base de datos de contactos: genera legitimidad.

Hoy, muchas alianzas nacen después de una conversación honesta en un congreso, un café entre colegas o una recomendación dentro de una comunidad profesional. La gente quiere trabajar con quienes comparte valores, visión y credibilidad.

Y eso es especialmente relevante en una industria profundamente humana como la nuestra.

## **La era de las marcas humanas**

Otro cambio importante es que las empresas ya no son vistas únicamente como marcas corporativas.

Hoy el mercado quiere ver personas.

Quiere conocer quién está detrás de los proyectos. Cómo reaccionan ante una crisis. Cómo tratan a sus equipos. Cómo responden cuando algo sale mal. Porque la confianza no se construye desde la perfección; se construye desde la coherencia.

En la industria de reuniones, esto se vuelve evidente todos los días. Un proveedor puede tener la mejor propuesta económica, pero si no transmite certeza, empatía y capacidad de respuesta, difícilmente será elegido.

Por el contrario, empresas que construyen relaciones sólidas y auténticas logran algo mucho más poderoso que cerrar un evento: logran permanencia.

## **La reputación ya no se compra**

Antes, la reputación podía construirse desde campañas publicitarias o presencia institucional. Hoy



se construye desde la experiencia compartida.

Un comentario en LinkedIn, una recomendación entre colegas, una experiencia positiva durante un evento o incluso la manera en que una empresa enfrenta un reto operativo pueden definir la percepción de toda una marca.

La industria se volvió más transparente, más conectada y mucho más conversacional.

Eso obliga a las empresas a entender que cada

interacción cuenta. Cada junta, cada correo, cada atención al cliente y cada experiencia onsite construyen —o destruyen— confianza.

## **El futuro pertenece a quienes generan certeza**

La industria de reuniones seguirá evolucionando con tecnología, inteligencia artificial, experiencias híbridas y formatos cada vez más innovadores.

Pero hay algo que seguirá siendo irremplazable: la confianza humana.

Porque al final, detrás de cada evento hay personas tomando decisiones bajo presión, buscando aliados que les den tranquilidad, respaldo y seguridad.

Y en un mundo saturado de información, propuestas y estímulos, la confianza se convirtió en la nueva moneda de valor.

Las empresas que entiendan esto dejarán de competir únicamente por precio o creatividad. Empezarán a construir relaciones de largo plazo basadas en credibilidad, comunidad y propósito.

Ahí es donde realmente nace el futuro de la industria de reuniones.



**\* Alejandro Escalante.**

CEO Paralerlo Meetings and Events, ExPresidente de MPI México 2025, Socio de ATR, MPI y Amprofec con 20 años produciendo convenciones, congresos y eventos corporativos.

[contacto@paraleloevents.com](mailto:contacto@paraleloevents.com)



# EL PODER DE PERTENECER: LA COMUNIDAD COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIOS EN LA INDUSTRIA MICE

POR: FERNANDO CHÁVEZ\*

En un entorno global marcado por la digitalización y la automatización, comprender su funcionamiento real requiere ir más allá de la logística y adentrarse en su activo más valioso: Las relaciones. A través de la participación activa y constante en múltiples asociaciones, he comprobado que el sentido de pertenencia es el catalizador más potente para la evolución del sector y el desarrollo del pensamiento estratégico.

## **Más allá del currículum:**

Pertenecer a una comunidad en la industria de reuniones – ya sea mediante una asociación global de prestigio o el arraigo a un centro de convenciones líder en la región- transforma la labor diaria en una misión compartida. A menudo puede existir la percepción errónea de que pertenecer a redes profesionales ya sea locales, nacionales o internacionales, es una cuestión de ego o un

simple adorno para el portafolio personal. La realidad operativa es completamente opuesta. Formar parte de estas comunidades representa una herramienta de inteligencia de negocios fundamental. Involucrarse en asociaciones estratégicas genera un impacto directo en las organizaciones porque:

- Impulsa la comercialización: Abre canales de confianza para atraer nuevos proyectos y captar eventos de alto impacto.
- Fortalece la cadena de valor: permite alinear esfuerzos y crear alianzas rentables entre recintos, planners y proveedores.
- Anticipa el mercado: Provee información de primera mano sobre tendencias globales, permitiendo a las empresas adaptarse antes de la competencia. Estar presente no es vanidad; es sentarse en la mesa donde se diseña el futuro de la industria para aportar valor y solides a las instituciones que representamos.



## **La comunidad estratégica como puente de valor**

Entender este ecosistema es el primer paso; el segundo es saber capitalizarlo. Desde la trinchera de la comunicación estratégica y la generación de contenidos digitales, nuestro trabajo cobra una dimensión distinta. No se trata únicamente de publicar la cobertura de un evento, sino de traducir estas alianzas y el nivel de profesionalización en mensajes que proyecten autoridad. Una estrategia de contenidos bien ejecutada visibiliza como la

madurez de nuestra red de contactos respalda la excelencia de nuestros centros de convenciones.

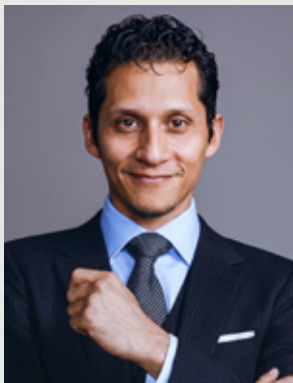
## **Un llamado a las nuevas generaciones como puente de valor**

Este nivel de inmersión en el sector MICE es un peldaño que los nuevos talentos deben buscar proactivamente. Integrarse a estas comunidades desde el inicio de sus carreras les otorga una visión panorámica y una madurez profesional que trasciende la teoría. Es la oportunidad de aportar ideas frescas y comprender que la trascendencia en esta industria no se construye compitiendo en solitario, sino sumando valor a toda la cadena.

## **El futuro es de quien conecta**

A medida que las nuevas generaciones se integran al sector, demandan algo más que networking

transaccional; buscan propósito. Las comunidades siguen importando porque nos recuerdan que, en el corazón de cada feria o congreso, hay persona conectando con personas. Cultivar este sentido de pertenencia es, en su última estancia, la estrategia más sólida para asegurar la resiliencia y el futuro de la industria de reuniones.



**\* Fernando Chávez.**

Especialista en Comunicación y Relaciones Públicas con enfoque en la industria MICE. Actualmente genera contenido multimedia y gestiona la estrategia de posicionamiento institucional en redes digitales en Poliforum León. Miembro activo de MPI México Chapter, impulsando la profesionalización y el desarrollo de talento en el sector.

[relacionespublicas@poliforumleon.com](mailto:relacionespublicas@poliforumleon.com)



# LA INDUSTRIA MICE

## UN EJEMPLO DE LIDERAZGO COLABORATIVO

POR: VANESSA LÓPEZ\*

*"Detrás de un gran evento no solo hay logística, operación y coordinación. También personas que perciben el mismo evento de maneras muy distintas".*

Algo muy valioso de la industria MICE es que reúne perfiles que probablemente nunca se habrían conocido fuera de un evento [producción, seguridad, logística, protocolo, operación, comunicación, servicios médicos, marketing, registro, clientes, venues, proveedores...] todos participando en una misma operación, pero viviéndola desde prioridades completamente diferentes.

Y aunque eso es parte de lo que hace tan valiosa a esta industria, también es donde vive gran parte del reto.

Mientras hay personas pensando en la experiencia, otras están pensando en los riesgos. Algunas necesitan creatividad y otras control. Hay quienes viven desde la velocidad y quienes necesitan procesos más estructurados para operar. Y eso no significa que alguien esté bien o mal, muchas veces significa que está haciendo exactamente el trabajo que le toca hacer.



Por eso el liderazgo colaborativo hace tanto sentido en la industria MICE, aunque no sea algo nuevo para quienes vivimos los eventos desde dentro. Colaborar nunca ha sido opcional aquí. Sería imposible construir un evento de otra manera cuando perfiles tan distintos deben coordinarse en tiempo real, bajo presión y frente a cientos o miles de personas.

Lo que sí ha cambiado es la importancia que hoy le damos a la comunicación y la confianza entre perfiles que observan la operación desde perspectivas distintas. Porque escuchar no significa pensar igual. A veces simplemente significa entender que alguien más puede estar viendo algo que nosotros todavía no vemos, y eso cambia la manera en que se construyen los equipos: dejan de sentirse como áreas separadas y empieza a construirse algo mucho más valioso: confianza, criterio compartido y relaciones profesionales más sólidas.

Un ejemplo que lo ilustra bien es el de la seguridad. Durante mucho tiempo, y todavía hoy en muchos casos, entra a la conversación como un rubro del presupuesto: se cotiza, se aprueba o se recorta, y se integra cuando todo lo demás ya está decidido. El resultado es casi siempre el mismo: un equipo que solo puede reaccionar y restringir, porque nadie los invitó a diseñar.



Cuando eso cambia, cuando seguridad entra desde el diseño y no desde la operación final, deja de verse como un proveedor obligado y empieza a formar parte de la experiencia. No todo implica un costo adicional, y lo que sí lo implica tiene un argumento mucho más claro.

Piensa en el último evento que operaste. ¿Cuántos de los perfiles que participaron estaban en la mesa

desde el diseño... y cuántos llegaron cuando ya todo estaba decidido?

Porque ahí suele estar la diferencia entre un equipo que simplemente ejecuta y uno que realmente construye en conjunto. Los eventos rara vez se sostienen desde una sola visión. Se sostienen cuando distintas formas de pensar aprenden a coordinarse bajo una misma operación. Y eso, claramente, es liderazgo colaborativo.



**\* Vanessa López.**

Estratega y productora en la industria de reuniones con más de 20 años de experiencia en comunicación, relaciones públicas y eventos de alto impacto en América Latina. Fundadora de Triangulum y cofundadora de SOEM Summit, impulsa la profesionalización, seguridad y gestión estratégica de eventos presenciales, híbridos y digitales. Conferencista nacional e internacional en temas de liderazgo, mejores prácticas y gestión de eventos.



[vanessa@triangulum.com.mx](mailto:vanessa@triangulum.com.mx)



| +52 55 2972 9875



# PROFESIONALIZACIÓN Y DESARROLLO DE TALENTO EN LA INDUSTRIA MICE

POR: PAOLA CONTRERAS\*

*La comunidad como motor del crecimiento profesional*

La industria de reuniones está viviendo una de las transformaciones más importantes de su historia. La tecnología, la inteligencia artificial, las nuevas expectativas de los asistentes y la evolución de los modelos de negocio están redefiniendo la manera en la que diseñamos experiencias, generamos conexiones y entendemos el valor de los eventos. En este contexto, la profesionalización dejó de ser una opción para convertirse en una necesidad.

Hoy, un profesional de la industria MICE ya no solo necesita saber organizar un evento, un congreso o una convención. Necesita comprender estrategia, experiencia de usuario, producción, narrativa, sostenibilidad, tecnología, data, liderazgo, comunicación y manejo emocional. La industria se volvió multidisciplinaria y, con ello, también evolucionó el perfil del talento que necesita liderarla.



Ahí es donde asociaciones como MPI juegan un papel fundamental.

Más allá del networking, MPI se ha convertido en una plataforma de crecimiento profesional continuo. Un espacio donde estudiantes, planners, creativos, productores, marketers, venues, DMCs y líderes de la industria pueden compartir conocimiento, actualizarse y construir relaciones que realmente generan oportunidades.

La capacitación dentro de la industria ya no puede limitarse únicamente a formatos tradicionales. Hoy necesitamos espacios más dinámicos, colaborativos y cercanos a la realidad de los eventos. Workshops hands-on, laboratorios de producción, experiencias inmersivas, mentorías y contenidos enfocados en innovación son parte de la nueva conversación.

Además, uno de los mayores retos actuales es conectar con las nuevas generaciones. La industria necesita atraer nuevos talentos, hablar su idioma y demostrar que este sector ofrece posibilidades reales de crecimiento profesional, creatividad y desarrollo internacional. Las nuevas generaciones buscan industrias con propósito y comunidad. Y pocas industrias tienen la capacidad de conectar personas, ideas y culturas como la nuestra.

En MPI México hemos entendido que el aprendizaje no solo ocurre en un salón de clases. También sucede en una conversación entre colegas, en una experiencia

compartida, en un congreso internacional o incluso detrás del backstage de un evento. Cada encuentro puede convertirse en una oportunidad de formación.



Por eso, impulsar el talento significa también crear espacios seguros para compartir conocimiento, abrir puertas a nuevas voces y fomentar una cultura donde colaborar sea más importante que competir. La profesionalización de la industria MICE no

depende únicamente de certificaciones o tendencias tecnológicas. Depende de construir una comunidad más preparada, más humana y más conectada.

Porque al final, los eventos no los hacen las marcas, los recintos o la tecnología.

Los hacen las personas.



**\* Paola Contreras.**

Directora de PINK & PUNK! Se desarrolla como directora creativa, publicista y especialista en marketing experiencial con trayectoria en la docencia y la industria de reuniones, eventos y experiencias para marcas nacionales e internacionales.



# EL FUTURO DE LAS COMUNIDADES PROFESIONALES EN LA INDUSTRIA MICE

POR: NAYELI RIVERA\*



Hablar del futuro de las comunidades profesionales en la industria MICE es hablar también de evolución, adaptación y conexión humana. Después de más de una década dentro de esta industria en México, ha sido evidente cómo las asociaciones y redes profesionales han dejado de ser únicamente espacios de networking presencial para convertirse en ecosistemas mucho más dinámicos, colaborativos y orientados al propósito.

Hoy, pertenecer a una asociación ya no significa solamente asistir a eventos o generar contactos. Las nuevas generaciones buscamos comunidades más cercanas, auténticas y activas, espacios donde exista aprendizaje constante, colaboración y conexiones reales entre profesionales del sector.

En este contexto, las asociaciones enfrentan el reto de reinventarse. Ya no basta con ofrecer conferencias o encuentros mensuales. Las comunidades más

sólidas serán aquellas capaces de escuchar a sus socios, entender sus necesidades y adaptarse continuamente a los cambios de la industria.



Desde mi experiencia como socia y parte del Board 2026 de MPI Mexico Chapter, queda claro que la profesionalización y la actualización constante son elementos fundamentales para responder a las exigencias de una industria cada vez más competitiva

y global. Actualmente, el acceso a educación especializada, certificaciones y contenido de valor tiene un peso decisivo al momento de elegir formar parte de una comunidad profesional.

El networking también ha evolucionado. Durante muchos años estuvo enfocado principalmente en generar oportunidades de negocio, sin embargo, hoy los profesionales buscamos construir relaciones de valor a largo plazo, compartir conocimiento, colaborar entre colegas y crear redes de apoyo dentro de una industria que cambia constantemente.

La llegada de nuevas tecnologías, la inteligencia artificial y las estrategias enfocadas en sostenibilidad han transformado la manera de trabajar dentro del sector MICE. Las asociaciones tienen la responsabilidad de convertirse en plataformas que impulsen el aprendizaje y ayuden a sus miembros a mantenerse vigentes frente a estos cambios.

Otro aspecto clave es el liderazgo dentro de las comunidades profesionales. Actualmente se valoran perfiles capaces de generar diálogo e impulsar entornos más inclusivos y colaborativos. Las nuevas generaciones queremos sentirnos escuchados y siendo parte activa de las decisiones dentro de las organizaciones a las que pertenecemos.

Aunque la digitalización seguirá siendo parte fundamental del futuro de la industria, el valor de las conexiones presenciales continúa siendo irremplazable. Las experiencias, las emociones y las relaciones humanas siguen siendo el eje principal de todo lo que se construye.

El futuro de las comunidades profesionales no dependerá únicamente del tamaño de una asociación o del número de eventos que organice, sino de su capacidad para generar vínculos entre sus integrantes. Porque, al final, las personas

permanecen en una comunidad cuando encuentran inspiración, crecimiento y una verdadera conexión con otros profesionales que comparten la misma pasión por la industria.



**\* Nayeli Rivera.**

Lic. en Admon. Turística y Maestra en Admon. Estratégica. Con más de 10 años de experiencia en la Industria de Reuniones, ha colaborado con el Centro Internacional de Convenciones de Puerto Vallarta, el Parque de Innovación De La Salle Bajío, Yucatán Meetings, y la Secretaría de Turismo de Guanajuato. Actualmente es Coordinadora Comercial en LKD Events y Directora de Atención a Socios en MPI Mexico Chapter, impulsando el crecimiento y fortalecimiento de la comunidad MICE.



| [nrivera@lkdevents.com](mailto:nrivera@lkdevents.com)

# OXÍGENO EN TIEMPOS DE COVID

HISTORIAS DE COLABORACIÓN  
QUE NACIERON DENTRO DE MPI

*POR: FRANCISCO CACHAFEIRO\**



Hablar del COVID-19 dentro de la industria de reuniones es recordar uno de los momentos más difíciles que hemos vivido como gremio.

Fuimos, probablemente, una de las primeras industrias en detenerse... y una de las últimas en regresar después de 18 meses paralizados por la pandemia.

Lo primero que desapareció fue precisamente aquello a lo que dedicábamos nuestra vida: reunir personas.

Congresos cancelados, convenciones suspendidas, viajes detenidos, hoteles vacíos y calendarios completamente borrados de un día para otro. Lo que para muchos era una crisis sanitaria, para nosotros también era una crisis emocional, financiera y de identidad profesional y cierres de proyectos de vida.

En aquellos días, la incertidumbre era total. Nadie sabía cuánto tiempo duraría el encierro, cuándo volverían

los eventos o si nuestras empresas sobrevivirían al siguiente mes.



Y fue justamente ahí donde entendí el verdadero valor de pertenecer a una asociación como MPI que casualmente yo estaba como su presidente en el Chapter México en el periodo 2020 - 2021.

Mientras el mundo se cerraba, muchos de nosotros comenzamos a abrir conversaciones. No como competencia, sino como seres humanos tratando

de sobrevivir juntos. De esas conversaciones nació una idea que, para algunos, pudo haber parecido un experimento fallido, pero para quienes la vivimos desde adentro, fue literalmente oxígeno puro.

## **Tres agencias de MPI decidimos unir fuerzas.**

Corporativo 4F, con su fortaleza en producción y creatividad.

Traditec, especializada en la emisión de boletos de avión y viajes.

Y Corad, enfocada en la logística y operación de eventos.

El objetivo era simple: **sobrevivir.**

Creamos un proyecto llamado Paradox. La lógica era compartir recursos, reducir costos operativos, dividir

gastos de oficina y apoyarnos estratégicamente entre nosotros para mantenernos vivos en medio de una industria completamente paralizada.

No era momento de egos.

Era momento de respirar.

Muchos pudieron ver esta integración como algo temporal, extraño o incluso como un fracaso porque eventualmente cada empresa retomó su propio camino. Pero la realidad es otra. Paradox cumplió exactamente con el propósito para el que nació: darnos aire cuando más lo necesitábamos.



Y lo más importante es que esta alianza no nació en una junta de negocios. Nació de una relación de confianza y amistad construida durante años dentro de MPI México.

MPI no solo nos permitió intercambiar tarjetas de presentación o hacer networking. Nos permitió conocernos de verdad. Entender nuestras fortalezas, nuestra forma de trabajar y, sobre todo, construir relaciones humanas genuinas.

En tiempos normales, muchas veces creemos que pertenecer a una asociación sirve únicamente para generar negocios. Pero las verdaderas asociaciones hacen algo mucho más profundo: crean comunidad. Porque los negocios pueden desaparecer en una crisis.

Los eventos pueden detenerse.

Los contratos pueden cancelarse.

Pero las relaciones auténticas permanecen.

Hoy, viendo hacia atrás, entiendo que el mayor aprendizaje que nos dejó la pandemia no fue únicamente aprender a hacer eventos híbridos, virtuales o reinventarnos digitalmente. El verdadero aprendizaje fue comprender que nadie sobrevive solo.

Las asociaciones tienen un valor que muchas veces no aparece en los estados financieros. No se mide únicamente en leads, clientes o contactos. Se mide en confianza, solidaridad y en la posibilidad de encontrar aliados cuando la vida profesional se pone cuesta arriba.

Paradox quizá no fue una empresa destinada a durar años.

Pero sí fue una bocanada de oxígeno en uno de los momentos más oscuros que ha vivido nuestra industria.

Y eso, para quienes estuvimos ahí, vale muchísimo más que cualquier indicador de éxito tradicional.

Porque a veces, el verdadero valor de una asociación no está en los negocios que genera... sino en las personas que pone en tu camino para ayudarte a seguir respirando.



**\* Francisco Cachafeiro.**  
VP Social Sustainability  
PCMA Mexico Chapter  
2026 - 2028.

# COMUNIDAD SIN FRONTERAS: FORTALECIENDO LA COMUNIDAD MPI EN LATINOAMÉRICA

POR: JESÚS AGUILAR\*

*En una industria tan dinámica y global como la de reuniones, congresos, incentivos y eventos, el verdadero crecimiento no sucede de manera aislada. Hoy, más que nunca, Latinoamérica necesita trabajar como una sola comunidad, compartiendo conocimiento, fortaleciendo conexiones y construyendo oportunidades que impulsen a toda la región.*

Dentro de este contexto, el trabajo colaborativo entre los capítulos y clubes de MPI en Latinoamérica representa una oportunidad estratégica para fortalecer el ecosistema regional de la industria de reuniones. Más allá de la representación individual de cada país, existe una visión compartida: posicionar a Latinoamérica como una región unida, competitiva, innovadora y preparada para liderar conversaciones globales dentro del sector.



Actualmente, **la comunidad MPI en Latinoamérica suma 530 socios**, y está integrada por:



Cada uno de estos capítulos y clubes aporta perspectivas, experiencias y fortalezas distintas que enriquecen a la región. Desde el crecimiento de destinos emergentes, hasta el desarrollo de talento, innovación en experiencias, sostenibilidad, educación y generación de negocios. La colaboración entre comunidades permite crear una red más sólida y preparada para enfrentar los retos actuales de la industria.

La conexión entre capítulos también abre la puerta a una mayor integración profesional y humana. Compartir mejores prácticas, impulsar programas educativos conjuntos, crear oportunidades de networking regional, desarrollar alianzas estratégicas y fomentar la movilidad de ideas y profesionales, genera un impacto positivo que trasciende fronteras. Hoy, Latinoamérica vive un momento clave. La industria de reuniones tiene frente a sí una enorme oportunidad

para consolidarse como motor económico, turístico y de transformación social. Y para lograrlo, la unión entre comunidades será fundamental.

MPI LATAM representa precisamente eso: una comunidad que entiende que el crecimiento colectivo tiene mucho más valor que el individual. Una red que apuesta por la colaboración, por el intercambio de conocimiento y por construir puentes entre países, culturas y profesionales que comparten la misma pasión por crear experiencias memorables.

El futuro de la industria de reuniones en Latinoamérica dependerá de nuestra capacidad de trabajar juntos, de fortalecer nuestras conexiones y de impulsar una visión regional con propósito y liderazgo.

Hoy, más que nunca, somos una comunidad sin fronteras. Y las expectativas para Latinoamérica

son grandes. Unidos, seguiremos impulsando el desarrollo de la región, generando oportunidades y construyendo una industria más fuerte, más conectada y con mayor impacto para todos.



**\* Jesús Aguilar.**

Con más de 20 años de experiencia en marketing y más de 15 en la industria de reuniones, es socio fundador de Funky Company, agencia especializada en estrategias digitales para los sectores Meetings, turismo y weddings, reconocida dentro del top 50 de agencias de marketing digital por Merca 2.0. Fue presidente de PCMA México Chapter y actualmente forma parte del board de MPI Capítulo México como Director de Relaciones Internacionales.



# DEL NETWORKING AL IMPACTO GLOBAL

POR: ANA KRYSHEEL BELTRÁN\*

*Cómo una comunidad internacional transforma la manera en que conectamos, colaboramos y creamos experiencias*



Hace unos años, justo después de la pandemia, me integre a Meeting Professionals International, Capítulo México. No pudo existir un momento más acertado para unirme a esta gran red.

No les voy a contar algo que no sepan. Aquellos años nos llevaron a sobrevivir. Muchos dejamos de hacer al cien por ciento lo que amábamos; otros tuvieron que reinventarse por completo. En mi caso, tuve que pausar algo que para mí era esencial: el apapacho, la cercanía y el contacto humano que vivía en cada experiencia de teambuilding.

Quienes nos dedicamos a crear experiencias entendimos que las reuniones nunca fueron solamente logística, producción o contenido. Las reuniones son emociones, conexiones y momentos que transforman personas. Y precisamente cuando el mundo parecía más distante, descubrimos el verdadero valor de pertenecer a una comunidad.



Al integrarme a MPI encontré lo que mi necesidad buscaba: volver a sentirme parte de la industria que conozco desde que salí de la universidad. Volver a coincidir cara a cara con personas a quienes antes solo veía en fotografías, correos o pantallas. Descubrí una red global donde el networking no se limita a intercambiar tarjetas, sino a construir relaciones genuinas, colaboraciones y oportunidades que cruzan fronteras.

Hoy tengo la fortuna de pertenecer al Board de MPI Capítulo México como Directora de Eventos Educativos, apoyando a nuestra VP de Educación y a todo el Board que impulsa el crecimiento de esta comunidad. Y ha sido una de las experiencias más enriquecedoras de mi vida profesional y personal, porque entendí que pertenecer a una tribu internacional no solo amplía tu visión del mundo, también te recuerda el valor de tus propios talentos.

Uno de los pilares más poderosos de MPI es “Conectar”. Y desde que pertenezco a esta red, no he dejado de hacerlo. He conectado ideas, personas, culturas, aprendizajes y sueños. He descubierto que el networking bien entendido es una herramienta capaz de generar innovación, alianzas y crecimiento colectivo.

En una industria que vive de reunir personas, pertenecer a una comunidad global nos permite

mirar más allá de nuestras fronteras. Nos inspira a aprender nuevas formas de diseñar experiencias, a compartir mejores prácticas y a elevar el impacto de cada encuentro que creamos.



Porque al final, las reuniones más memorables no son las que tienen el escenario más grande o la producción más espectacular. Son aquellas que logran que las personas se sientan vistas, escuchadas y conectadas.

Hoy más que nunca creo que cuando una comunidad se reúne con propósito, las conexiones dejan de ser casualidad y se convierten en impacto. Y ahí es donde ocurre la verdadera magia de nuestra industria: en personas que inspiran a otras personas, en ideas que cruzan fronteras y en experiencias capaces de transformar no solo eventos, sino también vidas.



**\* Ana Krysteel Beltrán.**

egresada de la Universidad Nacional Autónoma de México y con Maestría en Negocios Turísticos por la Universidad del Valle de México. Soy Fundadora y Directora de Fish Teambuilding & Coaching.



# EL VALOR DE PERTENECER: COMUNIDAD, COLABORACIÓN Y CRECIMIENTO

*POR: BRUNO ARCOS\**

**D**esde hace ocho años he tenido el privilegio de formar parte del Board de MPI Meeting Professionals International, una asociación que ha representado mucho más que una red de contactos profesionales dentro de la industria de reuniones.

MPI ha sido una plataforma de crecimiento, aprendizaje y conexión humana que ha marcado profundamente mi trayectoria profesional.

Mi camino dentro de la asociación comenzó con la intención de acercarme más al mundo del turismo de reuniones, comprender sus dinámicas y construir relaciones auténticas con colegas que comparten la misma pasión por crear experiencias memorables. Con el tiempo, esa participación evolucionó hacia una colaboración más activa, permitiéndome contribuir desde distintas iniciativas y proyectos dentro del Board.

Actualmente, en mi labor dentro de Santa Fe Grupo Hotelero, puedo afirmar que pertenecer a MPI también ha tenido un impacto positivo en el desarrollo comercial de las propiedades que represento. La asociación me ha permitido generar confianza, fortalecer vínculos estratégicos y abrir oportunidades de negocio dentro

de un sector altamente competitivo. Sin embargo, el verdadero valor ha ido mucho más allá de lo comercial.

Ser parte de MPI me ha dado penetración y visibilidad dentro de la industria de reuniones en México, pero sobre todo me ha permitido entender la relevancia de la colaboración entre profesionales, destinos, hoteles y organizadores para impulsar un sector que conecta personas, ideas y economías.



Hoy veo estos años dentro de la asociación como una etapa de constante evolución profesional y personal. He conocido líderes extraordinarios, he aprendido de grandes referentes de la industria y he confirmado que el turismo de reuniones tiene la capacidad de transformar destinos y generar comunidades sólidas.

Formar parte de MPI ha sido, sin duda, una de las experiencias más enriquecedoras de mi carrera, ser parte de la industria de reuniones una familia y amigos por elección porque sabemos que cuando nos reunimos cambiamos el mundo.



---

Santa Fe  
grupo | hotelero

---

**\* Bruno Arcos.**

Director de Ventas México de Santa Fe Grupo Hotelero y cuenta con más de 20 años de experiencia en la industria turística y hotelera, especializado en grupos, convenciones y eventos. Ha desarrollado una sólida trayectoria en liderazgo comercial, negociación y relaciones públicas, colaborando con cadenas nacionales e internacionales y fortaleciendo estrategias enfocadas en resultados y desarrollo de equipos.



# SUSTENTABILIDAD CON SENTIDO DE COMUNIDAD: EL NUEVO **COMPROMISO** DE LA **INDUSTRIA DE** **REUNIONES**

*POR: RICK MAGAÑA\**



Durante años, la conversación sobre sustentabilidad en la industria de reuniones se centró en reducir residuos, eliminar plásticos de un solo uso, optimizar consumos de energía o medir la huella de carbono. Todo ello sigue siendo indispensable. Sin embargo, hoy la sustentabilidad exige una mirada más amplia: una visión que incorpore el impacto que dejamos en las comunidades que nos reciben.

La verdadera sustentabilidad no se limita al entorno natural. También implica preguntarnos qué oportunidades generamos, cómo integramos a los actores locales y de qué manera nuestros eventos pueden convertirse en motores de desarrollo social, económico y cultural.

La industria de reuniones posee una capacidad única para movilizar personas, conocimiento, inversión y talento. Por ello, cada congreso, convención, viaje de incentivo o evento corporativo puede

ser mucho más que una agenda de actividades. Puede convertirse en una plataforma para fortalecer economías locales, activar comunidades y dejar un legado positivo más allá del último día del evento.

Esto obliga a replantear la manera en que medimos el éxito. Además de la asistencia, la ocupación hotelera o las citas de negocio, deberíamos evaluar cuántos proveedores locales participaron, qué conocimiento se transfirió, qué prácticas responsables se implementaron y qué beneficios tangibles permanecieron en el destino.

Cuando una reunión llega a una ciudad, llega a un ecosistema vivo integrado por hoteles, recintos, restaurantes, transportistas, artesanos, emprendedores, universidades y habitantes. La comunidad no debe ser vista como un recurso operativo ni como un elemento decorativo de la experiencia; debe reconocerse como un socio estratégico.



Integrar a la comunidad puede significar contratar proveedores locales, incorporar productos regionales en la oferta gastronómica, promover expresiones culturales auténticas, generar oportunidades para emprendedores o impulsar iniciativas de capacitación y desarrollo. Cuando esto sucede, el evento deja de ser una intervención temporal para convertirse en una experiencia con arraigo.

El gran desafío para nuestra industria es evolucionar de la lógica de “hacer menos daño” hacia la de “generar más valor”. Reducir residuos es importante, pero también lo es crear oportunidades. Medir emisiones es relevante, pero también fortalecer capacidades locales. Un evento con legado es aquel que deja relaciones, aprendizaje, visibilidad para el destino, derrama económica distribuida y orgullo comunitario.

México cuenta con una ventaja extraordinaria.

Nuestros destinos ofrecen infraestructura profesional,

pero también cultura, historia, biodiversidad, creatividad y hospitalidad. Integrar estos atributos de manera respetuosa y estratégica permite construir experiencias más auténticas y diferenciadas.

Como profesionales de reuniones, nuestras decisiones tienen impacto directo en personas y comunidades. Por ello, la sustentabilidad debe formar parte del brief, del presupuesto, de la selección de sede, de la operación y de la evaluación final.



En MPI México creemos que la conversación sobre sustentabilidad debe incorporar comunidad, inclusión, educación, innovación y legado. Porque la esencia de nuestra industria es reunir personas, pero el reto de nuestro tiempo es reunir las con propósito.

El verdadero valor de un evento no termina cuando se apagan las luces. Comienza cuando aquello que construimos sigue teniendo sentido para quienes nos recibieron. Ahí es donde la sustentabilidad deja de ser una práctica y se convierte en una contribución real al futuro de nuestras comunidades.



**\* Rick Magaña.**

CEO de Actnow! Meeting Planner & Marketing Experience. Past Chair MPI LATAM Regional Council. MPI Sustainability Advisory Council. MPI Anti-Human Trafficking Committee.

# LO QUE ESTA EDICIÓN DEJA CLARO

*POR: GUSTAVO CONTRERAS\**

Existe una idea profundamente arraigada en el mundo de los negocios que pocas veces se cuestiona. Nos han enseñado que el crecimiento es consecuencia de la competencia, que las organizaciones avanzan cuando logran diferenciarse y que el éxito pertenece a quienes desarrollan ventajas que otros no poseen. Durante décadas, esa lógica ha moldeado industrias enteras y ha definido la manera en que entendemos el desarrollo profesional.

Sin embargo, la industria de reuniones siempre ha tenido una naturaleza distinta. Quizá porque trabaja con personas antes que con productos. Quizá porque su materia prima son las relaciones. O quizá porque, detrás de cada congreso, convención, viaje de incentivo o exposición, existe una realidad imposible de ignorar: nadie construye un gran evento por sí solo.

A lo largo de esta edición encontramos reflexiones sobre confianza, networking, liderazgo, profesionalización,

sustentabilidad, desarrollo de talento y comunidad. A primera vista parecen conversaciones independientes. Sin embargo, cuando se observan en conjunto, revelan una verdad mucho más interesante. Todas describen diferentes manifestaciones de un mismo fenómeno: la capacidad de crecer a través de otros.

La confianza de la que habla Alejandro Escalante no surge en una presentación comercial; se construye en la convivencia profesional. Las relaciones que describe Liz Melchor no nacen del intercambio de tarjetas, sino del tiempo y la voluntad de mantener el vínculo. El liderazgo al que se refiere Hugo Rosas encuentra sentido cuando forma nuevas generaciones. La profesionalización que impulsa Paola Contreras sólo adquiere valor cuando el conocimiento circula y se comparte. Incluso la sustentabilidad planteada por Rick Magaña deja de ser una práctica operativa para convertirse en una responsabilidad con las comunidades que participan en la experiencia de un evento.



Cada autor llega a una conclusión similar por caminos distintos: el crecimiento individual tiene límites; el crecimiento colectivo los expande. Tal vez por eso las asociaciones profesionales continúan ocupando un lugar tan relevante dentro de nuestra industria. No porque organicen encuentros o generen espacios de networking. Su verdadero valor consiste en crear condiciones para que las personas construyan algo que rara vez aparece en los estados financieros, pero que termina influyendo en todas las decisiones importantes: la confianza.

En una época marcada por la automatización, la inteligencia artificial y la hiperconectividad, esta edición deja una enseñanza especialmente relevante. Las herramientas cambian. Los mercados evolucionan. Las tecnologías se transforman. Pero la capacidad de construir relaciones significativas sigue siendo una ventaja imposible de replicar.

Quizá ahí se encuentre la mayor fortaleza de la industria de reuniones y, al mismo tiempo, su mayor responsabilidad. Somos una industria dedicada a reunir personas, pero el verdadero valor de nuestro trabajo no ocurre cuando las personas se encuentran. Ocurre cuando deciden seguir construyendo juntas después del encuentro.

Esa es, quizá, la lección más valiosa que deja esta edición. En la industria de reuniones, el éxito nunca ha sido una construcción solitaria. Siempre ha sido una obra colectiva. Y será precisamente

esa capacidad de compartir conocimiento,  
generar confianza y construir junto a otros la que  
determinará la fortaleza de nuestra comunidad en  
los años por venir.

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

# Panorama<sup>®</sup> Turístico

En Panorama Turístico  
conectamos tu marca  
con los líderes que deciden



Tu próxima gran conexión empieza aquí >

55 4510 1116 | [gcontreras@panorama-turistico.com.mx](mailto:gcontreras@panorama-turistico.com.mx)