

TURISMO E INDUSTRIA DE REUNIONES



Panorama Turístico

AÑO XXXIII. NO. 2. MARZO 2023



TIANGUIS
TURÍSTICO
México
CDMX
CUADRO DE MÉXICO
2023

LA PLATAFORMA TURÍSTICA
MÁS IMPORTANTE, EN LA
CIUDAD MÁS GRANDE

Eventos turísticos, la mejor
herramienta de imagen para
un destino

Bleisure en la Industria
de Reuniones

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



El turismo es un sector horizontal e interconectado; su éxito depende de la colaboración, es decir, darnos la mano unos a otros, compartir inteligencia y compartir experiencias. ”

Taleb Rifai

*Ex Secretario de la OMT
(Organización Mundial de Turismo)*

En esta ocasión estamos realmente emocionados y entusiasmados con todo lo que está sucediendo en torno al sector turístico, bien llamado “de la hospitalidad”. Todo parece ir encaminado hacia las buenas expectativas y vaticinios que en la edición anterior de *Panorama Turístico* los expertos en la materia expresaron sobre su visualización para este 2023 en lo que respecta a la industria turística, pero sobre todo a la de reuniones.

Y no es para menos, estamos ante el evento más grande e importante del sector no sólo del país, también de América Latina, que en su edición número 47, el Tianguis Turístico viste de gala a la Ciudad de México, una de las urbes más grandes e importantes, no sólo como destino, sino también como un gran atractivo para los inversionistas. Es justo en este evento donde se reúnen los principales jugadores nacionales y extranjeros de la industria, y es el sitio ideal donde obligadamente quienes están involucrados en ella deberán estar presentes, pues es la gran oportunidad de *networking*, para hacer y captar negocios.

Si bien, la edición 2023 del "Tianguis" en definitiva marcará un parteaguas, un antes y un después tras la pandemia, a pesar de que la edición del año pasado fue exitosa y tuvo muy buen aforo, ésta tiene grandes expectativas, organizadores, expositores y visitantes le han apostado mucho, y todo parece indicar que los resultados serán muy buenos (en su

momento lo estaremos reportando), y con seguridad será una pequeña muestra de lo que los expertos han pronosticado: que 2023 será el año de la real recuperación.

¡Bienvenidos... emprendamos juntos el viaje!

Panorama Turístico

Vive **Grandes** Eventos en Guanajuato

Marzo
16-19



WRC Rally Guanajuato México 2023

Guanajuato, León, Silao y Romita

Abril
17-20



World Meetings Forum Summit Guanajuato

Guanajuato

Abril
27-28



Festival del Mariachi

San Luis de la Paz

Abril
29-30



4ta. Feria Nacional de las Nieves 2023

Dolores Hidalgo

Mayo
25-26



Encuentro de observatorios

Irapuato

Junio



11vo. Encuentro de Cocineras Tradicionales

Silao

Junio
2-4



2da. Feria Nacional del Sombrero 2023

San Francisco del Rincón



Vive el Vino

León

Julio
8-11



XIII Feria de la Panificación Acámbaro 2023

Acámbaro



XXVI Festival Internacional de Cine Guanajuato GIFF

León, San Miguel de Allende e Irapuato



Vendimias Guanajuato 2023

San Miguel de Allende, Dolores Hidalgo, León, San Felipe

Agosto Sept
30-2



Sustainable & Social Tourism Summit

León

Octubre
2-4



FIEXPO Workshop & Technical visit

San Miguel de Allende

Octubre
11-29



51 Festival Internacional Cervantino

Guanajuato Capital

Octubre
13-14



14ª Marquesada 'Cultura Brava de Guanajuato'

Salvatierra

Octubre, Nov
31-5



Festival del Día de Muertos en Guanajuato

Guanajuato

Noviembre
15-19



Festival Internacional de Jazz y Blues

San Miguel de Allende

Noviembre
17-20



Festival Internacional del Globo

León

Noviembre
23-26



Festival Internacional José Alfredo Jiménez

Dolores Hidalgo



Guanajuato
Vive Grandes Historias
Secretaría de Turismo

GUANAJUATO.MX



#ViveGrandesHistorias

Panorama Turístico

AÑO XXXIII / No. 2 / MARZO 2023

GUSTAVO CONTRERAS GONZÁLEZ
Director General / Publisher

Silvia López Arámbula
Coordinadora Editorial

Aura Luz Meneses Luna
Directora de Arte y Diseño

GRACIAS POR COLABORAR EN ESTA EDICIÓN:

Eduardo Chaillo, Carla Galíndez, A. Ariadne Téllez Sánchez, José María de Santiago Olvera, Sherlyn Linares Saldívar, Felipe Reyes Barragán, Isela Alcántara Bahena, Ana Guillermina Camarena, Antonio Montecinos, Einar Brodden I., Nicolás Gascón, SECTUR.

RAÚL MENDOZA WALDO †
Presidente Grupo Panorama

Fotografías. Freepik.es, Pexels.com, Unplash.com
Fotografía Portada. Andrés Ordaz Vega / Pexels.com

Anuncia tu producto o
servicio en Panorama
Turístico

• 55 4510 1116 •

[gcontreras@
panorama-turistico.com.mx](mailto:gcontreras@panorama-turistico.com.mx)

.....

Revista Panorama Turístico,
Año XXXIII, No. 2, MARZO 2023
Es una publicación mensual en
formato digital publicada por
Gustavo Contreras González,
Mirto 38-1, Col. Sta. María la Ribera,
C.P.06400, CDMX.
Tel: 55 5541-0487
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.

MEDIO ALIADO



Editorial
01

**Tianguis Turístico CDMX
2023, la plataforma
de negocios más
importante del sector**

Directorio
05

14

**Panorama Turístico
siempre presente en el
Tianguis Turístico**

08

Descubre la
arquitectura audaz
y vanguardista
de la Ciudad de
México

23

Bleisure/Bleasure
en la Industria de
las Reuniones

Por: Eduardo Chaillo

30

Viajes con
propósito: Un
"desde antes" y que
evoluciona en
tendencia

Por: Carla Galíndez

40

**Industria de
Reuniones: el
reto de retos**

Por: Ariadne Téllez S.

46

**Destinos
turísticos LGBTQ+
Friendly en
México**

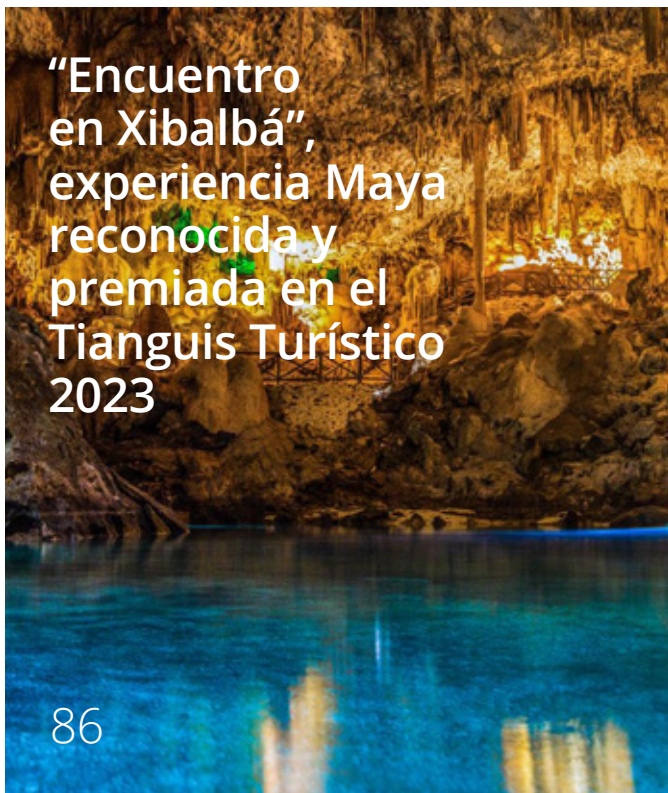
Por: Nicolás Gascón

55

Los eventos
turísticos como
herramienta de la
buena imagen de un
destino

Por: Felipe Reyes B.

63



Panorama *Turístico*

siempre

presente en el **Tianguis Turístico**

POR: PANORAMA TURÍSTICO.

Nos remontamos a 1990, año en el que nació **Panorama Turístico** como revista impresa con el objetivo y misión de ser un medio de comunicación que ofreciera información valiosa surgida directamente del conocimiento y experiencia de los expertos y profesionales de la industria, y al mismo tiempo, llevar hasta las manos del lector las novedades del sector para mantenerse informados y a la vanguardia.

INUSITADO ÉXITO DEL XV TIANGUIS TURÍSTICO CELEBRADO EN EL BELLO PUERTO DE ACAPULCO

Cientos de Expositores Nacionales y Extranjeros

Como se esperaba, el XV Tianguis Turístico México 1990, celebrado en el paradisíaco puerto de Acapulco del Centro Internacional de Acapulco del paradisiaco puerto, fue todo un éxito. Ante cientos de asistentes el secretario de Turismo, Pedro Joaquín Coldwell acompañado del embajador de México para asuntos especiales, licenciado Miguel Alemán Velasco, el gobernador de la entidad, José Francisco Ruiz Massieu, el alcalde de Acapulco, René Juárez Cisneros y los representantes de las asociaciones hoteleras y empresas turísticas más importantes del país y extranjeras, el funcionario inauguró el evento.

Al dirigirse a los presentes, el secretario de Turismo manifestó que: "el próximo será el siglo del turismo y que México se prepara con responsabilidad y determinación para mejorar su posición dentro del mercado turístico mundial".

Siguiendo con su alocución, señaló que con la buena disposición que han mostrado los gobernantes del orbe, llegará el día en que el hombre podrá caminar libremente por todos los países del mundo.

ACAPULCO: UNA BELLEZA NATURAL

Pedro Joaquín Coldwell hizo alusión ante los prestadores de servicios turísticos de toda la República que se dieron cita en este Tianguis, que el puerto de Acapulco sigue siendo el centro turístico por excelencia, reconocido mundialmente.

También hizo mención del licenciado Miguel Alemán Valdés quien fuera fundador de este Tianguis Turístico, reconociendo la magnífica labor que en favor del turismo desarrolló el licenciado Alemán.

EL TURISMO, DESARROLLO DE MEXICO

Un amplio proyecto para el desarrollo del turismo se llevará a cabo, ya que bajo la égida de nuestro primer mandatario, se ha propuesto duplicar el número de turistas de cinco a diez millones y captar divisas de 2 mil quinientos, a 5 mil millones de dólares anuales, dijo el dirigente de la SECTUR.



Un aspecto parcial del presidium y la nutrida concurrencia a la apertura del gran evento.



En el presidium, altas autoridades gubernamentales acompañan al secretario de turismo Pedro Joaquín Coldwell, en el XV Tianguis Turístico celebrado en Acapulco.



El titular de la SECTUR se dirige a los asistentes del exitoso Tianguis Turístico.

XV *Travellers* *Accepted* 1990



HOTEL QUINTA REAL - Beatriz Garcia, gerente de ventas, Zacatecas; Guillermo Amor O., director de ventas.



HOTEL CAMINO REAL - Alvaro Narváez, director de ventas, en Mérida, Yucatán.



HOTEL NIKKO - Mark Wakuta, gerente general; Pedro Joaquín Cadwell, Secretario de Turismo; Hiroshi Kayama, director general



MAEVA MEXICO - Grupo de animadores



STOUFFER PRESIDENTE HOTELS Y RESORTS - Señor Salvador Ramos N., gerente general en Loreto, B. C. S.; Hugo E. Diaz, director de ventas en Zihuatanejo, Gro. y Jorge Molina T., director de ventas en San José del Cabo, B. C. S.



OMNI HOTELS - Jorge Cortés S., director de ventas, Ixtapa; Enrique B. Barben Jr., gerente general, Ixtapa; Oscar Cruz, gerente general, Cancún; Skip Stearns, vicepresidente, Franchise Sales and Marketing

XV *Travellers* *Turistics* *Acciones* 1990



MEXICANA DE AVIACION - En la foto el stand que presento Mexicana de Aviacion.



AEROMEXICO - Tambien estuvo presente en el Tianguis Turistico, Aeromexico.



IBERIA - Alfonso Carranza M., ejecutivo de ventas, Silvia Fernandez, del departamento comercial y Luis Canales, director comercial



KLM - Harm Kraulen, representante de ventas pasaje, Davis Bruhner, representante de ventas pasaje



LUFTHANSA - Claudia Cheng, ventas, Julio Malagamba, gerente ejecutivo Travixes.



LATUR - En el stand de la empresa aérea Latur, el señor Roberto Ortiz, asistente de mercado y publicidad en compañía de Patricia Zúñiga y Lisette Ojeda, edecanas de vuelo.

XV Triunfos Turísticos Acapulco 1990



HOTEL ACAPULCO DOLPHINS - Laura Cortés, gerente de Reservas; Elvira Vizcaino, gerente de ventas México



HOTELES MISION - Lucy Lopez y Romina G. Escobar, Coordinadoras de Publicidad y Promoción.



HOTEL CASTILLO HUATULCO - José Ma. Ortega Nucho, Sr. Jorge Castro Trinidad



PROMART - Carmen Dominguez Lara, Elena Rangel, Lina Garcia



CITICORP DINERS CLUB - Vicente Calleja Fernández, gerente de nuevos productos; Gabriela Sotres



CARNET - Ingeniero Ernesto H. Elizondo, gerente de relaciones públicas; licenciada Otilia Botello, directora de publicidad y relaciones públicas; licenciado Rafael Salazar, director regional; Pascilio Sur, licenciado Norma Pineda, secretaria de relaciones públicas; licenciada Flor de María Mexia, ejecutiva de relaciones públicas; ingeniero Agustín Meza Díaz, encargado de comunicaciones del Catur Acapulco.

XV *Viajes Turisticos* *Acceptados 1990*



VIJES BOJORQUEZ - Sr. Amanda Bojorquez, Pedro: Joaquin Caldwell
 secretaria de Turismo



THRIFTY CAR RENTAL - Hector Capella Pavia, gerente regional



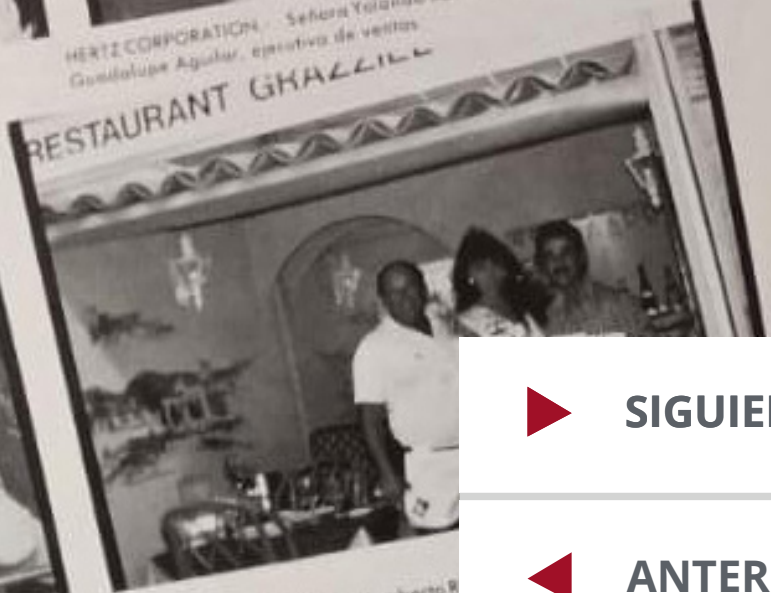
COSTA DEL SUR - Humberto Rivera Garcia, gerente general, Acapulco,
 Wilson O'Hara Jr., Cesar Cordero, gerente operativo



HERTZ CORPORATION - Señora Yolanda Ramirez, supervisora de ventas, Señora
 Guadalupe Aguilar, ejecutiva de ventas



El primer terminal, el señor Julio Sosa y Javier Prada, de Hard Rock Cafe Acapulco.



RESTAURANT GRAZZIEL - Humberto
 del Sur; Gabriela Franco, secretaria
 le general, Restaurant Grazziel

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL
 CONTENIDO



TIANGUIS
TURÍSTICO
México
CDMX
CIUDAD DE MÉXICO
2023

LA PLATAFORMA DE NEGOCIOS MÁS IMPORTANTE DEL SECTOR

POR: PANORAMA TURÍSTICO
INFORMACIÓN. SECTUR FEDERAL Y CDMX

La Ciudad de de los Palacios se viste de gala este 2023, pues por primera vez se realiza el Tianguis Turístico, del 26 al 29 de marzo, que en su edición número 47 se tiene la expectativa de ser el evento más grande y de mayor impacto en su historia, con miras a romper sus récords en participación, asistencia e impacto

económico. Esta gran plataforma de negocios para la industria turística tendrá como sede el Centro Citibanamex de la Ciudad de México.



El secretario de Turismo, Miguel Torruco Marqués, durante la presentación del evento realizada semanas antes, comentó que después de la pandemia la recuperación del sector turístico se dio antes de lo previsto, gracias a las políticas y estrategias oportunamente implementadas por el gobierno federal por el presidente, así como el importante trabajo del sector privado, *“prueba de ello es que en 2022, México alcanzó los 28 mil 016 millones de dólares en captación de divisas por visitantes internacionales, que es como se mide la potencialidad turística de una nación; superando la cifra histórica en Inversión Extranjera Directa Turística, al registrar 3,447.1 millones de dólares, superando los 1,091.4 millones*

de dólares captados en todo el año 2019”, apuntó el secretario.

Y es que el turismo representa el 9.1% del PIB de la Ciudad de México, donde el 14% del empleo corresponde a las actividades relacionadas con este sector, bien llamado de la hospitalidad. Se trata además de la ciudad más conectada con más puntos wifi gratuitos en el mundo, la segunda con más museos a nivel mundial, y posee cuatro Sitios Patrimonio de la Humanidad.

Qué habrá en el Tianguis

Durante los cuatro días de duración del Tianguis Turístico 2023, la Ciudad de México se convertirá también en la capital del turismo, el Lic. Torruco indicó que a unas semanas del evento ya se precisaba una cifra récord con 1,301 compradores registrados de 965 empresas nacionales e internacionales, provenientes de países de los cinco continentes, incluido México.



Entre los expositores se podrán encontrar hoteles independientes y cadenas hoteleras, aerolíneas, representaciones de turismo de las 32 entidades de la República Mexicana y recintos feriales. Mientras que entre los compradores habrá tour operadores, agentes de viajes y asociaciones turísticas, organizadores de eventos, congresos y convenciones.

Cabe resaltar que este Tianguis Turístico Ciudad de México, será el tercero con carácter inclusivo, pues

después del corte del listón inaugural, se presentará el ya tradicional Desfile de Inclusión, con la participación de personas con discapacidad.

Más novedades

Entre lo nuevo que presenta la feria turística más importante de América Latina es que por primera vez habrá un pabellón del Mundo Maya, con la presencia de Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras y, desde



luego, México, así como del Tren Maya y Tag Airlines, producto turístico multidestino que después de 36 años tiene una destacada conectividad.

Asimismo, también se contará con un pabellón para las líneas aéreas nacionales e internacionales que conectan a México con el resto del mundo, además de un espacio para Punto México, que dará cobijo a la artesanía local.





El Tianguis sale a las calles de la CDMX

A la par del evento que se celebra en el recinto ferial Centro Citibanamex, en la Avenida Paseo de la Reforma (del Ángel de la Independencia a la Glorieta de la Diana), del 25 al 27 de marzo, se relizará el “Festival Turístico”. En este evento alterno, abierto al público en general, participan las 32 entidades del país con stands donde presentan sus destinos turísticos, artesanías, gastronomía y productos locales en un

horario de 9:00 19:00 hrs. Asimismo, presentarán activaciones culturales en un escenario ubicado en el Bosque de Chapultepec.

Como se puede ver, México es un gran abanico de destinos turísticos, y que en un trabajo conjunto de las instancias del gobierno (SECTUR Federal y las secretarías de los estados) con la iniciativa privada, se han implementado nuevas rutas, nuevos circuitos, nuevos atractivos turísticos, nuevos productos ancla y nuevas experiencias, las cuales son una oportunidad de crecimiento para las organizaciones y los prestadores de servicios.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**



LA MORADA
HOTEL
San Miguel de Allende, Gto.



Habita
el
corazón
de
SAN
miguel
de
ALLENDE



www.lamoradahotel.com/



La Morada Hotel



info@lamoradahotel.com



415 152 1647



415 156 7374

Correo 10, Centro 37700 San Miguel de Allende, México

Descubre la
arquitectura
audaz y vanguardista de la
Ciudad de México

INFORMACIÓN. SECTUR.



La Ciudad de México, una de las capitales más vibrantes de América Latina, cuenta con una gran cantidad de edificios modernos e innovadores. Aquí te presentamos algunos de los más fascinantes y vanguardistas dignos de admirar.

El **Museo Soumaya**, en Polanco, es todo un emblema de la arquitectura moderna de la ciudad. Su fachada está hecha con más de 16 mil hexágonos de aluminio y tubos curvos que lo protegen de las condiciones climáticas y lo hacen realmente especial. El edificio, diseñado por el arquitecto Fernando Romero, tiene una figura en forma de cilindro que se forma por medio de líneas suaves, lo que lo hace parecer una obra de arte.

Además, su colección de más de 70,000 piezas de arte de la Fundación Carlos Slim, incluyendo obras de artistas famosos como Auguste Rodin, Monet y Renoir, lo convierten en un lugar imprescindible para los amantes del arte.



La **Torre BBVA Bancomer**, diseñada por Rogers Stirk Harbour, Partners y Legorreta + Legorreta en 2008, es otro edificio digno de admirar. Además de su impactante altura, la torre ubicada en Paseo de la Reforma 510, cuenta con un Centro de Innovación y ha sido reconocida con varios premios internacionales gracias a su sustentabilidad, diseño y tecnología.

La edificación también cuenta con una cimentación flexible que la hace capaz de soportar cualquier siniestro, por lo que es muy seguro para visitar. Posee certificación LEED Oro gracias a su uso eficiente de recursos y su sustentabilidad, como el reciclaje del agua residual y de lluvia al 100%, el uso de ventilación natural a través de filtros y su iluminación a través de focos LED.

La **Torre Arcos Bosques I**, diseñada por el famoso arquitecto mexicano Teodoro González de León, es conocida por su forma única que se asemeja a un pantalón. Ubicada en la Colonia Bosques de las Lomas,



en Cuajimalpa, ofrece una vista impresionante de la ciudad y es uno de los edificios más altos de Santa Fe. Su diseño moderno y elegante lo hacen destacar del resto de los edificios de la zona.

La **Torre Virreyes**, también diseñada por Teodoro González de León, es imponente por su altura de 121 metros y su forma triangular que la hace única en su estilo. Su inauguración en 2014, la convierte en una construcción relativamente nueva en la Ciudad de México. Además, su diseño estructural a cargo de la compañía inglesa Arup le da una resistencia y seguridad increíbles.





Finalmente, la **Torre Reforma**, ubicada en Paseo de la Reforma 483, frente a la entrada del bosque de Chapultepec, es un edificio que no puedes perderte si te interesa la arquitectura moderna y la sustentabilidad. Con sus 246 metros de altura, es de los edificios más altos de la ciudad y cuenta con el certificado LEED Platino, lo que lo hace muy sustentable y ahorra mucha energía. Además, su estacionamiento robótico y su capacidad para soportar sismos con magnitud de hasta 9.0, lo convierten en un edificio seguro y tecnológico.

¡No esperes más para descubrir estos impresionantes edificios en la Ciudad de México! Sorpréndete con la innovación y la vanguardia de la arquitectura moderna en esta ciudad vibrante.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

Bleisure/Bleasure en la Industria de las Reuniones

POR: EDUARDO CHAILLO*



Seguramente todos los que me conocen en la Industria de Reuniones van a pensar que me volví loco o que la forma de abordar este tema resulta al menos contradictoria con mi insistencia (por años) de que la de reuniones y la de turismo son dos industrias que corren cada una por su lado y que sólo tienen un cruce en la derrama que ocurre en los servicios estrictamente ligados a la hospitalidad (dos subconjuntos que se intersectan para hablarlo en términos matemáticos).

Creo que decepcionaré a los que así lo interpretasen, pues sigo muy convencido de que:

a) Las razones para decidir un destino sede de reuniones no tienen que ver con su atractivo o facilidades turísticas;

b) El lenguaje de negocios que se utiliza en la industria es completamente diferente (muy especializado);

- c) Los prestadores beneficiados (además de los de la hospitalidad) son muchos otros negocios que poco tienen que ver con lo turístico;
- d) Los beneficios van mucho más allá de lo meramente económico y de corto plazo.

Sin embargo, **sí** hay una tendencia en la actividad de reuniones que ya venía perfilándose, pero explotó tremendamente y cobró relevancia a partir de la pandemia y ésta es el “bleisure o bleasure”



(combinación de turismo de negocios y placer), aunque ésta se da a nivel de las personas participantes (no en los que deciden necesariamente la sede), es decir, es un fenómeno que responde a las ciencias del comportamiento y que es de carácter individual.

¿Qué pasó que detonó este modo de aprovechar las reuniones para extender o aprovechar los viajes por motivo de reunión para también disfrutar de los atractivos turísticos (naturales, culturales, de aventura, gastronómicos) de un destino? La respuesta no es tan sencilla como decir: “siempre han existido los pre/post tours”, sino creo que pasa por lo que a todos nos tocó experimentar en nuestros cerebros durante el forzado encierro por el COVID.

1. Quedó demostrado que existen fenómenos que no podemos controlar y que tienen un impacto brutal en nuestra salud, la forma de interactuar con los demás y que por lo tanto ponen en riesgo la calidad y

expectativas de vida. La respuesta colectiva ha sido la de aprovechar y disfrutar intensamente cada momento que nos queda de vida y convivir con nuestros seres queridos el mayor tiempo y con la mejor calidad posible.

2. Se puso de manifiesto la facilidad de trabajar desde casa (o donde sea que haya un buen WIFI) en versión remota, lo que trastocó el mundo laboral a nivel global (basta con ver la crisis por la que pasa el mercado inmobiliario de grandes oficinas), incluso modificando



radicalmente los horarios y la jornada de trabajo. Relacionado con esto se multiplicaron los famosos “nómadas digitales”.

3. Los tomadores de decisiones del mercado corporativo se vieron obligados a respetar la autonomía de los ejecutivos que viajan para participar en las reuniones, permitiéndoles extender su viaje (por supuesto sin asumir ese costo “extra”) e incluso acompañarse de su pareja o miembros de su familia (lo que hasta hace poco se consideraba casi un “pecado o delito”).

4. Los programas de incentivo (en formato viaje) se volvieron más urgentes que nunca como herramienta para “re-aceitar” la maquinaria laboral y de ventas de las empresas que, en cada sector, presentaron su propia crisis con la pandemia.

5. Los congresos de asociaciones, que son los que más se han tardado en regresar de la virtualidad a la presencialidad, cobran sentido en un destino

determinado, siempre que se privilegie el componente de interrelación humana (lo que incluye el disfrute del destino y conexión con la comunidad local), pues el componente educativo se puede seguir distribuyendo (incluso con mayor alcance y calidad) utilizando las plataformas electrónicas.

6. Los formatos de los eventos también cambiaron, la industria de reuniones se humanizó, se flexibilizaron las agendas, incorporando elementos que ofrecen alternativas más allá de la saturación de contenidos y eventos de “networking”. Así, los diseñadores de experiencias están tomando mucho en cuenta el bienestar integral de los participantes en lo individual, lo cual permite sin duda al destino anfitrión, poner en valor todos los ingredientes de su producto turístico más allá del recinto o los hoteles sede de las reuniones.

7. Por último y no menos importante, es esta preocupación creciente por el impacto ambiental que generan los viajes, lo que irremediablemente implicará que:



- a)** Los eventos presenciales deberán cumplir con un propósito muy claro y trascendental (y opciones para compensar la huella de carbono).
- b)** Las personas viajarán menos veces y cada vez que lo hagan aprovecharán para extender su experiencia y...
- c)** Habrá una búsqueda creciente por experimentar atractivos naturales, al aire libre y ligados a la conservación.

Recuerdo muy bien cuando criticaba aquellos anuncios de destinos que decían algo como *“la mejor combinación de placer y negocios”*, pues a mi juicio

en ese momento le quitaba seriedad a la promesa de valor y provocaba que los que autorizaran la asistencia a reuniones fueran más restrictivos. El momento ha cambiado y ese anuncio (a ver si encuentran uno que era de Cancún) en que la fotografía presentaba a un grupo de turistas vestidos de la cintura para arriba con saco y corbata – con su computadora- y de la cintura para abajo con traje de baño y aletas... ahora SÍ tiene sentido.

Como conclusión les sugiero entonces que privilegiemos el encuentro sin dejar de disfrutar todos esos maravillosos ingredientes que nos ofrecen los grandes promotores de destino de México y el mundo.



Eduardo Chaillo,
CMP, CMM, DES, CITP
Consultor y constructor de puentes
entre los miembros de la Industria
de Reuniones a nivel global, con
experiencia tanto en el sector público
como en el privado, especializado en
educación, asesoría y comunicación
estratégica en el sector.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**



RAÍCES MÉXICO natural luxury

360° COLLECTION

Disfruta de la naturaleza sin renunciar a las comodidades y atractivos de los alojamientos más sofisticados.



ALL INCLUSIVE CON IMPACTO

Noche de Hospedaje en domo 360° | Personal Concierge | Experiencia gastronómica | Hors d'oeuvre | Mixología de colección | Amenidades naturales
Botella de agua armonizada | Turn down de habitación | Experiencia de la Casa



@raicesglamping



+52 55 4955 5484
hola@raicesmexico.mx



Camino a Hacienda Compostela s/n,
San Agustín Buenavista, Estado de México.

Viajes con propósito:

Un “desde antes” y que evoluciona en tendencia

POR: CARLA GALÍNDEZ*

Si bien es cierto que la personalización y especialización es supremamente importante para poder orientar o diseñar planes según las necesidades del cliente, los famosos “tailor made” cada vez están ganando más terreno entre tour operadores, que incluyen en su portafolio viajes y experiencias

sugeridas, y que van moldeando para pequeños grupos o para quienes paguen para disfrutarlos.

Recuerdo que cuando estudiaba turismo, si nos explicaban sobre la estructuración de un programa turístico que involucrara algo fuera de lo común, como irse a una selva a fotografiar aves, se le llamaba “Planes Exóticos” o si involucraba algún deporte de aventura “Extremo” y casi era implícito que era algo casi exclusivo y por ende, costoso.

Pero así como se han borrado muchas fronteras o límites y usando como medio las herramientas digitales, los nichos turísticos cada vez más se van dividiendo y dividiendo como células en el cuerpo. Ya no es tan fácil “encasillar” experiencias o gustos del turista, ya que muchas veces quieren aprovechar esa salida o escapada no con una sola actividad, sino con varias. Así también lo vemos en el segmento MICE, donde un viaje a congreso, convención o incentivo, quizás se pueda combinar tipo “Bleisure”, hacer alguna



actividad de responsabilidad social, espiritual y medio ambiental.

La tendencia es hacer lo que queremos, en la fecha que nos apetezca, cumplir sueños y hasta cumplir promesas o compromisos personales. Recientemente, estuve de trabajo en FITUR en Madrid, llevé un grupo a Salamanca en Castilla y León, y me pude escapar a Santiago de Compostela a sembrar un árbol en el bosque de los peregrinos del Camino de Santiago, y sí,

todo en una semana: mi viaje con propósito lo cumplí, mis compromisos de trabajo y mis anhelos, ¡todo en uno!

Un propósito puede tener tantas definiciones como personas hay en el planeta, y esto también aplica para las empresas, las cuales, según su enfoque y misión corporativa, buscan sincronizarse con algunas actividades que puedan hacerlos crecer de manera interna, mejorar su imagen o el rendimiento del talento humano que con ellos colaboran.

Los principales que se destacan, desde antes:

- De responsabilidad social.
- Que tengan que ver con la conservación medioambiental.
- De superación personal, cohesión de equipos, talento humano.
- Viajes con experiencias lúdicas incluidas.

Por lo general, se incluye en alguna parte de la agenda a un experto, vocero de alguna asociación o institución

que nos “ilustre” sobre estos temas y sea quien marque la pauta del itinerario.

Algunos que son tendencia:

- De benchmarking, cambio de roles, aprendizaje continuo.
- Wellness, deportes, bienestar, equilibrio personal – profesional.
- Campamentos temáticos
- Inmersión en comunidades minoritarias

Es indispensable el acompañamiento de un “coach” o maestro que guíe al grupo hacia las metas específicas,



con actividades que se sincronicen con los objetivos planteados y que, además, exigirá una logística especializada como un tipo seleccionado de alimentos, vestimenta y hasta artículos necesarios para las tareas. Obviamente la especialización en atención al cliente del segmento MICE es fundamental, no debe dejarse en la improvisación, pero apuntalar habilidades de empatía, sensibilidad y servicio superior, serán altamente valorados por las marcas y compañías que buscan este tipo de encuentros o vivencias para su talento humano.

Ya no hay marcha atrás. Debemos escuchar la demanda de afuera, crecer juntos y estar abiertos a seguir evolucionando, más allá de un viaje que diga que tiene el vuelo, el traslado, el alojamiento y los tours incluidos.



Carla Galíndez
CEO Destinos y Negocios Latam.
Mice – Press & Marketing

carla@destinosynegocios.com.mx

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL
CONTENIDO**

Industria de Reuniones: el reto de retos

POR: ARIADNE TÉLLEZ SÁNCHEZ*

2007 fue el momento donde la Industria de Reuniones se presentó ante mí como un reto insuperable, lo único que tenía para enfrentarlo (como muchas personas en ese tiempo) era la emoción, el deseo de aprender y ayudar a una buena amiga del medio. Fue una experiencia que jamás olvidaría y marcaría mi vida

hasta el día de hoy. Pero esa realidad y la de hoy son totalmente opuestas y diferentes.

Hubo un tiempo donde lo más importante para ser un coordinador de eventos era la pasión, la resistencia, la capacidad de trabajar siempre con una sonrisa y disposición ante cualquier entorno o circunstancia, lo demás se aprendía en el camino.

No existía una cultura acerca del qué hacía un organizador de eventos o un coordinador, cuál era su formación y lo que sucedía en el backstage, antes, durante y al finalizar el evento, ¡era la época de la todología! Al coordinador se le consideraba un colaborador “multiusos”, que no tenía una formación “profesional”, su trabajo era considerado un “hobby”.

Las herramientas especializadas para la organización de un evento eran inexistentes y en consecuencia las horas de trabajo se duplicaban o triplicaban



para lograr ofrecer a los asistentes una “experiencia agradable” que cumpliera con el objetivo.

¿Ha cambiado la industria desde ese lejano 2007?
¡Desde luego que sí... Toda, totalmente! Vivimos cambios sociales, económicos y tecnológicos que por un momento nos rebasaban, sumado a una pandemia mundial.

La industria hoy es una COMUNIDAD, interesada en sumar para fortalecernos; esta comunidad se

forma por hasta cuatro generaciones con ideas y perspectivas distintas, lo que resulta en la NECESIDAD de crear experiencias únicas e imborrables para su audiencia. Ahí el primer gran reto: una comunicación efectiva y asertiva entre generaciones.

Como resultado de la pandemia, lograr la retención de talento hoy requiere de conciencia y respeto por el bienestar mental, personal, conciliar entre trabajo y el tiempo para la vida social y familiar. En una industria caracterizada por ser absorbente y estresante, ¡pero llena de emociones y satisfacciones!

El siguiente reto es el tema del presupuesto para el evento ¡hay que crear una gran experiencia! claro, pero con presupuestos menos flexibles y holgados, estamos en recuperación económica.

Llega ,obligada e intempestivamente, la digitalización de la Industria de Reuniones para lograr superar la barrera del aislamiento social y mantenerse activo, ahí



es donde juegan un papel súper importante las nuevas generaciones de organizadores y coordinadores de eventos. ¡Es tiempo de abrir la mente y desarrollar nuevas habilidades! Hay que conocer y capacitarse en las soluciones tecnológicas, tanto para el organizador (el desarrollo del “trabajo colaborativo” facilita muchas actividades y reduce su tiempo de ejecución), como para el asistente, ¿Quién se imagina un evento sin registro en línea, herramientas de trabajo colaborativo de punta a punta del continente, o sin tener todo en el poder de su mano a través de su smartphone?

El asistente hoy es mucho más exigente con la experiencia que desea vivir, ya no es suficiente una “experiencia agradable” y cómoda. En cada evento esperan sorprenderse, emocionarse, ver innovaciones tecnológicas, pero sin dejar de lado recibir un trato respetuoso, incluyente, con calidad y calidez humana. Esto no se limita al evento presencial, los virtuales e híbridos van incluidos, hoy llegamos a más personas sin la limitante de la distancia. Estamos obligados a llevar la interactividad al siguiente nivel con la implementación de debates, encuestas, opiniones en tiempo real ¡y material para redes sociales al por mayor!

No todo es color de rosa, estas interacciones nos obligan a desarrollar una cultura y un equipo enfocado en la privacidad y seguridad de los datos de todos los entes que conforman nuestra empresa y sus actividades. Es una necesidad que va al mismo nivel o por encima de la digitalización y virtualización del evento.

¿Por qué la industria de eventos enfrenta el reto de retos en este momento?

Porque debe de tener todo lo que ha tenido por décadas al mismo tiempo, en el mismo lugar y seguir evolucionando.

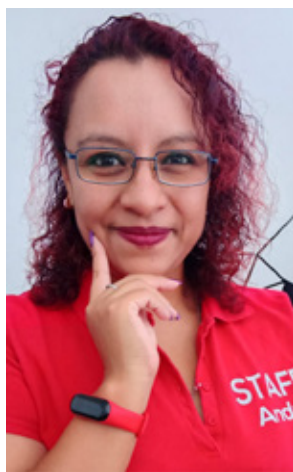
La profesionalización de cada integrante de la cadena es fundamental, la capacitación y actualización debe ser constante, pues afortunadamente el día de hoy ya existe un reconocimiento y respeto por el trabajo de cada elemento, desde el CEO de una agencia hasta el coordinador que te da la bienvenida con su mejor sonrisa.



La innovación tecnológica debe ser igual a la calidez humana, debemos ser empáticos como equipo y con la audiencia (sin que el nivel de estrés

y reto nos distraiga) ¡estuvimos más de 2 años sin este contacto humano! y por si fuera poco, estar listos para cualquier imprevisto e incidente, como parte de nuestra profesionalización los cursos de primeros auxilios tienen un lugar relevante de nuestra lista. Cerramos el combo con mantener viva esa pasión, emoción, sed de aprendizaje y deseo de satisfacción total, individual y como equipo.

¿Por qué el reto de retos? Porque debemos seguir siendo todo lo que nos ha traído hasta aquí y evolucionar cada día sin dejar de lado nuestra humanidad, realizando a la vez eventos sustentables.



Ariadne Téllez Sánchez.

10 años de experiencia en la coordinación de eventos.

Facilitador en competencias. informáticas para staff operativo SA-VIA CyL.

Director de seguridad de la información SA-VIA CyL.

Directora de Coffee Travel Radio RSS/website Revista Lo Mejor del Café.



SIGUIENTE



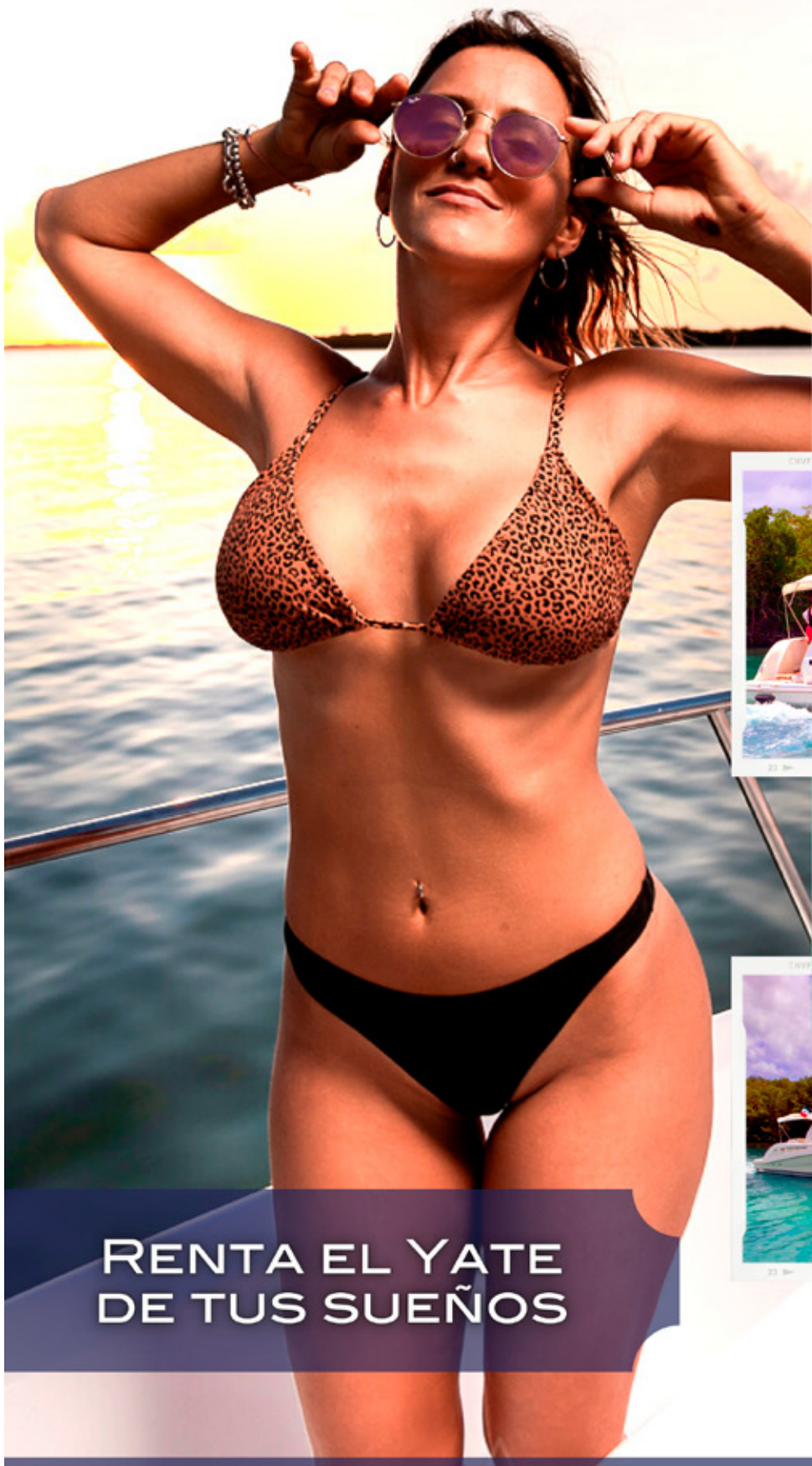
ANTERIOR



**REGRESAR AL
CONTENIDO**



YATEFY



RENTA EL YATE
DE TUS SUEÑOS

YATEFY.COM

Destinos turísticos LGBTQ+ Friendly en México

POR: NICOLÁS GASCÓN*

México tiene destinos turísticos LGBTQ+ Friendly que merecen ser visitados, ideales para ir de vacaciones, de fin de semana o simplemente de tour, perfectos para respirar libertad y vivir el orgullo.

Actualmente existen ciudades, playas y pueblos, que nos invitan a disfrutar de la inclusión y seguridad para las poblaciones LGBTQ+ dentro del país ¿los conoces?; Aquí algunas recomendaciones para para viajar en este 2023.

GUADALAJARA, JALISCO

Esta ciudad se caracteriza por su gran apertura y por ser excelentes anfitriones con las poblaciones LGBTQ+. Aquí puedes encontrar una gran cantidad de clubes y discotecas con escena artística y espectáculos sorprendentemente buenos dirigidos a las personas sexo disidentes. Actualmente se le ha atribuido la fama de ser la “Capital Gay de México” por las numerosas poblaciones LGBTQ+ locales.

Cabe destacar que este año se celebrarán los Gay Games, el evento deportivo LGBT+ más importante del mundo, del 3 al 11 de noviembre de 2023, el cual traerá a 8 mil atletas de todo el mundo con más de 16 mil acompañantes, lo que dejará una importante derrama económica para la ciudad.



Guadalajara, Jal.

ZIPOLITE, OAXACA

La paradisiaca playa de Zipolite es un destino obligado para vivir el orgullo de una forma totalmente diferente. Sus actividades culturales, artísticas, alternativas, gastronómicas, recreativas y de descanso, hacen de este lugar un ambiente totalmente libre.

Entre Puerto Escondido y Huatulco se encuentra la única playa nudista del país que tienes que conocer

"al natural". Además de asolearte al desnudo, hay más actividades que puedes realizar, como surfear, snorklear, hacer buceo recreativo o pesca.

Si viajas en pareja o en modo contemplativo, no te puedes perder el atardecer en la Playa del Amor, donde las tonalidades del cielo junto con la mezcla de colores del mar te van a enamorar.

La calidez humana de los lugareños ha creado un paraíso para las poblaciones LGBTQ+, donde se respira la tranquilidad y libertad al cien por ciento.

CIUDAD DE SAN LUIS POTOSÍ

Ubicada en el bajío del país con una conectividad inigualable, la capital de San Luis Potosí ha dejado de ser la ciudad del clóset para florecer entre su gente. A tan sólo dos horas de Querétaro, Guanajuato, Aguascalientes y Zacatecas, San Luis Potosí es hoy punto de encuentro entre ciudades vecinas.

Durante los últimos años ha crecido la expresión social, deportiva, artística y cultural de las poblaciones LGBTQ+, creando diferentes espacios y movimientos independientes como lo es Tejado Rojo, Bóvedas, Mosaicos, Casa Orquídea, Spartans F.C., Fridas, Diverciudad, Casa Planta o el LGBTianguis, por mencionar algunos. Donde podrás vivir la diversidad en la ciudad de San Luis, a través de eventos de emprendimiento, humanitarios, fiestas Drag, artísticas, deportivas, musicales, de cine, teatro y hasta conversatorios.



Asimismo, tienes que conocer el Centro de las Artes, el Museo Leonora Carrington, el Museo de Arte Contemporáneo y el Centro de Difusión

Fiesta Drag Queen
en la capital potosina.



Cultural Raúl Gamboa del I.P.B.A., recintos que han abrazado a las poblaciones LGBTQ+ en todas sus identidades y expresiones sociales a través de la cultura y el arte.

PUERTO VALLARTA, JALISCO

Posicionado como uno de los destinos turísticos preferidos por las poblaciones LGBTQ+, este pintoresco y agradable destino de playa tiene todo lo te imaginas.

Entre el Océano Pacífico y la Sierra Madre Occidental se ubica el “Viejo Vallarta”, mejor conocido como la Zona Romántica. Aquí puedes encontrar la Playa de los Muertos, donde se albergan hoteles, restaurantes,

tiendas, boutiques, Spa, bares y antros dirigidos a las poblaciones LGBTQ+.



Vallarta Pride en Puerto Vallarta, Jal.

Todo el año es posible disfrutar de eventos, festivales, tours y actividades totalmente LGBTQ+ Friendly, entre los cuales se celebra el VALLARTA PRIDE, que durante la última semana del mes de mayo se realiza la fiesta internacional LGBTQ+ más grande de México.

Como acabas de leer, este sitio se ha convertido en un punto de encuentro mundial para las identidades sexo disidentes, en donde no existen prejuicios y que puedes vivir el orgullo los 365 días del año.

Por el momento hasta aquí llegamos, sin duda nos faltaron destinos turísticos por describir, sin embargo espera la siguiente edición para conocer más lugares LGBTQ+ Friendly en México que tienes que conocer.



Nicolás Gascón
Director de la Agencia de Viajes
7sietecolors, especializada en
turismo LGBTQ+

  [@7sietecolors](#) / [@diverciudad](#)

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

Los eventos turísticos



**como herramienta de la buena
imagen de un destino** | POR: FELIPE REYES BARRAGÁN*

Qué mejor marco el de la edición número 47 del Tianguis Turístico, uno de los referentes en la industria en el ámbito de la promoción y difusión para hablar justo de cómo los eventos turísticos, cuando además de ser bien organizados, son una herramienta efectiva y poderosa de relaciones públicas para generar una buena imagen pública de un destino en específico, ya que suelen ser actividades que atraen la atención de los medios de comunicación especializados, generan expectativa en los diversos grupos de interés que el sector de la hospitalidad y el turismo tienen y, al mismo tiempo, inciden en la percepción de los públicos en general, no sólo sobre un destino, sino en el impacto positivo del turismo, en todas sus vertientes.

Las relaciones públicas, según Allan J. Stovall, son "un proceso que tiene como objetivo crear y mantener una imagen positiva de una organización en la mente de sus públicos, y de lograr la comprensión y la aceptación de sus objetivos y políticas", y la promoción turística se refiere a todas las actividades destinadas a atraer



visitantes a un destino en particular, por ello cuando desde la planeación se contempla la combinación de la promoción turística y las relaciones públicas, suele generarse una imagen positiva del destino entre el público, misma que hay que mantener a lo largo del tiempo, para que justo pueda lograrse una reputación y credibilidad, y que ésta se mantenga en el tiempo.

En la promoción de un evento turístico se suele aglutinar a las RRPP en tres categorías:

- **De posicionamiento e imagen.** En esta línea se busca influir en la percepción de los públicos de interés o stakeholders, para crear una imagen positiva y al mismo tiempo, atractiva y creíble.
- **Habituales.** Una vez que hemos construido toda una estructura y generado con ello un activo turístico, es necesario realizar acciones que nos permitan seguir en la mente de nuestros públicos y así evitar vacíos de información, que como bien sabemos, pueden ser “llenados” por otros actores y perder así lo construido.
- **De crisis.** En esta categoría hablamos de las acciones preventivas y correctivas que debemos tener listas para ser aplicadas cuando sea necesario, cuando el destino se ve inmerso en alguna situación que puede ser un detonante para perder interés o credibilidad y, por ende, la gente deja de considerarnos como opción.



Con esto en mente, podemos observar al menos tres beneficios que pueden tener los eventos turísticos en la promoción de un destino desde la visión integral de las relaciones públicas:

- 1.** Aumentan la visibilidad del destino y si se utilizan las redes sociales y otras herramientas de marketing digital, se puede llegar a una audiencia aún mayor.
- 2.** Mejoran la imagen del destino: Los eventos turísticos pueden ser una oportunidad para mostrar las mejores características del destino, como su cultura, gastronomía y patrimonio histórico, entre otros.


3. Incrementar el interés del público por visitar el destino: Si el evento turístico es atractivo y bien promocionado, puede generar un mayor interés en el público por visitar el destino.

Así que no perdamos la oportunidad y aprovechemos la vitrina que un Tianguis Turístico nos da, para fortalecer nuestra marca y destino, usando estrategias y acciones de relaciones públicas, te aseguro que verás la diferencia y, sobre todo, el beneficio.



Felipe Reyes Barragán
Especialista en protocolo,
ceremonial, eventos y gestión
de crisis. Relacionista público y
vinculación. Director en Punto
Protocolo y en ALARP Guanajuato.

protocoloceremonialyetiqueta.com

 52 477 4499216

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

WMFTM REIMAGINE *Meetings* 2023

WMFTM
SUMMIT
BAJA CALIFORNIA

21 AL 24
FEBRERO

WMFTM
SUMMIT
GUANAJUATO

17 AL 20
ABRIL

WMFTM
SUMMIT
REPÚBLICA DOMINICANA

26 AL 29
ABRIL

WMFTM
CEO SUMMIT
MONTERREY

2 AL 5
MAYO

WMFTM
CEO SUMMIT
COSTA RICA

11 AL 14
MAYO

WMFTM
STUDY MISSION
EUROPE MADRID

18 AL 21
MAYO

WMFTM
SUMMIT
BARRANQUILLA

5 AL 8
JUNIO*

WMFTM
MEET ME IN
DOWNTOWN

6 AL 9
JULIO

WMFTM
SUMMIT
SAN LUIS POTOSÍ

26 AL 29
JULIO

WMFTM
SUMMIT
PUEBLA

21 AL 24
AGOSTO

WMFTM
LOS CABOS
LUXURY EDITION

1 AL 4
OCTUBRE

WMFTM
SUMMIT
MAZATLÁN

23 AL 26
OCTUBRE

WMFTM
GLOBAL
CARIBE MEXICANO

6 AL 9
NOVIEMBRE



**Más
INFO**



HOSTED BUYER

+52 1 55 2653 6322

claudia.hernandezgewmforum.org



TABLE TOP

+52 1 55 4347 3315

lucero.lopezi@wmforum.org

* FECHAS TENTATIVAS POR CONFIRMAR

WWW.WMFORUM.ORG

WorldMeetingsForum

@worldmeetingsfo

@worldmeetingsfo

world-meetings-forum

WorldMeetingsForum

Oferta y pasión en el Romance



POR: ISELA ALCÁNTARA*

La combinación perfecta para las nuevas inversiones de experiencias en los diferentes destinos de nuestro hermoso México.

Hoy en día no nos damos abasto con tanta información, en innovación, nuevas carreras, cursos, asociaciones de esta bella industria, información sobresaturada de materia prima para los consumidores, de espacios que se han convertido en iconos, playas y lugares adaptados, salones, hoteles o casas de campo acomodadas a jardines formales, que se supone que son para eventos, haciendas hermosas, recintos, que al igual que muchos proveedores y colegas salen de la nada a cubrir una demanda inesperada. La verdad no sé por dónde iniciar esta pequeña reflexión, nunca es suficiente para todo lo nuevo, adaptarnos a las nuevas generaciones y a escuchar a nuestros clientes e innovar es un tanto complicado, mas no imposible.

Para muchos, 2022 fue un regreso brutal y garantizado, aseguro que aún están exhaustos, otros en un punto medio y algunos más siguen en recesión de este largo descanso, probando aun su resistencia al cambio. Imagino a todos con una gran

lección o muchas lecciones aprendidas, diversificando sus productos y volviendo hacia la cotidianidad y otros tantos reinventados, pero lo más importante, es rescatar que estamos contando estas gratas experiencias y buscando nuevos mercados.

El Turismo de Romance se ha convertido en hobby para muchos, pero debemos entender que es un tanto complicado y muy especializado.



Muchos lo pueden hacer o quizás la mayoría, pero hay que especializarnos. Hoy en día el segmento de Romance está más acelerado, las mentes no se quieren desgastar tanto y confían al 100% en nuestro agrado.

Las tendencias para 2023, desde mi punto de vista muy particular, es concurrido, con eventos sociales un poco más pequeños, pero sin dejar la tradición, un poco de informalidad, pero sin dejar los valores de papá y mamá, destinos favoritos invirtiendo y gastando, una generación que disfruta del ocaso. Las palabras de inversión y gasto no nos bastan, el lujo mediático de muchas casas, que busquemos adaptarnos, pero no olvidar el consentimiento, sí, una atención personalizada sin dejar de escuchar y escuchar para saciar.

Hay una gran diversificación en nuestro mercado, ahora con el descubrimiento de importantes talentos, disrupción y expansión en todas las áreas, el Romance pinta para muchas expectativas; con un año aún incómodo (seguimiento de adaptación)

y benévolo, lleno de oportunidades, sólo debemos cuidarlo, debemos ser más selectivos, más cautelosos con la proveeduría especializada y garantizada, hay mucha carrera por delante, pero lo esencial es buscar tu don. NO busquemos ser todólogos, busca tu especialización, ¿para qué eres bueno?

Sé que muchos son mentes brillantes, pero la verdad es que no podemos hacer todo, los clientes necesitan



ese profesionalismo, por lo tanto, es necesario que hagamos equipo con los agentes de viajes, con los hoteles y con los destinos, y viceversa. Es importante aceptar que se necesita un Planner y un Wedding Planner para avanzar con las parejas, hagamos equipo profesional, busquemos pertenecer a espacios determinados, a un grupo selecto de aprendizaje, ya sea una asociación, o cámara para obtener una certificación, nacional o internacional; busca un respaldo garantizado, donde encuentres años de por medio y trayectoria.

Es importante saber seleccionar eventos relevantes de la industria para participar y seguir aprendiendo y, a la vez, aprender de los clientes, escuchar a nuestro propio equipo de trabajo, pero sobre todo escuchar nuestra pasión.

Hoy hay mucho trabajo que hacer, no perdamos de vista lo maravilloso de nuestros destinos; infórmate, enamórate de tu región, de lo que hay a tu alrededor,

explora cada una de las temporadas. Recuerda que estamos en una nueva era, de caprichos, de gustos, de lujos y descuidos, podemos vender todo el año, hay destinos para cada mes, perfectos escenarios, hay más que un momento único e irrepetible, hay experiencias llenas de amor y memorias, sólo eso, los sentimientos son memorias plasmadas en un tiempo y nosotros vendemos memorias y cuidamos de esos tiempos, seamos la guía profesional para ese tiempo perfecto.



Isela Alcántara Bahena.
Professional Wedding Planner.
Presidente de ABC Capítulo Jalisco.
Director General en Grupo Bahena.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

Turismo Religioso, un Mosaico Patrimonial

POR: J. MARÍA DE SANTIAGO O. Y SHERLYN LINARES S.*

En México, la religión es uno de los pilares más importantes en cada una de las familias, cuando hablamos de fechas o destinos religiosos lo primero que se nos viene a la mente es la peregrinación a la Basílica de Guadalupe, así como la celebración del 12 de diciembre o visitar la Catedral Basílica de San Juan de los Lagos. A diferencia de vacacionar, el turismo religioso tiene como objetivo el desplazamiento que es motivado a través de la fe a diferentes sitios para dar agradecimiento, por lo cual acuden a santuarios, templos, tumbas, o se participa en alguna peregrinación.

Desde décadas atrás, el turismo religioso se ha incrementado sustancialmente en los últimos años en lugares asociados a casi todas las religiones estima que anualmente entre 300 y 330 millones de personas se desplazan por motivos religiosos. En cuanto a esto, se prevé que el número de personas involucradas en esta afluencia incremente considerablemente conforme pase la temporada de vacaciones y días festivos en

México, por consiguiente también esto hace que el país se siga situando entre los primeros números de las naciones que tienen mayor número de visitas turísticas, las cuales están interesadas en este tipo de turismo.

Tomando por ejemplo a Tolimán, un pueblo situado a pocos kilómetros de Bernal, en Querétaro, donde su turismo es casi nulo a lo largo de las primeras temporadas del año; sin embargo, estos números aumentan en Semana Santa (se podría decir que es la principal época donde hay más turistas por lo que representa esta celebración), la cual es de una manera orgánica y muy arraigada, vinculada con las raíces del pueblo y por lo tanto se siente más original comparado con otros lugares de la región, dando paso también a que los visitantes continúen con su estancia para disfrutar también de las fiestas patronales del municipio.

El turismo a través de la religión, riqueza cultural en México, se sea creyente o no, tiene diversas

maneras de disfrutarlo dado que es un fenómeno social y económico, el cual ha cobrado interés entre académicos y empresarios debido a las dinámicas que ha generado en las comunidades receptoras de visitantes. Para los académicos, el interés radica en el estudio de las motivaciones, intereses y necesidades espirituales o culturales que parecen haber despertado los centros religiosos; para los empresarios representa un impacto económico y oportunidades de rentas adicionales que generan los visitantes, creando nuevas oportunidades de negocios y fuentes de ingresos y empleo para las comunidades.

Querétaro es un estado que tiene una riqueza arquitectónica religiosa diversa, por ello presentamos algunos productos y destinos religiosos de este lugar:

Camino San Junípero Serra

Querétaro recibe el galardón a la excelencia turística a través de la Secretaría de Turismo del Estado de Querétaro con este producto de turismo de turismo



religioso, distinción que se da en el marco de la FITUR 2023, celebrada en Madrid. El Camino está conformado por 10 rutas diferentes que recorren diversas zonas del estado: La Ruta del Camino Real, La Ruta Paloma, La Ruta Otomí, La Ruta Verde. De igual forma las Rutas del Venado, Jabalí, Agua, Franciscana, Agustina y Dominica, recorren varias comunidades

de la Sierra Gorda como Arroyo Seco, Tancoyol, Agua Zarca y Tilaco, concluyendo todas en la cabecera municipal de Jalpan.

La Ruta “El Sereno”

Se planteó como iniciativa en el año 2019 con el objetivo de poder resaltar la riqueza histórica y patrimonial religioso del centro de Querétaro, también como una visión de que los locales conocieran estos emblemas del Centro histórico, los lugares que pasa la ruta como; Templo de Santa Rosa de Viterbo, Templo de Capuchinas y Templo de San José de Gracia, entre otras.

Misiones Franciscanas de la Sierra Gorda

Se construyeron cinco misiones (Jalpan, Landa, Tilaco, Tancoyol y Conzá) entre 1750 y 1760, los cimientos de las mismas se remontan a Junípero Serra, a quien se le atribuye su importancia en la zona y culminar la evangelización de la población local. Fueron declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2003.



Basílica de Soriano

Ubicado en el municipio de Colón, siendo el santuario de culto a la Virgen María, bajo la advocación de Nuestra Señora de los Dolores de Soriano, acoge cada año a más de 2 millones de los devotos, lo que lo convierte en un centro de culto más importante en la zona del Bajío.

Santuario de la Virgen de El Pueblito

Hacia 1643, cuando el Padre Nicolás de Zamora colocó la imagen de Nuestra Señora del Pueblito a medio camino de la Ciudad Galileo de San Francisco a la Pirámide, o Gran Cue, se construyó el Monasterio en adobe, la Virgen aún existe. Han pasado 368 años de culto continuo a la Virgen del Pueblito, mientras

se realizaban dos servicios distintos y paralelos, uno de la jerarquía indígena y otro de la jerarquía católica, especialmente en la ciudad de Querétaro.

En suma, si bien es cierto que este tipo de turismo es importante en los destinos cultural y económicamente, se tiene un desafío que es fomentar, promover, preservar lo que representa el patrimonio religioso tanto lo tangible como intangible, y que forma parte del valor y ese mosaico cultural de la región y el destino.



José María de Santiago Olvera.
Sherlyn Linares Saldívar.
Estudiantes de último semestre
de la Licenciatura en Gestión
del Turismo Cultural y Natural
en la Universidad Autónoma de
Querétaro, Campus Tequisquiapan.

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL
CONTENIDO**



CURSO ONLINE



Jan Poot

Presidente de Experto en Turismo,
catedrático, empresario,
conferencista y amante de los
viajes...

TURISMO

PARA NO TURISTEROS

SI NO ESTUDIASTE TURISMO Y LA VIDA
TE LLEVO AL MUNDO DE LOS VIAJES...
¡NO TE PREOCUPES ESTÁS EN EL LUGAR ADECUADO!

expertosenturismo.org



“Encuentro en Xibalbá”,

experiencia Maya reconocida y premiada en el Tianguis Turístico 2023

POR: PANORAMA TURÍSTICO.

Yucatán es un estado que se ha convertido en un gran destino turístico gracias a su diversidad, a sus atractivos, a su gran variedad de atractivos,

a su gastronomía, pero sobre todo a la calidez y hospitalidad de su gente, que hace sentir como en casa a los turistas, la experiencia vivida es tal que invita a regresar, descubrir y conocer aún más de toda la riqueza que ofrece la cultura Maya.

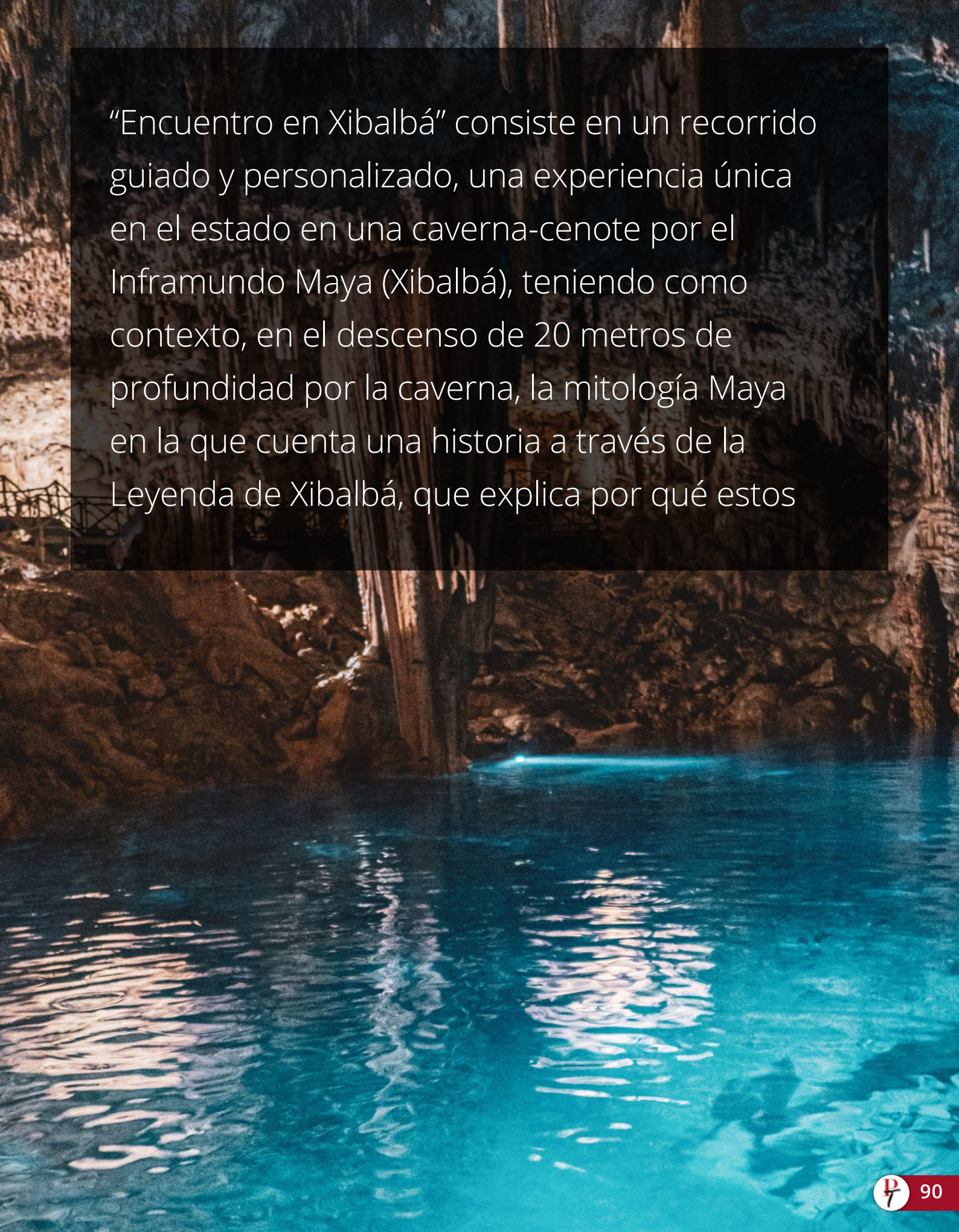
En este sentido, en la Secretaría de Turismo (SECTUR) del Gobierno de México, en el marco del Tianguis Turístico 2023 en la Ciudad de México, otorga un galardón con el *Reconocimiento a la Innovación del Producto Turístico Mexicano 2023*, en el que el producto yucateco “Encuentro en Xibalbá” de Zazil Tunich, es reconocido en la categoría de Turismo de Reuniones; por tal motivo, en *Panorama Turístico*, tuvimos la oportunidad de conversar con el **Lic. Jorge Lerma, Subsecretario de Desarrollo Turístico Sustentable de la Secretaría de Fomento Turístico del gobierno del estado de Yucatán**, quien comparte en qué consiste la experiencia, lo que representa para Yucatán, así como la gran y valiosa labor que está realizando el estado en el sector turístico.

La categoría de Turismo de Reuniones señala al ganador como una actividad turística en la que los visitantes viajan por un motivo específico profesional o de negocios a un lugar situado fuera de su sitio de trabajo y residencia con el fin de asistir a una reunión, una actividad o un evento. Los componentes clave de este tipo de turismo son los negocios, los viajes de incentivos, los congresos, convenciones, exposiciones y las ferias.

“En el estado de Yucatán hemos trabajado fuertemente para reactivar el sector turístico después de la pandemia, en especial el segmento del turismo de reuniones que, como bien se sabe, incluye al MICE y sobre todo a la parte de incentivos, y por otro lado cabe destacar algo muy representativo de los atractivos naturales de Yucatán, que son sus 8000 cenotes, mil de ellos registrados y al menos 100 para visita turística, y en este tenor uno de entre ellos se encuentra el Cenote Museo Zazil Tunich, que ofrece la experiencia “Encuentro en Xibalbá”, y que se localiza

en la Aldea Maya Xeneba, a 25 kilómetros del Pueblo Mágico de México, ciudad de Valladolid, al oriente de Yucatán, y a 20 km de Chichen Itzá, con una ubicación muy privilegiada”, comentó el Lic. Lerma.





“Encuentro en Xibalbá” consiste en un recorrido guiado y personalizado, una experiencia única en el estado en una caverna-cenote por el Inframundo Maya (Xibalbá), teniendo como contexto, en el descenso de 20 metros de profundidad por la caverna, la mitología Maya en la que cuenta una historia a través de la Leyenda de Xibalbá, que explica por qué estos

lugares son sagrados para la cultura Maya; Zazil ofrece la oportunidad de descender y disfrutar de sus aguas sagradas, además de revivir las Ceremonias y Cultura ancestral Maya de una manera auténtica y de la forma que ha sido heredada de generaciones en generaciones a los Mayas actuales, una cultura milenaria que sigue viva.

Toda esta experiencia, pensada para grupos de aproximadamente 20 personas, tiene una duración promedio de seis horas (aunque se puede visitar también de manera particular con un recorrido de menor duración), que va desde el conocimiento de leyendas y costumbres, pasando por las nueve pruebas o niveles para llegar al Encuentro con Xibalbá o el Inframundo. Algo sumamente interesante es que los visitantes son recibidos por un sacerdote Maya que da la bienvenida y otorga el permiso ancestral Maya para que puedan entrar a ese lugar sagrado. Además de ello, hay cocineras tradicionales que son quienes preparan y ofrecen la gastronomía típica del lugar.



Algo importante a destacar es que en Zazil Tunich tiene absoluta relevancia la parte sustentable con la finalidad de cuidar y preservar todo el atractivo natural, para ello cuenta con un staff altamente capacitado que, de la manera más atenta, orienta a los visitantes; además de contar con personal de mantenimiento que se encarga de mantener todo el sitio en perfecto estado, cuidando y conservando la flora y fauna local.

Otro aspecto importante en mencionar de este producto turístico es la parte de responsabilidad social, pues hay una asociación que aglutina a madres solteras maya-parlante ofreciéndoles oportunidad de empleo en este proyecto. Y otro aspecto que se cuida mucho para la preservación es limpieza de basura, sembrado de plantas y cuidado de la fauna también es parte de esta responsabilidad y sustentabilidad. Cabe mencionar que, para familias o turistas particulares, el lugar cuenta con siete cabañas que se rentan para hospedaje y para grupos más grandes se ofrecen paquetes de hospedaje en la ciudad de Valladolid.

Siendo este atractivo una pequeña muestra de la grandeza que ofrece Yucatán, el Lic. Jorge Lerma expresa lo que representa este premio: “Es un gran orgullo para todo el estado, pero sobre todo un reconocimiento para la gente de Zazil Tunich, que hace 12 años creyó en su proyecto como un sitio único. Asimismo, este galardón de innovación que otorga SECTUR Federal a las experiencias y productos



turísticos más relevantes del país, para los estados es de suma importancia, tiene un gran valor, pues además del premio en sí, hay alrededor de ello una gran promoción para la entidad, lo que representa un importante escaparate para ser vistos y visitados.”

Cabe mencionar que, como parte de los programas de sustentabilidad, el estado cuenta con la certificación **Distintivo Yucatán**, que consta de una capacitación de tres meses que otorga una constancia con validez

oficial en la entidad, dirigida a toda persona que pertenezca a la industria turística, y uno de los capítulos justo aborda el tema de la sustentabilidad y del cuidado de los sitios, el manejo de la basura, ahorro de energías, etc.; además de la atención al cliente, la importancia de la identidad Maya, la cultura, etc.



Lic. Jorge Lerma,
Subsecretario de Desarrollo
Turístico Sustentable de
SEFOTUR Yucatán

Yucatán, más turístico que nunca en el 2023

Yucatán se ha convertido en un importante referente del sureste mexicano y a nivel nacional por su capacidad de albergar eventos de gran magnitud de importancia internacional, gracias a que cuenta con la infraestructura adecuada para llevar a cabo estos eventos. La ciudad de Mérida es un centro promotor del desarrollo regional en el sur de México con

grandes ventajas, una inmejorable ubicación geográfica y excelentes vías de comunicación y acceso. El estado cuenta con el Centro Internacional de Congresos (CIC) y el Centro de Convenciones Yucatán Siglo XXI, ambos forman parte de la amplia oferta cultural, turística y de entretenimiento que existe en la capital yucateca.

Al respecto, el Lic. Lerma apunta que “2023 es un año importante y de consolidación, resultado de los años anteriores, cuando comenzó esta administración. Y en el caso del turismo de reuniones, además de los dos importantes recintos para convenciones ubicados en Mérida, se está trabajando para que las haciendas sean también sedes para todo tipo de eventos (congresos, convenciones y de incentivo), ampliarnos para ofrecer más alternativas para este sector y atraer eventos de gran magnitud pues contamos con la infraestructura para realizarlos con los mejores estándares de calidad; nuestra expectativa es superar 2022, alcanzado este año la realización de al menos 300 eventos y para ello estamos trabajando.”

Yucatán ofrece 365 experiencias entre haciendas, zonas arqueológicas, playas, cenotes, la ciudad capital, sus cuatro Pueblos Mágicos, más de 60 haciendas, 17 zonas arqueológicas, casi 400 km de playa, que se están cuidando mucho para preservarlas, evitando los grandes resorts para no saturarlas, respetando las normas de desarrollo urbano que dicta la sustentabilidad. “Algo de lo que estamos orgullosos es la seguridad que ofrece Yucatán, pues junto con Quebec, son los dos sitios más seguros del continente, lo cual es un gran atractivo tanto para los turistas como para los inversionistas”, concluyó el Lic. Jorge Lerma.

**Para más información
visita su sitio web:**

www.yucatan.travel

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**



Ruta Gastronómica Nebulosa

con Sostenibilidad y Regeneración

POR: DR. ANTONIO MONTECINOS
ARTÍCULO PUBLICADO EN EXCELENCIA GASTRONÓMICA

Uno de los grandes retos de los destinos turísticos maduros es innovar, diversificar, expandir su oferta al incrementar su inventario de recursos, atractivos y sobre todo productos integrados como las rutas en el ámbito regional de su territorio, lo que permite una mayor estadía, derrama económica y si hay una

correcta planificación con responsabilidad social, que coadyuve al desarrollo sostenible, se puede lograr bienestar para las comunidades receptoras, si existe liderazgo empresarial con buena gobernanza.

Éste es el caso de Puerto Vallarta, en el Estado de Jalisco, México, un destino maduro, en el que hace muchos años nació el Primer Festival Gourmet en el país. Endonde estuve participando hace pocos meses en el evento Vallarta Nayarit GASTRONÓMICA (VNG), que considero el mejor de su tipo en América, en el cual coordiné el panel y manifiesto de gastronomía sostenible.

Posterior al evento, Consuelo Elipe y Carlos Elizondo CEOs de VNG, organizaron con el Ingeniero Jesús Galindo, propietario de Proyecto Nebulosa, una comida en su concepto gastronómico Jardín Nebulosa, que se encuentra en el Pueblo Mágico San Sebastián del Oeste, en el cual su Chef Nicolás Cano, en conjunto con el Chef Kisko García con una estrella Michelin en

Córdoba, España, ofrecieron un menú degustación en su mayoría ingredientes locales, transformados con diversas técnicas y valor añadido, que deleitó y cautivó a los invitados que estuvimos ahí. La experiencia fue tan agradable, que prometí regresar y conocer su Ruta Nebulosa, que integra varios de sus conceptos con economía gastronómica circular.

Hay una buena gama de vuelos nacionales e internacionales a Puerto Vallarta en cuyo aeropuerto se puede alquilar un coche que sea un 4x4 o una camioneta todo terreno, para desplazarse a San Sebastián del Oeste, que es uno de los más de 130 Pueblos Mágicos de México y se encuentra a 70 kilómetros de distancia aproximadamente. El Proyecto Nebulosa, para recorrer su ruta, ofrece servicios con transporte incluido desde Puerto Vallarta a San Sebastián ida y vuelta con un costo extra, que fue el que yo tomé para disfrutar del paisaje y poder capturar todas las fotos y videos posibles, incluso pueden llegar

un día antes o quedarse un día después del recorrido de la ruta nebulosa en San Sebastián del Oeste, como lo hice yo, y, créanme, que valió mucho la pena.

La ruta inicia en el frente del Restaurante Jardín Nebulosa, ubicado a la entrada del Pueblo de San Sebastián del Oeste a las 9:00 a.m., desde donde nos trasladaron a la hermosa **Hacienda las 3 Carmelitas**, cuyo camino escarpado atraviesa varios riachuelos, por ello se requiere de un transporte 4x4 o una camioneta alta, pues hay muchos movimiento de “licuadora”, pero se compensa por los cultivos, flora y fauna que vamos admirando durante los 40 minutos que dura el trayecto. Al entrar a la Hacienda enclavada en medio de la naturaleza, sientes cómo atraviesas a otra dimensión con una atmósfera de paz y bienestar para relajar tu espíritu y alimentar tu cuerpo con un desayuno que nos tenían ya preparado, con un menú de 4 tiempos y bebidas, elaborado con ingredientes propios y la compra de otros a las comunidades

locales, como los quesos frescos con pan de hoja santa que nos ofrecieron en el jardín que cuenta con un pequeño remanso de agua.

La siguiente visita para “bajar el delicioso y vasto desayuno con aromas y sabores regionales” fue el **Jardín Botánico Haravéri**, jardín botánico in situ, que es el segundo jardín botánico en México que protege el bosque de nubes o bosque mesófilo de montaña.

Donde la bióloga Mónica Rivas, directora de Proyecto Nebulosa, nos explicó que cuenta con 286 especies de flora distribuidas en 86 familias

y de las cuales 19 especies

se encuentran bajo algún

estatus de protección. Se

encuentra enclavado

en el extremo Nor-

occidental del eje

Neovolcánico de

la Sierra Madre,

se desarrolla en



Quesos regionales.

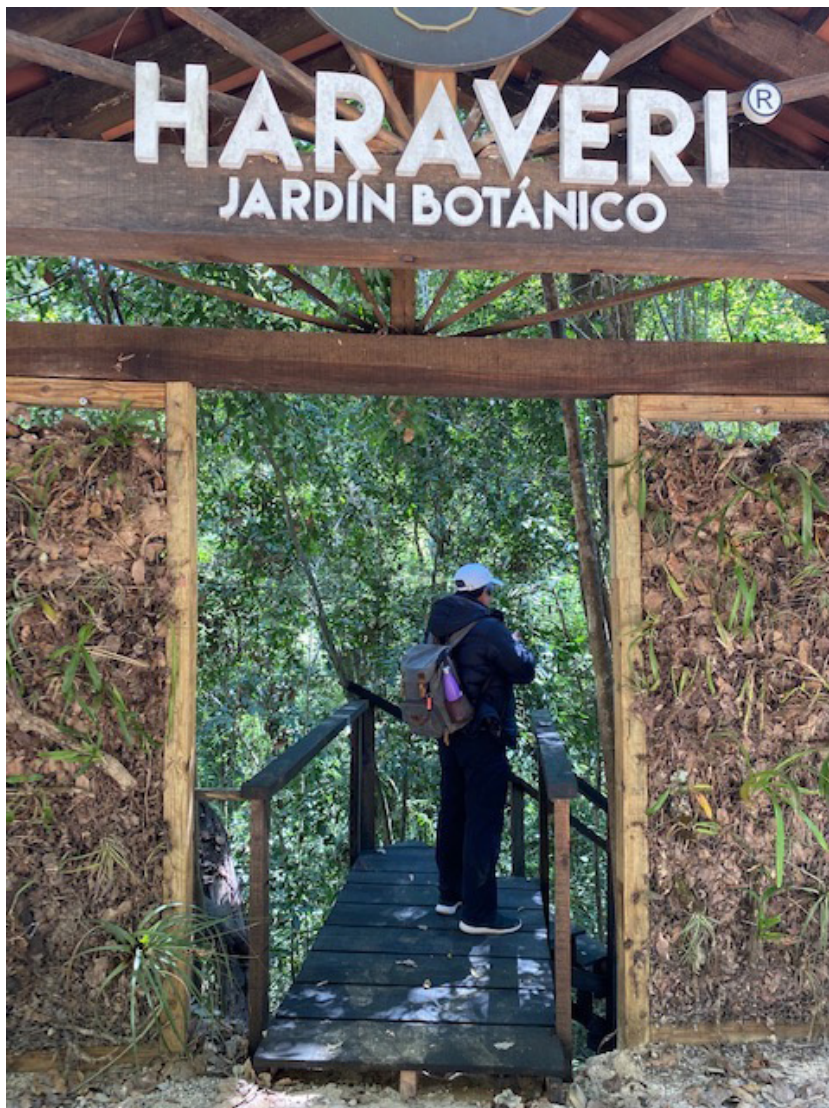
un espacio de 11 hectáreas, el terreno es accidentado y va desde los 776 msnm a los 1,080 msnm. Presenta un clima húmedo con invierno y primavera secos y cálidos, sin cambio térmico invernal bien definido. Cuenta con varios senderos con información interpretativa relevante para los visitantes, mirador y el Mariposario Itzpapalolt.



En mi opinión éste es el corazón del proyecto nebulosa pues van más allá de ser sostenibles por moda o postureo, al estar implementando estrategias regenerativas para la conservación e incluso el incremento de su flora y fauna, aún más pues han identificado varios ingredientes endémicos gracias a la investigación y conservación de la biodiversidad, así como los procesos ecológicos que ahí ocurren.

Actualmente y de manera conjunta con la Universidad de Guadalajara, se realizan investigaciones de aves, mamíferos, reptiles y anfibios, incluso están en proceso de publicar una especie botánica nueva para la ciencia que es un orégano. La difusión de sus valiosas investigaciones se puede ver en:

<http://www.jardinaraveri.com/difusion/>.



Después de esta experiencia inmersiva con la naturaleza, nos trasladamos caminando a Casa de Ninfa, donde degustamos las cervezas artesanales que elaboran desde un enfoque sustentable



inspirado en los ingredientes que crecen en el Bosque de Nubes <https://cervecerianebulosa.com/>; desde el agua que corre a través de los manantiales hasta la variedad de hierbas y frutas representando a las estaciones del año con una producción limitada. Yo probé la Jaguar clara que iba muy bien con la tabla de quesos, nueces, almendras y jitomates cherry, y unas ricas tostadas que nos ofrecieron.

En el mismo sitio producen y ofrecen la raicilla, bebida alcohólica mexicana del Estado de Jalisco, con Denominación de Origen (DO). Es un destilado, para su elaboración se tienen dos variedades endémicas; el agave lechuguilla y el agave raicillero de las especies inaequidens y maximiliana. Se puede tomar como aperitivo, digestivo o como base de una infinidad de cócteles.



Ya muy contentos y sensibilizados por las cervezas y raicilla, nos dirigimos a la Granja, donde conocimos los diversos agaves con los que producen la raicilla, convivimos con burros y una gran gama de animalitos y

podimos recolectar hierbas y legumbres de su invernadero de donde el Chef Nicolás Cano del Restaurante Jardín Nebulosa, obtiene varios de sus ingredientes.



La visita al **Restaurante Jardín Nebulosa** “Experimentación

Gastronómica con los sabores de nuestra tierra”, fue la última parada y culminación de la Ruta Nebulosa, un espacio con un diseño arquitectónico que armoniza con el medio ambiente y un espectacular bar, en el cual nos deleitaron con un menú de cinco tiempos con opción vegetariana



Agave Maximiliana para Raicilla.

y bebidas incluidas, donde resaltó el talento del Chef Nicolás en las presentaciones artísticas, su preferencia por los ingredientes locales y del sistema Milpa, con un servicio al cliente muy amable y atento. Esta experiencia única con muy buenas prácticas de sostenibilidad y regeneración no la hubiéramos podido dimensionar y sobre todo valorar en toda su dimensión sin el recorrido que nos ofrecieron, que recomiendo llevar a cabo sin lugar a dudas. Si se quedan un día sábado en San Sebastián del Oeste, el domingo pueden ir al brunch de Jardín Nebulosa.





Bar Jardín Nebulosa.

Este artículo no ha sido pagado, para poder realizarlo agradezco al Ingeniero Jesús Galindo su compromiso, amor e inversión en el Proyecto Nebulosa, a Consuelo Elipe y Carlos Elizondo por su invitación y todas las atenciones de Mónica Rivas, el Chef Nicolás Cano y a todas las personas que trabajan en los diversos conceptos que visitamos.

Para mayores informes visitar su sitio web:

<https://proyectonebulosa.com/> o Instagram:

Redes PN, el cual ha ganado varios premios y reconocimientos nacionales e internacionales.



SIGUIENTE



ANTERIOR



**REGRESAR AL
CONTENIDO**



Mazatlán Meetings®
BY EMISA

pone a la Perla del Pacífico al alcance del mundo

*Como una necesidad de clientes y organizadores de eventos de la Industria de Reuniones, nace en Mazatlán, ciudad de playa con sabor histórico y cultural, la empresa de gestión de destino **Mazatlán Meetings by EMISA.***

Mazatlán Meetings by EMISA cumplió en diciembre 2022 su primer año de operación como la única empresa especializada en la Industria de Reuniones de Sinaloa, en el puerto de Mazatlán; sin embargo, es una empresa respaldada por más de 25 años de experiencia en postulación, organización y operación de reuniones corporativas, congresos, convenciones, eventos deportivos y culturales, viajes de incentivo, turísticos y mucho más.



Aunque Mazatlán Meetings by EMISA está considerada como una empresa de gestión de destino que promueve, negocia, asesora, gestiona y opera convenciones, congresos, exposiciones, viajes de



Arriba: Einar Brodden I.
Izq: Alfredo Canizalez T.,
socios fundadores de Mazatlán
Meetings by EMISA.

incentivos, eventos deportivos y culturales inicialmente para el puerto de Mazatlán, no limita su crecimiento a otros destinos de playa o ciudad del país.

En su primer año de operación colaboró y operó total y/o parcialmente 16 eventos de categoría regional y nacional en sectores público y privado, y como objetivo de ese crecimiento que se ha planteando, para 2023 su planeación se fija en tener participación en al menos 25 eventos.

Mazatlán, más grande que nunca

Después de muchos años sin contar con un ente público responsable de la promoción de la industria de Mazatlán, el pasado 7 de marzo de 2023 el





Lic. Ricardo Velarde, Subsecretario de Promoción, Industria de Reuniones y Operación Turística de Mazatlán.

Gobierno del Estado nombró como Subsecretario de Promoción, Industria de Reuniones y Operación Turística al Lic. Ricardo Velarde Cárdenas al interior de la Secretaría de Turismo del Estado de Sinaloa.

Cabe resaltar que en los últimos cinco años el puerto de Mazatlán ha tenido un crecimiento exponencial en su inventario hotelero y sus ocupaciones, así como de gozar de una zona turística y un centro de histórico



espectacularmente remodelados, lo que resulta gratamente atractivo para los visitantes.

Y muestra de ese crecimiento y repunte del destino, en los próximos meses se adicionan nuevos hoteles de cadena a la oferta hotelera; además, se suman la apertura del Gran Acuario Mazatlán Mar de Cortés, considerado el mejor acuario de Latinoamérica y en los próximos años, el nuevo World Trade Center Mazatlán que junto con el Mazatlán International Center aseguran un futuro promisorio para el destino

en la Industria de Reuniones nacional. Por todo lo anterior, Mazatlán Meetings by EMISA es una excelente opción para la organización de todo tipo de evento, de cualquier tamaño. Para mayor información visite sus redes sociales:



Mazatlán Meetings by EMISA



MAZATLÁN MEETINGS BY EMISA



Einar Brodden. 669 250 0063

Alfredo Canizalez. 669 126 4251



SIGUIENTE



ANTERIOR



**REGRESAR AL
CONTENIDO**

Experiencia Potentur Campeche



POR: ANA GUILLERMINA CAMARENA S.*

(Febrero 27 al 03 de marzo)

Y llegamos a la edición número 18 de nuestro Pasaporte Potentur, y en esta ocasión Campeche, la ciudad amurallada, fue quien nos abrió sus puertas para entrar a un estado siempre sonriente.

Con una interesante agenda se dio inicio con un Trade Show en la ciudad de Mérida, en las instalaciones del Hotel Los Aluxes, donde los agentes de viajes locales



tuvieron la oportunidad de conocer los diferentes productos de nuestros expositores, Hotel Plaza Morelia, Hotel Casablanca en CDMX, Discovery Chiapas y Operadora Villa Mex, entre otros. El mismo día nos trasladamos vía terrestre y ya esperaba Campeche la llegada de todo el grupo Potentur, con un excelente coctel de bienvenida por parte de SECTUR Campeche, la sede fue un icónico lugar, el Centro Cultural Casa 6.



Mauricio Arceo Peña,
secretario de Turismo de
Campeche e Iván Amilkar
García, director de
Potentur.

En el recinto fuimos recibidos por el secretario de Turismo del estado, el Lic.

Mauricio Arceo Peña, así como por el Lic. Julio Manuel Peña Domínguez, director de Promoción Turística.

El secretario agradeció a Potentur haber elegido Campeche para realizar esta gran experiencia, y dar la oportunidad para mostrar el estado con toda su belleza, su cultura y su gastronomía a través de las actividades programadas en el evento.

Continuando con el programa, el tercer día nos trasladamos a la zona arqueológica de Edzná, donde visitamos el museo arqueológico maya, el Fuerte de San Miguel, hicimos un recorrido peatonal y, por supuesto, un recorrido en el tranvía a lo largo de la ciudad. Cada lugar visitado fue encantador y lleno



de historia, los agentes de viajes tomaron notas e imágenes tanto para recordar su visita como para promocionarlo con sus clientes. Como parte del itinerario, visitamos la famosa calle 59 en el centro histórico, un paradero turístico sobresaliente donde se ubican restaurantes y edificios emblemáticos, cerrando ese día con un maravilloso espectáculo en La Puerta de Tierra. Asimismo, a través de estas líneas, hacemos un agradecimiento especial al Lic. Gerardo Larios de Ruta Maya por uniformar a todo el grupo.

¡En nuestro cuarto día no podía faltar la visita a la playa, llevando a cabo la actividad Potentur con causa, donde nos dimos a la tarea de limpieza en Isla Aguada; con gran ánimo y mucha energía levantamos todo lo que no pertenece a este hermoso lugar, gracias al Lic. Cesáreo Aponte, director general de Azabache, quien nos obsequió una linda playera y gorra para realizar la actividad. Posteriormente visitamos Champotón, su museo y recorrimos en tranvía sus calles, y para cerrar esta noche disfrutamos de las fuentes marinas, un mágico espectáculo lleno de luces y música.

azabache



Y para cerrar con un gran broche esta gran experiencia, se llevó a cabo como cierre un Trade Show para los agentes locales, teniendo al Centro de Convenciones de Campeche como recinto sede.

Grupo POTENTUR llega a Campeche

SECTUR SECRETARÍA DE ECONOMÍA DEL ESTADO DE CAMPECHE

Villa Mex • OPERADORA TURÍSTICA Y RECEPTIVA •

CHIAPAS DISCOVERY.mx toursstravel

Viajomexico • El Mejor en Aire •

BAJAMOND

RUTA MAYA • OPERADORA TURÍSTICA DE VIAJES •

HOTEL PLAZA • Hotel | Cam. Nueva •

azabache

ROGAM TOURS OPERADORA

GOSA

m

Casablanca

TRADE SHOW

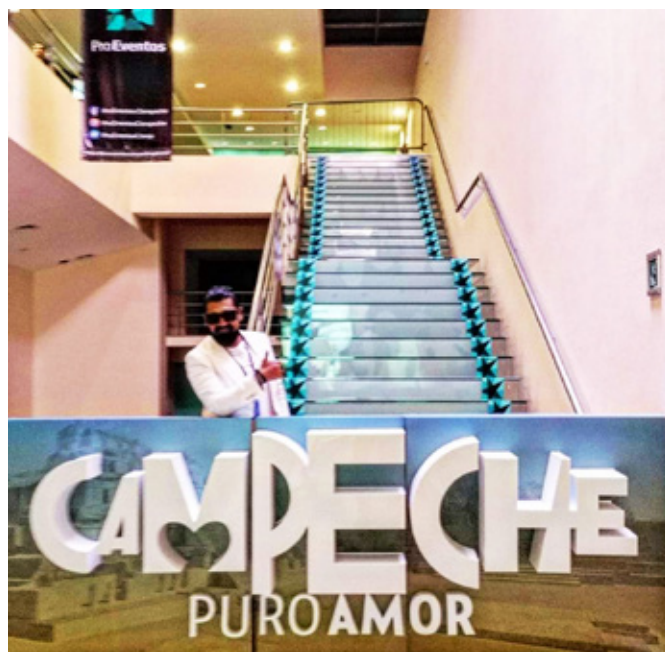
VIERNES 03 DE MARZO 08-15 HRS

CENTRO DE CONVENCIONES DE CAMPECHE
Pedro Sainz de Baranda S/n,
Área Ah, 24014 Campeche, Camp.

Informes y reservaciones 987 141409



De esta manera, Potentur continúa su labor de Crear y Afianzar Relaciones Comerciales con el medio turístico. Por esta ocasión, nos llevamos en nuestro corazón la frase “Campeche Puro Amor”.



▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL
CONTENIDO

Ana Guillermina Camarena Sahagún.
Directora de Potentur Internacional.



promueve la atracción de eventos del sector farmacéutico en destinos de playa

INFORMACIÓN. COMIR.

COMIR, CETIFARMA y APC trabajarán conjuntamente para que la adhesión a los principios de integridad del sector farmacéutico esté al alcance de todos los destinos de México.

El Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones (COMIR), promotor para la atracción de eventos (congresos, convenciones y expos) del Sector Farmacéutico en destinos de playa, participó como invitado especial en el evento de firma de adhesión a los principios de integridad del Sector Farmacéutico por parte de las empresas afiliadas a la Asociación Civil Alianza Punta Cancún.

COMIR afirmó que éste es un compromiso de las empresas de la Alianza Punta Cancún a cumplir con los códigos de integridad de la Industria Biofarmacéutica, promovidos por el Consejo de Ética y Transparencia de la Industria Farmacéutica (CETIFARMA) y contenidos en el "Código de Integridad, Ética y Transparencia de Empresas de Insumos para la Salud (CIETEMIS)".

Este acuerdo es un hito en la Industria de Reuniones, ya que las empresas firmantes se convertirán en los primeros proveedores de dicha industria en firmar la adhesión. Asimismo, se espera que en algunos meses



la adhesión a los principios de integridad del sector farmacéutico esté al alcance de todos los destinos de México.

El compromiso de las empresas afiliadas a la Alianza Punta Cancún es cumplir con los códigos de integridad de la Industria Biofarmacéutica que contribuirá al fortalecimiento de los eventos científicos y educativos organizados y patrocinados por la Industria Biofarmacéutica y de dispositivos médicos, así como al sistema de autorregulación del CETIFARMA.

En representación del presidente del COMIR, Alejandro Ramírez Tabche, estuvo presente Anahí Cruz García, Directora Ejecutiva de Consejo; Jair López Montes, Presidente de Alianza Punta Cancún; Kitzia Morales, Presidenta IADWP; Gerardo Malagón, Presidente MPI; José Bistení Fernández, Presidente PCO MM, y Elitania Mercado, Directora de AMPROFEC.

Por parte de CETIFARMA, el Dr. Juan Francisco Millán Soberanes, Director General del Consejo de Ética y Transparencia de la Industria Farmacéutica (CETIFARMA) y el Ing. Rafael Gual Cosío, Director



General de CANIFARMA (Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica).

Con acciones como ésta, el COMIR reafirma su compromiso con la integridad y la transparencia en la Industria de Reuniones, y continuará trabajando para fomentar que este segmento de la economía nacional sea sólido, comprometido e innovador.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

ORGANIC SPA, el oasis vegano y orgánico del bienestar dentro del hotel JW Marriott

Cuando el estrés se apodera de las personas y comienza a manifestarse en malestares físicos, es el momento de tomar un respiro... Una buena alternativa son los servicios que ofrece **Organic Spa**, el exclusivo spa vegano y orgánico ubicado al interior del **hotel JW Marriott en Polanco**.

Fundado por **Elena Ramos** en julio de 2021, este templo del bienestar está enfocado no sólo en ayudar a hombres y mujeres a relajarse, sino en inspirarlos a experimentar el *wellness* y adoptarlo como parte de su estilo de vida.



Organic Spa es un espacio diseñado bajo el concepto de spa vegano y orgánico, que sabe que cuidar del cuerpo físico y del espiritual es una necesidad en tiempos donde el estrés se adueña de las personas. El menú de tratamientos está integrado por masajes revitalizantes para el cuerpo y para rostro como el masaje japonés *Kobido*, y los llamados rituales, que son servicios integrales de hasta 90 minutos de duración.

Todos los servicios de **Organic Spa** responden a una demanda global por tratamientos veganos de calidad, amigables con el medio ambiente y los animales; utilizan productos 100% naturales, libres de origen animal, con certificación vegana y orgánica para la tranquilidad de las mujeres y hombres que al buscar su paz también buscan no dañar a la naturaleza.

Organic Spa se ubica en el piso 7 del HOTEL JW MARRIOTT (Andrés Bello no.29, Polanco), en la Ciudad de México.

Sitios al rescate del maíz criollo en la CDMX

En la capital del país han surgido lugares singulares cuyo objetivo es el rescate y promoción del consumo de maíz criollo. Algunos de los mejores y más singulares van desde tortillerías tradicionales hasta innovadores proyectos culinarios que atrapan al consumidor, y son los siguientes:



Siembra Tortillería, situado en las calles de Polanco, entre otros productos, ofrece tortillas de maíz criollo rosa de Tlaxcala hechas a mano. Trabajan con una cooperativa llamada "La Colmena".

Masala y Maíz. Es un proyecto gastronómico creado por Norma Listman y Saqib Keval, que mezclan la tradición gastronómica de México, India y África del este, para crear una cocina mestiza.

Maizajo, es un restaurante fundado por los chefs Santiago Muñoz, Gerardo Vázquez Lugo y Eric González. Ofrece tortillas e maíz criollo, granos crudos, masa, pinole, tostadas y cal para nixtamalización.

Cal y Maíz, este lugar ofrece una gran variedad de platillos, todos elaborados con ingredientes de alta calidad, entre ellos el maíz nativo; además de tortillas, tamales, tlacoyos, totopos, todo hecho a mano.

Molino Pujol, ofrece tortillas frescas hechas con maíz criollo de Oaxaca, y también ofrecen algunos platillos hechos con este ingrediente, como tacos y tamales.

Mazatlán crece como uno de los destinos más importantes de México

Poco a poco, Mazatlán ha resurgido como uno de los destinos de playa más importantes y populares en México, y eso ha hecho eco entre los otros



destinos de playa, por su dinamismo y crecimiento, dijo el Lic. Ricardo Velarde Cárdenas, subsecretario de Promoción, Industria de Reuniones y Operación Turística.

El subsecretario mencionó que con proyectos como el Gran Acuario Mazatlán detonarán su popularidad a nivel nacional e internacional y será uno de los más importantes que se promocionarán desde la Sectur Federal en el Tianguis Turístico 2023. “Considero que el acuario será un antes y un después para Mazatlán y para todo el norte del país... y en el tema que a nosotros corresponde, estamos muy activos en la coordinación porque es parte la imagen de lo que llevamos porque sabemos que va a ser un detonador que ha generado bastante interés a nivel nacional e internacional”, afirmó.

Y es que, asociaciones hoteleras como la de Hoteles y Empresas Turísticas de Mazatlán, han manifestado que el puerto está haciendo ruido y que ya se coloca a la

par de destinos como Los Cabos, Baja California Sur y Cancún, Quintana Roo, y por arriba de destinos como Puerto Vallarta, Jalisco y Acapulco, Guerrero.

Parque Nacional Tingo María de Perú fue galardonado en ITB Berlín

El Parque Nacional Tingo María de Huánuco fue premiado con el segundo lugar en los Green Destinations Story Award en la feria ITB Berlín 2023,



en la categoría de comunidades prósperas, gracias a sus historias inspiradoras y el ejemplo de destino sostenible que sus comunidades mantienen, informó la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ).

La distinción fue recibida por el presidente ejecutivo de PROMPERÚ, Walter Vizarreta, y la subdirectora de Promoción del Turismo Receptivo de PROMPERÚ, Elva Yañez, y revelada durante la ceremonia en el "Escenario Verde" de la feria ITB Berlín 2023 a la que Perú asiste con una delegación de 22 empresas nacionales.

La historia galardonada es el *"Parque Nacional de Tingo María, conservando su biodiversidad y servicios ecosistémicos en beneficio de la población"*, que describe cómo las comunidades y la administración del parque identificaron y desarrollaron tres nuevas oportunidades comerciales para su beneficio, implementando prácticas sostenibles.

México y Montreal firman acuerdo para promoción mutua

Dos grandes metrópolis, Ciudad de México y Montreal, se han hermanado para promover los atractivos turísticos de cada una a sus ciudadanos. El objetivo principal de duplicar el intercambio de visitantes mexicanos y canadienses, el cual asciende a 121 mil



para la Ciudad de México y 114 mil para Montreal. En una reunión protocolaria, la secretaria de Turismo de la Ciudad de México, Nathalie Desplas e Yves Lalumière, director general de la Oficina de Turismo de Montreal, firmaron el acuerdo llamado “Memorando de Entendimiento”, en el que se establece el intercambio de indicadores, estadísticas, inteligencia de mercados y buenas prácticas, con el propósito de reforzar el conocimiento turístico recíproco de actividades culturales y artísticas de Ciudad de México y Montreal.

Asimismo, pretende identificar áreas de cooperación, fomentar el intercambio de conocimiento y experiencias de los programas de calidad, desarrollo sostenible, innovación tecnológica y marketing online, lo que ayudará a impulsar el desarrollo de modelos exitosos de destinos y tecnologías turísticas en ambos destinos.

Durante el acto, la secretaria de Turismo comentó que Ciudad de México y Montreal son ciudades cosmopolitas con una enorme oferta cultural,

gastronómica y de entretenimiento. “También son abiertas en derechos e innovadoras. Para ambas ciudades, es un gusto enorme poder trabajar en esa colaboración bilateral”, concluyó.

American Airlines

reanuda los vuelos de temporada de verano a europa

American Airlines continúa expandiendo su presencia a través del Atlántico, anunciando el regreso de algunas de sus rutas populares europeas para el verano.

Durante el pico de la temporada, American realizará 240 vuelos adicionales cada mes desde Europa, un incremento del 14% en comparación con 2022.

“Estamos emocionados de transportar aún más pasajeros a través del Atlántico este verano, y felices

de poder atender la creciente demanda de vuelos a los EE. UU. desde Europa”, dijo **Kyle Mabry, Vicepresidente de Operaciones y Comercial para EMEA y APAC en American.** “

Los clientes podrán disfrutar de una experiencia de vuelo de clase mundial completa con asientos Flagship Business y Premium Economy, así como interiores de última generación, transmisión de TV en vivo, Wi-Fi de alta velocidad y cientos de películas y programas de TV bajo demanda en cada asiento.

Los boletos están disponibles a la venta en **aa.com**.

Matías Tugores encabeza con éxito al equipo de Thompson Playa del Carmen

Recientemente, Matías Tugores se incorporó como Gerente General de Thompson Playa del Carmen,



quien con su liderazgo, carisma y más de 20 años de trayectoria generará una nueva etapa en esta propiedad, una de las más destacadas del destino; su experiencia se enfoca en estilo de vida, así como en hoteles de cinco estrellas y de la categoría Ultra Lujo.

"Para mí es un gran orgullo poder formar parte de la familia Thompson Playa del Carmen, crecer y aprender de las personas que la conforman, desarrollar nuevas habilidades e ideas, trabajar juntos y conseguir



grandes logros entre todos, pues las personas siempre son lo más importante, comentó Matías.

Asimismo, el directivo afirmó que cuenta con diversas iniciativas que contribuirán a enriquecer aún más la experiencia de todos los huéspedes y visitantes de la propiedad. Estrategias que empezarán a implementarse durante este año.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

ANUNCIA • REACTIVA • COMPARTE • REPOSICIONA



LA AUDIENCIA MÁS INFLUYENTE DEL TURISMO Y
LA INDUSTRIA DE REUNIONES ESTÁ EN:

Panorama *Turístico*

Como tú, otras 14,999 personas están viendo este anuncio, y todos tienen en común la misma pasión.

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