



TURISMO E INDUSTRIA DE REUNIONES

Panorama Turístico

AÑO XXXIV. NO. 2. FEBRERO 2024.



YUCATÁN
MEETINGS

¡TU EVENTO INOLVIDABLE!



<http://WWW.YUCATANMEETINGS.TRAVEL>



TURISMO E INDUSTRIA DE REUNIONES

Panorama *Turístico*

AÑO XXXIV. NO. 2. FEBRERO 2024.

Tendencias 2024

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

Es importante analizar las tendencias de los distintos segmentos de la industria, para saber hacia dónde encaminar nuestros esfuerzos.

Gracias a todos nuestros colaboradores por compartir sus experiencias e ideas para este número, gracias por derribar los pensamientos limitantes y actuar como profesionales que buscan generar mejores condiciones en el sector.

Para esta edición invité a una agencia a colaborar con un artículo sobre viajes petfriendly y la respuesta que me dieron fue muy interesante:

“Somos los pioneros de los viajes dog friendly, no podemos colaborar en una revista que va dirigida a la industria porque corremos el riesgo de que nos copien, propiciaríamos competencia”.

Me gustaría conocer su opinión sobre esta postura, aunque en esencia es un planteamiento muy básico, tiene muchas lecturas y vale la pena una reflexión.

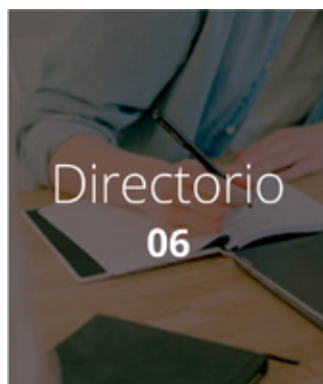
A handwritten signature in black ink that reads "Corina Ortega". The signature is stylized with a large, circular flourish around the "O" in "Ortega".

Editora

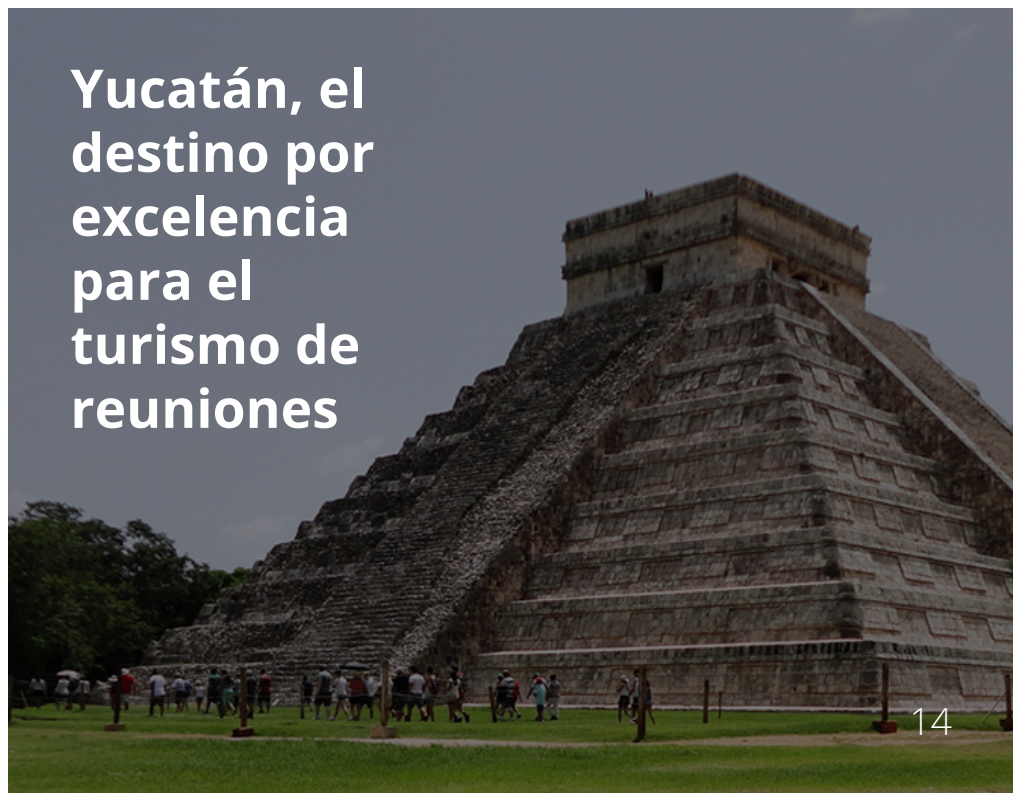
holacorina.medios@gmail.com



Editorial
02



Directorio
06



Yucatán, el destino por excelencia para el turismo de reuniones

14



¿Qué hacer con las tendencias que impactarán a nuestra industria en 2024?

08



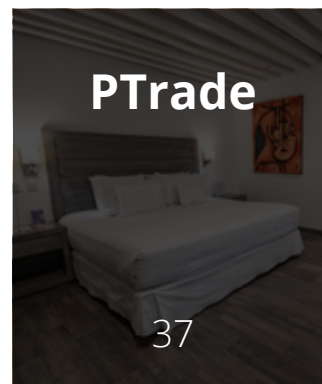
Ciberseguridad para el empresario del Turismo

21



Astroturismo o Turismo de las Estrellas

30



PTrade

37



Destinos atractivos y seguros para el Turismo LGBTQ

38



Eventos globales y las exigencias de hoy

42



Perspectivas Económicas de la Actividad Turística en 2024

51

Oportunidades y retos del turismo en México y Estados Unidos en año electoral 57

5 Tendencias del Turismo de Reuniones

65

Turismo Religioso, un segmento de transformación

71

Hacia un Futuro Brillante: PCMA Mexico Chapter (2024-2025)

76

Así opera la Inteligencia Artificial

83

Retos y Oportunidades del Transporte Turístico en México

89

Nuevas tecnologías para las tendencias actuales del turismo

95

Japón, un destino futurista en tendencia

105

México al desnudo

113

Panamá: El Nuevo Epicentro de la Industria de Reuniones

105

Tecnología, Sostenibilidad y Personalización

126

La OMS indicó que México ocupa el primer lugar en estrés laboral

132

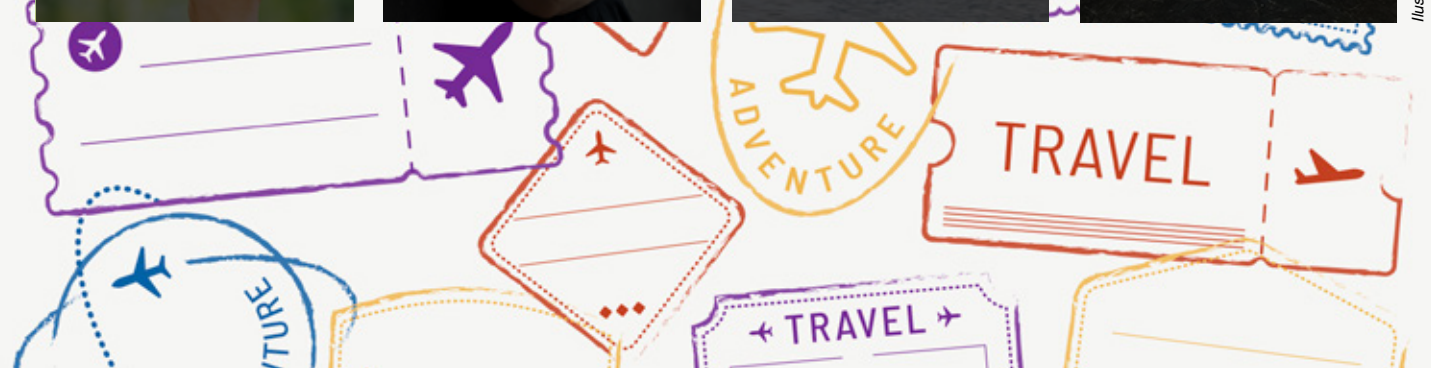
El destino más codiciado del año: Antártica

138

Notas en un click

132

Ilustración: Rawpixel.com en freeepik.com

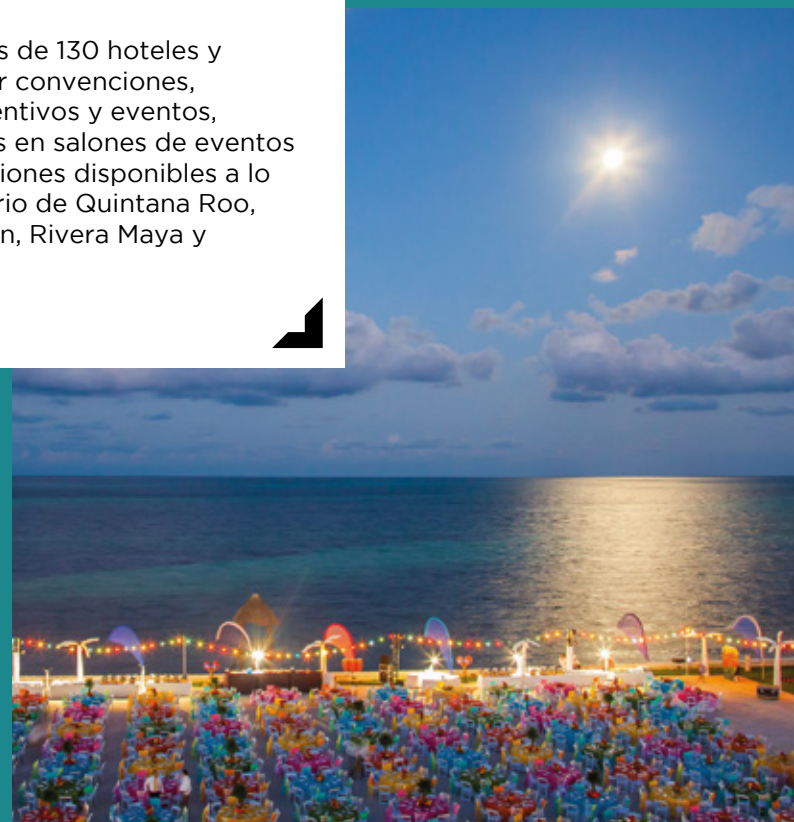




Más de 130 mil cuartos de hotel.

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.



can@un

RIVIERA  MAYA

COSTA 
MUJERES

CARIBEMEXICANO.TRAVEL

Panorama Turístico

AÑO XXXIV / NO. 2 / FEBRERO 2024

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:**

Eduardo Chaíllo, Iván Rodríguez, Mariano Osos, Rafael Hernández, Hazael Cerón Monroy, Fer Famanía Gastélum, Charisse Slight, Sergio Palma, David Hidalgo Luis Sánchez, Clemente Villalpando, Fernando Avila, Arturo Monlui, Luis Felipe Hernández, Francisco Cachafeiro, Benjamín Izquierdo M; Alexis y Melanie Beard.

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 XXXIV, No. 2, FEBRERO 2024.
Es una publicación mensual en
formato digital publicada por
Gustavo Contreras González, Mir-
to 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 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





ENTER THE LUXURY REALM

HORAS DE VUELO | VUELOS PRIVADOS | COMPRA Y VENTA DE AVIONES



MM AVIACIÓN PRIVADA

 +52 55 4264 3547

 @mm_aviacionprivada

¿Qué hacer con las **tendencias** que impactarán a nuestra industria **en 2024?**

POR: EDUARDO CHAILLO*

El mundo de las reuniones y eventos está experimentando una transformación sin precedentes en el año 2024, impulsado por una serie de directrices que están moldeando el futuro de la industria.

Además de las fuerzas internas que están dando forma a esta evolución, como la tecnología y la humanización, el entorno geopolítico estratégico también está teniendo un impacto significativo en la forma en que se planifican y ejecutan los congresos, las convenciones, las exposiciones y los programas de incentivos.

Entonces, ¿qué hay realmente de nuevo con estas tendencias y qué demonios vamos a hacer con ellas? Desde abrazar tecnologías innovadoras, como la Inteligencia Artificial Generativa (GenAI) hasta hacerle un guiño a la sostenibilidad y la inclusión, para llevar nuestros eventos al siguiente nivel.

En un momento en que las tensiones geopolíticas pueden influir en los viajes internacionales y la movilidad global, la adaptabilidad y la resiliencia se vuelven aún más críticas para los organizadores de eventos.

La sostenibilidad se ha convertido en un imperativo empresarial y los eventos están adoptando políticas y prácticas más responsables desde el punto de vista ambiental y social.

Al mismo tiempo, la inclusión y el acceso están pasando de ser deseables a ser expectativas, con



eventos diseñados para ser relevantes y accesibles para personas de todos los ámbitos de la vida, incluso desde un enfoque de neurodiversidad.

Los datos están impulsando el diseño de eventos, con investigación que nutre decisiones estratégicas para garantizar que congresos, convenciones e incentivos cumplan sus objetivos y generen un retorno de inversión para todas las partes involucradas.

Mientras tanto, la innovación tecnológica se está enfocando en enriquecer la experiencia en eventos en vivo, con soluciones que van desde el uso de la inteligencia artificial hasta las aplicaciones personalizadas.

Los eventos en persona están más vigentes que nunca y eso se siente bien, porque al final del día, ¿qué es lo que realmente importa? Las conexiones, sí,

esas conexiones que te hacen sentir vivo, actualizado y te recuerdan por qué te apasiona lo que haces.

Al mismo tiempo, los invitados buscan tomar el control de su experiencia, con un enfoque en la autonomía y el tiempo libre para interacciones imprevistas (serendipia).

Finalmente, aunque los costos aún pueden ser un poco desafiantes, al menos están mostrando signos de estabilización, lo que ofrece una perspectiva más predecible para la planificación y ejecución de eventos en el futuro.

En resumen, el año 2024 promete ser un año emocionante y transformador para la industria de reuniones y eventos.

Con un enfoque en la innovación, la sostenibilidad, la inclusión y la experiencia del asistente, los organizadores

de eventos están preparados para ofrecer experiencias más impactantes y relevantes que nunca, incluso en medio de un entorno geopolítico estratégico complejo.



*** Eduardo Chaillo,**
CMP, CMM, CITE, CASE.

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL
CONTENIDO**

Yucatán

el destino por excelencia para el

turismo de reuniones



El renacimiento de la industria de reuniones a nivel nacional después de que el mundo no nos dejó continuar con los eventos por el covid, hoy Yucatán renace como el fénix de entre las cenizas y quedando en la cima de los destinos de reuniones.

El lugar de la cultura Maya que ha dejado una serie de vestigios arqueológicos, tradiciones, gastronomía y una cultura impresionante que puedes disfrutar con solo viajar a unos cuantos kilómetros al sur del país con sede para miles de eventos de talla mundial.

En 2023, Yucatán fue sede del “Concurso Mundial de Bruselas” y “Best Chefs Awards”, en 2022, recibió la 45ª edición del “Tianguis Turístico.

En la actualidad el Aeropuerto Internacional de Mérida tiene 12 vuelos a nivel nacional a las ciudades más importantes del país y ocho vuelos internacionales a Miami, Atlanta, Toronto, Guatemala, Orlando y más.

El estado de Yucatán reúne una gran cantidad de zonas arqueológicas que visitar como Dzibilchaltún y Uxmal a tan solo unos kilómetros de la gran ciudad de Mérida “La ciudad blanca” y la más segura a nivel nacional.

La ciudad de Mérida cuenta con dos distritos de reuniones para realizar eventos con capacidades impresionantes:



Distrito Congresos

Se encuentra el Centro Internacional de Congresos Yucatán (CIC), a solo dos cuadras de Paseo Montejo, la calle principal de la ciudad, donde podrás tener un viaje en el tiempo al visitar las casonas “El Minaret”, “El Pinar”, “Quinta Montes Molina”, “Las casas Gemelas”, “Palacio Cantón” y Montejo 495, recintos que guardan la historia de la ciudad y de algunas familias de renombre.

Para disfrutar de tu evento el distrito centro cuenta con 15 hoteles de alto renombre y un total de 2,147 habitaciones con 60 salones y business center; todo esto a unos pasos del recinto CIC.

Distrito Exposiciones

Alberga el Centro de Convenciones y Exposiciones Yucatán Siglo XXI que está en el top 10 de los recintos más grandes de México con 10 salones y alrededor de 23 mil metros cuadrados para eventos.

Este distrito cuenta con 13 hoteles, un total de 1,703 habitaciones y 32 business center con tan solo cruzar la calle del recinto.

Atractivos turísticos

A tan solo 20 minutos podrás sorprenderte con las maravillas del sol y la playa de Puerto Progreso donde podrás visitar el maravilloso Museo del Meteorito y vivir un viaje para conocer el pasado de la península, razón por la cual hoy podemos disfrutar de los cenotes, la playa y de la comida en los restaurantes del malecón; otra visita obligada es la reserva ecológica “El Corchito” y el Sendero Jurásico.

En Yucatán tendrás un sinfín de actividades a las cuales podrás asistir antes y después de tu congreso o simplemente planear un viaje de incentivos para tu empresa. Yucatán está en la mira de todos los mexicanos partícipes del turismo de reuniones.

Su Oficina de Congresos y Visitantes trabaja para convertir a la entidad en un destino de talla internacional ¡No dudes en poner la vista en Yucatán!

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**



- Conferencias
- Paneles
- Trade Show



haciendodelturismo.com



Panorama
Turístico



Ciberseguridad

para el
empresario del

Turismo

POR: IVÁN RODRÍGUEZ*

Datos recientes del Consejo Ciudadano de Ciudad de México revelan un alarmante aumento del 217% en casos de fraudes turísticos entre 2021 y 2022.



Este fenómeno no se limita a nivel local; a nivel global, la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) estima pérdidas de más de \$1,000 millones de dólares anuales para las aerolíneas debido a fraudes con tarjetas de crédito y otros tipos de fraude.

El robo de identidad se ha convertido en una amenaza palpable en la industria turística, impactando tanto a empresas como a viajeros.

El informe "Expectativas de Turismo" elaborado por Deloitte señala que la ciberseguridad se ha convertido en un actor principal en la agenda de los CEOs de la industria turística.

La creciente preocupación por la amenaza del cibercrimen ha llevado a la Unión Europea a establecer, desde 2016, una estrategia público privada en ciberseguridad, respaldada con una inversión significativa de 450 millones de euros.

El informe también destaca que el 89% de los ciberataques en la industria turística tienen motivaciones financieras y de espionaje.

Esta cifra subraya la naturaleza monetizable de cualquier información en manos de ciberdelincuentes. La información personal y financiera de los turistas se ha convertido en un objetivo atractivo para aquellos que buscan obtener ganancias de manera ilícita.

Amenazas Cibernéticas en el Turismo: Desafío para el 2024

El sector turístico se encuentra bajo la constante amenaza de diversas formas de ciberataques, según revela el informe de Deloitte y la experiencia de Robo de Identidad MX. Entre las principales amenazas se destacan:

- **Robo** de Información
- **Disrupción** o cambio de proceso original del Negocio
- **Calidad** del Servicio **Afectada**
- **Multas** y afectaciones Legales



Ilustración: freeepik.com

El riesgo en el sector turístico no se limita solo a las empresas grandes. La cadena de valor, que incluye negocios de terceros que complementan la oferta turística, introduce nuevos riesgos en la seguridad de los datos tanto de los clientes como de las propias compañías.

La interconexión de múltiples actores en la cadena de valor amplifica la complejidad de gestionar eficazmente la ciberseguridad.



FORMAS COMUNES DE ROBO DE IDENTIDAD EN EL TURISMO



RESERVAS FALSAS



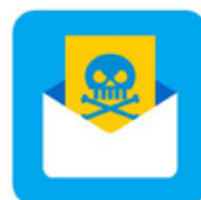
USO DE TARJETAS DE CRÉDITO ROBADAS



FRAUDE EN ALQUILER DE VEHÍCULOS



AMENAZAS AL SITIO CORPORATIVO



PHISHING POR CORREOS FALSOS Y ESTAFAS EN LÍNEA



ACCESO A DATOS EN WI-FI PÚBLICAS

Ilustración: freeepik.com

Acciones Sugeridas para Empresarios del Turismo

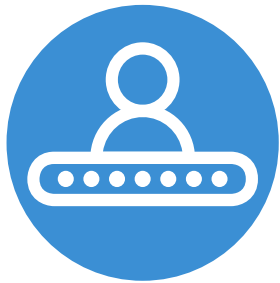
En un entorno donde la ciberseguridad es central para la sostenibilidad del turismo, es imperativo que los empresarios tomen medidas proactivas. Considerando las amenazas identificadas por Deloitte, se sugieren las siguientes acciones:



1. Inversión en ciberseguridad: Destinar recursos significativos a tecnologías y prácticas de ciberseguridad avanzadas para proteger tanto la información de los clientes, como la propia infraestructura empresarial.



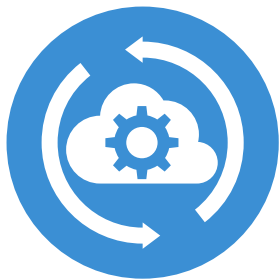
2. Colaboración en la cadena de valor: Fomentar la colaboración y la implementación de estándares de seguridad en toda la cadena de valor del turismo, garantizando una defensa integral contra ciberamenazas.



3. Concientización del personal: Educar a empleados y colaboradores sobre las mejores prácticas de ciberseguridad y la importancia de mantener la vigilancia contra posibles amenazas.



4. Implementación de políticas de respuesta: Desarrollar y practicar políticas de respuesta efectivas para manejar incidentes cibernéticos, minimizando el impacto en caso de un ataque.



5. Evaluación continua de riesgos: Realizar evaluaciones regulares de riesgos para adaptarse a las amenazas emergentes y garantizar que las medidas de seguridad estén alineadas con la evolución del panorama cibernético.

Robo de IDentidad te invita a que hagas un análisis de estas recomendaciones y que tomes en cuenta acercarte a profesionales con la capacidad de disminuir los riesgos y fortalecer las defensas contra las crecientes amenazas cibernéticas, que seguramente será desafiante en 2024.



*** Iván Rodríguez,**
director Robo de IDentidad MX.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

SONORA TOURS

Y TRANSPORTE



PROFESIONALES EN VIAJES TURÍSTICOS,
TRANSPORTE DE PERSONAL, EVENTOS
DEPORTIVOS, FAMILIARES, EDUCATIVOS
Y DE TRABAJO.

RESERVA TU FECHA Y COTIZA

☎ 6629348555

📷 SONORATOURS

📍 SONORA TOURS

SONORATOURS11@GMAIL.COM

WWW.SONORATOURS.COM.MX



PROGRAMACIÓN 2024

SONORA TOURS

ABRIL



7 | PLAYA EL COLORADO | \$1,300

13 | TOUR DEL VINO | \$1,300

14 | DUNAS DE SAN NICOLÁS | \$1,500

21 | RUTA DEL NOVILLO + URES | \$1,300

27 Y 28 | ÁLAMOS | \$3,100

• COSTO POR PERSONA

NUESTROS TOURS INCLUYEN:

- TRANSPORTE REDONDO REFRIGERADO.
- GUÍA TURÍSTICO ACREDITADO.
- SEGURO DE ACCIDENTES Y VIAJERO.

📷 SONORATOURS

📍 SONORA TOURS

WWW.SONORATOURS.COM.MX

MÁS INFORMACIÓN:

6624538024

PROGRAMACIÓN 2024

SONORA TOURS

MAYO



PROGRAMACIÓN 2024

SONORA TOURS

JUNIO





- 5 | ISLA DEL TIBURÓN | \$1,500
- 12 | DUNAS DE SAN NICOLÁS | \$1,500
- 19 | RUTA DEL NOVILLO + URES | \$1,300
- 26 | RANCHO LA PINTADA | \$1,500

•COSTO POR PERSONA

NUESTROS TOURS INCLUYEN:

- TRANSPORTE REDONDO REFRIGERADO.
- GUIA TURISTICO ACREDITADO.
- SEGURO DE ACCIDENTES Y VIAJERO.

 SONORATOURS

 SONORA TOURS

WWW.SONORATOURS.COM.MX

MÁS INFORMACIÓN:


6624538024

- 1 Y 2 | YÉCORA | \$2,750
- 9 | PLAYA EL COLORADO | \$1,300
- 16 | RUTA DEL NOVILLO + URES | \$1,300
- 16, 17 Y 18 | EL PINACATE | \$7,500 (CAMPING & HOTEL)
- 22 Y 23 | ÁLAMOS | \$3,100
- 30 | AÑO NUEVO SERI | \$1,500

•COSTO POR PERSONA

NUESTROS TOURS INCLUYEN:

- TRANSPORTE REDONDO REFRIGERADO.
- GUIA TURISTICO ACREDITADO.
- SEGURO DE ACCIDENTES Y VIAJERO.

 SONORATOURS

 SONORA TOURS

WWW.SONORATOURS.COM.MX

MÁS INFORMACIÓN:

6624538024

Astroturismo o Turismo de las Estrellas

POR: CORINA TLALI ORTEGA*

México, entre la luz y la sombra del Gran Eclipse Mexicano

La última vez que observamos un eclipse solar total en México fue el 11 de julio de 1991. Después del eclipse que esperamos el próximo 8 de abril, el siguiente ocurrirá hasta el 30 de marzo del año 2052.

La astronomía es la ciencia más antigua y a su vez la más reciente, las actividades en torno al cosmos se han vuelto una línea de negocio para la industria al atraer a viajeros de todo el mundo hacia los destinos que son escenarios de fenómenos relacionados con los astros celestes.

Elisa Haro, secretaria de Turismo del estado de Durango, en entrevista para Panorama Turístico, comentó que el destino arrancó el 2023 con mucho trabajo frente a los preparativos para el 8 de abril, día en que será el eclipse total de sol.

Si se preguntan, ¿por qué Durango tiene tanto protagonismo en este evento? Es porque la entidad será el punto central en la trayectoria del eclipse, lo que se conoce como punto



azimutal dónde se alinearán perfectamente el sol, la luna y la tierra.

La trayectoria del eclipse total de sol pasará por tres estados: Sinaloa, Durango y Coahuila:

¿Cómo observar un eclipse solar de manera segura?

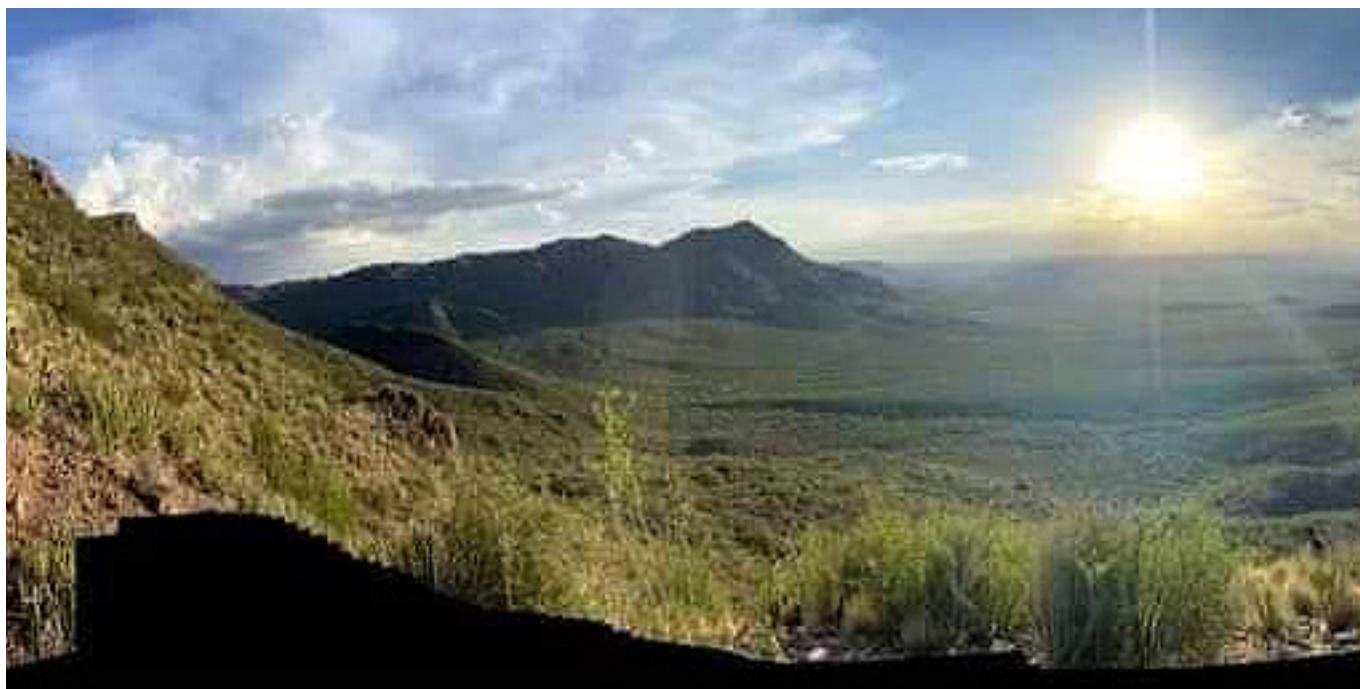
Lentes para los eclipses con certificado CE e ISO 12312-2:2015(E)

Vidrio para soldar con opacidad 14 o más

Proyectando la imagen del Sol sobre una superficie con una hoja de papel perforada

Sinaloa, será el primer estado en recibir el eclipse, que se apreciará de la mejor forma en Mazatlán. Su punto máximo será a las 12:09 pm, iniciando el eclipse total a las 12:07 y terminando a las 12:11 pm.

En Nazas, Durango, un pequeño municipio de la región lagunera de la entidad, el eclipse tendrá una duración de cuatro minutos y 28 segundos.



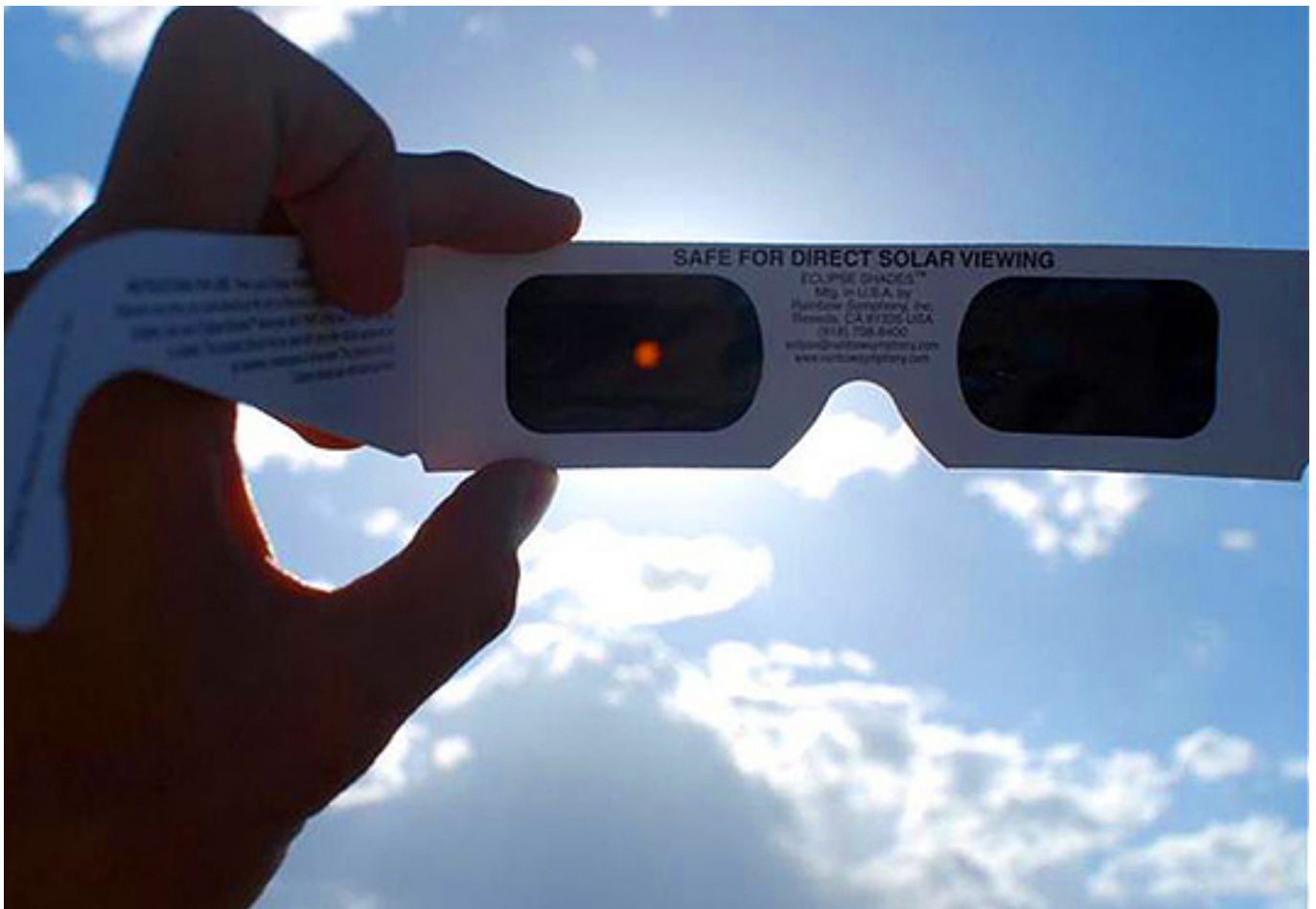
Torreón y Monclova, en Coahuila también están en el radar. En la primera, durará cuatro minutos y nueve segundos, de las 12:16 a las 12:21 pm. En la segunda, iniciará a las 12:23 pm y terminará a las 12:26 pm, con una duración de dos minutos y 25 segundos.

“El eclipse solar total será visible en México, Estados Unidos y Canadá; sin embargo, nuestro país tendrá las mejores condiciones climáticas para su observación y la duración de la fase total del eclipse será mayor en México. Por ello, la comunidad científica considera a

este evento como el Gran Eclipse Mexicano”, informó en su portal el Instituto de Geofísica de la UNAM.

Viajeros de las estrellas

La cifra estimada por la Secretaría de Turismo de Durango es de 20 mil asistentes a lo largo de nueve municipios y para contar con todo lo necesario, Haro explicó que se está haciendo un trabajo coordinado con varias dependencias del gobierno estatal,



ayuntamientos y el gobierno federal para dar a los visitantes la mejor atención.

“Sabemos que vamos a recibir a gente de España, Japón, Canadá, Estados Unidos y Rusia. Seremos nueve municipios los que estaremos activando el turismo en esa fecha”, comentó Elisa Haro.

Agregó, que además de los centros de hospedaje que tiene cada municipio también se habilitarán zonas para acampar porque se ha visualizado que la capacidad hotelera será insuficiente para la cantidad de viajeros que llegarán al destino en esas fechas.

Conectividad

La Secretaría de Turismo de la entidad ha estado en comunicación directa con Aeroméxico y Volaris para que contemplen equipos más grandes para esas fechas, pues se espera un número importante de turistas.

Debido a la alta afluencia de pasajeros que recibirá el destino, Haro comentó que están contemplando como Aeropuertos alternos el de Mazatlán que está a media hora de los centros turísticos de Durango y el Aeropuerto de Torreón que se ubica a media hora de los municipios donde podrá observarse el eclipse.



*** Corina Tlali Ortega,**

Periodista con Perspectiva de Género,
especializada en Turismo.

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL
CONTENIDO

PTRADE

LA MORADA HOTEL SAN MIGUEL DE ALLENDE

Haz Click!

La suite familiar del Hotel La Morada, en San Miguel de Allende, incluye habitación con cama king y dos individuales. O dos camas matrimoniales con dos individuales y con baño y medio. Esta configuración te brinda la flexibilidad de acomodar a tu grupo o familia de la manera que mejor se adapte a sus necesidades. Haz click y reserva ya.

Con más de 35 años de experiencia en el sector hotelero, cuentan con tres hoteles ubicados estratégicamente en Guadalajara y Morelia para garantizar la mejor movilidad a sus clientes, todos equipados con modernas instalaciones, atención de excelencia y amenidades que dejan experiencias inolvidables en la mente de sus visitantes.

Haz Click!



CITELIS HOSPITALITY

**Calidez, atención y
extraordinarias instalaciones**

HOLIDAY INN MEXICO BUENAVISTA

**En el corazón industrial
y financiero de la Ciudad
de México**

Haz Click!

Con 143 habitaciones, el hotel Holiday Inn México Buenavista dispone de seis espaciosos salones que pueden ser organizados con diferentes montajes para satisfacer las necesidades de tu evento. También, dispone de personal altamente capacitado y de moderno equipo audiovisual para hacer de tu evento un éxito.

Materializar tus ideas, objetivos y metas, creando experiencias únicas en el sector de turismo de reuniones, es el propósito y la promesa de valor de Corad. Una empresa que ha decidido transformarse, que ha tomado la determinación de ofrecer nuevas experiencias a toda aquella persona, empresa o institución que llegue hasta sus puertas.

Haz Click!

CORADMEETING PLANNER, TRAVEL AGENCY, Ground Support



Destinos atractivos y seguros para el Turismo LGBTQ



POR: MARIANO OSORES SOLER*

Para finales de 2032, se prevé que el mercado global para el turismo LGBTQ tendrá un valor de más de \$610 mil millones, según el último análisis de la industria realizado por Reports and Insights.

América Latina está viendo un aumento significativo en su protagonismo en este sector, México junto con Argentina y Brasil están emergiendo como destinos prominentes. El país ha demostrado ser un destino acogedor y diverso para la comunidad LGBTQ, atrayendo a visitantes de todo el mundo.

La participación de mercado está en alza debido a las vibrantes comunidades LGBTQ y los eventos del orgullo. México, en particular, está experimentando un crecimiento excepcional en este campo.

Los ingresos generados por el turismo LGBTQ en México están creciendo de manera significativa, respaldados por la creciente aceptación y el apoyo institucional.

ANCOTUR LGBT MX ha implementado medidas para fomentar la inclusión y promover el turismo LGBTQ, reconociendo su importancia económica y social.

Además, México está trabajando para convertirse en un destino turístico amigable y seguro para la comunidad LGBTQ. Muchas empresas en el país están buscando certificaciones y acreditaciones amigables con LGBTQ.

La Asociación Nacional de Comercio y Turismo LGBT ha estado trabajando desde el 2019 con su programa de certificación "Promoción y Sensibilización en Turismo LGBTQ" y existen iniciativas como 'Viaja con orgullo México' que promueven activamente el turismo LGBTQ.



Con su rica cultura, hermosas playas y una vibrante vida nocturna, México se está posicionando como un destino de primer nivel para los turistas LGBTQ.

La diversidad y la aceptación que se encuentra en el país atraen a miles de viajeros cada año, lo que contribuye al crecimiento continuo de los ingresos en el mercado turístico LGBTQ.



*** Mariano Osores Soler,**

Pte. de Ancotur LGBT, Consejero Nac.
Fetur y Dir. Latam LGBT RELAOODE.

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL
CONTENIDO



Eventos globales y las exigencias de hoy

POR: RAFAEL HERNÁNDEZ*

En este 2024 estaremos en momentos retadores derivado a todos los factores internos y externos que se siguen presentando a la hora de organizar eventos para conectar a las personas con los temas más relevantes y actuales.

Desde la trinchera de World Meetings Forum (WMF), que este 2024 cumple trece años conectando a los mejores organizadores de eventos a nivel global

con los proveedores profesionales para eventos, nos damos a la tarea de revisar lo que está pasando para mantener la innovación, el liderazgo y siempre ofrecer algo nuevo a todos los que participan en nuestros eventos.

A continuación compartimos algunos de los temas que vemos y que estaremos aplicando en los eventos:

01 Personalización de cada experiencia

Las personas que asisten a los eventos buscan que se les consienta y saber que todo lo que se está proponiendo está siempre pensado en satisfacer alguna necesidad o algún momento especial, por ello, es importante tratar de armar un evento desde cero, siempre interiorizando cada momento en la agenda e investigando mucho.

Hay que ser inmersivo en cada experiencia que tengamos y pensar cómo personalizarla para los

invitados. Hay que investigar mucho sobre los asistentes, cumpleaños, momentos especiales, aniversarios o gustos, para que podamos ofrecer algo a la medida.

Obviamente todo esto cuesta mucho más y quizás existan empresas y organizadores que no les permitan implementar muchas cosas por el presupuesto, pero mi recomendación es que vale mucho la pena intentarlo.

Sostenibilidad

Es un tema que regresa a tomar una relevancia mayor, y no por moda, ahora por obligación y por conciencia de un mundo mejor. Cuando esta tendencia empezó tendría su foco, principalmente, en el ahorro que podría generar a las organizaciones, pero ahora es un tema que es corresponsabilidad de todos por el planeta ya que, cada vez son más los cambios bruscos en el clima.



Por ello se tienen que pensar ahora con mucha profundidad en cómo implementar todas las acciones al alcance para que un evento reduzca su impacto en el medio ambiente.

03

Tecnología

De igual forma la tecnología sigue siendo un gran protagonista para todos los eventos, desde las apps para eventos que ahora vienen mucho más

robustas, pues no solo se pretende evitar imprimir programas y materiales, sino, llevar al asistente y usuario a conectar con los participantes.

La interacción con los speakers es importante, desde la plataformas digitales también pueden tomar notas, tener el programa del evento, bajar las presentaciones del programa académico, personalizar la información de cada usuario y muchas otras experiencias. Lo anterior va de la mano con la implementación de herramientas, como Realidad Aumentada, Realidad Virtual, Inmersión y por supuesto la IA.

Seguridad En todos los aspectos

Después del COVID-19, los organizadores de eventos tenemos que sumar a nuestra lista un amplio check list para poder seguir ofreciendo experiencias únicas pero seguras para todos los asistentes.

Calendario WMF



19 al 22 de febrero,
Connections Culiacán



4 al 7 de marzo,
Summit León



18 al 20 de marzo,
Connections Chile



16 al 19 de abril,
Summit Hermosillo



22 al 25 de abril, **Business & Partners Puerto Rico**



9 al 13 de mayo, **Study Mission Europe Sevilla**



7 al 10 de julio,
Los Cabos Luxury Edition



26 al 29 de agosto,
Summit Bogotá



4 al 7 de noviembre,
Global Caribe Mexicano



Fechas por confirmar:
Summit Tijuana
Business & Partners Costa Rica
EXTRAORDINARY MEETINGS
2024

.....

Esto va desde el entorno donde se estará organizando un evento hasta mantener los protocolos de higiene que permitan seguir entregando eventos seguros. Si bien, ya pasamos las épocas difíciles de la contingencia, hay muchos protocolos que se quedaron como preventivos.

De igual forma tendremos que informarnos muy bien de temas climatológicos, seguridad y cualquier posible situación que a un asistente de eventos pueda afectarle durante su estancia. Las personas quieren asistir a eventos y regresar seguros a sus destinos de origen.



Inclusión

Otro tema que sigue creciendo y con mayor fuerza en las empresas, los organizadores y el entorno en general es la inclusión. A pesar de que este tema está arropado por el movimiento EDI (Equity , Diversity and Inclusion) en México y LATAM vemos mucho más centrado todo el tema en la inclusión.

De nuestra parte hemos logrado abrir la puerta y sensibilizar a más de 100 empresas que se han comprometido con la contratación de Personas con Discapacidad y gracias a ello hemos logrado

la inclusión de más de 600 personas. El camino es largo y todavía hay renuencia pero aún así estamos logrando tener un cambio en este tema.

La agenda de eventos para WMF este año se completa con los siguientes destinos donde tendremos la oportunidad de aplicar muchas de las tendencias en los eventos. No dejes de seguirnos la huella y de participar con nosotros.



*** Rafael Hernández,**
COE Chairman World Meetings Forum.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**



PERSPECTIVAS ECONÓMICAS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN 2024

POR: HAZAEL CERÓN MONROY*

Imagen de Freepik.

Para este año se espera la llegada de más de 44 millones de turistas, generando ingresos por un total de 32 mil 400 millones de dólares.

Después de la pandemia, los flujos de turistas internacionales del mundo se han recuperado significativamente. Es importante destacar que en 2020 experimentaron una caída del 72%.

Sin embargo, para el año 2023, esta disminución se ha reducido a tan solo un -12% del indicador prepandemia; de forma específica, Europa está a -5.7%, América a -9.6%, África a -3.9% y Asia-Pacífico es quien aún tiene un rezago de -35.2%, pero con grandes expectativas de crecimiento para este año principalmente en Tailandia, Japón, Emiratos Árabes y Australia.

La tendencia indica un progreso notable y alimenta las expectativas de que la recuperación se logre en 2024, con un pronóstico de 2% por encima de los 1,462 millones de turistas de 2019.

Si bien, México ocupó el tercer lugar en 2020 y ascendió al segundo lugar en 2021 en la llegada de

turistas internacionales; desde 2022 ha empezado a retroceder en la clasificación internacional. Este cambio se debe a que sus principales competidores en el Caribe, como República Dominicana, están consolidando su apertura y crecimiento en el sector turístico.

Respecto a los ingresos por visitantes internacionales, el mundo aún se encuentra en -24% debajo del indicador de 2019. Hay países que aún no superan sus niveles prepandemia, solamente México, Colombia y los Emiratos Árabes lo han logrado de forma sorprendente. México creció 9.99% en divisas y cerró con un monto de 28,000 mdd nunca antes visto en 2022 y con cifra récord de 30,809 en 2023.

El comportamiento del tipo de cambio y la inflación son indicadores fundamentales para prever las perspectivas económicas del turismo. Durante 2023, se observó una apreciación del tipo de cambio del 18%, impulsada por



las remesas, la inversión extranjera, las exportaciones y los ingresos por turismo. Esta apreciación puede tener un efecto regresivo en la llegada de turistas, al comenzar a encarecer los precios en destinos turísticos.

De hecho, ya hay una desaceleración en el crecimiento, pues en 2022 fue del 20.3%, mientras que en 2023 se registró un 9.97%. Por otro lado, la estimación del Índice Nacional de Precios Turísticos realizada por la Sectur-Anáhuac, la inflación turística fue de 8.86% (4.2% mayor a la inflación), lo que

significa un encarecimiento del sector con costos más altos para los turistas durante su estadía. Esto en términos nominales, permitirá que las divisas por turismo sigan su paso ascendente durante este año.

Bajo este escenario y con base en los Índices de la Cuenta de Viajeros Internacionales de la Sectur-Anáhuac, es posible considerar que los pronósticos en México son positivos; concluyendo que para 2024, se espera la llegada de más de 44 millones de turistas, generando ingresos por un total de 32 mil 400 millones de dólares.

Durante los próximos meses será importante evaluar el efecto de la infraestructura que se ha construido a favor del turismo (Tren Maya, AIFA, aeropuertos, trenes). Aún las expectativas no las podemos ver en datos concretos, pero es claro que están generando mayor conectividad que deberá ser aprovechada por los empresarios en la creación de nuevas empresas

considerando las nuevas tendencias del viajero (experiencias personales y sustentables).

Finalmente, es importante destacar que el turismo tiene un efecto social muy positivo en la disminución de la desigualdad de los habitantes de los destinos turísticos locales, a diferencia de los centros de playa o las grandes ciudades y las ciudades patrimonio.

El aumento del número de Pueblos Mágicos a 177 fue muy plausible en 2023, pues sigue siendo una estrategia de desarrollo local, que beneficia a cerca de 10 millones de mexicanos y el reparto de la riqueza turística es más equitativo.



*** Dr. Hazael Cerón Monroy,**

Coordinador de Investigación y Posgrado de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Anáhuac México. Profesor del CIECAS-IPN.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

Oportunidades y retos del turismo en México y Estados Unidos **en año electoral**

POR: FER FAMANÍA GASTÉLUM*

Este año ocurrirán diversos eventos de gran importancia, como los Juegos Olímpicos en París, elecciones en muchos países y lo que sucede cada 12 años, las elecciones presidenciales en México y en Estados Unidos, sucesos que impactarán en la industria de reuniones.

Es un año de muchas actividades y cambios a nivel político, no solo en México, sino en otros puntos territoriales que vinculan a nuestro país, por ese motivo es importante reflexionar sobre los retos y oportunidades a los que se enfrentará nuestra industria.

¿Cuáles son las oportunidades que visualizo ante los escenarios antes expuestos?

Políticas de Turismo

Las elecciones en México también influyen en las políticas de turismo, esperando que haya una mayor y más coordinada política para impulsar el turismo, como lo existió en anteriores administraciones, al tener mayor presencia en las grandes ferias internacionales del turismo como Madrid, Berlín, Dubai, Londres, Frankfurt y nuestro propio Tianguis.

Si hay un enfoque proactivo por quien resulte presidenta para el desarrollo y promoción turística,

podría aumentar la llegada de visitantes nacionales e internacionales.

Diversificación de Mercados

La diversificación de los mercados emisores de turistas hacia México es una oportunidad estratégica. La apertura a nuevos mercados, además de Estados Unidos, puede ayudar a reducir la dependencia en un solo país. China, el Sudeste Asiático (Singapur, Vietnam, Malasia), Australia y Nueva Zelanda son ejemplos de mercados potenciales.

Coyuntura internacional

La compleja realidad que se vive en Medio Oriente, no solo con la guerra de Israel contra Hamas, sino ahora el conflicto en el Mar Rojo, se puede aprovechar para tratar de captar turismo y convenciones o reuniones que se tenían planeadas para hacerlas en Egipto, Jordania, Israel e incluso Turquía.



Innovación Tecnológica

El uso de tecnologías como realidad virtual, aplicaciones móviles y plataformas digitales puede mejorar la experiencia del turista y sobre todo del asistente a reuniones y convenciones, atrayendo a un público más amplio y moderno.

Por otra parte, tenemos grandes Retos que enfrentar y superar como lo son:

Relación Bilateral

El cambio en la administración de Estados Unidos, si el Partido Republicano retoma la presidencia y la mayoría del Congreso, podría generar políticas muy coercitivas en lo que a la admisión de turistas se refiere, para fortalecer la relación bilateral entre ambos países.

Se requerirá de una colaboración más estrecha para impulsar el turismo al facilitar el cruce de visitantes y promover destinos mexicanos en el mercado estadounidense.

Restricciones de Viaje

Los cambios en las políticas migratorias y de viaje, ya sea en Estados Unidos o México, y aun en otros países, pueden afectar la afluencia de turistas. Restricciones más estrictas podrían disuadir a potenciales visitantes, a raíz de la presión migratoria que viven ambas naciones.

Efectos Económicos

Las fluctuaciones económicas y la inestabilidad financiera relacionada con eventos electorales y geopolíticos pueden afectar los presupuestos y las decisiones de viaje de los turistas, impactando negativamente en la industria turística.

Seguridad y Estabilidad Política

La percepción de seguridad y estabilidad política es crucial para atraer turistas. Algunos eventos políticos controversiales pudieran generar preocupaciones sobre la seguridad, afectando la decisión de viajar a México, máxime cuando se acaba de anunciar el Ranking de las Ciudades más Peligrosas del Mundo, situándose México dentro de las primeras 10.

Sostenibilidad

El turismo sostenible es cada vez más importante. México enfrenta el reto de equilibrar el crecimiento

turístico con la conservación del medio ambiente y las comunidades locales.

Afortunadamente cada día hay mayor conciencia sobre el tema, tanto en los destinos turísticos, entre sus habitantes y los prestadores de servicios. Hemos creado en nuestro Grupo, ifahto SOStenible precisamente para así integrar prácticas SOStenibles en nuestras operaciones cotidianas y en los eventos que producimos, en los cuales desarrollamos estrategias y acciones concretas que iremos implementando de manera gradual para avanzar hacia un futuro más sustentable.

Competencia Global

La competencia global en la industria del turismo es intensa. México debe destacar en la promoción de destinos únicos y experiencias auténticas para competir eficazmente en el mercado internacional.

En resumen, creo que las elecciones en Estados Unidos y México ofrecen tanto oportunidades como retos para la industria turística mexicana.

La cooperación entre las diversas organizaciones turísticas privadas y de gobierno de ambos países y la implementación de políticas turísticas efectivas serán clave para aprovechar las oportunidades y abordar los desafíos de manera efectiva en beneficio de continuar teniendo una balanza turística favorable para México.



*** Fer Famañía Gastélum,**

con más de 29 años en la industria del Experiential Marketing, es CEO de ifahto WoldWide & Meeting Planner.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

5 TENDENCIAS DEL TURISMO DE REUNIONES

POR: CHARISSE SLIGHT*



Dice Abraham Lincoln que la mejor manera de predecir el futuro es crearlo uno mismo. Para este 2024, los miembros de MPI, estamos cocreando las cinco tendencias más dinámicas para el futuro de la Industria MICE.

Cuando empecé hace 33 años en esta gran Industria no había acceso a la tecnología como lo hay ahora. Las reservaciones de hotel y avión las hacían las agencias de viajes y tenías que ir personalmente a sus oficinas y días después te mandaban la cotización por fax y los boletos te llegaban con la icónica hoja roja de papel carbón.

En el presente, la era digital nos apoya para que todo sea más rápido y efectivo para los clientes y al mismo tiempo podemos realizar experiencias únicas y extraordinarias sin dañar el medio ambiente.

Por esa razón, las cinco tendencias que proponemos para este 2024 son:

01 **Integra Tecnología en tus eventos**

Propongan plataformas digitales para reservas de hoteles, aviones, registros, pagos, información de las

agendas y hacer más fácil todo para los invitados y para los meetings planners.

La Inteligencia artificial nos apoya a la traducción simultánea con gran precisión y los invitados pueden escuchar o leer en su propio celular personal, lo que hace que los costos disminuyan considerablemente.

Las Expos Mundiales de Turismo, como los son IMEX, IBTM, FITUR, FIEXPO, entre otras, utilizan los tours virtuales y el uso de realidad aumentada para enriquecer la experiencia de los destinos participantes.

02 **El Turismo Sostenible**

Para proteger el impacto ambiental y promover el bienestar en destinos emergentes. Esto incluye hoteles ecológicos y tours que apoyen la economía de las comunidades locales. Destinos recomendados: Mérida y Oaxaca.



03 Turismo de Experiencia

Los invitados quieren vivir experiencias únicas y exquisitas. Propongan actividades memorables, como puede ser un taller de alta cocina mexicana realizado por Carlos Gaytán, el primer chef mexicano en ganar una estrella Michelin; una cata de vinos por el Valle de Guadalupe o un recorrido por los campos de agave en Tequila, Jalisco.

04 **Turismo Inclusivo**

Según la Organización Juntos A.C, nuestro país tiene la iniciativa de ser un destino incluyente, donde todos podamos viajar de manera cómoda y en igualdad de condiciones, por lo que ya se encuentra trabajando en estrategias para posicionar los sitios turísticos como lugares inclusivos.

05 **Turismo de Bienestar**

Este año hay que trabajar en experiencias enfocadas en la salud y el bienestar. Retiros en destinos espectaculares para generar la mejor calidad de vida de nuestros invitados.

El futuro de nuestra industria del turismo de reuniones es vibrante, con posibilidades infinitas de cocrear con innovación y conexión en eventos,

congresos, convenciones y viajes que transforman y conectan con el mundo que nos rodea.



*** Charisse Slight ,**
es Experience Event Producer.
CEO / Fundadora de Mesarosa Group.
Presidenta del Consejo Consultivo de MPI
Foundation LATAM 2024-2025.

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL
CONTENIDO**

Turismo Religioso, un segmento de transformación

POR: SERGIO PALMA*

La pandemia que nos paralizó durante casi tres años nos ha hecho comprender la fragilidad de nuestros valores, de nuestras costumbres y de nuestra vida misma. Nos hizo igual a pobres y ricos, a poderosos y desvalidos; un microscópico virus nos enseñó como hemos violado las leyes de la naturaleza y la necesidad de transformarnos.

En ese periodo todas las actividades del planeta se vieron afectadas, impactando fuertemente los ingresos y fuentes de empleo derivados de las actividades del turismo.

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo indica que en el año 2019, mil quinientos millones de personas cruzaron las fronteras en viajes internacionales, lo que da idea de la magnitud del daño.

El Turismo Religioso en México no fue la excepción, por ejemplo, la Basílica de Guadalupe tuvo poco más de veintidós millones de visitantes en el año de 2019 e implementó estrictas medidas como tapetes sanitizantes, gel desinfectante, distancia social, traslado de celebraciones a espacios abiertos, supresión de diversas formas de expresión, concentraciones de danza, serenatas y música para evitar la propagación del virus.



A la conclusión de la crisis es notable la recuperación de la afluencia en la Basílica; tan solo del 9 al 13 de diciembre del año 2022, se recibieron más de once millones de visitantes, contrastando con los recibidos en el mismo periodo del año 2019, que fueron poco más de diez millones ochocientos sesenta y ocho mil.

Desde el año 2021 iniciaron los 10 años de preparación hacia los 500 años de las Apariciones de la Virgen de Guadalupe, previendo una gran difusión

en medios digitales. Próximamente, seremos testigos del estreno mundial de la cinta “Guadalupe, Madre de la Humanidad”.

En otras latitudes se observa también un gran trabajo, en el caso de Argentina, Brasil, Bolivia, Uruguay y Paraguay (Mercosur) con el camino de las Misiones Jesuitas en América nombrado por la UNESCO como Patrimonio Mundial en el año 2000, que con apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo han diseñado y están operando itinerarios con gran éxito.

A través de diversas organizaciones internacionales de manera entusiasta, se fomenta el desarrollo y la comercialización de productos turísticos de esta línea de negocio, como la Red Internacional de Agencias Especializadas en Turismo Religioso (REDITUR), con presencia en 21 países de cuatro continentes conformada por 49 reconocidas agencias.

También realiza una labor importante la “Red Mundial de Destinos de Turismo Religioso”, programa del “Tourism and Society Think Tank” para promover el turismo y la cultura religiosa en una región o país, contando los miembros con acceso a la Red Global, promoción y visibilidad, acceso a información y tendencias, eventos, asesoría, e innovación tecnológica, entre otros.

Todas estas herramientas apoyan al desarrollo de proveedores más confiables y profesionales ofertando confiables productos sustentables que permiten hacer frente a la siempre creciente demanda del Turismo Religioso.



*** Sergio Miguel Palma Peniche,**
touroperador especializado en Turismo Cultural y Religioso. En dos ocasiones recibió el Premio a la Diversificación de Producto Turístico Mexicano.

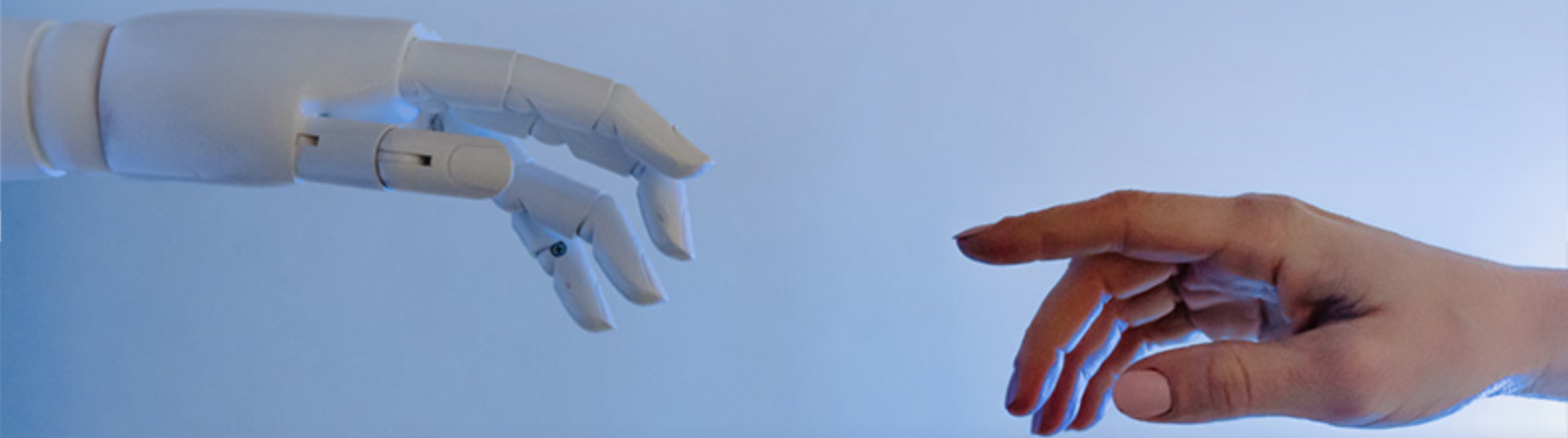
 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL CONTENIDO**

Hacia un Futuro Brillante: **PCMA Mexico** **Chapter (2024-2025)**

POR: DAVID HIDALGO*



En este fascinante momento, la industria de reuniones en México y América Latina se encuentra en un periodo de transformación sin precedentes. El auge de los eventos híbridos, impulsados por tecnologías innovadoras y un enfoque renovado en la experiencia del

asistente, ha generado un cambio radical en la manera en que concebimos y ejecutamos reuniones y eventos.

La implementación de eventos híbridos que combinan experiencias virtuales y presenciales, ha abierto nuevas dimensiones para la participación global. Este formato dinámico no solo ha respondido a las restricciones que nos impuso la pandemia, sino que ha llegado para quedarse, ofreciendo a los organizadores la posibilidad de llegar a audiencias más amplias y diversas.

La tecnología, una aliada incondicional en este proceso, nos permite trascender fronteras geográficas y conectar con participantes en cualquier rincón del mundo.

Al mismo tiempo, la industria está experimentando una revolución en términos de tecnologías innovadoras. Desde aplicaciones interactivas hasta plataformas de realidad aumentada, estas herramientas están redefiniendo la manera en que los participantes

interactúan, aprenden y comparten conocimientos durante los eventos.

Esta ola de innovación nos invita a explorar constantemente nuevas posibilidades, adaptándonos a un panorama que evoluciona a gran velocidad.

En este emocionante capítulo de la evolución de la industria de reuniones, la llegada de la inteligencia artificial (IA) se erige como un catalizador de cambio sin precedentes.

La integración de la IA está marcando una nueva era, impulsando la eficiencia, la personalización y la innovación en todos los aspectos de la planificación y ejecución de eventos.



La inteligencia artificial (IA) se destaca como motor de cambio en la evolución de la industria de reuniones. Desde la optimización de procesos hasta la personalización de experiencias, la IA redefine la planificación de eventos.

Con algoritmos avanzados, prevemos y adaptamos cada evento a las preferencias individuales, mejorando la satisfacción del asistente y creando experiencias memorables.

Mirando al futuro, la IA seguirá siendo esencial, proporcionando análisis precisos, personalización avanzada y gestión integral de eventos.

Este avance no sólo redefine cómo planificamos eventos, sino que también transforma la participación, facilitando experiencias excepcionales y propiciando un cambio positivo en la industria.

En resumen, la IA da forma a un emocionante futuro para la industria de eventos en México y LATAM, marcando un viaje hacia posibilidades infinitas y una experiencia enriquecedora.



Por último, pero no menos importante, la experiencia del asistente ha emergido como un elemento clave en este proceso de transformación.

Más allá de la simple participación, la creación de experiencias significativas y memorables se ha convertido en un objetivo central. Desde la personalización de agendas hasta la incorporación de elementos inmersivos, estamos elevando el estándar para ofrecer eventos que no solo informan, sino que también inspiran y conectan.

En este contexto, asumir la nueva presidencia de PCMA Mexico Chapter es un reto transformador que hay que afrontar de manera profesional, visionaria y abierta al cambio.

Como piedra angular de esto, estará el fortalecer aún más nuestra conexión con PCMA LATAM, llevando la educación de nuestros socios a nuevas alturas, aprovechando al máximo los beneficios

de membresía, construir una comunidad sólida y posicionar a PCMA como la puerta de entrada y salida de México en el panorama internacional.



*** David Hidalgo,**
presidente de PCMA México.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

Así opera la Inteligencia Artificial

¿Has pensado trabajar con una asistente virtual?

Wualub



La inteligencia artificial (IA) está transformando radicalmente el panorama de las empresas turísticas, marcando el comienzo de una era donde la personalización, eficiencia y análisis de datos se convierten en los pilares fundamentales de la industria.

Esta revolución tecnológica no solo está mejorando la forma en que las empresas interactúan con sus clientes, sino que también está redefiniendo la experiencia del viaje, ofreciendo a los turistas servicios más intuitivos, personalizados y accesibles.

En la vanguardia de la evolución turística, Myrus emerge como un pionero, integrando inteligencia artificial para revolucionar el sector. Creado por Luis Sánchez Ibarra y Miros Calderón, Myrus no solo optimiza la gestión de servicios turísticos, sino que enriquece la experiencia tanto de proveedores como de viajeros.

La IA ha redefinido el concepto de viajar, transformando tareas antes tediosas en experiencias fluidas y personalizadas. Desde la reserva de alojamiento y la interacción con servicios al cliente, hasta la reserva de tours y actividades e información del destino.



Esta tecnología ha simplificado cada paso del viaje. En particular, ejemplifica esta evolución: es un asistente virtual que utiliza algoritmos avanzados, proporciona asistencia personalizada 24/7 en más de 150 idiomas.

Luis Sánchez Ibarra y Miros Calderón, los visionarios detrás de Myrus, no solo han creado una herramienta para mejorar la gestión turística; han forjado una vía para redefinir la hospitalidad.

Su amor por el turismo mexicano y su creencia en el potencial de la IA para mejorar las experiencias turísticas son palpables en cada interacción Myrus facilita. Esta plataforma no busca reemplazar el toque humano, sino amplificarlo, permitiendo a los proveedores turísticos ofrecer un servicio precedentes.

La personalización, uno de los grandes fuertes de esta solución tecnológica, se basa en detect



necesidades y objetivos del viajero para adaptar las recomendaciones a las preferencias individuales, asegurando que cada viajero se sienta único.

Esta atención detallada, combinada con la eficiencia operativa busca ser una herramienta invaluable para cualquier empresa turística que busque prosperar en la era digital.

El turismo, impulsado por innovaciones tecnológicas, se encuentra en un punto de inflexión. Las empresas que adopten estas tecnologías no solo estarán

preparadas para el futuro; liderarán el camino hacia él.



La integración de inteligencia artificial en su estrategia no es simplemente una mejora tecnológica, es una

declaración de intenciones: un compromiso con la excelencia, la innovación y una experiencia turística sin igual.

Descubre más en:

<https://wualub.com/conciERGE-inteligenciaartificial-myrus/>

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

Retos y Oportunidades del Transporte Turístico en México

POR: CLEMENTE VILLALPANDO*

El turismo interno en México representa el 82.5 por ciento del consumo turístico total con un gasto de 142 mil millones de dólares. Además, genera el 85 por ciento de la ocupación hotelera con 102 millones de turistas hospedados anualmente.

En ese sentido, el transporte terrestre es una piedra angular de la industria turística. Alrededor de

590 empresas se dedican a la actividad de transporte turístico terrestre en México, los cuales dan trabajo a cerca de 6,600 personas, según datos de la consultora Market Data México.

Se estima que el autotransporte turístico por tierra está conformado por casi 87 mil unidades (60 por ciento son autobuses) y moviliza 61 millones de viajeros.

Sin embargo, los autobuses turísticos y de pasajeros sufren de problemáticas que pegan directamente en su operación. Las más importantes son:

Inseguridad

Los robos no son privativos del transporte de carga en México. Durante los primeros 11 meses del 2023, el robo de autobuses de pasaje y turismo aumentó casi 43% respecto al año anterior, de acuerdo con cifras de la FGR.

Los dirigentes de Canacar, Canapat, ANTP, Comecarne, AMIA, entre otros, enviaron una carta dirigida a López Obrador y la hicieron extensiva a los gobernadores como protesta por la inseguridad y violencia que vive el sector de transporte, por lo que exigieron estado de derecho y condiciones para transitar “sin miedo” por las carreteras.

Informalidad

Durante la pandemia, empresas de autotransporte turístico registraron pérdidas de al menos 100 mdp; el movimiento de pasajeros y turismo tuvo una caída de poco más de un 80 por ciento.

Ante la falta de incentivos fiscales y apoyos crediticios por parte del gobierno, diversos empresarios despidieron personal y otros migraron hacia la informalidad.

De acuerdo con Aurelio Pérez, presidente de la Cámara Nacional del Autotransporte de Pasaje y Turismo (CANAPAT), la informalidad representa en la



actualidad más del 60% de los vehículos que prestan servicio a pasajeros y la simulación es la forma más común de hacerlo.

“Como industria, hoy la informalidad es la amenaza más grande. Es un tema que hay que atender”, advirtió el titular de la Cámara que agrupa a más de 600 socios y empresas de autotransporte, y turismo de pasajeros en sus diferentes modalidades.

Estos son los principales eventos de turismo en 2024



Gala Vallarta-Riviera Nayarit 2024
(8 y 9 de febrero)

Torneo Abierto Mexicano
de Tenis en Acapulco
(26 de febrero al 2 de marzo)



Tianguis Turístico México 2024
(Del 10 al 12 de abril)

Feria Internacional de Cerveza
en Guadalajara
(Del 24 al 26 de mayo)



EXPHOTEL en Cancún
(Del 11 al 13 de junio)

Sobrerregulación

La publicación de la Ley General de Movilidad y Seguridad Vial es un triunfo y el punto de partida para que la Estrategia Nacional de Movilidad y Seguridad Vial tenga impactos positivos en lo inmediato.

Sin embargo, existen algunos riesgos, como la posibilidad de que exista una sobrerregulación y se pueda caer en el supuesto de la contradicción legal.

Para CANAPAT es preciso ser muy claros respecto a lo que ya está normado, cuáles son las obligaciones que hoy ya se cumplen y pedir que no se genere una carga impositiva adicional, particularmente a los prestadores de servicios de autotransporte federal.



*** Clemente Villalpando,**
es Especialista en Transporte e
Internacionalista. Catedrático en
temas de Comercio y Relaciones
Internacionales. CEO en Transporte.mx

contacto@transporte.mx

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL
CONTENIDO**



Nuevas tecnologías para las tendencias actuales del turismo y sus líneas de negocio

POR: FERNANDO AVILA STAGG*.

Este año, los viajeros experimentarán una oleada de nuevas tecnologías, de manera más sostenible y personalizada que transformará su forma de viajar.

En el 2024, el sector turístico va a ser protagonista de muchos cambios importantes, impulsados por avances e innovaciones en el área tecnológica, modificando los hábitos en que los pasajeros organizan, compran y viven sus viajes.

A continuación, veremos cuáles serán las tendencias tecnológicas más importantes de este año, que transformarán el futuro del turismo y sus líneas de hacer negocio como hasta ahora se conocen.

Inteligencia **artificial generativa**

La inteligencia artificial (IA) generativa ayudará tanto a viajeros, profesionales del turismo y dueños de propiedades desde hoteles hasta anfitriones de alquileres vacacionales a facilitar la reserva de sus viajes y optimizar sus operaciones.

Esto reducirá tiempo de búsqueda y horas de trabajo repetitivo, con mejora significativa de la experiencia.

Por otra parte, aplicaciones como CHat GPT o Mid Journey ayudarán a los destinos y empresas turísticas a diseñar campañas más creativas e impactantes para atraer a nuevos viajeros. Esta tendencia refleja el compromiso del sector turístico en brindar vivencias memorables y únicas a los viajeros.

Big Data

La compañía de viajes Expedia ha utilizado el análisis de datos para identificar las tendencias de viajes y ofrecer recomendaciones personalizadas a sus clientes. Otro ejemplo importante a nivel gubernamental en Big Data es lo que ha hecho Singapur con respecto a aprovechar eficazmente los datos para personalizar las experiencias turísticas.

A través del análisis de datos, esta ciudad ha adaptado ofertas y programas turísticos para satisfacer las preferencias personalizadas de los visitantes. Como resultado, ha experimentado un aumento constante

en el número de turistas y un crecimiento económico sostenible.

El almacenamiento masivo de datos mediante el Big Data es fundamental entre las empresas hoy en día. El conservar la información de los clientes por un tiempo determinado permite arrojar datos estadísticos sobre los mismos, como referencias o patrones de búsqueda repetidos, así como preferencias y gustos al comprar.



Además, se pueden crear herramientas de predicción que permiten conocer tendencias de los potenciales clientes y la línea de tiempo en la que viajan.

Esta innovación, puede funcionar como una herramienta que mediante datos estadísticos ayude a cualquier prestador de servicios a proporcionar mejores productos para sus posibles compradores.

Esta tecnología también presenta otras opciones, como la utilización de sensores, que pueden medir la ocupación de un “venue”, sea un restaurante, una tienda o un centro de convenciones.

Estos sensores pueden servir para múltiples usos, como para las llamadas a habitaciones inteligentes que permiten el ahorro de recursos al activar y desactivar luces por medio de la voz, cambiar la temperatura del cuarto, navegar por el televisor o cerrar las cortinas.

El análisis de datos da la posibilidad de revisar opiniones, información de redes sociales, datos del clima de reservas, la ubicación o preferencias del cliente, además de ayudar a personalizar las experiencias turísticas de cada visitante.

Apps para entornos móviles en el sector B2B

El uso de aplicaciones móviles seguirá expandiéndose en el sector empresarial del turismo. Según Booking.com, al 76% de los viajeros en el mundo les agrada utilizar aplicaciones móviles para reducir el estrés que produce organizar un viaje.

Además, el 60% estaría dispuesto a utilizar una aplicación sostenible que ofrezca recompensas.

Con el auge de programas de afiliación y mercados de comercio electrónico, los influencers desempeñarán un papel crucial al trabajar como socios estratégicos

para las redes sociales, simplificando las reservas a través de diversos canales virtuales.

Es decir, que se democratiza el negocio y cualquier persona puede convertirse en un asesor de viajes, recibiendo un porcentaje de comisión por las reservas.

Un ejemplo de esto es la aplicación de viajes Airbnb que ha mejorado su app móvil permitiendo a los usuarios reservar alojamiento y experiencias en cualquier momento y lugar del planeta.

El objetivo actual es poder llegar al cliente mediante distintos dispositivos electrónicos que se usan en la vida diaria, llevando la delantera el teléfono celular.

Así también, como anunciar campañas de marketing en sitios web, publicidad mediante newsletters, es fácil que cualquier persona vea algún tipo de información en su dispositivo móvil.

Conectividad ultrarrápida 5G

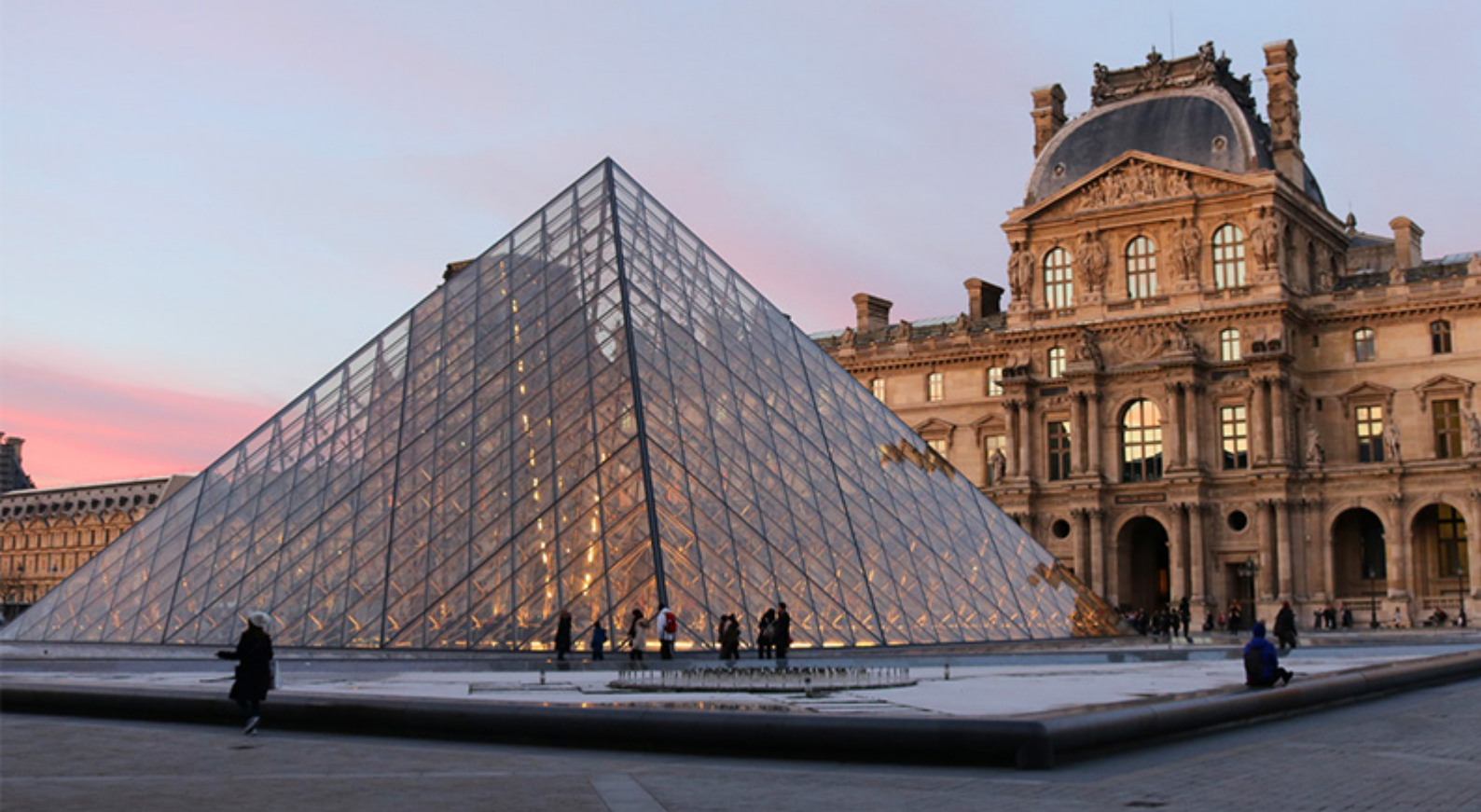
La implementación del 5G en la mayoría de países marcará un parteaguas en la conectividad para los viajeros. Desde cualquier parte del mundo, la velocidad de internet, televisión y telefonía móvil experimentará mejoras significativas.

Este avance permitirá reservas más rápidas a través de redes sociales, así como experiencias inmersivas mediante realidad virtual o streaming de alta calidad.

Además, la incorporación de sensores IoT (Internet de las cosas) facilitará el análisis de datos, contribuyendo a una personalización de las preferencias de los clientes, mejorando la eficiencia operativa en el sector turismo.

Realidad Aumentada

La realidad aumentada es una tecnología que permite superponer información digital sobre el mundo real. En el sector del turismo, se está utilizando para



mejorar la experiencia del usuario, proporcionando información adicional sobre los lugares que se visitan.

Por ejemplo, el Museo del Louvre, en Francia, la ha utilizado para proporcionar información adicional sobre las obras de arte y mejorar la experiencia del usuario. De este modo, los turistas pueden usar la realidad aumentada para ver información sobre obras de arte, monumentos históricos o edificios famosos.

Otra muestra de esto, puede encontrarse en el Metropolitan Museum of Art de Nueva York que ha gamificado la experiencia de la visita a sus salas, invitando a los visitantes a utilizar la app Replica, que utiliza la realidad aumentada y realidad virtual para dar pistas sobre dónde encontrar artículos específicos del museo que pueden coleccionar y usar en sus perfiles de Roblox, una plataforma de entretenimiento online para jugar.



*** Dr. Fernando Avila Stagg,**

director de Proyectos Internacionales de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Medicina Perinatal (FLAMP). Organizador de Eventos Académicos en más de 14 países en Iberoamérica. Experto en Inteligencia Artificial y Ciberseguridad.

+5939 8796 6691

Fernando.avila76@hotmail.com



SIGUIENTE



ANTERIOR



**REGRESAR AL
CONTENIDO**

JAPÓN, UN DESTINO FUTURISTA EN TENDENCIA

POR: ARTURO MONLUI*

En 2023 uno de los destinos turísticos que inundó las historias de Instagram fue Japón. Antes de la pandemia era económicamente poco accesible para algunos, pero aún así lograba tener una cantidad interesante de visitas.

Los Juegos Olímpicos pusieron a este país en una situación crítica debido a que hicieron una gran inversión en infraestructura, pero al cancelarse el evento deportivo y posponerse para 2021 no hubo manera de recuperación, pues las competencias se efectuaron a puerta cerrada.

Esto provocó una devaluación que haría mucho más baratos los precios en hospedaje y alimentos. Y una vez que abrieron las puertas, sería el sector turístico quién aprovecharía la oportunidad.

Japón a diferencia de otros destinos es una mezcla de vanguardia y cultura milenaria, pero existen muchos miedos para visitarlo a profundidad, sobre todo en personas de la mediana y tercera edad.

Lenguaje sin barreras

Sin embargo, este país tiene la infraestructura para vivir una buena experiencia con algunos trucos y

dispositivos tecnológicos literalmente al alcance de la mano. El primer miedo es la barrera del idioma. Desde 2017 he visto muchos dispositivos de traducción simultánea, pero la respuesta no era inmediata.

Hoy en día gracias a la Inteligencia Artificial incorporada a varias apps, como la traducción de Google, se puede entablar una conversación directa y mucho más compleja.



Se mejora la experiencia incluyendo audífonos inalámbricos para un diálogo sin ruido para conocer personas. Pero para preguntar precios o indicaciones con el teléfono es más que suficiente.

Además esta app puede traducir al instante los “kanji”, idioma japonés a cualquier otra lengua sólo enfocando la cámara al texto y con eso se pueden leer letreros del metro o un menú directo desde la pantalla.

Existen dispositivos más especializados, como los audífonos Timekettle X1, lanzados este año y que los proveedores turísticos pueden ofrecer.

Conectividad al alcance de todos

Para que muchas de estas aplicaciones funcionen al 100 es importante la conectividad, el acceder a una red de datos y en eso Japón es experto. La cantidad de opciones es variada desde redes públicas dentro

del transporte o incluso en las tiendas de conveniencia los turistas pueden conectarse a internet.

No se puede desaprovechar la potencia del WiFi Pocket, un dispositivo de renta que puede conectar varios dispositivos al mismo tiempo, funciona para grupos y ofrece datos ilimitados, ya sea por día o por mes (renta mensual datos ilimitados) \$121 dlls.

Otra opción son las tarjetas SIM prepagadas, que ahora dejan de ser físicas debido a que la nueva



generación de teléfonos utiliza SIM virtuales. Una gran ventaja, ya que se pueden tener varias de distintos países en un mismo teléfono sin tener que conseguir un clip para cambiar el chip.

Adiós efectivo y tarjetas bancarias

Algo interesante sobre comprar en Japón es que lo puedes hacer por medio de tu tarjeta de transporte público, una especie de monedero electrónico que puede ser recargada dentro de las estaciones, con ella puedes comprar en restaurantes, tiendas de conveniencia o máquinas de venta callejera que ofrecen refrescos hasta ropa (literalmente hay todo tipo de mercancía en estas máquinas).

Ya está disponible la app Suica o Pasma para pagar directo desde tu teléfono o reloj inteligente sin necesidad de utilizar una tarjeta física de transporte. Si haces muchas compras y llevas las manos llenas, solo con acercar tu reloj entras al metro y

te compras una lata de café caliente en la máquina mientras esperas el tren.

En muchas zonas turísticas los restaurantes utilizan máquinas de pantalla táctil, para ordenar antes de entrar al establecimiento, esto facilita que puedas seleccionar el idioma de la pantalla, ver el producto y pagar directo.

Una vez con tu ticket en mano el mesero lo recoge y te entrega tu platillo. Incluso en algunos restaurantes te lo lleva un robot, una práctica que se hizo común después de la pandemia.

Tecnología vs Experiencias

Japón tiene la particularidad de estar hiperconectado y con un buen paquete de aplicaciones que el proveedor de servicios turísticos puede ofrecer o recomendar a los viajeros para establecer un itinerario como en ningún otro país.

El poder conocer con exactitud los horarios y rutas de los trenes con exactitud desde google maps, traducir el lenguaje al instante, pagar sin dinero físico y sin usar tarjetas bancarias, entrar a hospedajes operados con inteligencia artificial, donde el teléfono es la clave para operar toda la habitación.

Especialmente ciudades como Tokio es donde puedes disfrutar de estar en medio de una cultura y tradición con filosofías únicas y con la tecnología suficiente como para olvidarte que estás del otro lado del mundo y sentirte seguro y cómodo.



*** Arturo Monlui,**
es Periodista en Innovación
Tecnológica y Ciencia.

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL
CONTENIDO

México al desnudo

POR: LUIS FELIPE HERNÁNDEZ BELTRÁN*

*“Un cuerpo desnudo solo debe de pertenecer a quien se enamora de un alma desnuda”,
Charles Chaplin*

// ¡Amor y paz!" y "Hacer el amor y no la guerra", no solo fueron frases que marcaron al movimiento hippie en los años 70, también fue una oración con la que inicia el movimiento nudista en México.

Fue en la playa de Zipolite, en el municipio de San Pedro Pochutla, estado de Oaxaca, un lugar alejado por completo del bullicio colectivo, sin el auge del entonces naciente capitalismo, el lugar elegido por los hippies para poder realizar sus rituales, drogarse a gusto, escuchar la música satanizada por la sociedad conservadora, pero sobretodo, desnudarse sin pudor alguno, conviviendo con otros afines que deseaban no solo experimentar, sino dedicarse de lleno a este estilo de vida.

Este sitio pasó de ser una playa silvestre en el que los lugareños sembraban semillas para después comercializarlas, a un litoral que poco a poco fue edificándose con hoteles, tiendas, casas de descanso... todo rústico.

Desde entonces, miles de turistas abarrotan año con año el kilómetro y medio de largo que mide la playa Zipolite para desnudar sus cuerpos, todo de manera familiar: hombres, mujeres e integrantes de la comunidad LGBTQ+; ancianos, adultos, adolescentes, niños y bebés; la mezcla de razas: blanca, apiñonada y negra; comparten su desnudez, comen, desayunan, cenan... juegan fútbol y voleybol, danzan y nadan, asolean sus cuerpos... todo en una sola comunión.

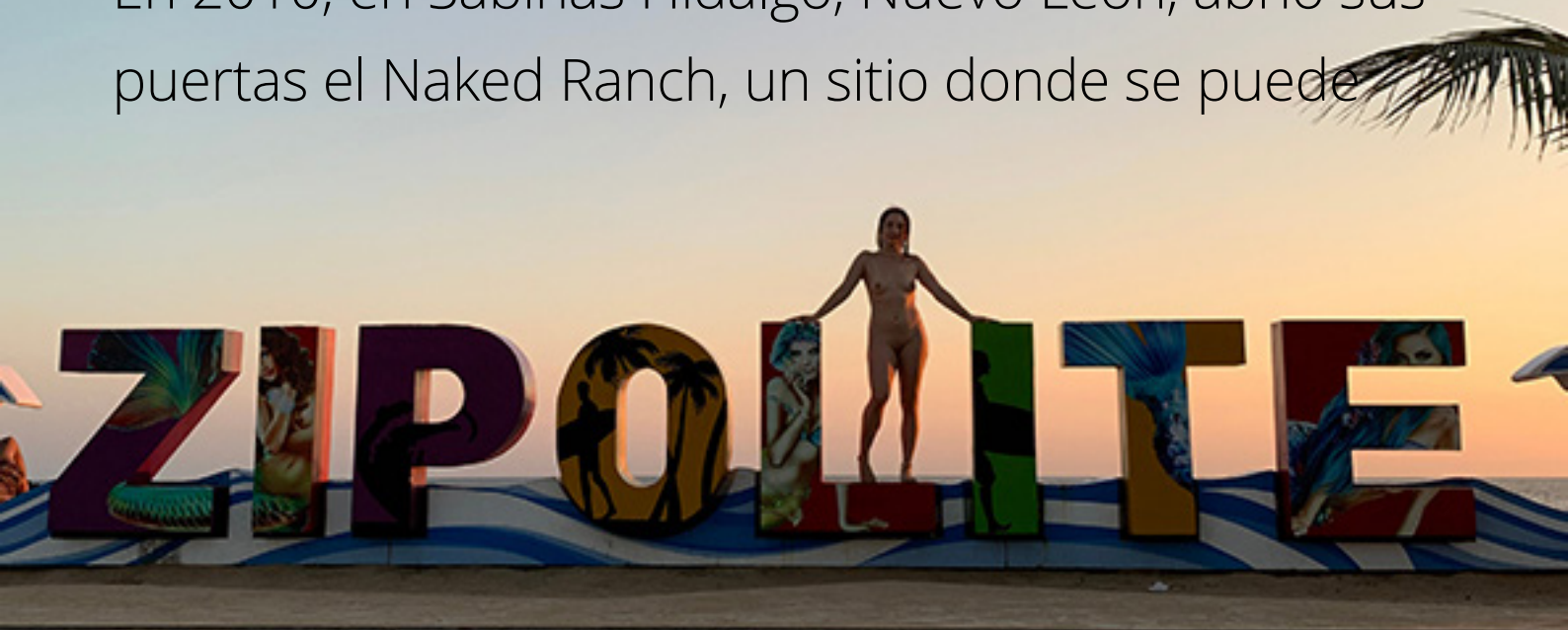
Así nace en México el turismo nudista, llevando con el paso del tiempo no solo a la playa de Zipolite, extendiéndose a otras playas vírgenes más, que aunque no gozan del permiso legal, es común verlas pobladas de gente sin prendas de vestir algunas.

Gracias al auge de la tecnología, se han formado distintos grupos nudistas en redes sociales, cuyos integrantes buscan reunirse al desnudo de manera presencial. No nada más en playas, organizan reuniones caseras,

rentan espacios como balnearios, salones de eventos y casas de descanso.

El 6 de mayo de 2007, la visita que realizó a México el artista neoyorkino Spencer Tunick, cuando para una de sus polémicas instalaciones fotográficas desnudó a más de 18 mil personas voluntarias en la plancha del Zócalo de la Ciudad de México, fue un parteaguas para la práctica del nudismo en el país pues después de ese acontecimiento, sucedieron varios sucesos que incrementaron su popularidad.

En 2010, en Sabinas Hidalgo, Nuevo León, abrió sus puertas el Naked Ranch, un sitio donde se puede



disfrutar al desnudo de la naturaleza, especialmente en un arroyo de agua cristalina.

En 2011, ante un notario público, se constituyó la Federación Nudista de México, creada con el objetivo de promover el turismo social y familiar, con ello, la constante organización de eventos como albercadas, sesiones de yoga, práctica de baños temazcales y hasta el montaje de obras de teatro con actores y público totalmente nudista.

Uno de los logros de la Federación, fue convencer al Municipio de San Pedro Pochutla, Oaxaca, para declarar gubernamentalmente a Zipolite como playa nudista. Eventos de carácter internacional como el Encuentro Latinoamericano de Nudismo, el Festival Nudista Zipolite, que del 31 de enero al 4 de febrero de 2024 celebró su novena edición, logrando reunir hasta más de seis mil nudistas de diferentes partes del mundo.

La comunidad nudista pide no confundir esta práctica con otras de índole sexual, se busca que los practicantes convivan sin nada de ropa con otras personas ya que el nudismo es de carácter familiar, independientemente de la religión, raza, nacionalidad, complexión física o preferencia sexual que se tenga.

Dicen los nudistas, que entre los beneficios que da la práctica de este estilo de vida, sobretodo en lugares públicos, están el aumento de autoestima y buen humor, disfrutar de la naturaleza siendo parte de ella; la igualdad social, ya que, al estar desnudos, todos son iguales; y sobretodo, el que no existirán las marcas de sol que genera la ropa en la piel.

Con la consolidación de las redes sociales y los canales de video por internet, han surgido figuras/activistas que constantemente generan contenido para promover el turismo al desnudo, entre ellos se encuentran Francelli Rentería, Héctor Martínez,

Ángela de la Cruz, Fabiola Silva, Carolina Silva y Sandra Morales 'SexSan'.

A pesar de que el número de practicantes se ha multiplicado en los últimos años y que hay mayor tolerancia entre los no nudistas, el reto que enfrentan las organizaciones y comunidades nudistas en México sigue en crecimiento por tratarse de una filosofía relativamente nueva y que rompe con los marcos de referencia en los que se contextualiza la sociedad mexicana.

Y a todo esto, usted, querida lectora, querido lector ¿le gustaría experimentar el turismo nudista?

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**



*** Luis Felipe
Hernández Beltrán,**

Licenciado en Ciencias de la
Comunicación Educativa.



Panamá:

El Nuevo Epicentro de la Industria de Reuniones

POR: FRANCISCO CACHAFEIRO*

En el corazón de América, Panamá emerge como el destino de moda en la industria de reuniones y eventos corporativos.

Este país, conocido por su emblemático canal, es mucho más que una maravilla de la ingeniería; es un punto de encuentro de culturas que ofrece una combinación única de modernidad y tradición.

Conectividad Inigualable

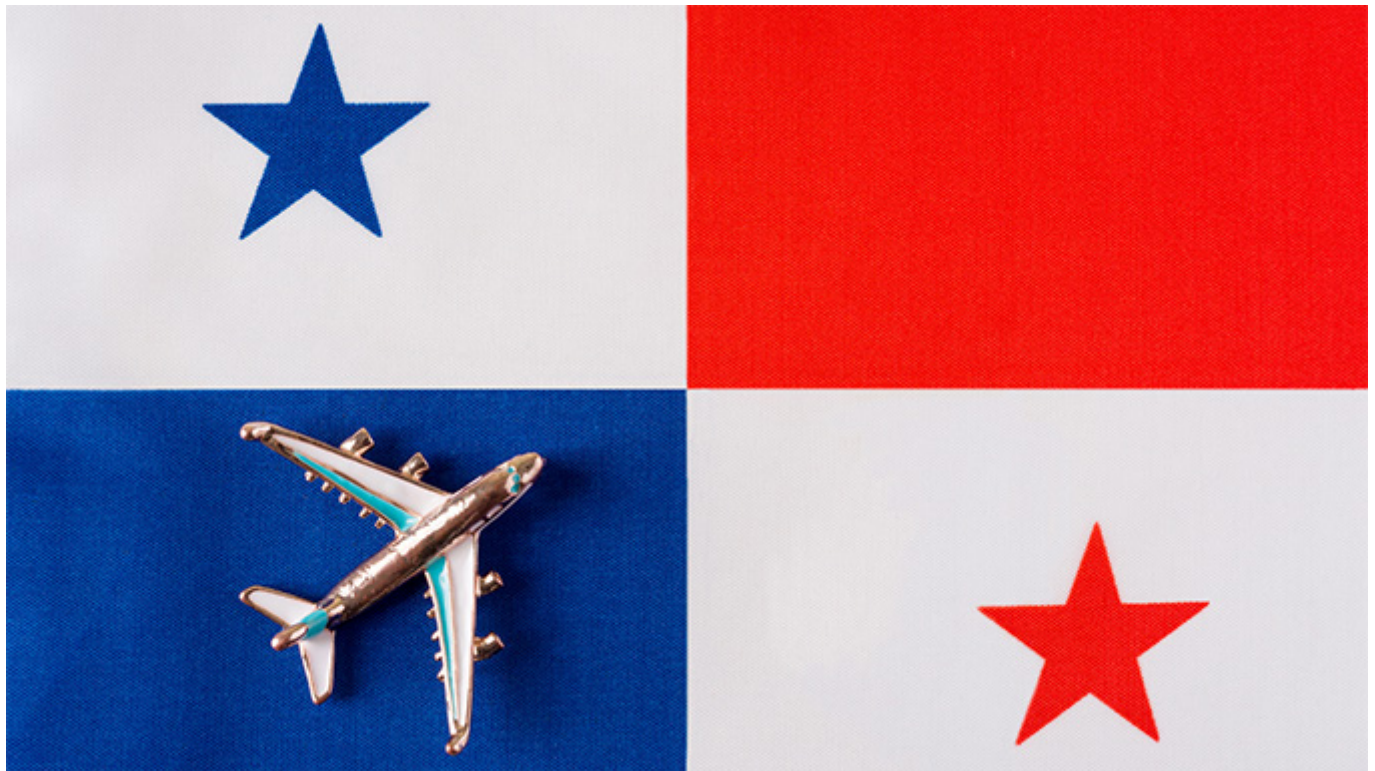
La conectividad aérea de Panamá es inigualable en la región. El Aeropuerto Internacional de Tocumen, conocido como el "Hub de las Américas", ofrece vuelos directos desde ciudades en América y Europa.

Esta accesibilidad facilita la logística de eventos internacionales, permitiendo a los organizadores y asistentes una llegada sin complicaciones al país.

Infraestructura de Vanguardia

Panamá cuenta con una infraestructura moderna y en constante expansión. El Centro de Convenciones de Amador, con vistas al Canal de Panamá, es uno de los más nuevos y tecnológicamente avanzados de América Latina.

Capaz de albergar a más de 25 mil personas, este recinto es perfecto para conferencias internacionales, exposiciones y ferias comerciales.



Una Oferta Cultural y Turística Diversa

Más allá de los negocios, Panamá ofrece una rica experiencia cultural y turística. Desde las históricas calles empedradas del Casco Viejo, las playas del Caribe y el Pacífico, hay algo para cada visitante.

La biodiversidad de Panamá es otra de sus grandes atracciones, con parques nacionales que son hogar de una impresionante variedad de flora y fauna.

Los visitantes pueden explorar el famoso Canal de

Panamá, maravillarse con la ingeniería que conecta dos océanos o sumergirse en la cultura indígena Guna en las paradisíacas Islas San Blas.

Gastronomía de Fusión

La gastronomía panameña es un reflejo de su diversidad cultural, ofreciendo una exquisita fusión de sabores indígenas, españoles, afroantillanos y asiáticos.

Los eventos en Panamá son una oportunidad para deleitarse con platos locales e internacionales, donde destacan el ceviche de mariscos, el sancocho, y la ropa vieja.

Además, la creciente escena gastronómica en la ciudad de Panamá atrae a chefs de renombre internacional, elevando la experiencia culinaria a nuevos niveles.

Sostenibilidad y Responsabilidad Social

El compromiso de Panamá con la sostenibilidad y la

responsabilidad social es evidente en su industria de reuniones.

Muchos hoteles y centros de convenciones adoptan prácticas verdes, desde el uso de energías renovables hasta programas de reciclaje y conservación de agua.

Esta conciencia ecológica no solo protege el rico patrimonio natural del país, sino que también ofrece a los organizadores de eventos la oportunidad de contribuir positivamente al medio ambiente.

Conclusión

Panamá se está consolidando como un destino de moda para la industria de reuniones, combinando facilidades de clase mundial con una oferta turística y cultural sin igual.

Su estratégica ubicación, avanzada infraestructura y compromiso con la sostenibilidad, lo posicionan

como el lugar ideal para eventos que buscan dejar una huella positiva en el mundo.



*** Francisco Cachafeiro,**
Socio Fundador
Corad Meeting Planner.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**



Tecnología,

Sostenibilidad y

Personalización

¿Estás listo para implementar estas tendencias?

POR: BENJAMÍN IZQUIERDO*

Me puse a observar las tendencias del turismo para este 2024 y sin duda el marco que regirá será la sostenibilidad, la tecnología y sin duda la personalización de los viajes.

Las personas, ahora según veo, quieren alejarse de los viajes y circuitos tradicionales, tratando de armar sus propias experiencias con objetivos claros, digamos si es un viaje de aventura o de naturaleza que sea así exactamente, que los lleven a experiencias personales armadas a su medida e intereses.

La responsabilidad social es punto clave para el desarrollo de las comunidades por lo cual ahora los prestadores de servicios turísticos están preocupados por incluir en sus servicios este retorno a las comunidades locales, implementando programas que apoyen su economía y consumo de sus productos.

“El turista responsable”, como los hemos llamado en varias ocasiones en nuestros programas de TipTravelTop representa la pieza clave para que la localidad, el medio ambiente y el proveedor tenga el mejor retorno del impacto de su visita.



Esto se logra con programas de inclusión y teniendo bien claro las políticas ambientales y de responsabilidad comunitaria.

Por otra parte, una tendencia importante que hay que considerar es la tecnología, ¿cómo llega la inteligencia artificial a los procesos de consumo en el turismo?, pues con mucha fuerza.

El vendedor turístico tiene que pensar que esto es una gran herramienta para su venta, cuando el cliente te pide algo es porque ya reviso en otros campos la mejor oferta entonces debemos utilizar y conjuntar nuestras mejores habilidades de venta con el conocimiento y experiencia obtenida, apalancada con la inteligencia artificial que sin duda te ayudará a centrar mejor tu propuesta.

Hace apenas una semana a esta publicación, por curiosidad me metí a un chat para poder realiza un recorrido a Japón y Corea, lugares que solo conozco parcialmente, sin embargo la respuesta fue sorprendente, ofreciéndome un recorrido armando con los principales lugares de atracción y recomendaciones.

Si quieres respuestas claras tienes que ser muy claro en tus preguntas, para esta herramienta que está alimentada de miles de contenidos de experiencias de viajes, por eso es importante tu precisión.

No tengamos miedo a los cambios, hay que sumarlos a nuestra experiencia profesional.

Entonces quiero terminar con esto, si otra de las tendencias es buscar la mejor opción en la personalización de los viajes, no pierdas de vista hacer las preguntas normales durante el proceso de solicitud de tu cliente:

01 ¿Qué buscas?

02 ¿Qué quieres sentir cuando concluyas el viaje?

03 ¿Con quién compartes este viaje?

04 ¿Cuánto te quieres gastar?

designed by freepik

repik

con la finalidad de dar a ellos la mejor experiencia y contenido del viaje.

Hagamos del turismo una gran experiencia acompañados de la tecnología, responsabilidad social y profesionalismo.

Hasta pronto amigos queridos “traveleros de corazón”.



Mtro. Benjamin Izquierdo M.

Tip Travel Top, las 3 “T” del turismo

www.forzatravel.com

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL
CONTENIDO



La Organización Mundial de la Salud indicó México ocupa el primer lugar en estrés laboral

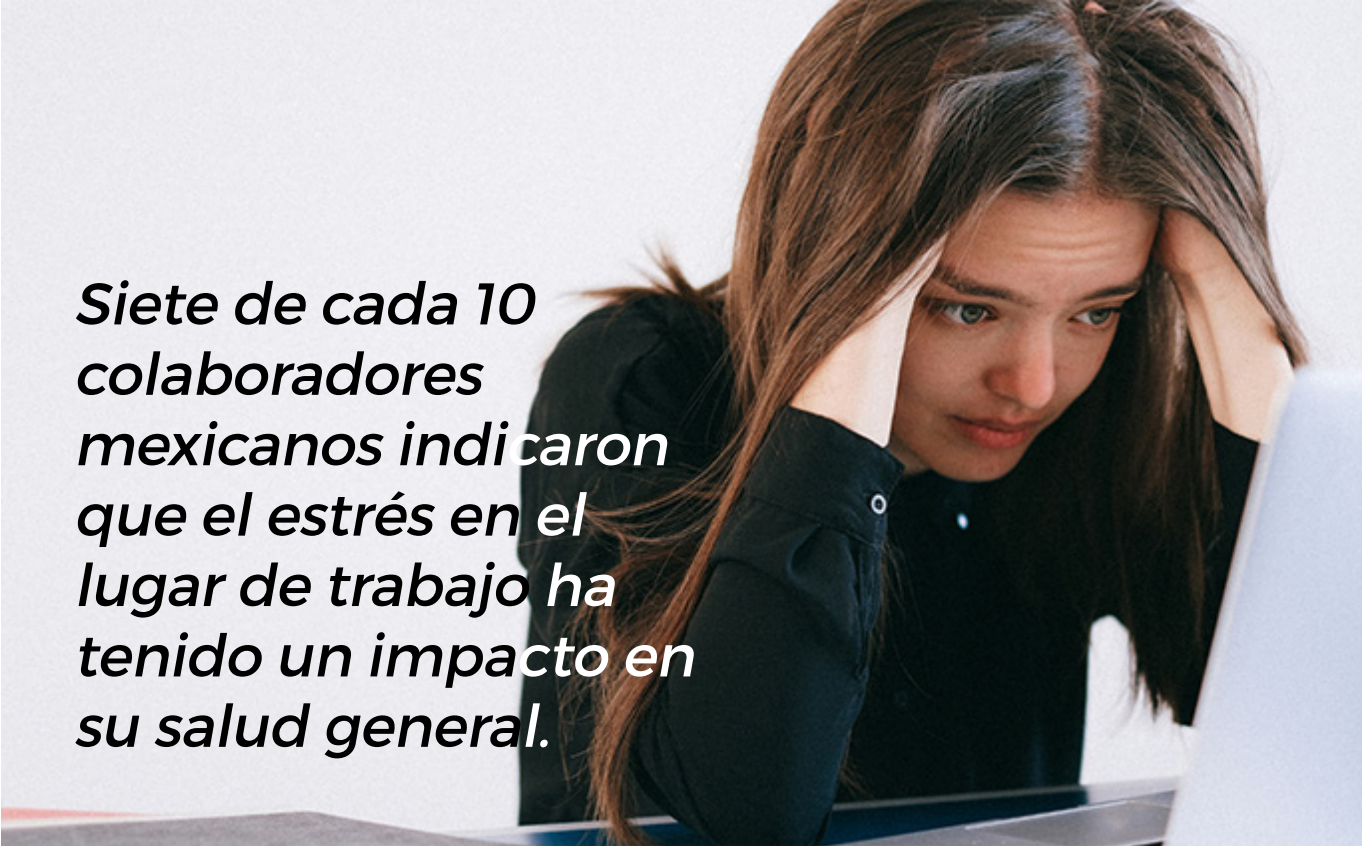
POR: REDACCIÓN.

Los costos ocultos del descuido de la salud de la fuerza laboral

Un estudio reciente realizado por Gympass, reveló que el bienestar mental general de los colaboradores impacta significativamente en la salud y productividad de la fuerza laboral de las empresas en México.

El estudio Panorama del Bienestar en las Empresas 2024 analizó datos de varias industrias en diferentes países y destacó la importancia de las medidas proactivas tomadas por los líderes de RRHH en lo que respecta a atraer, retener y cuidar a su fuerza laboral.

Se estima que las empresas alrededor del mundo están perdiendo cerca de 322 millones de dólares cada año debido al agotamiento y la disminución en la productividad. México no es la excepción a la regla.



Siete de cada 10 colaboradores mexicanos indicaron que el estrés en el lugar de trabajo ha tenido un impacto en su salud general.

Para nueve de cada 10 (97%) colaboradores locales, el bienestar en el lugar de trabajo es tan importante como su salario, y el 93% consideraría dejar una empresa que no cuida de su talento.

Un tema importante para las empresas mexicanas

Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), compartidos por el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), México ocupa el primer lugar en estrés laboral en el mundo.

Estos números se traducen en absentismo laboral, disminución de la productividad y aumento de la rotación de talento, lo que impacta directamente en la productividad.

El IMSS estima que las empresas en México pierden hasta un 15% de su nómina gracias al ausentismo



laboral, un número que podría disminuir si tomaran un enfoque proactivo hacia el bienestar de sus colaboradores.

Responsabilidad y Ética con nuestro equipo de trabajo

La buena noticia es que, gracias a los programas de bienestar, las empresas en México pueden mitigar

estos costos y fomentar una fuerza laboral más saludable y productiva.

Gympass encuestó a líderes de RH en México que implementaron programas de bienestar para entender el impacto de esas iniciativas.

Después de adoptar un enfoque de bienestar, el 88% de los líderes de RH notaron una disminución en el absentismo laboral ocasionado por mala salud, mientras que el 81% notó una disminución en los gastos médicos.

En consecuencia, el 86% considera que los programas de bienestar son una medida para reducir gastos y el 92% los describe como una ventaja competitiva cuando se trata de retener empleados.

¿Es costoso adoptar un enfoque proactivo hacia el bienestar en el lugar de trabajo? Si bien las

estrategias proactivas requieren de una inversión, existen opciones asequibles que otorgan a las empresas y a sus colaboradores múltiples beneficios.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

El destino más codiciado del año : Antártica

POR: ALEXIS Y MELANIE BEARD*



La Península Antártica, la zona más accesible del continente, alberga varias bases científicas y algunos de los paisajes nevados más interesantes del mundo, como el extremadamente fotogénico Canal Lemaire. Las excursiones en tierra pueden incluir la isla Petermann, para avistar pingüinos de Adelia, cormoranes, skúas y miroungas o elefantes marinos.

Swan Hellenic fue pionero en expediciones culturales en crucero en 1954, cuando llevaron a miembros de la Sociedad Helénica de la Universidad de Londres a ver los sitios famosos de la antigua Grecia en compañía de historiadores muy respetados.

Hoy en día, cada crucero Swan Hellenic nos ofrece la misma experiencia única: exploración de los lugares más bellos y fascinantes del planeta, combinada con descubrimientos culturales y educativos. En Antártica, estos hermosos cruceros de lujo nos sumergen en un mágico mundo de glaciares, pingüinos y glaciares.

SH Diana es el barco para hielo más grande de Swan Hellenic y fue diseñado especialmente para experiencias de descubrimiento premium. Además de las comodidades clásicas para las expediciones, este barco de última generación cuenta con amplios espacios al aire libre, una sala de conferencias y presentaciones exclusivas.



Cuenta con embarcaciones auxiliares a bordo para llevarnos a tierra con una comodidad inigualable, las vistas panorámicas desde su Observation Lounge o desde la cómoda terraza de sus espectaculares suites no tienen rival, disfrutando de una copa de vino vemos enormes icebergs deslizarse por los ventanales.

SH Diana lleva una flota de barcos Zodiac, los cuales son pequeñas embarcaciones al aire libre que facilitan experiencias únicas y profundas en el agua. En ellos, los huéspedes podemos acercarnos a las formaciones de hielo y los icebergs con mayor probabilidad de ver vida silvestre a corta distancia.

Al explorar los rincones más recónditos del planeta, los cruceros en Zodiac nos permiten sumergirnos en el entorno mientras se eliminan las distracciones cotidianas. Aquí estamos solo nosotros, un pequeño grupo de compañeros y la naturaleza prístina que nos rodea.



El viaje 'In Shackleton's Footsteps' de los cruceros de lujo Swan Hellenic nos lleva a los destinos donde el famoso explorador y su tripulación navegaron en su inmortal aventura. Partimos de las Islas Malvinas, donde nos encontramos con una gran cantidad de pingüinos, así como encantadores construcciones de estilo inglés en la capital, Port Stanley.

Este magnífico viaje también nos permite descubrir uno de los sitios menos visitados y más espectaculares del mundo. Georgia del Sur o 'Galápagos de los polos', tiene varios lugares de desembarco donde se puede encontrar cerca de medio millón de pingüinos rey, así como tres millones de parejas reproductoras de pingüinos macaroni, lo que constituye la población más grande del mundo.

Con suerte, podemos ver elefantes marinos rugiendo. También visitamos Grytviken, la histórica estación ballenera donde está enterrado el legendario explorador británico Ernest Shackleton.

En la majestuosa península antártica, el equipo de navegación de Swan Hellenic nos llevó a descubrir lugares increíbles, como la costa Brown Bluff, la isla Danger y el impresionante volcán dormido Deception Island, al cual se puede acceder desde el mar, adentrándonos en su ladera a bordo de SH Diana.

El séptimo continente del mundo, Antártica nos enamora con un paisaje impresionante de icebergs tabulares que flotan libremente, enormes glaciares e impresionantes acantilados de hielo que se alzan a nuestro alrededor de las aguas congeladas.



*** Alexis y Melanie Beard,**
cofundadora y vicepresidente
de Marcas de Lujo Asociadas.

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL
CONTENIDO

 Panorama turístico 1 h

BIENVEN

**Palacio Mundo Imperial
reabre sus puertas con gran
éxito**



Haz Click para leer la nota

 Panorama turístico 1 h

**La Oficina de Turismo de
Illinois regresó a México
para el evento Brand USA
Mexico Mission**



Haz Click para leer la nota

 Panorama turístico 1 h

**Madrid,
destino líder en la
industria de reuniones**



Haz Click para leer la nota

 Panorama turístico 1 h

**Dallas da la bienvenida al
mundo para vivir la máxima
experiencia deportiva.**



Haz Click para leer la nota

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