



TURISMO E INDUSTRIA DE REUNIONES

Panorama Turístico

AÑO XXXIII. EDICIÓN ESPECIAL NO. 2. 2023.



Guanajuato

CONSULTA MÁS INFORMACIÓN



Guanajuato.mx



Guanajuato
Vive Grandes Historias
Secretaría de Turismo

WTTC EL FUTURO DEL TURISMO



Ale Estefanía
INFLUENCER FITNESS
GUANAJUATENSE

**Estuve en una callejoneada
hasta las 2 a.m. ¡súper tranquilo!**

A GTO.
**Seguramente
vuelves**





A nombre del Gobierno del Estado les damos la más cordial bienvenida a nuestra casa, a Michoacán el alma de México.

Hoy, en el marco del **Congreso World Tourism Trends Summit** agradecemos su presencia, sin duda, estamos convencidos como gobierno y desde la Secretaría de Turismo de Michoacán de la importancia del uso e implementación de nuevas tecnologías que busquen soluciones y mejoras a la experiencia de los viajeros.

Apostaremos siempre a lo innovador en materia digital y todo proyecto que beneficie la diversa industria turística.

Hoy Michoacán les recibe con sus brazos abiertos, 10 Pueblos Mágicos, 6 Patrimonios de la Humanidad, historia, cultura, tradición, gastronomía y demás riquezas que podrán descubrir en todo momento.

Somos identidad, orgullo y pertenencia, somos Michoacán El Alma de México.

Muchas gracias por su visita, sean todas y todos bienvenidos.

Roberto Monroy García
Secretario de Turismo de Michoacán



RUTADELVINO GUANAJUATO.COM



Ruta del Vino

VALLE DE LA INDEPENDENCIA

GUANAJUATO | MÉXICO



Editorial
01

**World Tourism
Trends Summit: El
Futuro del Turismo**

Directorio
06

08

**El Viaje Tecnológico:
Descubriendo el
potencial turístico de
Quintana Roo**

14

**El futuro
del turismo.
Las nuevas
tecnologías.**

20

**El Poder
del User
Generated
Content.**

28

**Turismo
transformador
a favor del
medioambiente**

34

**En
búsqueda
del Destino
Digital**

39

**Empresas
Turísticas en
el Mundo del
eCommerce**

44

**Turismo
360° en las
Smart Cities**

48

Claves para crear contenido que enamore

53

Turismo + Tecnología

57

Nómadas Digitales: Un campo de oportunidad para la industria turística

75

De Bodegas, Branding y Business

61

Guanajuato, un Destino MICE en Auge

65

10 tendencias futuristas dentro de la Industria de Reuniones en México

82

¿Está todo dicho en el Turismo?

87

La Revolución Tecnológica en el Turismo y la Industria de Reuniones

95

Ilustración: macrovector / Freepik



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

Panorama Turístico

**AÑO XXXIII / EDICIÓN ESPECIAL
No. 2, 2023.**

GUSTAVO CONTRERAS GONZÁLEZ
Director General / Publisher

Corina Tlali Ortega
Editora

Aura Luz Meneses Luna
Directora de Arte y Diseño

GRACIAS POR COLABORAR EN ESTA EDICIÓN:

Margarita Carabajal, Sarac Almendarez,
Darío Flota, Ana Paola Suárez, Antonio del
Rosal Stanford, Zendi Villegas Hernández,
Daniel Alcocer, Arturo Constantini,
Fernando Rossell, Sergio León, Mariela
Moran, Francisco Cachafeiro, Luis Ernesto
Martínez y Alejandro Escalante.

RAÚL MENDOZA WALDO †
Presidente Grupo Panorama

Fotografías: Freepik.es, Pexels.com.

Anuncia tu producto o
servicio en Panorama
Turístico

• 55 45 10 11 16 •

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

Revista Panorama Turístico,
Año XXXIII, Edición Especial No. 2,
2023. Es una publicación men-
sual en formato digital publicada
por Gustavo Contreras Gonzá-
lez, Mirto 38-1, Col. Sta. María la
Ribera, C.P.06400, CDMX. Tel: 55
5541-0487 Editor responsable:
Gustavo Contreras González.
Fecha de circulación:
28 de noviembre de 2023.

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

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

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

MEDIO ALIADO





Holiday Inn Morelia



Holiday Inn Express Morelia



Holiday Inn Express Guadalajara



Catering



Multicentro

citelis
Hospitality

www.ihg.com - (800) 00 999 00

A world map is the background. Overlaid on the map are a vintage camera and a US passport. The camera is a silver and black Pentax model with a lens cap on. The passport is dark blue with the US eagle emblem and the text 'PASSPORT United States of America'. The title 'World Tourism Trends Summit: El Futuro del Turismo' is written in large white letters across the center of the map.

World Tourism Trends Summit: El Futuro del Turismo

POR: MARGARITA CARBAJAL CARMONA

México, un país de inigualable belleza natural y una rica herencia cultural, se encuentra en un momento decisivo en la industria turística. Como Presidente de la Federación de Empresarios Turísticos Nacional, FETUR, les comparto cómo estamos trabajando incansablemente para unir talentos y lograr que nuestro país se convierta en un faro en el turismo no solo en México sino en toda Latinoamérica.

El “World Tourism Trends Summit”, que se lleva a cabo en su segunda edición en Morelia, Michoacán, los días 28 y 29 de noviembre, es un evento que no es solo un esfuerzo del sector privado, es una estrategia triple hélice inclusiva, donde la academia, el gobierno y el sector privado se unen para colaborar en la creación de un futuro turístico colaborativo.

Hemos reunido a mentes brillantes, expertos en tecnología, visionarios del turismo y empresarios con una pasión incansable por nuestro país.

México es una nación que tiene todo para ser una potencia en el turismo. Contamos con una diversidad asombrosa, desde las playas doradas hasta los desiertos mágicos, pasando por bosques exuberantes y ciudades con un legado histórico invaluable. No hay otro lugar en el mundo que ofrezca esta riqueza de experiencias.

Los datos respaldan nuestra visión. En el presente, el turismo en México experimenta un crecimiento constante, solo en 2022, el turismo generó más de \$20 mil millones de ingresos directos al país.

Más de 45 millones de visitantes internacionales han elegido a México como su destino, y estos números siguen en aumento.

Permítanme compartir otro ejemplo inspirador que ilustra la transformación en marcha. Hay empresas tour operadoras que han implementado la realidad virtual para ofrecer a los viajeros una vista previa inmersiva de sus destinos.

Esto ha resultado en un aumento significativo en la reserva de tours y actividades en línea. En el presente, esta innovación está demostrando su impacto positivo al brindar a los viajeros una experiencia única.

El “World Tourism Trends Summit” es un llamado a la acción. Les insto a unirse a esta conversación y a tomar medidas concretas en el presente.

Consideren participar en programas de capacitación en tecnología y estrategias de marketing, adopten la inteligencia artificial y la analítica de datos para ofrecer experiencias turísticas únicas y eficientes.

Nuestra industria turística no es solo un motor económico, sino un embajador de nuestra cultura y herencia. Este evento es un testimonio de cómo la colaboración entre la academia, el gobierno y el sector privado nos lleva a logros inimaginables en el presente.

Juntos, en este momento, trascendemos los límites y lideramos un futuro turístico sin igual.

Nuestro agradecimiento a nuestros anfitriones del Gobierno de Michoacán, al Gobernador del Estado,

Alfredo Ramírez Bedolla, y al Secretario de Turismo, Roberto Monroy García.

En el presente, su compromiso y enfoque en poner en el foco a un estado único e increíble son un testimonio de la colaboración que hace posible eventos como este.

Además, en este momento, no puedo pasar por alto el esfuerzo de todos aquellos que se han involucrado en la organización de este magno evento y por supuesto a nuestros Media Partners.



*** Margarita Carbajal Carmona.**

Presidenta Fundadora AMEXME Cozumel.
Presidenta Fundadora FETUR NACIONAL.
Ex consejera Nacional de Turismo en
AMEXME NACIONAL. Tour operadora
MARTOM SA DE CV 20 años.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

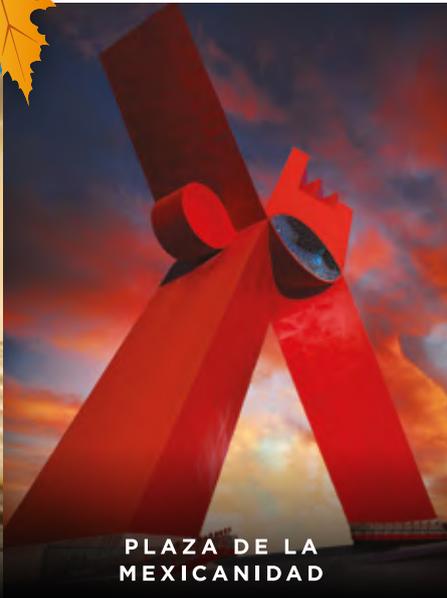
 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

En esta temporada
de Otoño!

VISITA **C D . J U Á R E Z**

y **disfruta**

SUS MARAVILLOSOS ATARDECERES



www.visitachihuahua.com

+ Información 01 800 TURISMO Paquetes: 01 800 710 0101

¡ah Chihuahua!
ES INMENSO, CONÓCELO

EL VIAJE TECNOLÓGICO: DESCUBRIENDO EL POTENCIAL TURÍSTICO DE QUINTANA ROO

POR: SARAC ALMENDAREZ*

En el entorno dinámico empresarial de Quintana Roo, la demanda creciente de profesionales en tecnología y las oportunidades en el turismo convergen, prometiendo transformar la economía. Este viaje hacia la innovación es una realidad fascinante que merece explorarse.



El turismo, pilar económico del estado, enfrenta una etapa crucial de adaptación. La digitalización y las tecnologías emergentes están redefiniendo la experiencia del viajero, generando una demanda sin precedentes de talento tecnológico.

Estadísticas clave respaldan este contexto:

- Quintana Roo contribuye con más del 45.6% al PIB del estado.
- Las empresas turísticas han incrementado un 8.8% la adopción de tecnologías emergentes.
- La preparación actual de talento en áreas tecnológicas ha aumentado un 6.2%.

La gestión del cambio es fundamental. Un 60-70% de los proyectos de cambio organizacional fracasan, subrayando la importancia de una gestión eficiente para el éxito en la implementación de nuevas tecnologías. La cultura organizacional receptiva



al cambio puede aumentar la productividad y la adaptabilidad entre un 20-30%.

Un enfoque en el talento local y la cultura organizacional son claves. No solo se trata de implementar herramientas nuevas, sino de crear entornos donde los talentos se sientan valorados y así promover la adquisición de habilidades tecnológicas.

Un ejemplo relevante de esta revolución tecnológica es un ChatBot impulsado por inteligencia artificial. Estos asistentes virtuales transforman la experiencia del viajero y aportan múltiples beneficios a la industria.

Melius, una empresa dedicada a la innovación tecnológica, es una de las protagonistas en esta revolución. Con un enfoque centrado en el desarrollo del ChatBot y la gestión del cambio, Melius impulsa este cambio tecnológico que promete revolucionar el turismo global.

El ChatBot desarrollado por Melius tiene el potencial de mejorar significativamente la oferta turística en Quintana Roo. Se estima que puede aumentar la satisfacción del turista en un 20-40% y optimizar la experiencia general del viajero.

Es hora de aprovechar este desafío como una oportunidad para la innovación y el crecimiento

sostenible. Juntos, lograremos esta transformación, asegurando un lugar prominente para Quintana Roo en la vanguardia de la innovación turística.

Hagamos de Quintana Roo un faro de innovación mientras valoramos y cuidamos a nuestra gente, el alma de esta extraordinaria industria.



*** Sarac Almendarez Cruz ,**

Líder visionario en la confluencia de la tecnología y el turismo. Sarac Almendarez, CEO de Melius Services, ha dedicado su carrera a la implementación de proyectos tecnológicos en el área turística, con un enfoque especializado en cadenas hoteleras.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

"Experiences for you, where every detail counts"

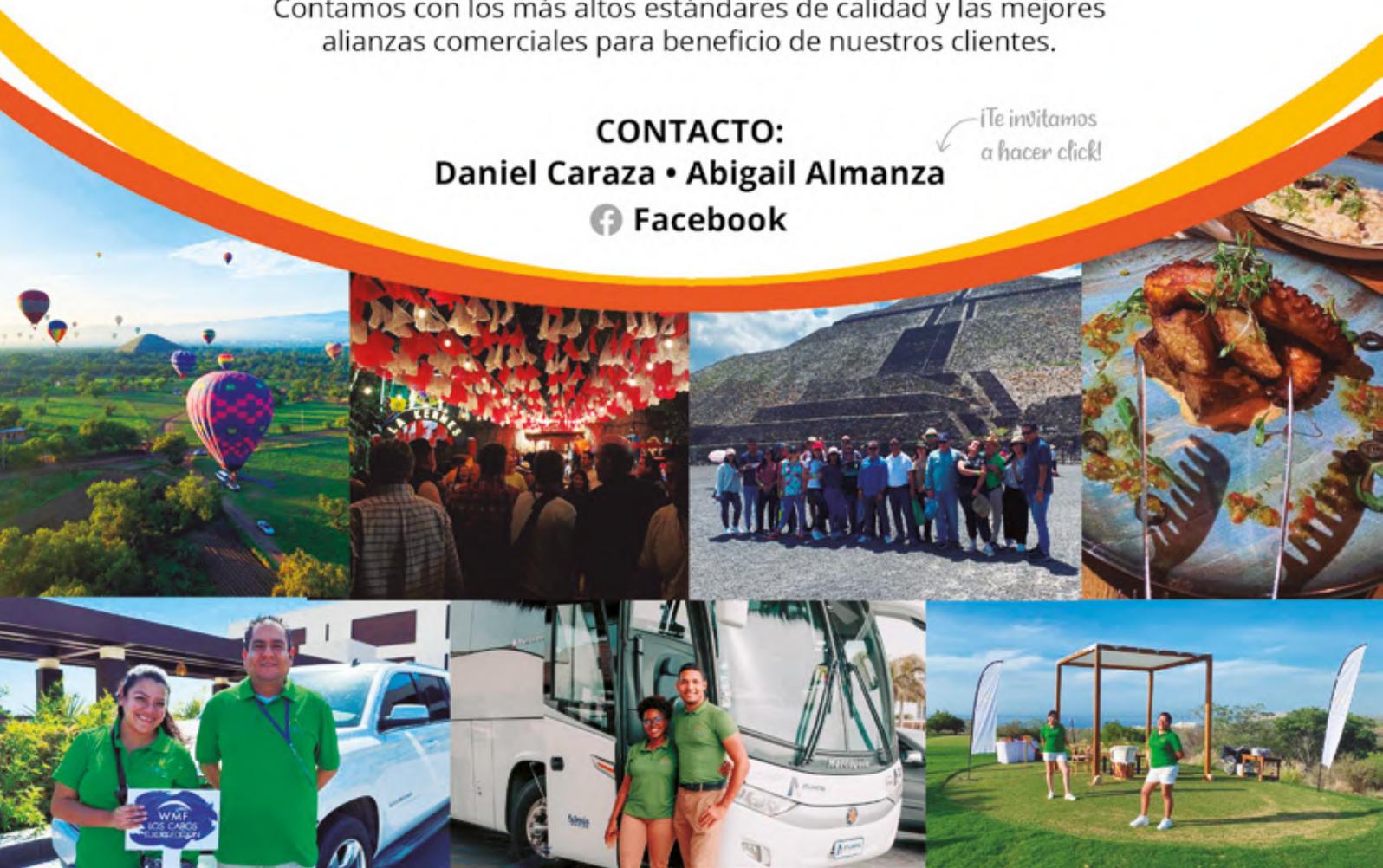


Mexico Incentives & Meetings

En Mexico Incentives and Meetings DMC global nos especializamos en grupos de incentivo, corporativos, convenciones y congresos. Contamos con los más altos estándares de calidad y las mejores alianzas comerciales para beneficio de nuestros clientes.

CONTACTO:
Daniel Caraza • Abigail Almanza
 **Facebook**

¡Te invitamos a hacer click!



El futuro del turismo

Las nuevas tecnologías

Cuando hablamos del futuro en el turismo corremos el riesgo de quedarnos cortos en nuestra visión dependiendo de nuestra experiencia y conocimientos actuales. Los avances tecnológicos en rubros como las comunicaciones y los equipos tecnológicos han experimentado cambios dramáticos en las últimas décadas y siempre estamos en la posibilidad de anclarnos en alguna etapa y sin darnos

cuenta quedarnos atrás de las novedades que surgen de manera cada vez más acelerada.

Podemos recordar con nostalgia el télex, luego el telefax llamado comúnmente fax, los módems para conectar computadoras entre sí, la aparición del internet, las computadoras personales PC, luego laptops hasta llegar a los dispositivos inteligentes que nos resuelven una gran cantidad de problemas y además sirven para hacer llamadas, hablando de los teléfonos inteligentes.

Así pasó con los sistemas de reservaciones, desde el mítico libro que contenía todos los vuelos disponibles en el mundo, el famoso OAG. Los sistemas telefónicos en los hoteles, con grandes bastidores y conmutadores que requerían operarios para conectar las llamadas con un sistema de cables y clavijas, hasta los centros de comunicación que hay en algunos hoteles donde se puede ordenar la comida, pedir servicio de lavandería,



tener el auto listo o programar la hora en que queremos ser despertados.

Las pantallas inteligentes, además de ser televisores, nos permiten revisar la cuenta, hacer el proceso de salida, conocer el pronóstico del clima y ver un mensaje de bienvenida del hotel.

Hoy está imponiéndose de moda utilizar la inteligencia artificial para algunas tareas repetitivas como recibir mensajes, hacer reservaciones, controlar los elevadores, la temperatura del cuarto, ahorrar electricidad apagando el cuarto al no detectar movimiento, apagar el aire acondicionado si se abre alguna ventana.

Todo en conjunto es parte de la construcción de los edificios inteligentes, sin dejar de mencionar los prototipos de robots para atender funciones de recepción en un hotel.

En el rubro de la promoción turística, la irrupción de las redes sociales revolucionó la manera de manejar la propaganda. Hoy es posible enviar mensajes cuyo contenido despierte el interés del viajero en un destino o en un producto turístico.

También existe la posibilidad de conocer lo que opinan esos viajeros, sus perfiles, gustos, intereses, temores,

preferencias y resortes de la decisión de a donde viajar y cómo hacerlo.

Los sitios web tienen la posibilidad de conocer los gustos y los temas que le interesan a un usuario y todo eso permite segmentar agudamente y preparar mensajes para mercados específicos en temporadas específicas.



Al inicio, mencioné el riesgo de quedarnos cortos en una visión de futuro ante la velocidad con que la tecnología avanza. Sin embargo, es muy importante considerar que también corremos el riesgo de suponer que todos los prestadores de servicios avanzan tecnológicamente a la misma velocidad.

Sea por razones económicas, brechas generacionales o falta de capacitación y conocimiento de las ventajas que la tecnología podría ofrecer, es una realidad que en nuestro país hay un largo camino por recorrer en cuanto a digitalización de las empresas turísticas.

Muchos hoteles pequeños de administración familiar están en una clara desventaja ante las plataformas de renta vacacional. Una gran cantidad de pequeños empresarios turísticos no están siquiera cerca de tener acceso a las herramientas que les darían más competitividad.

Por eso es importante ver el futuro con entusiasmo, pero sin dejar de reconocer que el presente todavía supone grandes retos por enfrentar.



*** Mtro. Darío Flota Ocampo,**
Académico, consultor en turismo y
profesional independiente.

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL
CONTENIDO**

CONTROLTUR: ONE STOP SHOP

Ofrecemos soluciones flexibles,
integrales e innovadores que
permiten optimizar el tiempo y
recursos de nuestros clientes.

CONTROLTUR 35 AÑOS
DMC - TOUR OPERATOR

Todas las soluciones para
tu evento, un solo proveedor



ControlTur DMC



@controltur_dmc



ControlTur DMC

www.controltur.com

Mérida, Yucatán, México. Teléfono: (999) 926 1644



El Poder del User Generated Content

POR: ANA PAOLA SUÁREZ*

Seguramente lo has generado y ni siquiera sabes lo valioso que es. Para que tengas una idea más clara, todas las reseñas, opiniones, calificaciones y comentarios de experiencias que escriben los usuarios entran en este concepto. Hoy en día, el contenido UGC se ha convertido en un elemento fundamental de algunas plataformas, en especial en redes sociales, pero, ¿por qué es tan relevante?

• ¿Alguna vez has escuchado el término Contenido UGC? Por sus siglas en inglés significa User Generated Content o Contenido Generado por el Usuario, incluye texto, fotos, audios o videos creados por los usuarios de un producto o servicio.

El UGC es muy valioso porque puede proporcionar autenticidad, diversidad y una conexión mucho más fuerte entre los usuarios y la plataforma o marca.

Gracias a la tecnología es muy fácil tener fotos y videos que muestren la mejor cara de un producto, un servicio o incluso de un destino turístico, pero las redes sociales también nos permiten ver la realidad a través de personas que ya probaron el producto o vivieron la experiencia.

Debido a esto, es muy importante cuidar el contenido que comparten los usuarios, darle seguimiento a las malas reseñas y comentarios tanto positivos

como negativos. La experiencia de una sola persona tiene mucho mayor alcance que antes y puede tener mucho poder.

Pero a pesar de lo “peligroso” que suena el UGC, también representa una excelente oportunidad. Si los usuarios comparten sus buenas experiencias y su contenido es auténtico, la audiencia va a conectar con ellos y, por ende, con la marca.

Hablando en específico de la industria turística, durante los viajes, es muy común generar este contenido y compartir tu experiencia en redes sociales o directamente en las plataformas donde contrataste los servicios.

Pero, ¿por qué es importante que los turistas hagan buen contenido UGC? El contenido creado por turistas captura experiencias de manera auténtica y personal.

Sus fotos y videos muestran una visión real y genuina de destinos turísticos, actividades y servicios. Los turistas suelen confiar en las experiencias de otros viajeros y sus recomendaciones pueden influir significativamente en la planificación de un itinerario.

Además, cada turista tiene una perspectiva única, la diversidad del UGC puede mostrar una gama más amplia de experiencias, lo que permite a otros viajeros encontrar información que se adapte a sus intereses específicos.

Por otro lado, al alentar a los usuarios a compartir su contenido se fomenta la interacción y el compromiso con la comunidad turística. Esto puede construir una conexión más sólida entre los turistas, los destinos y las empresas locales.

Así que ya sabes, el UGC puede ser una herramienta poderosa para la promoción, la toma de decisiones

y la creación de comunidades digitales, ofreciendo una perspectiva auténtica y variada del turismo.



*** Ana Paola Suarez Nogueira**

Estudió Dirección Internacional de hoteles por la Universidad Anáhuac Norte y Le Cordon Bleu. Diplomado en Artes Culinarias en BHMS, Business & Hotel Management School y Marketing Digital Estratégico en Digital Business Academy. Representante de TURS Photo Experience México. Co-fundadora de MC Repostería.



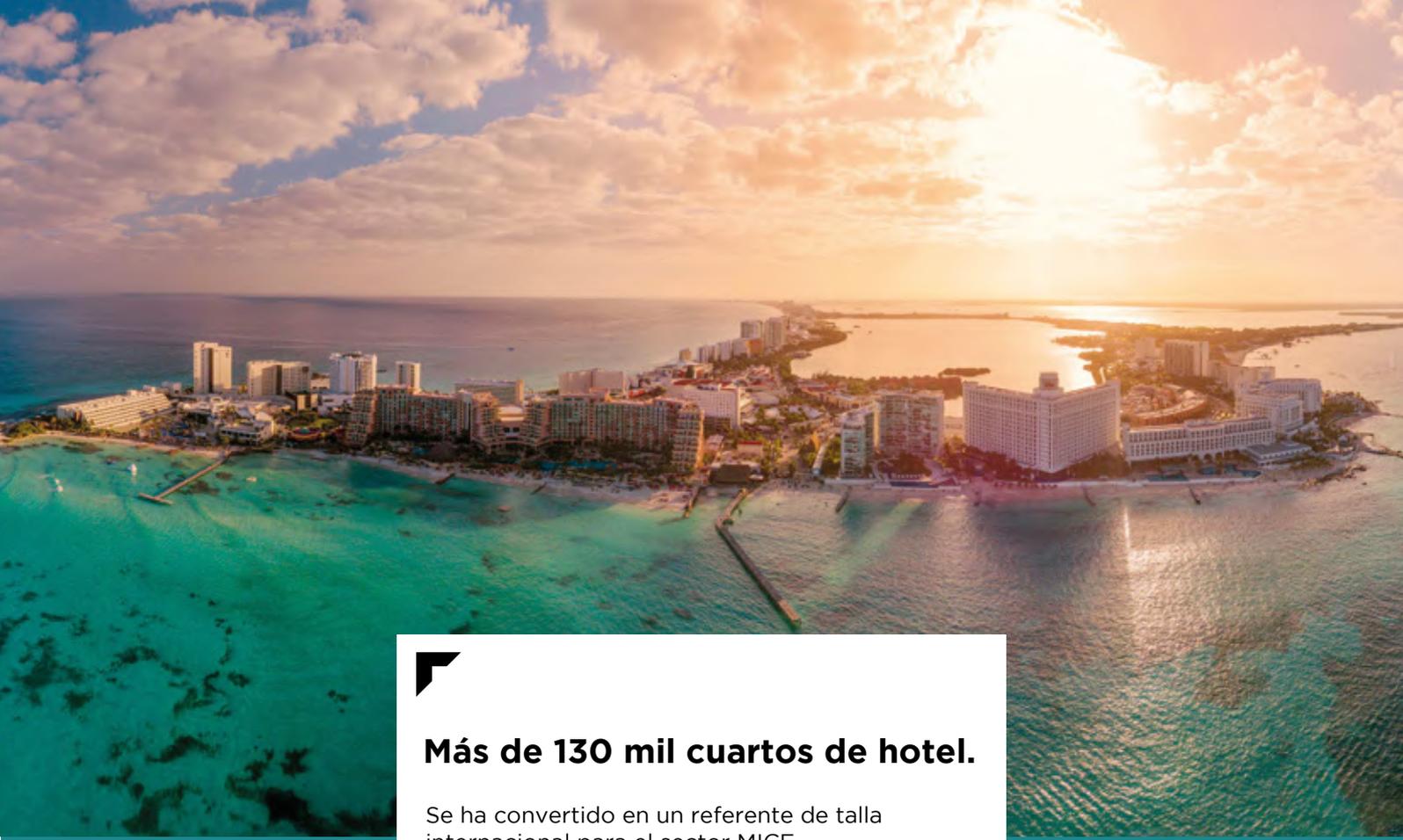
SIGUIENTE



ANTERIOR



**REGRESAR AL
CONTENIDO**



Más de 130 mil cuartos de hotel.

Se ha convertido en un referente de talla internacional para el sector MICE.

Con un portafolio de más de 130 hoteles y resorts aptos para recibir convenciones, congresos, viajes de incentivos y eventos, 151,195 metros cuadrados en salones de eventos y más de 130 mil habitaciones disponibles a lo largo y ancho del territorio de Quintana Roo, en destinos como Cancún, Riviera Maya y Costa Mujeres.



caneun

RIVIERA  MAYA

COSTA 
MUJERES

CARIBEMEXICANO.TRAVEL

Turismo transformador a favor del medioambiente

POR: ANTONIO DEL ROSAL STANFORD*

La comunidad científica y los expertos en medio ambiente están de acuerdo en una cosa. Este año, la humanidad ha visto los días más calurosos desde que se tiene registro de las temperaturas. En México hemos experimentado un fenómeno de El Niño que ha llevado a que la superficie del mar alcance temperaturas sostenidas de 30°C durante semanas.

Este escenario pesimista lo anticiparon los científicos, pero hasta 2050, esto está causando blanqueos masivos de coral, están muriendo volúmenes alarmantes de sardinas, que son la base de la alimentación de la fauna marina (y del hombre), las especies mayores están yendo a sitios más profundos en búsqueda de un alimento cada vez más escaso alejándose de los arrecifes que son la fuente de vida del mar.

Se trata de la antesala de una extinción masiva de biomasa marina. Lo que estamos viviendo ahora es una muestra de lo que será el clima en 20 o en 30 años si no tomamos medidas urgentes para limitar el incremento de la temperatura promedio del planeta ya no a 1.5°C que trágicamente parece imposible sino a 2°C que parece todavía alcanzable.

No hacer nada nos pone frente a un escenario creado por nosotros mismos que generará

Nadie protege lo que no ama y no ama lo que no conoce

consecuencias inimaginables, no solamente para el turismo, sino para nosotros como especie. La pandemia parecerá juego de niños.

La buena noticia es que todavía estamos a tiempo de generar un cambio y de establecer medidas de adaptación que nos permitan vivir en lo que será la nueva normalidad.

Este superpoder es la capacidad que tenemos como industria de transformar conciencias.

Cuando viajamos, bajamos la guardia, nos permitimos abrir nuestras mentes para absorber nuevas ideas, nuevas sensaciones, nuevas formas de ver el mundo y de interactuar con otros.

Nuestros turistas se vuelven esponjas que buscan información y experiencias que les permitan regresar transformados, fortalecidos, mejorados y con una nueva conexión consigo mismos y con su entorno.

Como diseñadores de experiencias tenemos el privilegio de guiar a nuestros huéspedes a través de este proceso. Esta transformación no es algo que necesariamente suceda de forma espontánea ni que se de en el sentido deseado.

Tenemos la oportunidad de inducir a nuestros viajeros a ayudarles a abrir los ojos y a que aprendan algo que, ojalá los marque de por vida de forma positiva.

Debemos diseñar viajes que nos permitan crear experiencias genuinas que transformen conciencias. Cada cliente que tocamos y que transformamos

será esa muestra de nuestro superpoder. Usémoslo y usémoslo ya.



*** Antonio del Rosal Stanford,**

Iniciando como guía de expediciones y descensos de río, ha escalado hasta dirigir Experiencias Genuinas, firma especializada en el diseño de destinos de aventura, naturaleza y turismo rural. Su experiencia va más allá, sirviendo como consultor del BID y del LAIF, Director de estrategia para CEMEX y Director Ejecutivo para Latinoamérica de la Asociación Mundial de Turismo de Aventura.



SIGUIENTE



ANTERIOR



**REGRESAR AL
CONTENIDO**



En búsqueda del Destino Digital

POR: ZENDI VILLEGAS HERNÁNDEZ*

Todos hemos podido experimentar grandes y fuertes cambios en la industria turística, sobre todo después de haber vivido una pandemia que paralizó con una gran incertidumbre a todo el sector.

Durante la pandemia, los agentes de viaje fueron en más de una ocasión los héroes de la película al haber ayudado a miles de viajeros a resolver la situación de sus itinerarios y cancelaciones de vuelos.

La pandemia nos enseñó que no estábamos tan preparados en material digital como debíamos de haberlo estado. Pero la consecuencia positiva de esto justo ha sido que nos hemos permitido ser más abiertos y receptivos a la tecnología.

Ya no será suficiente con dominar las herramientas de redes sociales como Facebook, Google Maps, Instagram, Whatsapp Business, Google Drive, Tik Tok, entre otras.

Ahora nos vemos en la responsabilidad comercial de aprender sobre inteligencia artificial y el internet de las cosas.

El gran desafío es que nos encontramos en la búsqueda de especialistas en materia tecnológica y un factor a nuestro favor es que tengamos la disposición de aprender y tomar cursos de capacitación vía remota para romper la brecha tecnológica.

Hoy en día, los destinos turísticos tienen la obligación de acercarse a esas herramientas.



Ni qué decir, de contar con una página web optimizada, esto ya va mucho más allá de eso.

La tecnología avanza y quien no esté listo, quedará rezagado. He podido ver grandes y significativos cambios en la disposición del sector por aprender de estos temas, debe ser una prioridad en los ejes de capacitación en todo destino, desde los niveles básicos hasta los avanzados.

El Gobierno debe continuar impulsando estas iniciativas y buscar especialistas que compartan los tópicos.

Todo prestador de servicios turísticos deberá tener un checklist digital que le permita ir avanzando en su proceso de adaptación al cambio.

A continuación algunos básicos de tecnología:

- **Página web optimizada**
 - **Redes sociales afines**
 - **Geolocalización**
- **Marketing de contenidos**
 - **Campañas**
 - **Carrito de compras**

Por supuesto que todo esto debe ser correctamente gestionado según el proceso y presupuesto de la empresa, lo importante es siempre hacer un espacio para abarcarlo, progresivamente.

La idea es que se convierta en un eje prioritario, pero por lo pronto debe ser necesario y programado en la estrategia de cualquier miembro de la cadena de valor.



Zendi Villegas Hernandez,

Lic. en Gestión de Empresas Turísticas, con especialidad en Alta Dirección por la Universidad Autónoma de Guadalajara. Maestra en Marketing con Acentuación en Administración y Comunicación de Marcas por el Tecnológico de Monterrey.

Especialista en Comunicación de Marketing y Relaciones Públicas como organización de eventos, branding, promoción y medios de comunicación durante más de 10 años.

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL CONTENIDO**



Empresas Turísticas en el Mundo del eCommerce

POR: DANIEL ALCO CER*

El universo digital está en constante evolución, y el sector turístico no puede quedarse atrás. Daniel Alcocer, reconocido experto en eCommerce y comunidades digitales, nos brindará su vasta experiencia en el WTTS 2023 en Morelia a través de su Master Class “Empresas Turísticas en el Mundo del eCommerce: Aprende, Aplica, Triunfa”.

En ese espacio, Alcocer abordará cómo el comercio electrónico ha trascendido de ser una simple tendencia a convertirse en una herramienta fundamental para el turismo. Los números no mienten: cada vez más consumidores optan por planificar y comprar sus viajes en línea, aprovechando la comodidad, rapidez y variedad que el eCommerce ofrece.

Pero, ¿qué hace falta para implementar un eCommerce efectivo? Más allá de añadir un carrito de compras en línea, es vital contar con una interfaz amigable, sistemas de pago seguros, estrategias de SEO óptimas y tácticas de marketing digital. No solo eso, es imperativo que estas plataformas sean adaptables a diversos dispositivos para garantizar una experiencia de usuario inigualable.

Por supuesto, la implementación de un eCommerce conlleva una inversión. No sólo se trata del desarrollo de un sitio web, sino de la formación necesaria, actualizaciones continuas y asegurarse de que el

servicio al cliente esté a la altura de las expectativas. Sin embargo, cuando se hace bien, el retorno puede superar con creces la inversión inicial.

Daniel también nos introducirá en las diversas opciones que el mundo del comercio electrónico tiene para ofrecer. Desde establecer una tienda en línea propia, pasando por integrarse en marketplaces ya consolidados, hasta aprovechar las redes sociales como poderosos canales de venta. Cada alternativa presenta sus propios desafíos y ventajas que serán minuciosamente desglosados.

Finalmente, se analizará el tamaño de la oportunidad que el eCommerce representa para cada subsector del turismo. Aerolíneas y hoteles se han adaptado rápidamente, pero los operadores turísticos aún están explorando ese mundo. Pero la oportunidad es inmensa para todos y Daniel Alcocer está aquí para mostrarnos el camino.

No hay duda, el Master Class de Daniel en el WTTS 2023 será una experiencia transformadora, un recorrido esencial para todos aquellos que buscan no sólo entender, sino dominar el eCommerce en el ámbito turístico.



*** Daniel Alcocer.**

Especialista en eCommerce, internet, data, comunidades en línea, marketing y blockchain, ha colaborado en puestos directivos en Microsoft, Adobe, IBM, AT&T a nivel nacional e internacional desarrollando soluciones de ámbito tecnológico con más de 25 años de experiencia.

Para más información: www.dalco.me

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL
CONTENIDO**

Cambio de Paradigma: **Turismo 360°** en las Smart Cities

POR: ARTURO CONSTANTINI*

El turismo se encuentra en un momento crucial que demanda un cambio de paradigma. Los desafíos inherentes al turismo de masas, la evolución del perfil del turista y la vertiginosa aceleración tecnológica, convergen en un punto donde la respuesta yace en los territorios con visión hacia el futuro: las Smart Cities.

Las ciudades inteligentes representan un potenciador y una mirada de 360 grados sobre el turismo, gracias a su capacidad para integrar tecnologías emergentes como la Inteligencia Artificial (IA), el Big Data, el Internet de las Cosas (IoT) y, más recientemente, el metaverso.

La Inteligencia Artificial es un componente clave en la transformación del turismo. Desde sistemas de recomendación hasta asistentes virtuales que facilitan la navegación en entornos desconocidos o la robótica que ha incursionado en la hotelería, la IA se integra de manera orgánica para mejorar la experiencia del turista.

Además, la capacidad de procesar grandes cantidades de datos permite a las ciudades optimizar recursos y mejorar la planificación urbana.

El Big Data, por su parte, es el aliado estratégico para comprender las dinámicas del turismo. Al

analizar flujos de visitantes, preferencias y tendencias, los destinos se adaptan de manera proactiva para ofrecer servicios personalizados y mejorar la calidad de la experiencia turística.

La interconexión del Internet de las Cosas lleva la experiencia turística a un nuevo nivel. Desde la gestión eficiente de la movilidad y la seguridad hasta la creación de entornos urbanos más sostenibles, el IoT es el tejido conectivo que optimiza los servicios y la infraestructura, mejorando la calidad de vida tanto para los residentes como para los visitantes.

El metaverso, la última frontera tecnológica, abre nuevas posibilidades en el turismo virtual y aumentado.

Las ciudades inteligentes pueden utilizar esta tecnología para ofrecer experiencias inmersivas al

turista y brindar a los viajeros la oportunidad de explorar destinos de manera virtual.

Para capitalizar este avance tecnológico es fundamental un sólido sistema de gobernanza que garantice la ética en el uso de datos, la privacidad del turista y la equidad en el acceso a las innovaciones.

La colaboración entre el sector público, privado y la comunidad es esencial para impulsar el turismo de manera sostenible y centrado en las personas.

El cambio de paradigma hacia el Turismo 360° en las Smart Cities, no sólo es necesario, sino inevitable.

Estos destinos inteligentes están llamados a ser los laboratorios donde el uso de la tecnología responsable mejore la experiencia turística y al mismo tiempo, atienda los retos asociados al turismo.

En este nuevo escenario, la innovación, el trabajo colectivo y una visión estratégica hacia el futuro se convertirán en los pilares que impulsarán la evolución de la industria turística en el siglo XXI.



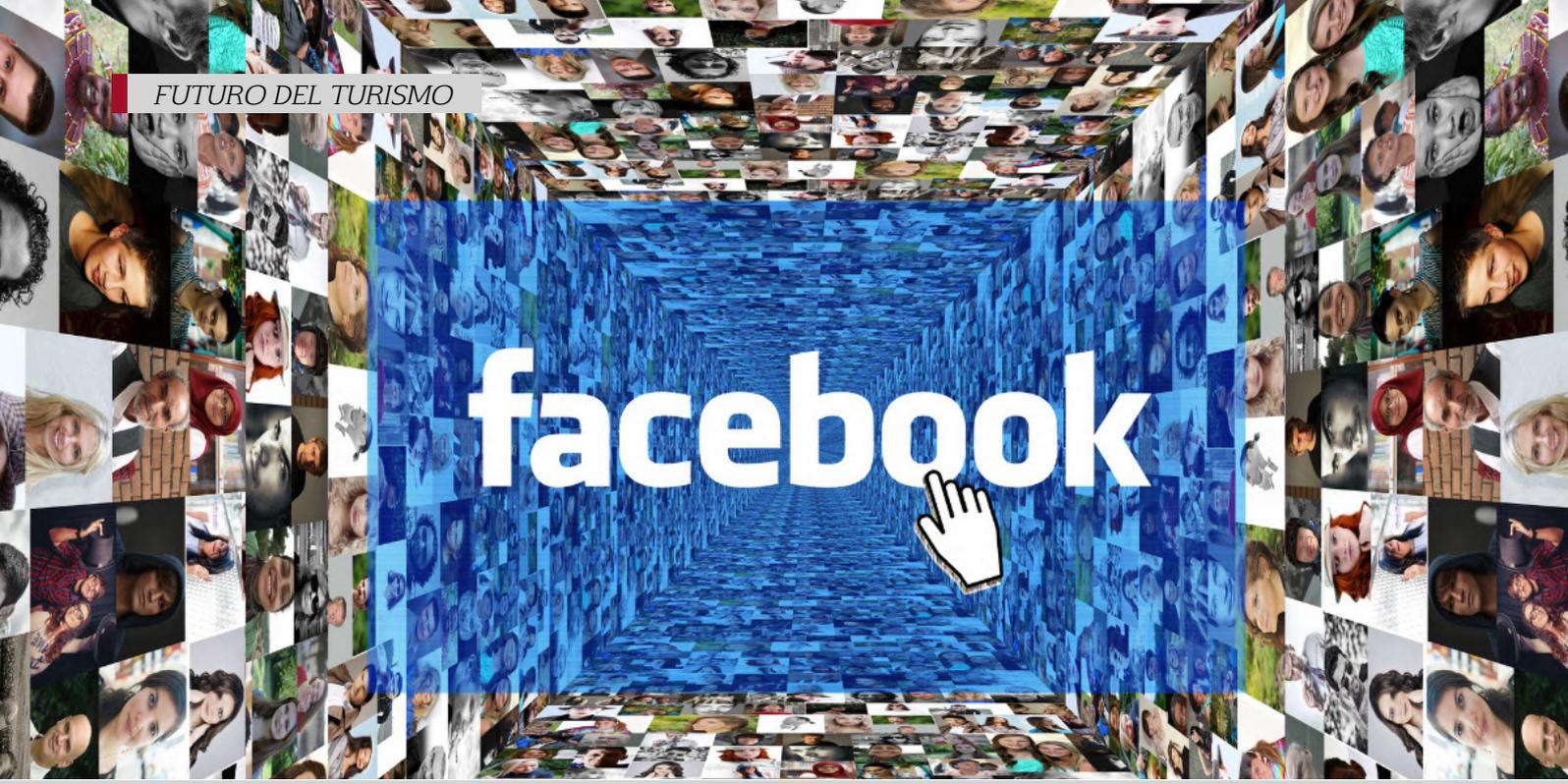
*** Arturo Rafael Constantini Torres.**

Experto en el desarrollo de Destinos Turísticos Inteligentes y la implementación del uso estratégico de datos e Inteligencia Artificial en el sector turístico. Actualmente es consultor para la Organización Mundial de Turismo y cofundador de la empresa Brain Analytics and Innovation.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**



facebook

Conquista a los turistas en Redes Sociales:

Claves para crear contenido que enamore

POR: FERNANDO ROSSELL*

El mundo del turismo ha experimentado una transformación radical en la era digital. Ya no basta con promocionar destinos, la clave ahora radica en conectar profundamente con los viajeros. La revolución digital exige comprender a nuestros potenciales visitantes en un nivel más íntimo, desentrañando sus deseos, motivaciones y pasiones.

Los viajeros contemporáneos anhelan autenticidad, experiencias únicas y conexiones genuinas.

Entender a nuestra audiencia objetivo y crear contenido de valor que resuene con sus emociones y aspiraciones se vuelve esencial.

La creación de contenido auténtico va más allá de simples publicaciones. Se trata de relatar historias inspiradoras, brindar consejos prácticos, revelar los secretos de rincones locales poco conocidos y capturar la esencia misma del destino.

La colaboración con influencers locales o viajeros influyentes tiene el potencial de amplificar el alcance de nuestros contenidos, otorgando credibilidad y autenticidad a los mismos, logrando así una conexión más efectiva con audiencias diversas.

El corazón de esta estrategia radica en construir experiencias a través de las redes sociales, generando

un vínculo emocional que trascienda lo comercial. Se trata de construir relaciones sólidas y duraderas, más allá de una simple transacción.

¿Cómo crear contenido cautivador?

Historias auténticas: Compartir experiencias reales de turistas y residentes.

Consejos locales: Proporcionar sugerencias únicas y auténticas para vivir el destino.

Contenido visual atractivo: Utilizar fotos y videos de alta calidad para mostrar la belleza del lugar.

Interacción y Participación: Fomentar la comunicación bidireccional, invitando a los seguidores a compartir experiencias y opiniones.

En resumen, el contenido de valor en redes sociales no solo atrae la mirada de los turistas, sino

que también cautiva sus emociones, generando experiencias auténticas y estableciendo una conexión significativa con los viajeros.

Esta conexión emocional es el pilar fundamental que permite no solo capturar su interés, sino también conquistar sus corazones y convertir sus deseos en una verdadera pasión por nuestros destinos. Es a través de esta conexión íntima y emocional que logramos transformar simples espectadores en fervientes amantes de nuestras experiencias turísticas, impulsándolos a elegir nuestros destinos como su próxima aventura por descubrir y disfrutar.



*** Fernando Iván Rossell Ruiz Velasco,** director y fundador de la agencia de Marketing Digital Massell, con amplia experiencia en la creación de estrategias digitales para marcas de consumo, servicios y artistas. Consultor de la Consultora Estratégica Influencia Digital. Profesor de educación continua en universidades de prestigio, con experiencia previa en relaciones públicas para empresas como Fedex y Bloomberg en la agencia Burson Cohn & Wolf.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL CONTENIDO**



Turismo + Tecnología

POR: SERGIO LEÓN *

Escuchamos frecuentemente del metaverso, la inteligencia artificial, redes sociales, influencers y nuestra mente viaja llevándonos a un ambiente caricaturesco, a un chat que te responde preguntas, publicaciones con fotos de lugares turísticos, comidas, música o personas que te venden algún producto o servicio.

Pero la realidad es que nuestro mundo cambió y seguirá cambiando y cada año con más velocidad. El Covid provocó que esta transición fuera en menor tiempo, aunado a que las nuevas generaciones o los centennials están ocupando los espacios laborales, intelectuales, económicos y de liderazgo en materia ciudadana, empresarial y política y en escasos 15 años será la Generación Alfa.

Esto significa que son dos generaciones ligadas a la tecnología en educación, cultura y formación y es por ello que esos temas tecnológicos no hay que verlos lejanos, innecesarios, al contrario que se conviertan en nuestros aliados, herramientas nuevas que permitan llegar a esos mercados generacionales y sus nuevas formas de crear y generar negocio.

Pero qué sucedió en el turismo derivado de esto, los gustos de cada persona han provocado la búsqueda en los navegadores, redes sociales y correos

electrónicos otras formas de publicitar basándonos en edad, nivel educativo, socioeconómico e influenciados a veces por personas con las que se relacionan o influencers a quienes siguen.

¿Qué opinas de una campaña de marketing digital? Los influencers pueden hablar sobre un destino turístico para que las personas viajen a través de esa lente, escuchen, se enamoren y enganchen a un destino turístico, ya sea playa, selva, bosque o desierto.



Antes eran espectaculares, revistas, periódicos y había un límite. Hoy podemos focalizar, segmentar y llegar a un mercado muy específico y realmente como destino turístico podemos hacer estrategia en conjunto con la ciudadanía, empresariado y autoridades.

Nos interesa ser competitivos y llegar a pocos o muchos prospectos, pero que realmente con estos análisis apoyen al cierre y repetición.

Así es como logramos que el turismo y la tecnología jueguen a nuestro favor, así que conectémonos a este mundo de la tecnología e innovación, porque no es nuestro futuro, es nuestro presente.



*** Sergio León Cervantes.**

Presidente de Empresarios por Quintana Roo.
Consejero de Relaciones Interinstitucionales
de FETUR Nacional. CEO de Impoexporta.

Representante del sector empresarial
mexicano ante la ONU en los eventos de la
Conferencia de las Partes (COP).

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL
CONTENIDO**

De Bodegas, Branding y Business



POR: MARIELA MORAN*

En el dinámico sector turístico enfrentamos un momento decisivo, un notable 70% de las empresas turísticas lucha por lograr una transformación organizacional efectiva y el éxito reside en establecer una conexión genuina con la esencia de sus colaboradores y clientes.

Esta era de transformación presenta oportunidades únicas: las empresas capaces de adaptarse, innovar y ejecutar estrategias efectivas no solo potencian su crecimiento, sino que también generan un impacto significativo en sus comunidades.

Sorprendentemente, lecciones valiosas para el turismo pueden encontrarse en el mundo del vino, un ámbito que combina pasión, conocimiento científico y una paciencia que refleja la interacción armoniosa entre la naturaleza y el ser humano.

Estos principios centrados en las relaciones humanas, la excelencia en el servicio y la adaptación a los cambios, son directamente aplicables a la gestión turística.

Tomemos, por ejemplo, las características del vino rosado y el tinto joven. El rosado, con su sutileza y frescura, despliega sus sabores y aromas

gradualmente, creando una conexión emocional profunda que inspira y fomenta el diálogo.

En el contexto empresarial estas cualidades se traducen en la necesidad de una observación atenta, empatía en las relaciones y un liderazgo inspirador y decisivo.

Mientras tanto, el vino tinto joven, elogiado por su audacia, agilidad y flexibilidad, simboliza la importancia de la innovación, la definición de objetivos claros y la adaptabilidad en un mercado turístico en constante cambio.

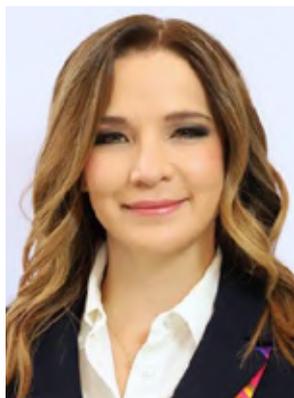
“De Bodegas, Branding y Business” va más allá de la teoría, presentando ejemplos reales que demuestran la aplicabilidad de estas lecciones.

Hay marcas que implementaron gestiones de crisis en pandemia que fueron galardonadas por Reed Latino. Otro caso es la exitosa promoción internacional que Querétaro ha hecho a través de la icónica muñeca

Lele que viajó por el mundo. Todo eso ejemplifica como la sabiduría del vino puede enriquecer las estrategias turísticas.

Estos casos demuestran que, al igual que en la elaboración o características del vino, una gestión turística que combina una comprensión profunda de las relaciones humanas con la innovación y adaptabilidad puede cosechar éxitos.

En un mundo donde la evolución es la única constante, abramos nuestras mentes a lecciones inesperadas y memorables para estar siempre un paso adelante, adaptándose con flexibilidad e innovación a cada nuevo desafío.



*** Mariela Moran**, figura destacada en el mundo del Desarrollo Humano, la Comunicación y las Relaciones Públicas, con una trayectoria que abarca desde el ámbito empresarial hasta la promoción turística estatal. Reconocida por su excelencia en procesos de dirección y gerencia, su experiencia se extiende a varias empresas de renombre. Ha desempeñado roles esenciales en la planeación y comunicación tanto para el Municipio como para el Estado de Querétaro.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

Guanaxuato, Un Destino MICE en Auge

Con su rica historia, arquitectura colonial y vibrante cultura, Guanajuato ya era un destino turístico por derecho propio. Sin embargo, en los últimos años, el estado se ha convertido en un importante jugador en la industria del turismo de reuniones, convenciones, incentivos y exposiciones, conocida como el segmento MICE (por sus siglas en inglés). La Secretaría de Turismo (SECTUR) ha trabajado incansablemente para posicionar a Guanajuato como un destino líder en este sector, y los resultados son impresionantes.

Posicionamiento en el Segmento MICE

La SECTUR Guanajuato ha establecido una estrecha colaboración con la industria del segmento MICE para llevar a la entidad al quinto lugar en turismo de reuniones a nivel nacional. El estado ofrece más de 83,000 metros cuadrados de espacio de exhibición en sus recintos, lo que lo convierte en un lugar ideal para eventos nacionales e internacionales.

Tan solo el año 2023, Guanajuato fue el escenario de varios eventos de renombre que consolidaron su posición en el segmento. Entre los eventos destacados se encuentran el SUMMIT World Meetings Forum, el SUMMIT de Sustentabilidad & Social, el Congreso Nacional de Patrimonio Mundial y la Fiexpo Workshop & Technical Visit. Estos eventos no solo fortalecieron la presencia de Guanajuato en el ámbito nacional sino también en el escenario internacional.



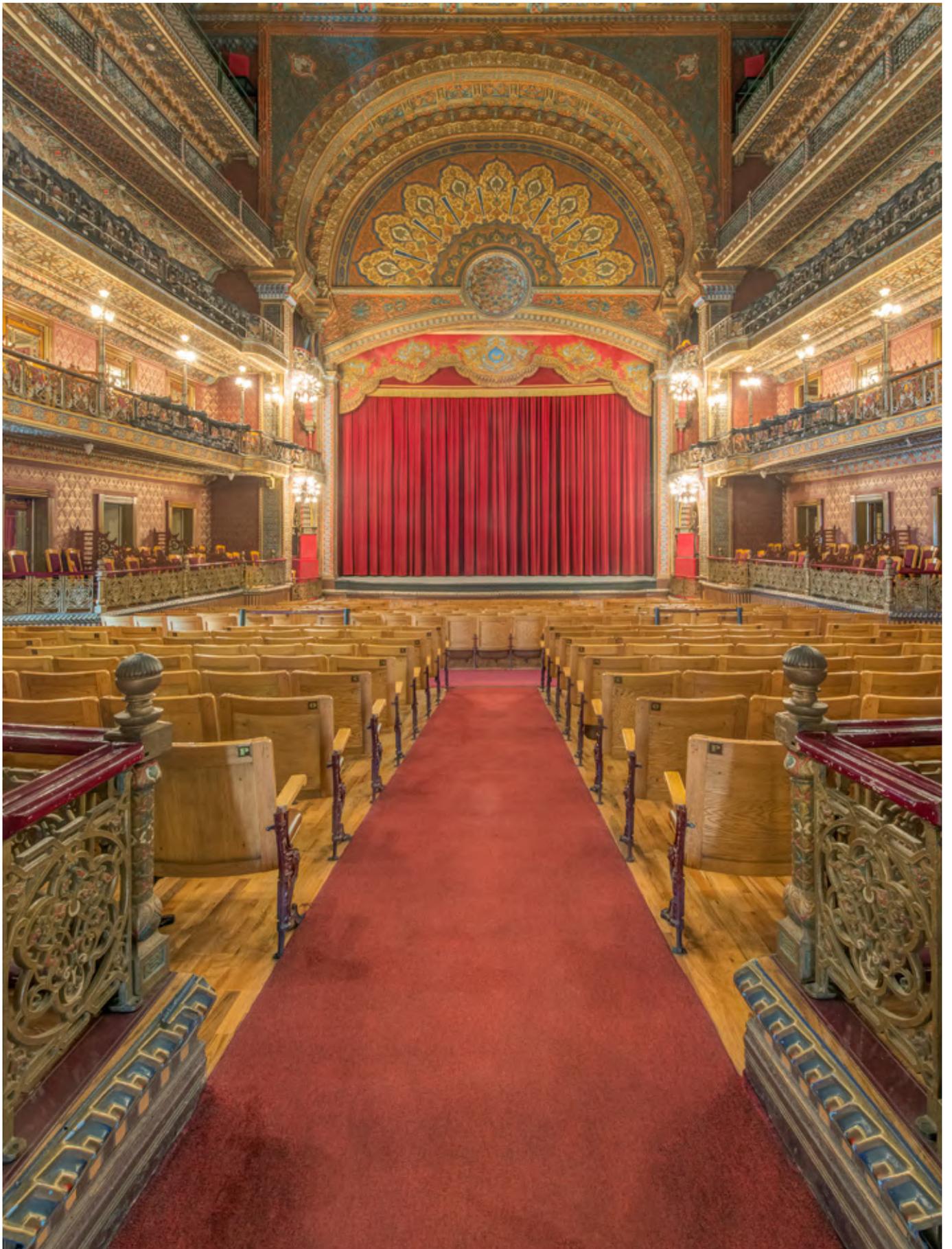
Un destino Integral para el Turismo MICE

Guanajuato cuenta con una ubicación estratégica con excelente conectividad aérea y terrestre, en un radio de cuatro horas por carretera, se encuentra el sesenta por ciento de la población del país; proveeduría especializada e infraestructura de alto nivel. Seis destinos con vocación para el turismo de reuniones e incluso con especialidad, por ejemplo: Guanajuato Capital y San Miguel de Allende, en incentivos con sus hoteles boutique, gastronomía tradicional e internacional; Irapuato y Celaya para eventos deportivos; Silao y León con ferias para mostrar maquinaria pesada, que requieren recintos de gran capacidad y peso.

En León destaca el Distrito León MX, 68 hectáreas de prestación de servicios, atracción comercial, económica, turística y cultural, del municipio, del estado y de la región, integrado por la Feria Estatal de León, Forum Cultural, Explora y Poliforum, el quinto recinto más importantes

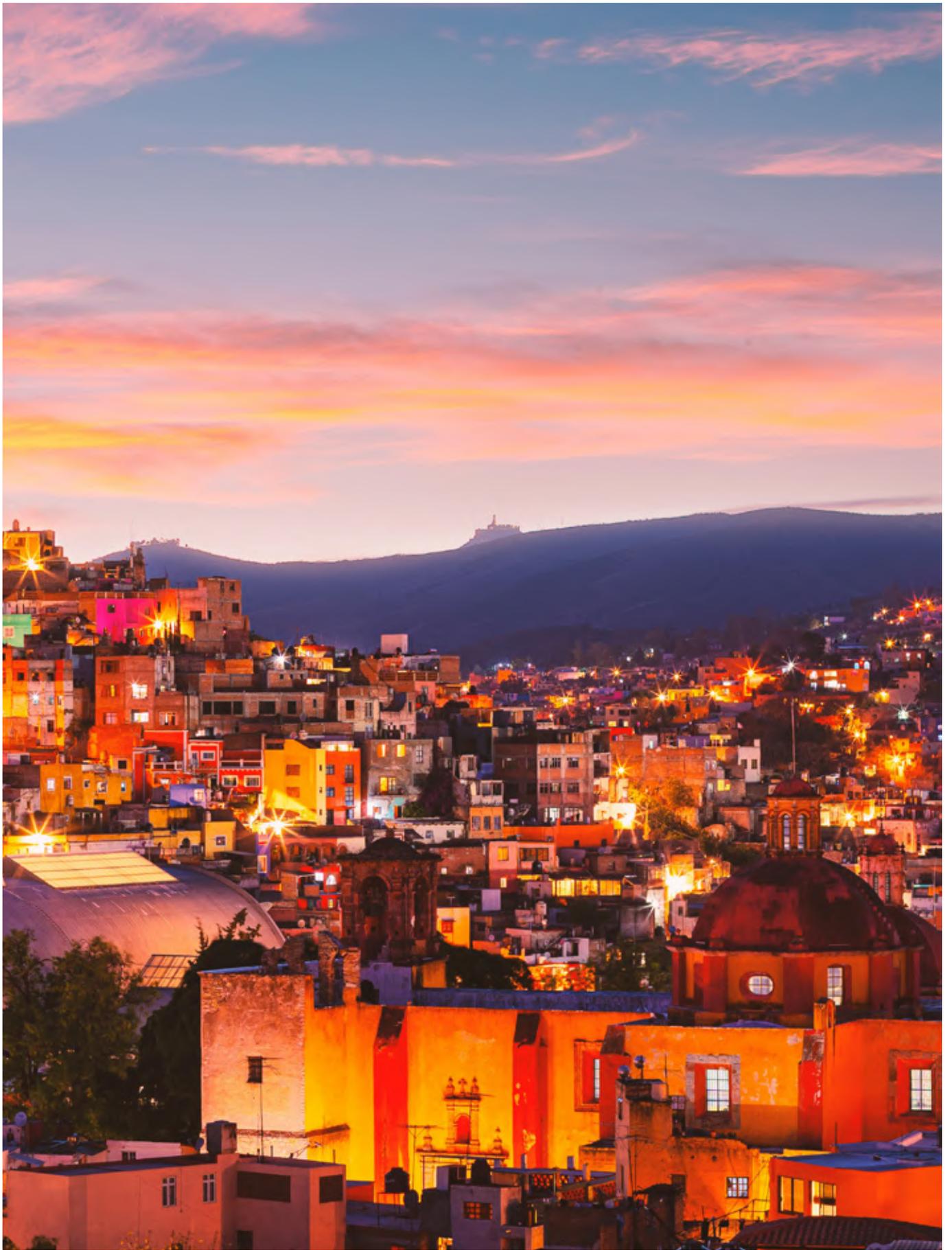
del país, con cuarenta mil metros cuadrados de superficie que alberga congresos, ferias, exposiciones y una cadena de proveeduría especializada de soporte.

En general el estado tiene un impresionante conjunto de 313 prestadores de servicios que satisfacen las variadas necesidades de recinto, organizadores de eventos, mobiliario, equipo audiovisual y otros rubros, la infraestructura de la región es impecable. Además, con más de 388 hoteles que van desde categorías 3 a 5 estrellas, gran turismo y hoteles boutique, Guanajuato ofrece un alojamiento de primer nivel para atender a este segmento. En 2022, la importancia de esta industria se hizo evidente con un 7% de visitantes que llegaron por motivos de negocios y trabajo, sumando 1.5 millones de visitantes y una inversión de 3.2 mil millones de pesos. Asimismo, el segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) representó un 2% de los visitantes, con 589 mil personas y una inversión de 1.2 millones de pesos. En total, se llevaron a cabo 96



eventos en el año, atrayendo a 300 mil asistentes y generando 48 mil cuartos-noche, lo que contribuyó significativamente a una inversión de 800 millones de pesos en la región.

Aunado a la gran versatilidad de Guanajuato el Segmento MICE, con una visión global hacia el futuro y como eje de acción para mitigar el impacto medioambiental que el turismo implica, el estado ha desarrollado un Modelo de Sustentabilidad que abarca aspectos no solo medioambientales, sino también sociales y económicos. Esto se traduce en la protección del entorno natural y la promoción de la conciencia social, tanto entre las comunidades locales como entre los visitantes. El enfoque principal se centra en las empresas, destinos y el Gobierno del Estado, con el objetivo de mejorar la competitividad y garantizar la adopción de prácticas sostenibles. Además, se enfoca en impulsar a los grupos vulnerables en la cadena turística, preservar tradiciones culturales y garantizar un retorno rentable para los



prestadores de servicios. Guanajuato ha liderado iniciativas clave, como el proyecto ADAPTUR y el Distintivo Guanajuato Turismo Sostenible para eventos, y se ha convertido en un referente en la acción climática del turismo a nivel estatal y nacional. Esta dedicación a la sustentabilidad contribuye a hacer de Guanajuato un destino excepcional para el Turismo MICE, impulsando políticas que permitan al segmento -en toda la cadena de valor- adaptarse a las necesidades medioambientales y sociales.

Eventos en el Horizonte para 2024

El éxito continuo de Guanajuato en este segmento se refleja en su programación para 2024. El estado será sede del SUMMIT World Meetings Forum en marzo, FIE expo Workshop & Technical Visit (fecha pendiente), el Congreso Nacional de la Industria de Reuniones en junio, Sustainable & Social Tourism Summit en julio y el Congreso de Bodas LAT en julio.

Guanajuato ha demostrado ser un referente en el turismo de negocios y eventos en todo México y ha logrado trascendencia a nivel internacional. Con su combinación única de historia, cultura, infraestructura de vanguardia y enfoque en la seguridad del turista, Guanajuato está destinado a seguir siendo un líder en la industria MICE.

Sin lugar a duda, este pintoresco estado mexicano se ha transformado en un destino de clase mundial para aquellos que buscan combinar negocios y placer en un entorno excepcional para vivir grandes historias.

Para más información visita **www.guanajuato.mx**

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**



Nómadas Digitales:

Un campo de oportunidad para la industria turística

México a la vanguardia del nomadismo digital, una nueva metodología de trabajo creciente en los últimos años, pero ¿qué aspectos debemos considerar para entender a ese nicho de viajeros? Con base en sus hábitos e intereses, cómo lograr conectar con esa población y crear productos turísticos atractivos para ellos.

El paisaje laboral está experimentando una revolución sin precedentes. Según datos del estudio realizado por WeWork y Page Resourcing, un 82% de los trabajadores en México ya se benefician de un esquema de trabajo flexible. Este enfoque ha probado potenciar su productividad y desempeño de manera notable.

Es en este marco donde emergen figuras destacadas: los mexicanos pertenecientes a las Generaciones Y (millennials) y Z (centennials). Impulsados por la adaptabilidad y las oportunidades que ofrece el mundo digital, se les ha comenzado a identificar con el término “nómadas digitales”.

Más allá de un mero nombre, ser un nómada digital representa una metodología de trabajo innovadora y moderna. Estos individuos, equipados con habilidades digitales y una mentalidad global, están redefiniendo la forma en que el trabajo se

conceptualiza y se lleva a cabo. Y México, con su cultura y creciente infraestructura tecnológica, se ha posicionado en la vanguardia de este movimiento.

Diversos países han identificado el potencial de esta tendencia y han adaptado sus políticas para atraer a estos profesionales. México, con su visión, ha lanzado programas de visas especiales dirigidos a trabajadores remotos.

Estas iniciativas permiten que los nómadas digitales residan en el país por periodos de hasta 180 días, trabajando para empresas internacionales sin requerir permisos laborales tradicionales.

La Historia de Mariana: De Pedagoga a Nómada Digital

El viaje de Mariana Regueira ofrece una perspectiva inspiradora sobre la transición hacia el nomadismo



digital. Originalmente, Mariana se formó en pedagogía y trabajó en recursos humanos y cultura organizacional.

Sin embargo, sintió la necesidad de reinventarse profesionalmente. Fue entonces cuando decidió inscribirse en el Bootcamp en Desarrollo Web de Le Wagon, un programa intensivo que permite a los

participantes adquirir habilidades en programación en un período relativamente corto.

Esta decisión resultó ser transformadora. Al concluir su formación, Mariana obtuvo un puesto remoto en una empresa brasileña.

Pero lo más emocionante es que esta modalidad de trabajo le permitió liberarse de las ataduras de una ubicación fija. Ahora, viaja entre países de Europa y América, llevando su oficina consigo y eligiendo paisajes cambiantes como su lugar de trabajo.

Mariana, aprovechando su experiencia, comparte valiosos consejos para quienes aspiran a seguir un camino similar o buscan entender a los nómadas digitales.

- **Reconocimiento de Habilidades:** Tu experiencia previa es valiosa. Identifica cómo tus habilidades

actuales pueden ser transferibles a un trabajo remoto.

- **Búsqueda Activa de Oportunidades:** Investiga y busca oportunidades de trabajo remoto adaptadas a tu perfil.
- **Gestión Financiera:** La estabilidad financiera es esencial. Es vital tener un flujo de ingresos constante y gestionar adecuadamente tus finanzas.
- **Planificación y rutina:** Viajar constantemente puede ser desafiante. Establece rutinas para garantizar productividad y bienestar.
- **Networking:** Conecta con otros nómadas digitales. Estas conexiones pueden ofrecerte soporte, oportunidades y un sentido de pertenencia.

La tendencia del nomadismo digital seguirá creciendo en los años venideros. México, con su

posición estratégica y atractivo cultural, seguramente continuará siendo un punto focal en este movimiento.

A través de la preparación y adaptabilidad, más individuos podrán aprovechar las oportunidades que ofrece este estilo de vida, tal como lo ha hecho Mariana.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

10 tendencias futuristas dentro de la Industria de Reuniones en México

POR: FRANCISCO CACHAFEIRO*

Las tendencias tecnológicas están moldeando de manera significativa el futuro de la industria de reuniones en México. Algunos de los avances más notables incluyen:

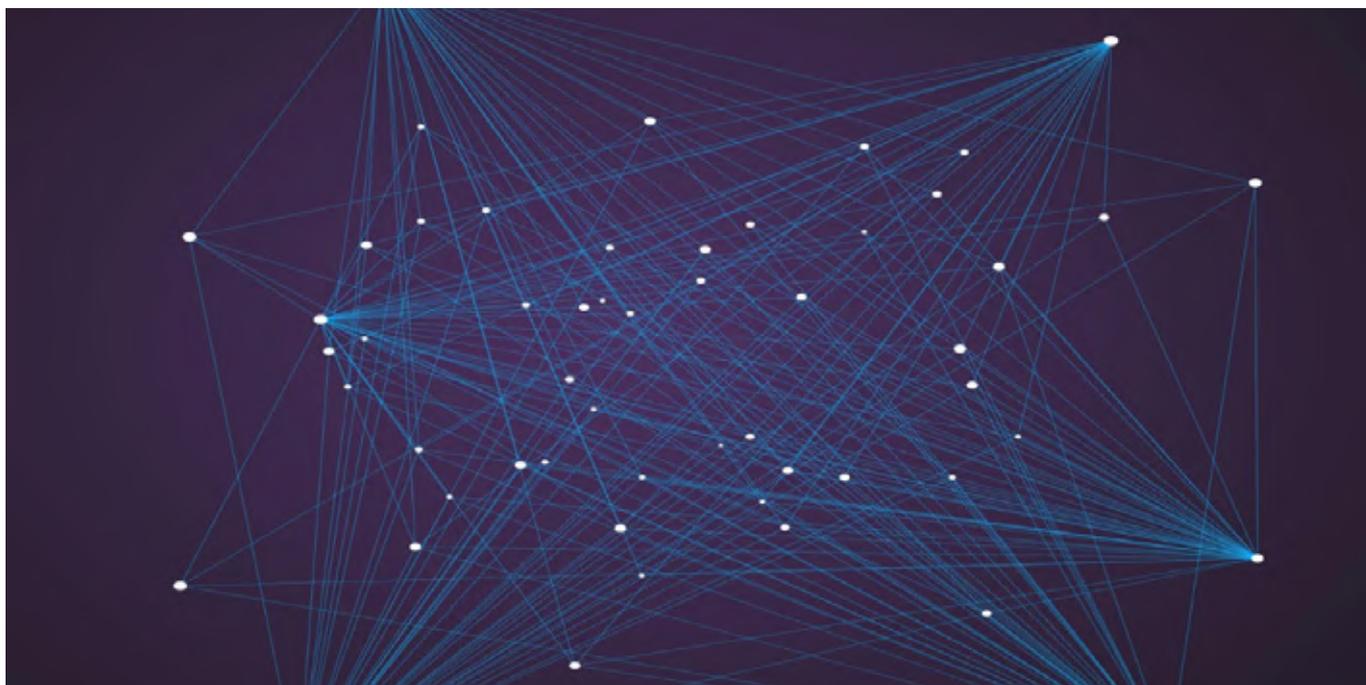
1. Realidad Virtual y Aumentada: Estas tecnologías ofrecen experiencias inmersivas, permitiendo a los asistentes interactuar en entornos virtuales como

si estuvieran físicamente presentes. En México, su aplicación podría extenderse a exposiciones virtuales y tours de localidades turísticas.

2. Inteligencia Artificial y Análisis de Datos: La IA y el análisis de datos están optimizando la planificación y personalización de eventos. En México, estas herramientas podrían usarse para analizar patrones de asistencia, preferencias de los asistentes y para mejorar la logística de eventos.

3. Tecnologías de Streaming y Conferencias en Línea: La pandemia aceleró la adopción de estas tecnologías. Para México, esto significa una mayor inclusión de participantes remotos y la posibilidad de llegar a una audiencia global.

4. Aplicaciones Móviles para Eventos: Las apps dedicadas a eventos proporcionan información en tiempo real, networking virtual y elementos interactivos.



En México, estas aplicaciones pueden mejorar la experiencia del usuario y la eficiencia organizativa.

5. Sostenibilidad y Tecnología Verde: Hay un creciente interés por eventos sostenibles. La tecnología verde, como materiales biodegradables y sistemas de gestión de residuos inteligentes, se está volviendo importante en México.

6. Seguridad y Privacidad de Datos: Con el aumento del uso de tecnología, la seguridad de la información se convierte en una prioridad. En

México, esto implica invertir en sistemas seguros y en cumplimiento de normativas de privacidad.

7. Espacios Flexibles y Tecnología Integrada: Los espacios para reuniones se están adaptando para ser más versátiles y tecnológicamente integrados, lo que en México podría verse reflejado en la adaptación de lugares históricos o turísticos para eventos modernos.

8. Redes Sociales y Marketing Digital: Las redes sociales juegan un papel crucial en la promoción y el engagement de los eventos. En México, esto significa una mayor inversión en estrategias de marketing digital para eventos.

9. Blockchain para Registro y Pagos: El uso de blockchain podría aumentar para el registro de asistentes y transacciones seguras. Esto tiene el potencial de hacer los procesos más eficientes y transparentes en México.

10. Tecnología Wearable: Los dispositivos wearables, como pulseras inteligentes, pueden mejorar la experiencia del asistente y proporcionar datos valiosos a los organizadores en México.

En resumen, la industria de reuniones en México se está transformando rápidamente gracias a estas tecnologías, lo que promete eventos más inmersivos, eficientes y personalizados en el futuro.

Un ejemplo claro de como la Tecnología en la Industria de Reuniones cada día es más presente, es que este artículo fue creado por una aplicación de inteligencia artificial ChatGPT.



*** Francisco Cachafeiro,**
Socio Fundador
Corad Meeting Planner S.A. de C.V.

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL
CONTENIDO

¿ESTÁ TODO DICHO EN EL TURISMO?

POR: LUIS ERNESTO MARTÍNEZ RUIZ*

El pasado 4 de noviembre en el marco de la celebración del vigésimo quinto aniversario de la agencia PTB Tours de México, mejor conocida como Operadora Pe-Tra, encabezada por el Lic. Roberto Trauwitz, comentó algo que llamó mi atención en una pregunta inquietante, ¿cómo ha cambiado el turismo?

Si la agencia tiene hoy en día 55 años de vigencia, ¿qué destinos no había en ese entonces?, vieron nacer el proyecto de Cancún y si traemos la línea del tiempo más hacia las nuevas generaciones, ellos han estado muy pendientes del desarrollo del destino de Dubái, por poner un ejemplo representativo.

Con esto abro la publicación porque para hablar de un futuro tan distópico y lleno de incertidumbre, es necesario saber nuestro pasado.

Empezaría diciendo que la base conceptual donde estamos parados y de la que no podemos escapar es el hecho de que el turismo al ser un fenómeno social es muy poco probable que se evapore de nuestra sociedad.

Hablar del futuro del turismo en México y en el mundo es un tema de gran relevancia, tanto desde

la perspectiva de un inversionista como desde la de un experto en protección ambiental.

Ambos aspectos están estrechamente interconectados y deben ser evaluados cuidadosamente para garantizar un desarrollo sostenible, que de alguna manera es lo que nos debe ocupar un poco más.

Desde la perspectiva de un inversionista, el turismo ha sido una fuente constante de ingresos y crecimiento económico en México y en muchas partes del mundo.

La industria turística es un importante motor de la economía, generando empleos y contribuyendo significativamente al PIB.

Sin embargo, el modelo de turismo convencional ha llevado a problemas como la sobreexplotación de recursos naturales, la congestión en áreas turísticas y la degradación del entorno.



Esto plantea riesgos financieros a largo plazo, ya que la degradación del medio ambiente y la pérdida de biodiversidad pueden afectar la efectividad de un destino turístico y, por lo tanto, la rentabilidad de la inversión.

Siendo empáticos, desde la perspectiva de un experto en protección ambiental, el futuro del turismo debe ser evaluado en términos de su sostenibilidad.

La creciente conciencia sobre la importancia de la conservación del medio ambiente ha llevado a un aumento en la demanda de turismo sostenible.

Esto implica la promoción de prácticas ecoamigables, la conservación de áreas naturales y el respeto por las culturas locales.

El ecoturismo, el turismo de aventura, el senderismo, así como la horticultura protegida y la agricultura de conservación, entre otras variantes que valoran la naturaleza y la transformación regional, ya están experimentando un auge, y no se diga del concepto de Glamping que ha venido a agregar una variable más.

Es crucial que los inversionistas consideren la sostenibilidad en sus decisiones. Las inversiones en turismo responsable y sostenible pueden generar retornos a largo plazo al atraer a un segmento de mercado creciente y ético.

Además, la adopción de tecnologías verdes y la eficiencia en el uso de recursos pueden reducir los costos operativos y aumentar la rentabilidad a largo plazo.

El impulso por avances significativos en inteligencia artificial (IA), ha experimentado un cambio transformador en 2022.

La implementación de tecnologías inteligentes ha permitido personalizar experiencias para los viajeros, desde recomendaciones de destinos hasta sugerencias de actividades basadas en preferencias individuales.

Según datos recabados por Global Growth Agent, “Se espera que para el año 2026, las empresas que emplean el Big Data y la IA superen el billón de dólares en ingresos.

En los últimos cinco años, el porcentaje de ingresos de viajes influenciados por la IA se ha duplicado, y esta tendencia continuará aumentando hasta triplicarse para el año 2024” .

Todo esto de la mano, gracias a sistemas predictivos que anticipan las necesidades de los visitantes para ofrecer servicios más eficientes.

Las estadísticas revelan un crecimiento del 12% en la eficiencia operativa de las empresas turísticas, sin embargo, es muy temprano para saber si esto fue o ha sido causa de un rebote de la necesidad de activarnos o bien, si la adopción de chatbots y asistentes virtuales en una combinación de datos en tiempo real y la capacidad de aprendizaje de la IA ha permitido a la industria adaptarse rápidamente a las cambiantes preferencias y necesidades de los turistas, consolidando el papel clave de la inteligencia artificial en el desarrollo sostenible del turismo en el futuro.

Desde mi punto de vista, el futuro es prometedor desde una perspectiva de inversión, pero depende de la capacidad de la industria para adoptar prácticas sostenibles y adaptarse a los desafíos ambientales y gubernamentales.

Los inversionistas deben evaluar cuidadosamente las oportunidades de inversión que consideren la sostenibilidad, mientras que los expertos en protección ambiental deben trabajar en colaboración con la industria para garantizar que el turismo beneficie tanto a las economías como al planeta. La sostenibilidad es la clave para un turismo exitoso y rentable a largo plazo.



*** Luis Ernesto Martínez Ruiz**

Profesional en el Sector Turismo por más de 25 años, socio fundador de Paradigma Meeting Planner y miembro premier en MPI México Chapter.

 [ptg.tour.travel](https://www.instagram.com/ptg.tour.travel)

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL CONTENIDO**

La Revolución Tecnológica en el Turismo y la Industria de Reuniones:

Un Enfoque hacia la Eficiencia y la Experiencia del Usuario

POR: ALEJANDRO ESCALANTE *



La revolución digital ha permeado todos los rincones de nuestra sociedad, marcando una era donde la tecnología se erige como un catalizador de cambio en diversos sectores. Dos áreas que han experimentado una metamorfosis significativa son el turismo y la industria de reuniones. La integración inteligente de tecnologías ha redefinido la eficiencia operativa, mejorado la experiencia del usuario y promovido prácticas sostenibles en estos sectores cruciales.

La industria de reuniones ha sido testigo de un cambio sísmico gracias a la introducción de herramientas digitales especializadas. Las plataformas de gestión de eventos han simplificado la planificación, coordinación y ejecución, transformando la colaboración entre organizadores y participantes. La realidad virtual y aumentada han elevado la experiencia del asistente, ofreciendo recorridos virtuales y demostraciones interactivas. La inteligencia artificial ha permitido una personalización



sin precedentes, adaptando agendas y ofreciendo recomendaciones de contenido pertinentes.

- **Plataformas de Gestión de Eventos:**

En un mundo donde la planificación de eventos demanda precisión y agilidad, las plataformas especializadas han emergido como aliados indispensables. Facilitando la coordinación logística y la gestión de invitados, estas herramientas centralizadas han transformado la colaboración

entre organizadores y participantes, elevando la calidad de la ejecución de eventos.

- **Realidad Virtual (RV) y Realidad Aumentada (RA):**

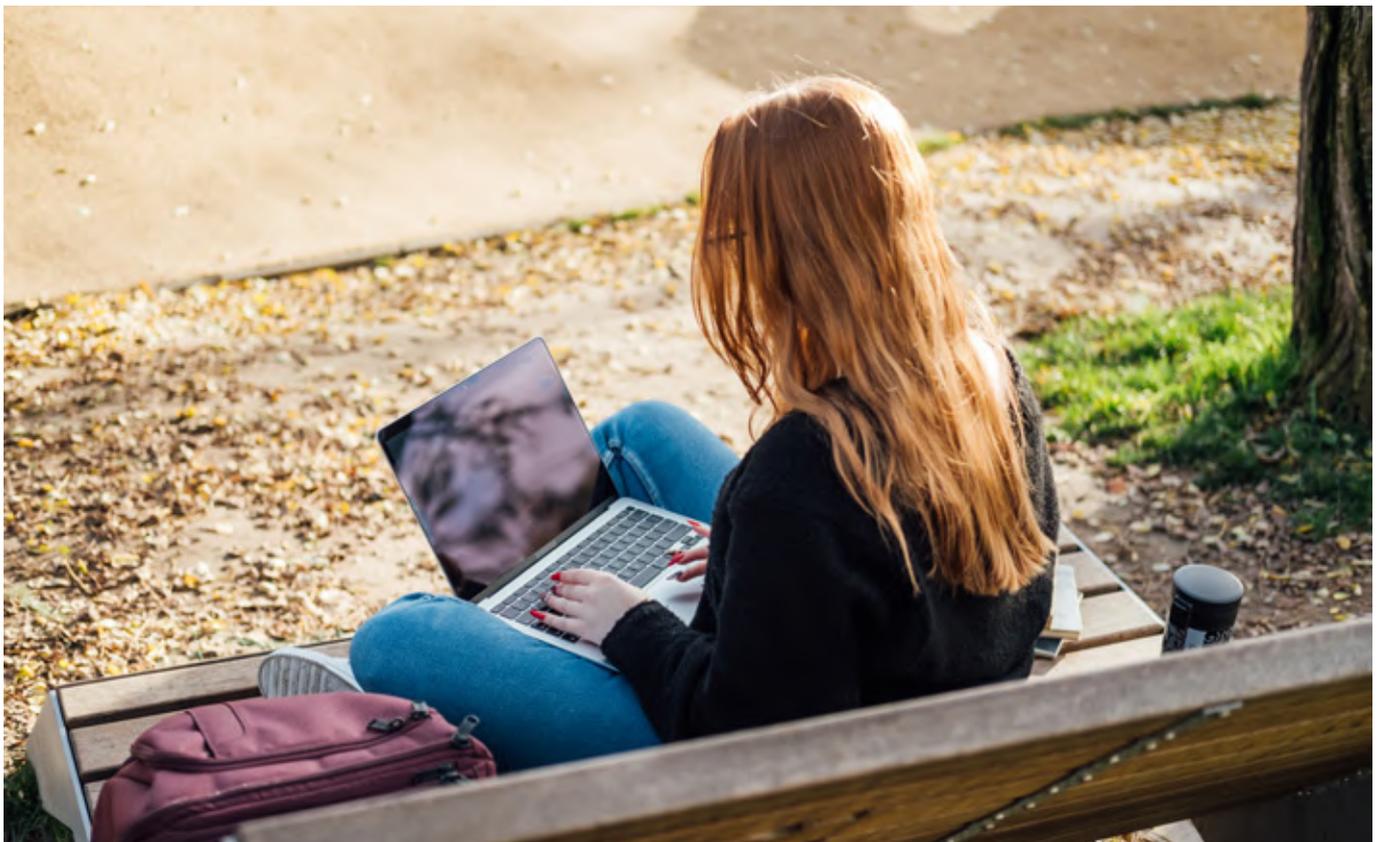
La introducción de la Realidad Virtual y la Realidad Aumentada ha conferido una dimensión totalmente nueva a la experiencia de los participantes. Desde recorridos virtuales de sedes de eventos hasta demostraciones interactivas, estas tecnologías proporcionan una participación más inmersiva, redefiniendo las expectativas en el ámbito de las reuniones profesionales.

- **Inteligencia Artificial (IA) para la Personalización:**

La inteligencia artificial, como lo he platicado en diversas ponencias, ha emergido como una herramienta invaluable para personalizar experiencias. Al analizar datos, los algoritmos de IA facilitan la adaptación de agendas, sugieren conexiones estratégicas y ofrecen recomendaciones de contenido personalizadas,

proporcionando así una experiencia más relevante para cada asistente.

En el ámbito del turismo, la tecnología ha rediseñado por completo la forma en que planificamos y disfrutamos de nuestros viajes. Las reservas en línea y las aplicaciones móviles han simplificado el proceso de planificación, proporcionando flexibilidad y comodidad a los viajeros. Los dispositivos tecnológicos portátiles, desde relojes inteligentes hasta traductores instantáneos,



han enriquecido la experiencia del turista, ofreciendo información en tiempo real y servicios personalizados. Además, la tecnología se ha convertido en un aliado esencial en la promoción de prácticas sostenibles, desde aplicaciones que fomentan el turismo responsable hasta soluciones digitales que reducen la huella de carbono.

- **Reservas en Línea y Aplicaciones Móviles:**

La era digital ha simplificado la planificación de viajes con la capacidad de reservar vuelos, alojamientos y actividades a través de aplicaciones móviles y plataformas en línea. Esta facilidad ha dotado a los turistas de flexibilidad y comodidad, transformando radicalmente la experiencia de planificación de viajes.

- **Tecnología Wearable para Viajeros:**

Desde relojes inteligentes hasta dispositivos de traducción instantánea, la tecnología wearable ha enriquecido la experiencia del viajero al proporcionar información en tiempo real y servicios personalizados.

Esta convergencia de moda y funcionalidad redefine la manera en que los viajeros interactúan con su entorno.

- **Sostenibilidad mediante Tecnología:**

La tecnología se erige como un pilar esencial en la promoción de prácticas sostenibles en el turismo. Aplicaciones que fomentan el turismo responsable y soluciones digitales diseñadas para reducir la huella de carbono están desempeñando un papel crucial en la creación de un sector turístico más sostenible y consciente del medio ambiente.

La convergencia de la tecnología con el turismo y la industria de reuniones ha dado lugar a una nueva era de eficiencia y personalización. La anticipación y la adaptabilidad son ahora fundamentales para el éxito en estos sectores en constante evolución. La tecnología no solo ha mejorado la eficiencia operativa y la experiencia del usuario, sino que también está

desempeñando un papel crucial en la construcción de un futuro más sostenible para estas industrias clave. Este viaje hacia la transformación digital es solo el comienzo de un capítulo emocionante en la evolución de estos sectores esenciales.



*** Alejandro Escalante**
Presidente Electo de MPI México.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

ANUNCIA • COMPARTE • COMUNICA • VENDE



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

Panorama Turístico



CONTACTO

Genera nuevos negocios entre compradores
calificados, que tienen en común la misma pasión.

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