



TURISMO E INDUSTRIA DE REUNIONES

Panorama[®] Turístico

AÑO XXXIV. NO. 10. OCTUBRE 2024.



EL

NUEVO HORIZONTE DE LAS REUNIONES:

INNOVACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y EXPERIENCIAS ÚNICAS



Ángel Turismo
del **2024**

**¡PANORAMA TURÍSTICO ES FINALISTA AL
ÁNGEL DEL TURISMO 2024!**

Somos el medio especializado en el segmento MICE finalista
como **Generador de Contenido del Año.**

¡Tu voto es clave!

Apóyanos haciendo
click en esta página.

¡Juntos hacemos
la diferencia!



**GENERADOR DE
CONTENIDO
DEL AÑO**

Panorama
Turístico

¡Vibrando alto!

Queridos lectores,

Nos encanta darles la bienvenida a esta nueva edición de **Panorama Turístico**, donde exploramos las fuerzas transformadoras que están definiendo el **Nuevo Horizonte de las Reuniones**. En un contexto en constante evolución, la innovación tecnológica, la sostenibilidad y las experiencias personalizadas están en el centro de la industria de eventos.

Hoy, la convergencia entre lo presencial y lo virtual ha abierto un abanico de oportunidades, y en esta edición analizamos cómo los eventos híbridos se han convertido en la nueva norma, conectando audiencias globales y ofreciendo experiencias únicas. La tecnología inmersiva, como la realidad aumentada y virtual, sigue empujando los límites de la participación, creando interacciones inolvidables.

Además, abordamos la creciente importancia del bienestar en los eventos corporativos. Hoy, integrar el wellness —ya sea con pausas para meditación o menús sostenibles— no solo mejora la experiencia de los asistentes, sino que también fomenta mayor productividad y conexión.

En esta edición, Guanajuato y Morelos destacan como ejemplos de sostenibilidad en el turismo de reuniones, con estrategias que integran a las comunidades locales y reducen el impacto ambiental. Estos destinos nos muestran cómo la sostenibilidad está transformando los eventos en experiencias más responsables y auténticas.

Gracias por acompañarnos en este recorrido hacia un futuro donde la innovación, la sostenibilidad y la personalización redefinen la forma en que nos conectamos a través de los eventos.

Con aprecio,

El equipo de Panorama Turístico.

DEL
11 AL 27
DE
OCTUBRE
DE
2024

#CERVANTINOESCONTIGO

INVITADOS
DE HONOR

BRASIL
Y
OAXACA



FESTIVAL INTERNACIONAL 52 CERVANTINO

Guanajuato, México

@cervantino • festivalcervantino.gob.mx • mexicoescultura.com



GOBIERNO DE
MÉXICO

CULTURA
SECRETARÍA DE CULTURA



Guanajuato
Secretaría de Turismo e Identidad
México

Editorial

01

Descubre JAPI, el nuevo espacio inmersivo para Eventos, Congresos y Convenciones en Aventura Cultural en Guadalajara.

08

Directorio

07

Reuniones Híbridas: cómo maximizar el impacto virtual y presencial

15

Lupita Robles León: Innovación y Sostenibilidad para el Futuro del Turismo de Reuniones en Guanajuato


24

El poder de la experiencia sensorial en los eventos: cómo crear conexiones memorables

33

Daniel Altafi: sostenibilidad, tecnología y comunidad para un Morelos competitivo

40



Tecnología inmersiva: El rol de la realidad virtual y aumentada en los eventos del futuro

48



Clarificando Meetings and Events

54



WTTS Cozumel: Impulsando la sostenibilidad e Innovación en los Eventos Turísticos

61



69

El bienestar en la agenda de reuniones: Cómo incluir el wellness en los eventos corporativos



Microeventos: La personalización como clave del éxito en la industria MICE

77



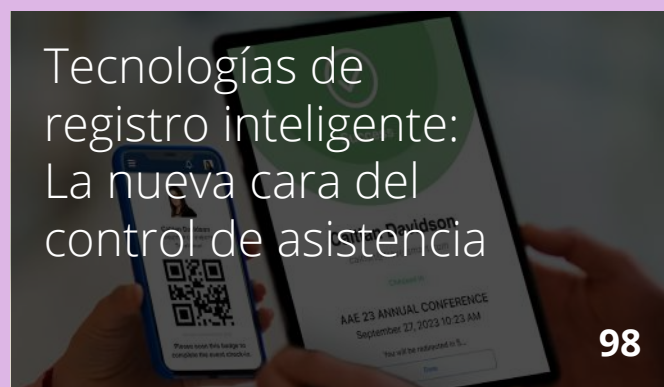
Innovación y Diversidad: Cómo Diseñar Eventos Inclusivos y Accesibles

85



El impacto del storytelling en los eventos: Cómo conectar emocionalmente con tu audiencia

92



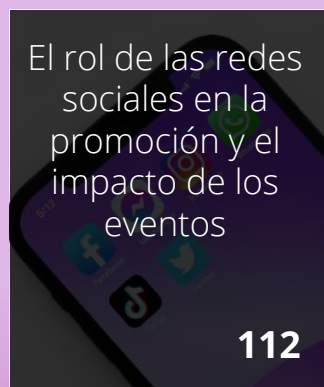
Tecnologías de registro inteligente: La nueva cara del control de asistencia

98



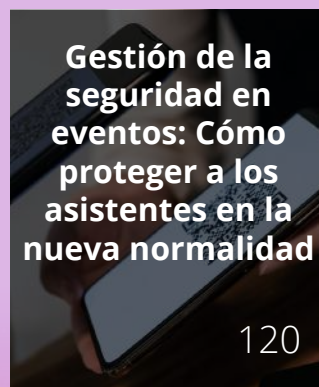
Catering para reuniones del futuro: Innovación gastronómica y sostenibilidad en el menú

105



El rol de las redes sociales en la promoción y el impacto de los eventos

112



Gestión de la seguridad en eventos: Cómo proteger a los asistentes en la nueva normalidad

120



Reuniones que Inspiran: Hoteles de Lujo y Sostenibilidad

127



TIANGUIS
TURISTICO
MÉXICO
BAJA CALIFORNIA
2025

Welcome to
BAJA CALIFORNIA
**¡Vive el sabor del
platillo más icónico
de México en el
Museo del Taco!**

Panorama[®] Turístico

AÑO XXXIV / NO. 10 / OCTUBRE 2024

GUSTAVO CONTRERAS GONZÁLEZ

Director General / Publisher

Corina Tlali Ortega

Editora

Aura Luz Meneses Luna

Directora de Arte y Diseño

Mireya Santiago

Pasante

**GRACIAS POR COLABORAR
EN ESTA EDICIÓN:**

Eduardo Chaíllo, Fernando Compeán,
Alexis y Melanie Beard.

RAÚL MENDOZA WALDO †

Presidente Grupo Panorama

Fotografías de apoyo: freeepik.com, pexels.com

Anuncia tu producto o
servicio en Panorama
Turístico

• 55 45 10 11 16 •

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

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

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

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

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

MEDIO ALIADO



DESCUBRE



EL NUEVO ESPACIO INMERSIVO
PARA EVENTOS, CONGRESOS Y CONVENCIONES
EN AVENTURA CULTURAL EN **GUADALAJARA**

Guadalajara se enorgullece en presentar JAPI, Jalisco Paseo Interactivo, un espacio innovador y multifacético que promete ser el lugar de referencia para eventos, congresos y convenciones en la región. Miriam Villaseñor, directora del OPD de Museos, Exposiciones y Galerías de Jalisco, nos habla sobre esta emocionante iniciativa, fruto de una colaboración entre la Secretaría de Infraestructura y Obras Públicas (SIOP), la Secretaría de Cultura de Jalisco y el OPD.



JAPI es un espacio interactivo que transporta a los visitantes por la historia, naturaleza y grandeza de Jalisco mediante tecnología avanzada y atracciones únicas en Latinoamérica. Este espacio no solo ofrece una experiencia educativa y cultural, sino que también es un venue excepcional para eventos. “Queremos que las nuevas generaciones de Jalisco y los visitantes tengan experiencias inolvidables que unan tradición, arte, cultura, herencia, deporte y tecnología”, comenta Villaseñor.



Disponible para alquilar para cumpleaños, conciertos, conferencias y convenciones, JAPI se destaca por su versatilidad. “El proceso es sencillo: solo deben contactarnos y enviar una solicitud por escrito con los detalles del evento”, explica Miriam.



Las experiencias inmersivas, como un recorrido en lancha por la historia del lago de Chapala, una arena deportiva virtual con figuras como Checo Pérez y Lorena Ochoa, y el Teatro Wérika, un sobrevuelo virtual por Jalisco, son perfectas para enriquecer cualquier evento.

“Mi favorita es el bosque mesófilo, donde podemos sembrar árboles virtuales y aprender sobre la flora y fauna de Jalisco”, destaca Villaseñor.

Con capacidad para 15 autobuses y la opción de catering externo, JAPI está preparado para recibir grandes grupos y organizar eventos corporativos. Sus instalaciones incluyen espacios para convenciones, un auditorio al aire libre, salones y talleres que añaden un valor cultural y tecnológico a cualquier evento.





En definitiva, JAPI es el nuevo destino cultural y tecnológico de Guadalajara, un lugar donde la cultura, la tecnología y la diversión se unen para ofrecer una experiencia educativa y única. Ideal para eventos corporativos, congresos y convenciones, JAPI transforma cualquier ocasión en una aventura cultural inolvidable.

GUADALAJARA
GUADALAJARA®



▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL
CONTENIDO

El Champagne de los aceites

Aceite de Oliva
extra virgen

— • —
Recién cosechado

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

— • —
Exclusiva selección de
aceitunas Arbequina y
Coroneiqui



Cómpralo en:



mercado
libre



www.savant oils.com



REUNIONES HÍBRIDAS: CÓMO MAXIMIZAR EL IMPACTO VIRTUAL Y PRESENCIAL

* STAFF PANORAMA TURÍSTICO.

El mundo de las reuniones y eventos ha cambiado para siempre. Ya no se trata de elegir entre lo presencial o lo virtual, sino de aprovechar lo mejor de ambos formatos para crear experiencias únicas y envolventes. Las reuniones híbridas se han convertido en el nuevo estándar en la industria, y su potencial parece no tener límites.

Lo que inicialmente fue una solución de emergencia durante la pandemia, hoy es una opción estratégica que ha demostrado su valor. Un evento híbrido combina lo presencial y lo virtual en una misma experiencia, permitiendo que mientras un grupo de asistentes participa físicamente en el lugar, otro lo haga de manera remota, ya sea en tiempo real o en diferido. Aunque lograr que ambas audiencias se sientan igual de involucradas es complicado, los avances tecnológicos y una planificación cuidadosa están ayudando a los organizadores a superar estos desafíos.

Uno de los principales retos en las reuniones híbridas es la integración efectiva entre ambas audiencias. Los asistentes presenciales disfrutan de la conexión humana directa y una inmersión completa en el ambiente del evento, lo que fortalece las relaciones profesionales. Sin embargo, los participantes virtuales pueden sentir una barrera emocional o cierta desconexión si no se les brinda una atención

específica. Aunque igualar por completo las experiencias puede ser difícil, la clave está en reducir las diferencias, brindando oportunidades atractivas para los asistentes remotos.



La tecnología juega un papel crucial en esta misión. Las plataformas de streaming en tiempo real, sistemas de interacción digital como encuestas, chats en vivo

y sesiones de preguntas y respuestas permiten a los asistentes virtuales participar activamente. Incluso, las plataformas más avanzadas ya están implementando espacios de networking virtual donde los asistentes remotos pueden interactuar con sus colegas de forma personalizada. Sin embargo, los avances recientes van más allá, con ejemplos innovadores como la aparición de speakers que se conectan de manera remota o incluso mediante hologramas. Estas tecnologías permiten que una persona que no puede estar físicamente en el evento participe de una forma mucho más inmersiva y visualmente impactante para los asistentes presenciales.

Pero la tecnología por sí sola no garantiza el éxito de un evento híbrido. Los organizadores deben considerar cada detalle de la experiencia, desde el diseño del contenido hasta el manejo de los tiempos. Es crucial que los tiempos de las sesiones estén sincronizados de manera que los asistentes virtuales no se sientan

relegados o pierdan el interés. Para este público, es recomendable crear momentos específicos que les brinden un valor adicional, como talleres en línea interactivos o sesiones exclusivas de networking virtual. Esto no solo mantiene su atención, sino que también mejora su experiencia general en el evento.



La flexibilidad es otro gran beneficio de las reuniones híbridas. Este formato permite llegar a audiencias más amplias sin las limitaciones del espacio físico. Esto

amplía la inclusión, ya que personas de diferentes ubicaciones geográficas o con restricciones de tiempo o movilidad pueden participar sin complicaciones. Además, las reuniones híbridas ofrecen una ventaja significativa en términos de sostenibilidad, al reducir la necesidad de transporte y alojamiento para grandes grupos de personas, lo que se traduce en una menor huella de carbono.

No obstante, las reuniones híbridas también traen consigo una serie de desafíos operativos. La gestión de las diferentes audiencias y la coordinación de los aspectos técnicos requieren un nivel superior de planificación. Los organizadores deben garantizar que todos los sistemas funcionen sin problemas, desde una conexión a internet robusta hasta una transmisión de video de alta calidad. Además, es esencial contar con soporte técnico adecuado para ambos tipos de audiencia: tanto para los asistentes presenciales como para los remotos. La calidad de

la experiencia híbrida depende en gran medida de que la tecnología funcione a la perfección y de que la comunicación sea fluida.



A pesar de estos desafíos, el formato híbrido está redefiniendo la industria de reuniones. No solo amplía la participación, sino que también ofrece a las empresas la posibilidad de conectar con un público global de manera más efectiva y económica.

Las reuniones híbridas ya no se perciben como una solución temporal, sino como una nueva normalidad que ha llegado para quedarse. Además, con la evolución constante de la tecnología, como la integración de hologramas para presentaciones remotas, las posibilidades siguen creciendo y los organizadores que logren adaptarse a estos avances estarán en la vanguardia de una industria en constante evolución.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**




LA MORADA
HOTEL


20%
de descuento

lamoradahotel.com.mx

Correo #10 Centro. San Miguel
de Allende, Guanajuato, México. 37700.

 800 221 7432

 (415) 154 4496

 (415) 152 1647

A professional portrait of Lupita Robles León, a woman with long, wavy brown hair, smiling warmly. She is wearing a blue blazer over a white button-down shirt, a pearl necklace, and pearl earrings. The background is a dark, textured wall with a white decorative object on the left.

LUPITA ROBLES LEÓN:

INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD
PARA EL FUTURO DEL TURISMO DE
REUNIONES EN GUANAJUATO

En entrevista exclusiva para Panorama Turístico, **E**Lupita Robles León, la nueva Secretaria de Turismo e Identidad del Estado de Guanajuato, comparte su visión sobre cómo el estado busca no solo consolidarse como un referente en la industria de reuniones, sino también liderar con prácticas innovadoras y sostenibles. Con una energía vibrante y el compromiso de hacer de Guanajuato un destino de clase mundial, Lupita nos invita a conocer el futuro de esta industria, donde la sostenibilidad y la tecnología se entrelazan con la rica herencia cultural y gastronómica del estado.

Desde el principio de nuestra conversación, Lupita subraya la importancia de la sostenibilidad como pilar de su gestión: "Guanajuato ha dado pasos firmes hacia la sostenibilidad. Somos el único estado en México que mide la huella de carbono en sus eventos, y este año, el Congreso Nacional de la Industria de Reuniones fue un ejemplo de ello, recibiendo el

Distintivo Guanajuato Turismo Sostenible. Esto es solo el principio; nuestro objetivo es que la sostenibilidad no sea una opción, sino una norma", afirma con determinación.

Y no se refiere únicamente al medio ambiente. Para Lupita, un turismo de reuniones realmente sostenible también debe apoyar a las comunidades locales. "Queremos que los eventos en Guanajuato no solo minimicen su impacto ambiental, sino que generen beneficios para las comunidades. Integramos productos locales y experiencias que conectan a los asistentes con nuestra cultura y nuestra gente. Todo esto mientras reducimos el uso de papel, energía y agua en nuestras oficinas, y promovemos que las empresas locales se sumen a esta transformación."

La riqueza cultural y gastronómica de Guanajuato es uno de sus mayores activos, algo que Lupita tiene muy claro: "Queremos que quienes nos visiten se lleven

más que solo una agenda de trabajo. Guanajuato es un destino que puede ofrecer experiencias inmersivas. ¿Te imaginas una cena de gala en una hacienda colonial o una conferencia en el Teatro Juárez? Son escenarios únicos que permiten a los asistentes vivir la historia del estado. Y ni hablar de nuestra gastronomía, que es clave para crear eventos memorables", dice con una sonrisa que refleja el orgullo de su tierra.

Lupita habla con pasión sobre la gastronomía local y cómo se integra en los eventos de turismo de reuniones: "Organizamos catas de vinos locales, cenas con menús diseñados por chefs de renombre, y talleres donde los asistentes pueden aprender a cocinar platillos tradicionales. Esto no solo deleita, sino que también educa y conecta a las personas con nuestras tradiciones. Queremos que los eventos en Guanajuato sean más que trabajo, que sean experiencias sensoriales completas."

El panorama global de las reuniones ha cambiado radicalmente, y Lupita está preparada para enfrentarlo. La tecnología es una aliada clave en su estrategia. "Sabemos que las reuniones híbridas son el futuro, y estamos invirtiendo en la infraestructura necesaria para que Guanajuato esté a la altura de las demandas. Nuestros centros de convenciones, como el Poliforum León, cuentan con conectividad de alta velocidad y plataformas tecnológicas que permiten una transición fluida entre eventos presenciales y virtuales", explica. "Además, estamos introduciendo tecnologías como la realidad aumentada y la realidad virtual para mostrar nuestras instalaciones y destinos de manera interactiva. Queremos ofrecer algo más que un simple evento; queremos crear experiencias híbridas inolvidables."

Uno de los aspectos más fascinantes de la gestión de Lupita es su enfoque en rediseñar los espacios para

adaptarse a las demandas actuales del turismo de reuniones. "Contamos con más de 105 espacios en el estado, desde recintos para pequeños eventos hasta grandes convenciones para más de 20,000 personas. Además, estamos rediseñando estos espacios para que sean multifuncionales y modulares, capaces de adaptarse a cualquier formato de evento", comenta, haciendo referencia a recintos emblemáticos como el Poliforum León y el innovador Distrito León MX, que promete convertirse en un epicentro para el arte, los negocios y la cultura.

A medida que la entrevista avanza, Lupita hace hincapié en la importancia de integrar a las comunidades locales en el turismo de reuniones. "El impacto positivo que puede generar esta industria en nuestras comunidades es inmenso. Queremos que nuestros pequeños productores y artesanos sean parte de los eventos. Desde las cocineras tradicionales hasta los viñedos

locales, todos tienen un lugar en esta cadena de valor. Esto no solo fomenta una economía más inclusiva, sino que también ofrece a los asistentes una experiencia más auténtica y enriquecedora", destaca con entusiasmo.

El compromiso de Lupita Robles León con la sostenibilidad, la tecnología y la comunidad es claro. Bajo su liderazgo, Guanajuato se prepara para no solo ser un referente nacional, sino un líder global en la industria de reuniones. Y mientras ella sigue trabajando con pasión y dedicación, los eventos en Guanajuato prometen ofrecer mucho más que solo encuentros de negocios: serán verdaderas experiencias que fusionan la innovación con la riqueza cultural de uno de los estados más fascinantes de México.

Este es solo un adelanto de lo que Lupita Robles León tiene preparado para el futuro del turismo

de reuniones en Guanajuato. Si quieres conocer más detalles y profundizar en sus estrategias, no te pierdas la versión extendida de esta entrevista en nuestro **sitio web**.

 **SIGUIENTE**


 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**


VUELA HACIA EL LUJO INFINITO

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




 +52 55 4264 3547

 @mm_aviacionprivada

 www.mmaviacionprivada.com

EL PODER DE LA EXPERIENCIA SENSORIAL EN LOS EVENTOS: CÓMO CREAR CONEXIONES MEMORABLES

STAFF PANORAMA TURÍSTICO.



Asistir a un evento no es simplemente sentarse en una sala, escuchar a los ponentes y luego irse. La verdadera magia de un evento reside en la experiencia. Y si esa experiencia logra involucrar los

sentidos de los asistentes, las posibilidades de que el evento deje una impresión duradera aumentan considerablemente. En los últimos años, los organizadores han empezado a comprender que los eventos no son solo sobre lo que se ve o se escucha, sino también sobre lo que se siente, se huele y, en muchos casos, se saborea.

Imagina asistir a una conferencia donde, desde el momento en que cruzas la puerta, un suave aroma a lavanda te envuelve, creando una atmósfera relajante y acogedora. A medida que avanzas por los pasillos, luces cálidas y tenues te guían hacia el salón principal, donde una música ambiental suave prepara el escenario para lo que está por venir. Estos pequeños detalles pueden parecer triviales, pero juegan un papel crucial en la creación de una experiencia memorable.

La experiencia sensorial es una herramienta poderosa que permite a los organizadores conectar

emocionalmente con su audiencia. Y no es solo cuestión de hacer que el evento sea más agradable; los estudios han demostrado que las experiencias multisensoriales mejoran la retención de información y la capacidad de recordar momentos específicos. Cuando se logra que los asistentes estén inmersos en un ambiente que estimule sus sentidos, el mensaje del evento se graba de manera más profunda en su memoria.



Los organizadores de eventos están cada vez más interesados en explotar el potencial de los sentidos. En muchos eventos, se están utilizando aromas específicos para crear diferentes ambientes o para marcar la transición entre distintas partes del programa. Por ejemplo, se puede usar una fragancia fresca y estimulante al inicio de la jornada, para energizar a los asistentes, y un aroma más suave y relajante al final del día, ayudando a que los participantes se sientan tranquilos y satisfechos.

El sonido también juega un papel importante en la experiencia sensorial. Más allá de la música de fondo, el sonido puede ser utilizado para crear una narrativa dentro del evento. Los organizadores más creativos están usando sonidos ambientales que varían a lo largo del día, desde el canto de los pájaros en la mañana hasta el sonido del agua en momentos de descanso, ayudando a crear diferentes estados de

ánimo y manteniendo la energía de los asistentes en un nivel óptimo.

El tacto es otro de los sentidos que puede ser activado en un evento, aunque a menudo es el más olvidado. Los organizadores pueden ofrecer texturas únicas en los materiales que los asistentes tocan, como en los folletos, las decoraciones o incluso en los asientos. Este tipo de atención a los detalles añade una capa extra de sofisticación a la experiencia y demuestra un cuidado especial por el bienestar de los asistentes.

Finalmente, no podemos olvidar el sabor. Las pausas para el café y las comidas ya no son solo una necesidad logística, sino una oportunidad para ofrecer experiencias culinarias que complementen el tema del evento. Menús cuidadosamente diseñados, con ingredientes locales y presentaciones creativas, pueden dejar una impresión tan fuerte como cualquier ponencia magistral. Además, la tendencia

hacia menús sostenibles y saludables está en auge, ofreciendo a los asistentes no solo algo delicioso, sino también nutritivo y alineado con sus expectativas de bienestar.

En conclusión, la experiencia sensorial en los eventos es mucho más que un lujo adicional. Es una herramienta estratégica que, cuando se utiliza correctamente, puede transformar un evento común en una experiencia inolvidable. Los organizadores que sepan aprovechar el poder de los sentidos lograrán que sus asistentes no solo recuerden el evento, sino que hablen de él durante mucho tiempo.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**



Restaurante-Cantina



SALÓN PUEBLA



Cantina Salón Puebla,
desde hace más de 80 años,
el lugar donde se toma
bien, y se come mejor

En la Cantina Salón Puebla diseñamos menús personalizados para experiencias culinarias inolvidables.

Comidas y eventos con la tradición y la esencia de la cantina mexicana.

Menciona
PANORAMA
y obtén un
beneficio especial
en tu consumo

Fresno 246 Esq. Eligio Ancona
Col. Santa María La Ribera.
Cuauhtémoc, CDMX.

 [CantinaElSalonPuebla](#)

**Reservaciones
e informes:**

 55 2630 1453

 55 2727 3057



DANIEL ALTAFI: SOSTENIBILIDAD, TECNOLOGÍA Y COMUNIDAD PARA UN MORELOS COMPETITIVO

| POR: GUSTAVO CONTRERAS.

En entrevista exclusiva para Panorama Turístico, Daniel Altafi, el nuevo Secretario de Turismo del Estado de Morelos, nos comparte su visión para convertir a este destino en un referente en la industria turística. Con una sólida apuesta por la sostenibilidad, la innovación tecnológica y el desarrollo local, Altafi está decidido a posicionar a Morelos en el panorama global del turismo de reuniones y eventos.

Morelos es un estado privilegiado por su clima, naturaleza y riqueza cultural, pero Altafi sabe que para competir con otros destinos más consolidados en el sector MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), se requiere algo más. "Nuestra ventaja es clara: la proximidad a la Ciudad de México, el clima excepcional y la activación del aeropuerto nos permitirán atraer eventos nacionales e internacionales. Sin embargo, para destacar verdaderamente, debemos hacer de la sostenibilidad y la innovación los ejes de nuestro desarrollo", comenta con convicción.



Parte de este plan implica la renovación del Centro de Convenciones y la planificación de un nuevo recinto que permitirá a Morelos albergar eventos de gran envergadura. “Estamos trabajando en estrecha colaboración con la iniciativa privada para mejorar la infraestructura existente, mientras que también estamos coordinando esfuerzos con la Secretaría de Seguridad Pública para garantizar que nuestros destinos sean seguros y atractivos”, explica Altafi.

La tecnología es otra de las grandes apuestas de su administración. "Queremos aprovechar las tecnologías emergentes para ofrecer experiencias innovadoras. Estamos desarrollando aplicaciones móviles que permitan la interacción en los eventos, además de plataformas de realidad aumentada que destaquen nuestra historia y cultura. Queremos que quienes asistan a eventos en Morelos vivan algo único y memorable", afirma con entusiasmo.

La sostenibilidad ocupa un lugar central en la estrategia de Altafi. "Buscamos que Morelos sea un referente de turismo responsable. Para ello, estamos promoviendo el uso de proveedores locales, la realización de eventos en espacios verdes y la creación de un Observatorio de Turismo Sostenible, que nos permitirá monitorear y evaluar el impacto ambiental de nuestras actividades turísticas. Esto nos dará información clave para tomar decisiones que beneficien tanto a las comunidades locales como al entorno", asegura.



Una parte fundamental de su visión es garantizar que el crecimiento del turismo en Morelos sea inclusivo. “Estamos incentivando la contratación de proveedores locales y fomentando una cadena de valor que fortalezca la economía regional. Queremos que las comunidades se beneficien directamente del turismo de reuniones y de los eventos que atraemos al estado”, explica Altafi.

Para asegurar que la cultura y las tradiciones de Morelos estén siempre presentes en la oferta turística, su administración está impulsando la creación de la

Dirección General de Turismo con Identidad. "Queremos que los visitantes experimenten la verdadera esencia de Morelos. Involucrar a nuestras comunidades y hacer que sus tradiciones sean parte de los eventos es clave para nosotros", comenta.

Morelos también está apostando fuerte por el turismo de romance. Altafi revela que están diseñando paquetes exclusivos para bodas y lunas de miel en escenarios espectaculares como haciendas coloniales, jardines botánicos y exconventos históricos.



“Queremos que las parejas que elijan Morelos vivan una experiencia inolvidable, rodeadas de belleza natural y autenticidad”, dice con entusiasmo.

Con una visión clara y centrada en la sostenibilidad, la tecnología y la inclusión, Daniel Altafi está llevando a Morelos a un nuevo nivel en la industria del turismo. Bajo su liderazgo, el estado se está transformando en un destino competitivo, capaz de ofrecer experiencias innovadoras y, al mismo tiempo, preservar su riqueza cultural y natural.

Este es solo un adelanto de lo que Daniel Altafi tiene en mente para el futuro del turismo en Morelos. Para conocer más detalles y profundizar en sus estrategias, no te pierdas la versión extendida de esta entrevista en **nuestro sitio web**.

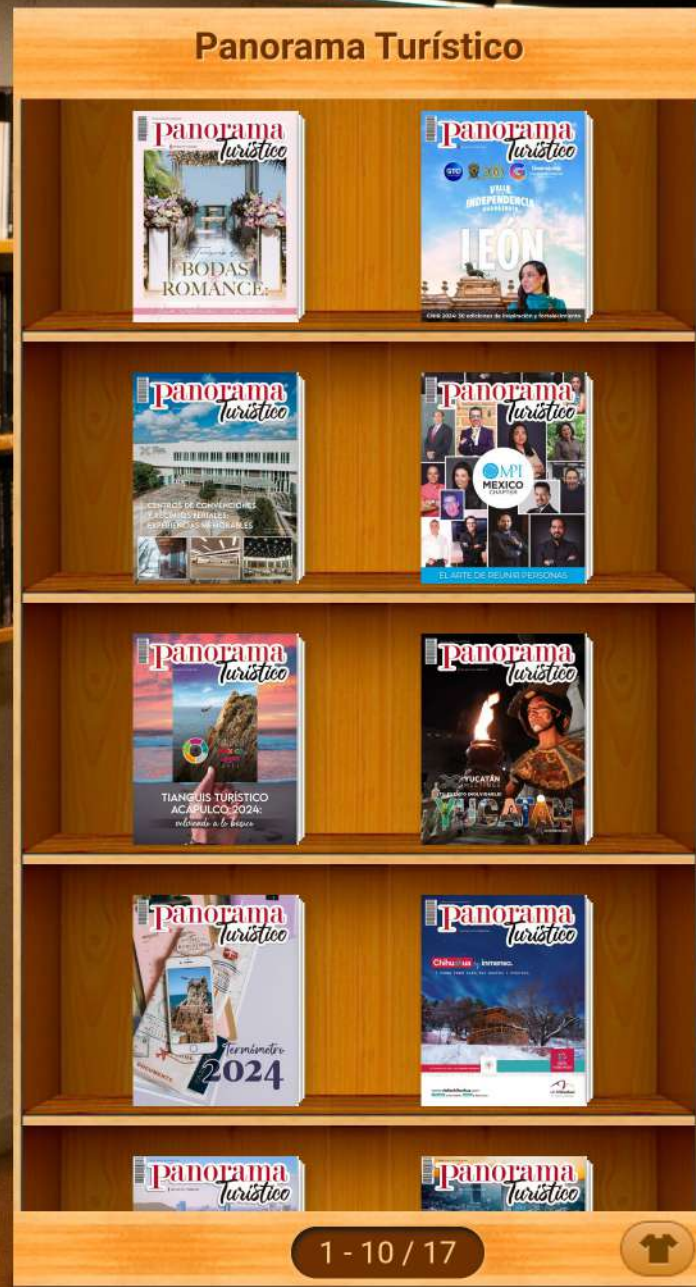
 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

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

Haz click y visita nuestra librería:



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



Tecnología inmersiva:

El rol de la realidad virtual y aumentada en los eventos del futuro

STAFF PANORAMA TURÍSTICO.

El avance de la tecnología ha cambiado para siempre la forma en que concebimos los eventos. Lo que alguna vez fue un formato

estático de conferencias y exposiciones, ha dado paso a experiencias dinámicas y participativas que cautivan a los asistentes. Y en el centro de esta transformación se encuentra la tecnología inmersiva, en particular la realidad virtual (VR) y aumentada (AR).

Estas tecnologías están desdibujando las líneas entre lo real y lo digital, ofreciendo a los organizadores de eventos una nueva forma de atraer a sus audiencias. Con la realidad virtual, los asistentes pueden ser transportados a mundos completamente nuevos sin salir de la sala. Imagina un congreso de arquitectura donde, en lugar de simplemente ver planos y maquetas, los participantes puedan colocarse unas gafas de realidad virtual y caminar por edificios aún en construcción, observando los detalles de diseño como si estuvieran allí. La experiencia no solo es inmersiva, sino educativa, ya que permite a los asistentes interactuar de manera más profunda con el contenido.



Por otro lado, la realidad aumentada toma el mundo físico y lo mejora con elementos digitales. Ya no es suficiente con mirar una presentación en una pantalla; con la AR, los organizadores pueden hacer que gráficos en 3D cobren vida, interactuando con los asistentes en tiempo real. Esto no solo aumenta el nivel de atención, sino que también facilita la comprensión de conceptos complejos. Por ejemplo, en un evento de tecnología médica, los asistentes podrían utilizar sus teléfonos para ver cómo

funciona una nueva prótesis en el cuerpo humano, viendo en tiempo real los movimientos que permite.

El impacto de estas tecnologías va más allá del "factor sorpresa". Lo que realmente las convierte en herramientas valiosas es su capacidad para personalizar la experiencia de cada asistente. En lugar de recibir la misma información de manera pasiva, los participantes pueden elegir su propio camino, interactuando con los contenidos que les resulten más relevantes. Esto crea un nivel de participación que simplemente no era posible en el pasado.

El desafío para los organizadores de eventos no es solo implementar estas tecnologías, sino integrarlas de manera coherente en la narrativa del evento. No se trata de usar VR o AR por el simple hecho de ser novedosas, sino de utilizar estas herramientas para mejorar la experiencia de los asistentes y reforzar los mensajes clave. Cuando se utilizan correctamente,

estas tecnologías pueden hacer que los asistentes no solo recuerden el evento, sino que lo vivan de una manera mucho más profunda y personal.



La realidad virtual y aumentada han llegado para quedarse, y su uso en eventos seguirá creciendo en los próximos años. A medida que estas tecnologías se vuelvan más accesibles y asequibles, veremos una mayor adopción, no solo en grandes congresos

y exposiciones, sino también en reuniones corporativas más pequeñas y especializadas. Los organizadores que se mantengan a la vanguardia de esta tendencia estarán bien posicionados para ofrecer experiencias inolvidables a sus asistentes.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

Clarificando Meetings and Events

POR: FERNANDO COMPEÁN*

Entiendo que la mayor parte de la gente piensa que innovar es producir algo nuevo o mejorarlo, pero no siempre se trata de tecnología, objetos, productos o marcas.

La innovación también se presenta en la forma de comunicar algo. ¿No se han preguntado por qué grandes empresas y organizaciones de repente están

cambiando sus nombres? La más controvertida y conocida recientemente es Twitter por "X". La famosa "Sopa Campbells" acaba de anunciar estas semanas que eliminará la palabra "sopa" de su marca después de 155 años. Starbucks Coffee recientemente anunció también que eliminará "coffee" de su marca comercial.

Así también pasamos de Facebook a Meta, de Google a Alphabet, de Cadabra a Amazon, de Burbn a Instagram, de Matchbox a Tinder de Blue Ribbon Sports a Nike, de Pete's Super Submarines a Subway, de Qwikster a Netflix.

Este fenómeno no es privativo de las marcas dirigidas al consumidor global, también está ocurriendo en nuestra especialidad de congresos, convenciones y viajes de incentivo. Incluso en eventos alrededor de lo que se ha conocido recientemente como industria de reuniones.



Independientemente de que nos gusten o no los nuevos nombres este fenómeno de la comunicación y marketing nos está ocurriendo con más frecuencia en lo que llamo la "era de la autodefinición".

Lo que considero necesario es contestar a la pregunta "¿por qué cambiarlo?". Desde mi perspectiva está íntimamente relacionado con la necesidad de definir con claridad quiénes somos y qué mensaje enviamos con el sólo nombre. Por ejemplo: para no restringir su giro (como Campbells y Starbucks).

En meetings and events hemos visto que organizaciones como MPI, SITE, IACVB, AMPROFEC y hasta la cúpula de cúpulas, el EIC con 34 asociaciones miembros, también han cambiado sus nombres. El EIC es el ejemplo más representativo de todos pues lo que antes se llamaba CIC (Convention Industry Council) ahora se llama EIC, Events Industry Council. El mensaje es que no somos convenciones, somos eventos.

En Latinoamérica hemos cambiado de nombre muchas veces y no hemos acabado aún de redefinirnos. Hemos pasado por estos nombres mencionados aquí cronológicamente:

- 1.** Grupos y Convenciones
- 2.** Congresos y Convenciones
- 3.** Turismo de Negocios
- 4.** Turismo de Reuniones
- 5.** Industria de Reuniones



Cada vez que hemos cambiado ha generado sus consecuencias y no es del gusto de todos.

Por el lado del idioma global: en inglés se han manejado dos vocablos: a) MICE Industry y b) Meetings and Events. Desafortunadamente UN Tourism (que hasta 2023 se llamaba WTO, World Tourism Organization y cambió su nombre también) decidió tomar el nombre de Meetings Industry. Meetings me parece perfecto pero no “Industry” al igual que el ejemplo de EIC arriba mencionado.

Pienso que todos debemos adoptar el que a miles de profesionales en el mundo nos parece más atinado hasta ahora y no es MICE.

Meetings and Events (sin Industry) así hablamos de “El Mundo de Meetings and Events”, la “Especialidad en Meetings and Events”, la “Actividad de Meetings and Events” e incluso el “Sector de Meetings and Events”.

Ha habido resistencia cada vez que nos redefinimos, porque por ejemplo en el caso de la asociación de Burós de convenciones internacional IACVB (International Association of Convention and Visitor's Bureaus) que es de las más antiguas de nuestra actividad, produjo que se fundaran nuevos burós con ese nombre y es difícil cambiarlo por estar registrada así (CVB, Convention and Visitor's Bureau) o similar. Yo mismo he publicado 5 libros que se refieren a lo nuestro como Turismo de Reuniones y otros han usado este nombre o el de Industria de Reuniones.

Igualmente se han publicado miles de artículos y libros sobre “UN Tourism” (United Nations Tourism) usando WTO, (World Tourism Organization) pero queremos ser claros y contundentes en lo que intrínsecamente es lo nuestro y el mensaje clarificado externamente.

Todo esto viene como consecuencia de nuestro desarrollo y de nuestra madurez como actividad.

Hay resistencia al cambio, pero la sensatez prevalece sobre la obstinación de no abrazar el progreso del significado y nuestra obligación de clarificar en una especialidad creciente y con gran potencial.



*** Fernando José Compeán
Martínez Sotomayor.**

CITE, CITP, CMM, CMP, CIS, CMS, CCM,
con más de 40 años de trayectoria,
es considerado uno de los pioneros y
líderes del sector.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**



POR: MARGARITA CARBAJAL CARMONA*

TURISMO & TECNOLOGIA

27 y 28 • NOV • COZUMEL Q. ROO

WTTTS COZUMEL: IMPULSANDO LA SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN EN LOS EVENTOS TURÍSTICOS

Amigos turisteros,

Agradecemos el espacio que Panorama Turístico nos ofrece para hablar de nuestro ADN como organización. En este artículo, abordaremos un tema crucial: los eventos. Como Federación de Empresarios Turísticos Nacional (FETUR), entendemos que los eventos son una pieza esencial en la industria turística, y tenemos la autoridad para hablar sobre su verdadero alcance en los ámbitos sociales, económicos y, sobre todo, en la corresponsabilidad que tenemos con nuestro entorno. El turismo está en constante evolución, y como industria, no podemos quedarnos atrás.

En FETUR, creemos que para lograr un verdadero impacto debemos ser conscientes de nuestro entorno y asumir el rol de impulsores del cambio. En todos los segmentos del turismo, y en particular en el de congresos y convenciones, las herramientas tecnológicas ya no son un lujo, sino una necesidad

para garantizar la sostenibilidad a largo plazo. No solo hablamos de optimizar procesos o mejorar experiencias, hablamos de la responsabilidad de cuidar el medio ambiente y compensar el daño que ya hemos causado. Crear un turismo sostenible en todos los sentidos es el verdadero objetivo.



El World Tourism Trends Summit (WTTTS), que se llevará a cabo el 27 y 28 de noviembre en Cozumel, será el epicentro de esta transformación. Este evento

no es solo una reunión más, es el escenario donde el turismo y la tecnología se encuentran para moldear el futuro de nuestra industria. A través de este artículo, invitamos a los lectores de Panorama Turístico, que también forman parte de nuestro colectivo, a sumarse a esta iniciativa. Invitamos especialmente a los organizadores de eventos, a los prestadores de servicios y a todos aquellos comprometidos con la evolución del sector a ser parte de este encuentro que definirá nuevas rutas hacia un turismo más sostenible y responsable.

Sabemos que la huella de carbono es uno de los grandes desafíos que enfrenta la industria del turismo, particularmente en el segmento de eventos y convenciones. Cada viaje, cada reunión, deja una marca en el planeta. En FETUR, reconocemos este desafío y estamos comprometidos este año a medir, reducir y, eventualmente, neutralizar esa huella.



La tecnología será clave en este proceso. Medir el impacto de nuestros eventos en tiempo real, utilizar herramientas que optimicen el consumo de energía y recursos, y adoptar soluciones que minimicen el desperdicio son acciones necesarias para garantizar un turismo sostenible.

Pero no basta solo con medir; debemos crear. Crear eventos que no solo reduzcan su impacto ambiental, sino que también generen valor para las comunidades locales. La innovación no es una tendencia, es nuestra

obligación. En Cozumel, el WTTS reunirá a los líderes del sector que ya están implementando soluciones tecnológicas para gestionar destinos turísticos de manera eficiente, minimizando el consumo de recursos y mejorando la experiencia de los visitantes, todo sin comprometer el medio ambiente.

Este encuentro no es solo para debatir sobre tendencias, es para actuar. En el WTTS, los participantes no solo aprenderán sobre las últimas tecnologías que están revolucionando la industria del turismo, sino que también podrán conectarse con la cadena de valor que hará posible esta transformación. Desde pequeños prestadores de servicios hasta grandes organizadores de eventos, todos tienen un papel fundamental en la creación de un turismo más sostenible.

El 27 y 28 de noviembre en Cozumel es la oportunidad perfecta para que nos reunamos y asumamos juntos

este compromiso. No se trata solo de innovar o de adoptar tecnologías por el bien de la eficiencia. Se trata de transformar la manera en que hacemos turismo para garantizar que las generaciones futuras puedan disfrutar de los mismos destinos que hoy promovemos. Se trata de construir un modelo en el que la sostenibilidad y la colaboración entre todos los actores del sector se conviertan en el estándar, no en la excepción.



México tiene el potencial de ser líder en la gestión turística global, pero para lograrlo, necesitamos trabajar juntos. En FETUR, estamos convencidos de que el WTTS será el catalizador de esta evolución. Invitamos a todos los actores del sector a unirse a nosotros en Cozumel, para ser parte de un futuro en el que la sostenibilidad, la innovación y las experiencias únicas no solo sean aspiraciones, sino realidades concretas que tracen una ruta clara para el desarrollo de reuniones y eventos en nuestro país.



*** Margarita Carbajal Carmona.**

Presidenta de la Federación de Empresarios Turísticos (FETUR) Nacional, es una empresaria con más de 30 años de experiencia en el sector turístico y un sólido liderazgo en la implementación de tecnología y colaboración empresarial.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

El bienestar en la agenda de reuniones:

Cómo incluir el wellness en los eventos corporativos



El concepto de bienestar ha dejado de ser una moda para convertirse en una necesidad dentro del ámbito empresarial, y esto ha permeado profundamente en la organización de eventos. Hoy, los asistentes no solo buscan adquirir conocimiento o establecer contactos de negocio; también anhelan sentirse bien, tanto física como mentalmente, durante su experiencia. En este sentido, los eventos corporativos están integrando el bienestar (wellbeing) como un pilar fundamental de sus programas.

Incorporar el bienestar en las reuniones y eventos corporativos no se trata solo de incluir opciones saludables en el catering. Se trata de repensar la experiencia completa del asistente, desde el entorno hasta las actividades que promueven un equilibrio físico, mental y emocional. En un contexto en el que el estrés laboral y el agotamiento mental son problemas crecientes, ofrecer a los participantes

un espacio donde puedan relajarse, reconectarse y recargar energías es más valioso que nunca.

Uno de los enfoques más comunes para incorporar el bienestar en los eventos es la inclusión de sesiones de meditación o mindfulness. Estos breves espacios, integrados en la agenda del evento, permiten a los asistentes tomarse un respiro en medio de las sesiones intensas de trabajo o conferencias. En lugar de seguir el ritmo frenético de la típica jornada de reuniones, las sesiones de mindfulness ofrecen una pausa que les ayuda a despejar la mente y reestablecer su concentración. Los organizadores que han implementado estas prácticas suelen recibir comentarios positivos de asistentes que agradecen la oportunidad de desconectar y relajarse, aunque sea por unos minutos.

El wellness en los eventos también incluye la actividad física. Muchas conferencias y reuniones

han comenzado a ofrecer clases de yoga o ejercicios ligeros al comienzo del día, antes de las sesiones formales. Estos momentos no solo ayudan a los asistentes a despertarse y activarse, sino que también fomentan una atmósfera de comunidad y colaboración. Los eventos que se celebran en locaciones con acceso a la naturaleza han integrado caminatas grupales o actividades al aire libre, lo que permite a los participantes disfrutar del entorno mientras cuidan su cuerpo.



El ambiente físico también juega un papel crucial en el bienestar. Los organizadores que priorizan el wellness prestan especial atención a los espacios de descanso. En lugar de zonas de networking abarrotadas y ruidosas, están creando áreas de descanso tranquilas, con asientos cómodos, iluminación suave y acceso a refrescos saludables. Estas áreas invitan a los asistentes a tomarse un momento para sí mismos, lejos del bullicio, y recargar energías antes de volver a la acción.

Otro componente importante del wellness es la alimentación. Cada vez más, los eventos corporativos están alejándose de las tradicionales opciones de catering, como el café y las donas, para ofrecer menús equilibrados y saludables. Desde jugos frescos y opciones sin gluten, hasta platos vegetarianos y veganos, el catering para eventos está evolucionando para alinearse con las tendencias de alimentación consciente. Esto no solo beneficia a los asistentes, que

se sienten más energizados y saludables, sino que también envía un mensaje claro: el bienestar importa.



El bienestar no se limita a lo físico. Los eventos que verdaderamente cuidan de sus asistentes también tienen en cuenta su bienestar mental y emocional. Esto puede traducirse en un enfoque más humano y empático en la organización, como evitar jornadas extenuantes o proporcionar acceso a terapeutas o entrenadores de vida durante el evento. Algunas organizaciones están implementando programas de

apoyo al bienestar mental, ofreciendo espacios de asesoramiento o coaching para que los asistentes puedan hablar sobre su bienestar emocional en un entorno seguro y de apoyo.



Incluir el wellness en la agenda de reuniones no solo mejora la experiencia de los asistentes, sino que también genera un impacto positivo en su productividad y en los resultados del evento. Al

sentirse más relajados, saludables y equilibrados, los participantes son capaces de concentrarse mejor, establecer conexiones más significativas y retener de manera más efectiva la información presentada. Los eventos que integran el bienestar como una prioridad están marcando una diferencia clara en el ámbito corporativo, transformando las reuniones en experiencias más humanas, saludables y gratificantes.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**



MICROEVENTOS: LA PERSONALIZACIÓN COMO CLAVE DEL ÉXITO EN LA INDUSTRIA MICE

STAFF PANORAMA TURÍSTICO.

El tamaño ya no es sinónimo de éxito. En un mundo que valora cada vez más la exclusividad, la personalización y la cercanía, los microeventos están ganando terreno rápidamente en la industria MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions).

Estos eventos de pequeño formato, lejos de ser menos importantes, están demostrando ser una opción mucho más efectiva para conectar de manera profunda con los asistentes y generar un impacto significativo.

Un microevento, por definición, es una reunión de menor escala, diseñada para un número reducido de participantes. Sin embargo, lo que puede parecer una desventaja, en realidad se convierte en su mayor fortaleza. La magia de los microeventos radica en su capacidad para ofrecer experiencias personalizadas, íntimas y cuidadosamente curadas, algo que los grandes eventos simplemente no pueden lograr.

En un microevento, cada detalle está pensado para hacer sentir a los asistentes como protagonistas. Desde el momento en que reciben la invitación, los participantes experimentan un nivel de atención personalizado que crea una conexión más fuerte

con la marca, la empresa o la organización detrás del evento. No es raro que los organizadores envíen invitaciones hechas a mano, o que el evento esté diseñado específicamente para las preferencias y necesidades de cada uno de los asistentes.



Uno de los mayores beneficios de los microeventos es la interacción más cercana entre los asistentes. En lugar de ser uno más entre cientos o miles de personas, los participantes en un microevento

tienen la oportunidad de establecer conexiones más profundas, tanto con los demás asistentes como con los ponentes y anfitriones. Este tipo de interacción permite un networking más efectivo, donde las conversaciones se vuelven más significativas y se generan relaciones profesionales más sólidas.

La personalización en un microevento también se refleja en la flexibilidad del contenido. En lugar de una agenda rígida que debe satisfacer a una gran variedad de personas, los organizadores pueden adaptar las actividades y presentaciones en función de los intereses y expectativas específicas de los asistentes. Esto se traduce en una mayor relevancia para los participantes, quienes obtienen un valor mucho más directo y específico del evento. Además, los microeventos permiten una mayor experimentación en cuanto a formatos y dinámicas, ya que los organizadores no están limitados por la logística de grandes grupos.



Otra ventaja clave de los microeventos es la optimización de recursos. En lugar de destinar grandes presupuestos a locaciones enormes, tecnología costosa y catering para cientos de personas, los microeventos permiten que los organizadores inviertan más en la calidad de la experiencia. Esto significa que pueden destinar más presupuesto a detalles que realmente importan, como ofrecer alimentos gourmet, contratar a expertos reconocidos para talleres o proporcionar recuerdos personalizados para los asistentes. Estos pequeños toques elevan la percepción del evento y dejan una impresión duradera en los participantes.

Los microeventos también son una excelente opción para quienes buscan minimizar el impacto ambiental. Al reducir el número de asistentes y concentrar los recursos, estos eventos tienden a generar menos residuos y a ser más sostenibles. Desde el transporte hasta el catering, los organizadores pueden controlar mejor el uso de materiales y energía, lo que resulta

en eventos más responsables desde el punto de vista ecológico.

A pesar de todos sus beneficios, los microeventos presentan un reto único: la creación de un ambiente exclusivo sin que se perciba como elitista. La clave está en encontrar un equilibrio entre la intimidad y la accesibilidad. Aunque los microeventos suelen estar dirigidos a un público selecto, es importante que los organizadores se aseguren de que los asistentes se sientan bienvenidos y valorados, sin importar su posición o estatus.

En resumen, los microeventos están revolucionando la forma en que las empresas y organizaciones se conectan con sus audiencias. Al ofrecer experiencias altamente personalizadas, permiten una mayor interacción, una mejor retención de información y una conexión emocional más profunda con la marca o el mensaje del evento. En un mundo cada vez

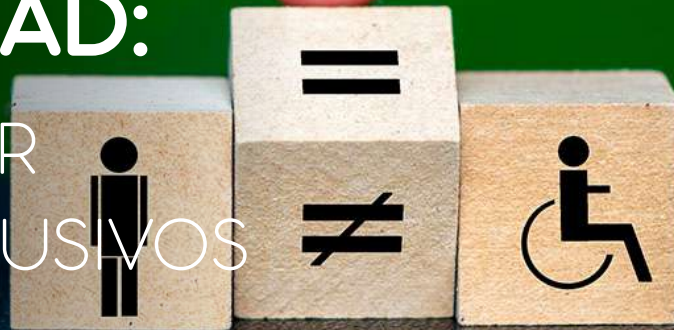
más saturado de información y grandes reuniones, los microeventos se destacan por su capacidad de ofrecer calidad sobre cantidad, y de hacer que cada asistente se sienta parte de algo verdaderamente especial.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

INNOVACIÓN Y DIVERSIDAD: CÓMO DISEÑAR EVENTOS INCLUSIVOS Y ACCESIBLES



STAFF PANORAMA TURÍSTICO.

La innovación en la industria de reuniones ya no se limita solo a las herramientas tecnológicas o la creatividad en los formatos. Hoy, los avances más impactantes también se reflejan en cómo los eventos logran adaptarse a las realidades de todos los asistentes, sin importar sus capacidades físicas, culturales, sociales o neurológicas. En este contexto, diseñar eventos inclusivos y accesibles no solo es una prioridad ética, sino una oportunidad de transformación. Los organizadores que busquen ofrecer experiencias significativas deben

tener como principio fundamental la diversidad, la equidad y la inclusión.

Incluir la diversidad en todas sus formas y asegurar la accesibilidad universal ya no es opcional; es una responsabilidad profesional y humana. Los asistentes a conferencias, reuniones de negocios o congresos llegan con distintas realidades y expectativas, y cada uno de ellos debe sentirse valorado y plenamente integrado en la experiencia. Esto incluye atender las necesidades de personas con discapacidades visibles e invisibles, como las relacionadas con la neurodiversidad.

El diseño de un evento inclusivo comienza desde las etapas iniciales de planificación. Para asegurar que todos puedan participar, las comunicaciones deben ser accesibles y claras. Usar un lenguaje inclusivo y ofrecer alternativas como traducciones, versiones en braille, o interpretación en lenguaje de

señas, es clave. Las plataformas digitales también deben garantizar accesibilidad para personas con discapacidades visuales o auditivas, especialmente en sesiones híbridas o virtuales.



Un aspecto crucial es la selección del lugar. Los espacios deben cumplir con las normativas de accesibilidad física —rampas, ascensores y baños adaptados—, pero también ofrecer facilidades que promuevan el bienestar de todos. Esto incluye

desde la señalización clara y accesible hasta el uso de tecnología que permita la participación activa de quienes tienen dificultades sensoriales. Las plataformas y las aplicaciones móviles, por ejemplo, ya están facilitando la navegación por los espacios a través de guías de voz o mapas interactivos accesibles.

Pero no todo se trata de adaptar espacios físicos. En un evento inclusivo, los organizadores también deben ser sensibles a las diferencias culturales, de idioma y, muy importante, de pensamiento. Por ejemplo, contar con traducciones simultáneas en eventos internacionales no es solo una ventaja logística, sino un acto de inclusión que permite a cada participante sentirse involucrado. La representación diversa en los paneles y comités organizadores también envía un mensaje claro sobre el compromiso con la equidad.

Otro aspecto esencial es la neurodiversidad. Esto implica reconocer que las personas procesan la

información de formas distintas y que algunos asistentes pueden necesitar diferentes apoyos para interactuar cómodamente en eventos de gran magnitud. Adaptar los horarios y dinámicas de trabajo, ofrecer espacios tranquilos y promover un entorno que respete los distintos ritmos de interacción puede marcar una diferencia significativa.



La tecnología sigue desempeñando un papel crucial en esta transformación. El uso de inteligencia artificial

está permitiendo personalizar la experiencia del asistente según sus necesidades específicas. Desde traducciones en tiempo real hasta asistentes virtuales que ayudan a personas con discapacidades a interactuar de manera más fluida, estas innovaciones no solo hacen los eventos más inclusivos, sino también más eficientes.

Además, los contenidos presentados en las actividades y conferencias deben estar diseñados con un enfoque inclusivo. Evitar sesgos de género, etnia o discapacidad en los discursos y materiales es esencial para lograr una experiencia enriquecedora para todos. Más allá de ser una obligación, la inclusión representa una oportunidad para hacer los eventos más diversos y significativos.

Finalmente, es importante recordar que la inclusión no es solo un desafío técnico, sino también emocional.

Crear un ambiente donde cada persona, sin importar sus capacidades o antecedentes, se sienta bienvenida y respetada es clave para que un evento sea verdaderamente exitoso. El respeto, la empatía y la hospitalidad deben formar parte del ADN de cada organizador que aspire a crear una experiencia transformadora para todos.

En definitiva, los eventos inclusivos y accesibles no solo responden a las demandas sociales de una mayor equidad, sino que también son un terreno fértil para la innovación en su sentido más profundo: el de crear experiencias que rompan barreras y conecten a las personas, sin importar sus capacidades, contexto o realidad.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**



El impacto del storytelling en los eventos:

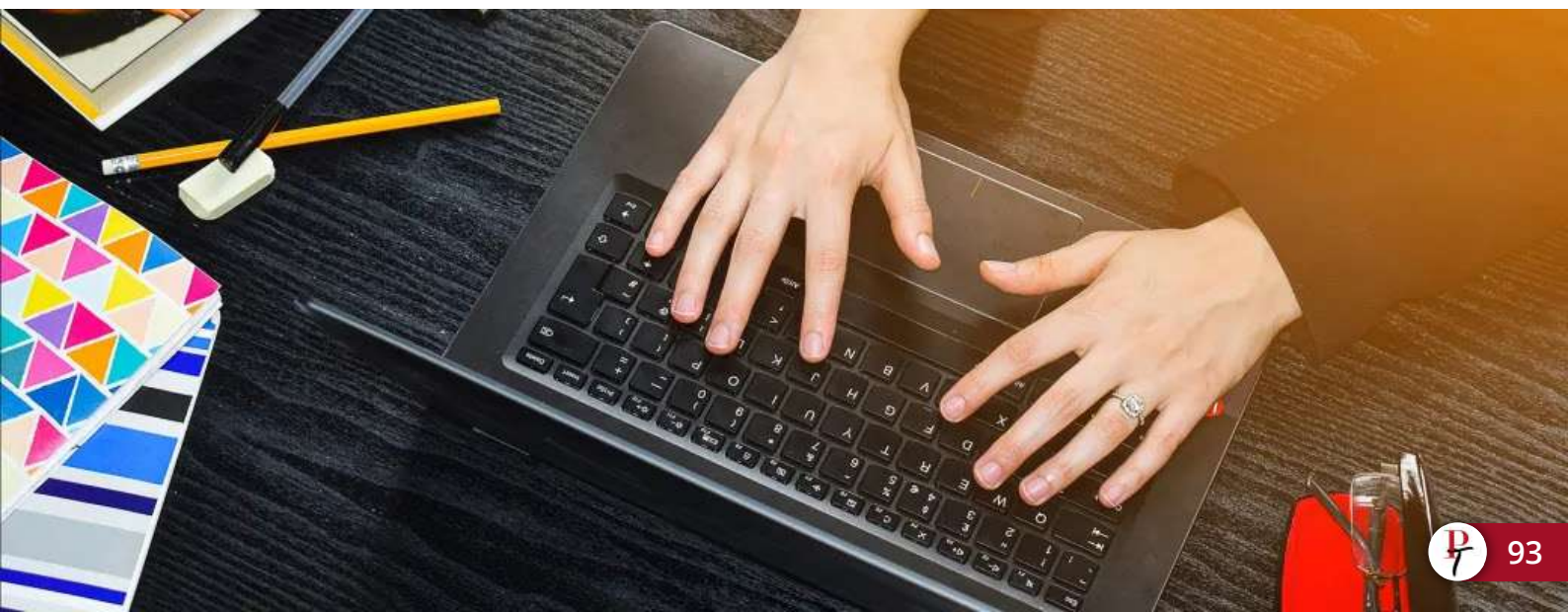
Cómo conectar emocionalmente con tu audiencia

STAFF PANORAMA TURÍSTICO.

En un mundo saturado de información, conectar emocionalmente con una audiencia es más difícil que nunca. Los asistentes a eventos reciben una

avalancha de datos, gráficos y presentaciones, pero lo que realmente les deja una impresión duradera es la narrativa detrás del mensaje. Aquí es donde entra en juego el poder del storytelling.

El storytelling, o el arte de contar historias, ha sido una herramienta poderosa para la humanidad desde tiempos inmemoriales. A través de las historias, las personas pueden comprender y recordar conceptos de una manera mucho más efectiva que con simples hechos o estadísticas. En el contexto de los eventos, el storytelling tiene el potencial de transformar una presentación monótona en una experiencia emotiva e inspiradora.



Para los organizadores de eventos, la clave está en utilizar el storytelling para crear una narrativa que resuene con los asistentes. Esto significa ir más allá de los datos y crear una historia que tenga relevancia emocional para el público. ¿Qué problema se está resolviendo? ¿Cómo afecta a las personas? ¿Cuál es el viaje que los participantes experimentarán durante el evento? Estas son algunas de las preguntas que pueden guiar la construcción de una narrativa impactante.

Un buen ejemplo de storytelling en eventos es cuando los ponentes no solo presentan sus logros, sino que comparten sus desafíos personales, errores y momentos de superación. Estas historias no solo humanizan a los ponentes, sino que también crean una conexión emocional con la audiencia, que puede identificarse con esos momentos de vulnerabilidad y aprendizaje.

Pero el storytelling no se limita a las palabras. El entorno, la iluminación, la música y las imágenes

juegan un papel fundamental en la creación de una narrativa cohesiva. Imagina un evento donde la iluminación cambia de acuerdo con el tono de la historia que se está contando, o donde la música resalta momentos clave de la presentación. Estos detalles pueden parecer sutiles, pero tienen un impacto profundo en cómo los asistentes experimentan el evento.



La tecnología también está jugando un papel importante en la evolución del storytelling en los eventos. Las plataformas digitales permiten crear experiencias

inmersivas que involucren a los asistentes de manera más profunda. Por ejemplo, mediante la realidad virtual o aumentada, los organizadores pueden transportar a los asistentes a otros lugares, épocas o situaciones, haciendo que vivan la historia en lugar de solo escucharla. Estas herramientas no solo son entretenidas, sino que también ayudan a que los mensajes se graben de manera más efectiva en la memoria de los participantes.

El storytelling en los eventos también se ve reflejado en las actividades interactivas. Las dinámicas de grupo, los juegos y los desafíos pueden diseñarse como parte de una narrativa que los asistentes deben seguir. De esta manera, se convierten en protagonistas de la historia, lo que aumenta su compromiso y retención del mensaje.

Para que el storytelling funcione, la autenticidad es fundamental. Los asistentes pueden percibir fácilmente si una historia es forzada o simplemente un recurso

comercial. Las historias que más resuenan son aquellas que son reales, sinceras y que reflejan una experiencia humana compartida. Los organizadores deben trabajar de la mano con los ponentes y las marcas para asegurarse de que las historias que se cuentan sean genuinas y alineadas con los valores del evento.

En definitiva, el storytelling es mucho más que una moda en el mundo de los eventos. Es una herramienta esencial para crear conexiones más profundas, inspirar a los asistentes y asegurarse de que los mensajes perduren mucho después de que el evento haya terminado. Los organizadores que dominen el arte del storytelling serán aquellos que logren que sus eventos no solo informen, sino que transformen.

 **SIGUIENTE**

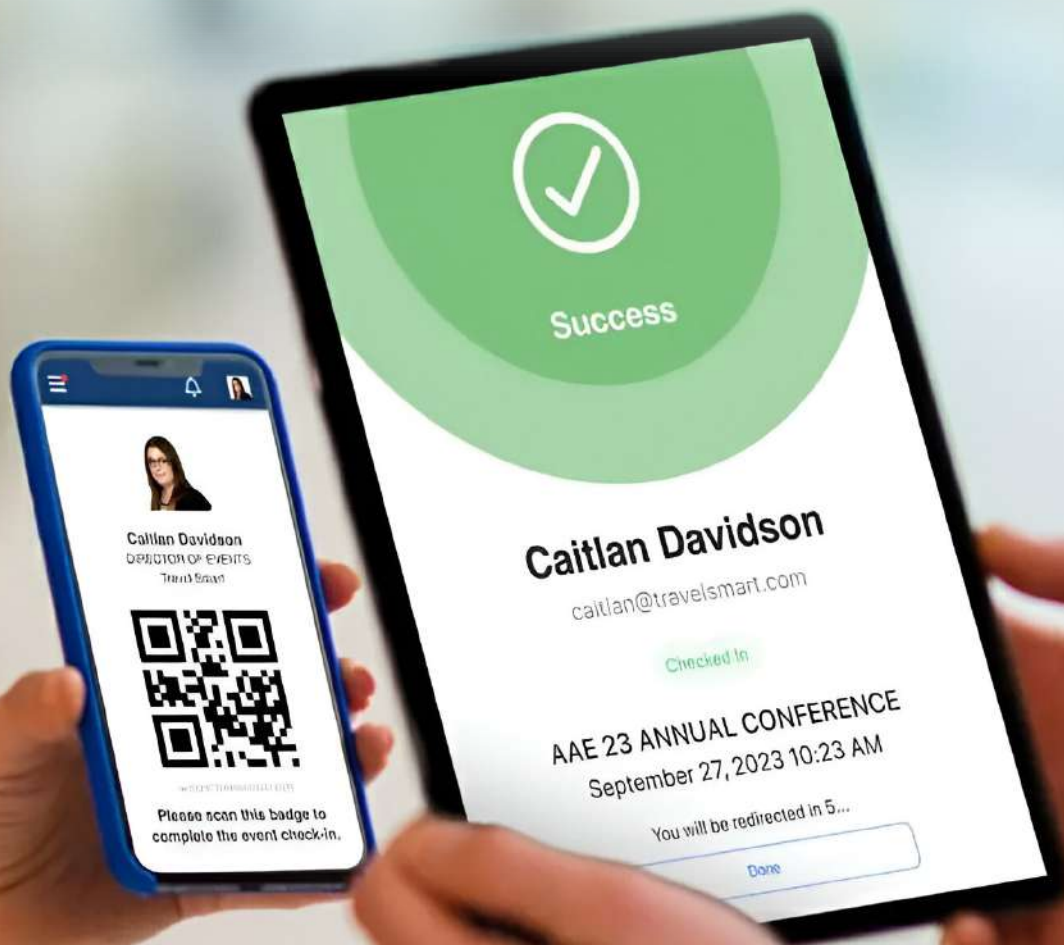
 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

TECNOLOGÍAS DE REGISTRO INTELIGENTE:

LA NUEVA CARA DEL CONTROL DE ASISTENCIA

STAFF PANORAMA TURÍSTICO.



La tecnología ha transformado cada aspecto de la organización de eventos, y el proceso de registro y control de asistencia no es la excepción. Lo que antes era un tedioso trámite de listas impresas, mesas de bienvenida y largas filas de espera, ahora es una experiencia fluida, rápida y sin fricciones gracias a las tecnologías de registro inteligente.



Hoy en día, los asistentes a eventos esperan un proceso de registro tan sencillo como reservar un vuelo o hacer una compra en línea. La introducción

de herramientas como el reconocimiento facial, códigos QR y aplicaciones móviles ha revolucionado la forma en que los participantes acceden a los eventos. Estos avances no solo agilizan la entrada, sino que también mejoran la experiencia general del asistente, permitiéndole comenzar su jornada sin contratiempos ni demoras innecesarias.

El uso de códigos QR, por ejemplo, ha simplificado enormemente el control de asistencia. Los organizadores pueden enviar una invitación digital a los participantes, quienes solo necesitan escanear su código en la entrada para registrarse. Este sistema no solo ahorra tiempo, sino que también elimina la necesidad de credenciales impresas, lo que lo convierte en una opción más sostenible. Además, los códigos QR pueden personalizarse para que incluyan información adicional, como acceso a áreas VIP o invitaciones a sesiones exclusivas, lo que mejora la experiencia del asistente.



Por otro lado, la tecnología de reconocimiento facial está ganando terreno como una de las formas más avanzadas de registro. Al permitir a los asistentes registrarse simplemente con su rostro, este sistema reduce aún más el tiempo de espera y ofrece una experiencia totalmente sin contacto, lo cual ha cobrado mayor relevancia tras la pandemia. La precisión de esta tecnología también mejora la seguridad del evento, ya que garantiza que solo las

personas autorizadas tengan acceso a determinadas áreas.

Las aplicaciones móviles también han cambiado radicalmente el proceso de registro y asistencia. A través de estas apps, los participantes no solo pueden registrarse previamente al evento, sino también acceder a toda la información relevante, desde la agenda hasta los planos del lugar. Estas aplicaciones permiten a los organizadores enviar notificaciones en tiempo real, recordatorios de actividades o cambios en la programación, lo que mejora la comunicación y la organización del evento. Además de facilitar el registro, estas tecnologías también ofrecen un valioso conjunto de datos para los organizadores. Con ellas, es posible realizar un seguimiento en tiempo real de quiénes han asistido, cuánto tiempo permanecen en el evento y cuáles son las áreas o sesiones más populares.



Esta información es esencial para entender mejor el comportamiento de los asistentes y para planificar futuras ediciones con mayor precisión.

La seguridad también es un tema crucial cuando se habla de tecnologías de registro inteligente. Con la creciente preocupación por la privacidad de los datos, los organizadores deben asegurarse de que las plataformas utilizadas cumplan con las normativas vigentes y ofrezcan altos niveles de

protección para la información personal de los asistentes. Esto implica trabajar con proveedores confiables y transparentes que prioricen la seguridad y privacidad de los usuarios.

En resumen, las tecnologías de registro inteligente están redefiniendo la manera en que los eventos controlan la asistencia. Desde códigos QR hasta reconocimiento facial, estas herramientas no solo hacen que el proceso sea más eficiente, sino que también mejoran la experiencia de los participantes y brindan valiosos datos para los organizadores. En un mundo cada vez más digital, adaptarse a estas innovaciones no es solo una ventaja competitiva, sino una necesidad para garantizar el éxito y la fluidez de los eventos.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

Catering para reuniones del futuro:

STAFF PANORAMA TURÍSTICO.

Innovación gastronómica y sostenibilidad en el menú

Cuando hablamos de reuniones y eventos, muchas veces nos enfocamos en el contenido de las presentaciones, la tecnología utilizada o el lugar del evento. Sin embargo, uno de los elementos que más impacta a los asistentes es el catering. La comida tiene el poder de hacer que un evento sea recordado con una sonrisa o con indiferencia, y en los últimos años, las tendencias en gastronomía para eventos han evolucionado hacia un enfoque más innovador y sostenible.

Atrás quedaron los días en que el catering para eventos consistía en ofrecer bandejas de bocadillos o buffets genéricos. Hoy, los organizadores buscan proporcionar experiencias culinarias que no solo satisfagan el paladar, sino que también reflejen los valores y el mensaje del evento. El menú es una extensión del propósito de la reunión, y debe estar alineado con las expectativas de un público cada vez más consciente de lo que consume.



Una de las tendencias más fuertes es el catering sostenible. Los asistentes ya no se conforman con comidas opulentas si estas tienen un impacto negativo en el medio ambiente. Por el contrario, existe una demanda creciente por menús que minimicen el desperdicio de alimentos, utilicen ingredientes locales y de temporada, y promuevan prácticas responsables. Los chefs y los proveedores de catering han comenzado a trabajar en colaboración con productores locales, creando menús basados en

alimentos frescos y de proximidad, lo que no solo reduce la huella de carbono del evento, sino que también apoya a las economías locales.

Otro aspecto clave de esta evolución es la reducción del uso de plásticos y otros materiales desechables. Los eventos más responsables están optando por utensilios reutilizables o biodegradables, y se están tomando medidas para evitar el uso de envases innecesarios. Además, los organizadores están implementando estrategias para reducir el desperdicio de alimentos, como donar los excedentes a organizaciones benéficas o planificar raciones más ajustadas a las necesidades reales de los asistentes.

El catering también se está alineando con la tendencia hacia dietas más saludables y variadas. Las opciones vegetarianas y veganas han dejado de ser una simple alternativa y se están convirtiendo en el núcleo de muchos menús de eventos. Estos platos, además

de ser más sostenibles, responden a las crecientes preocupaciones de los asistentes por su bienestar y salud. En muchos casos, las empresas están optando por ofrecer menús totalmente plant-based (basados en plantas), tanto por razones ambientales como por la creciente popularidad de este tipo de alimentación.



Otro aspecto que está cambiando la cara del catering es la personalización. Cada vez más, los asistentes buscan experiencias únicas, y eso incluye la comida. Los menús tradicionales, donde todos

reciben la misma oferta, están siendo reemplazados por estaciones interactivas donde los participantes pueden personalizar sus platos, eligiendo entre diferentes ingredientes y estilos de preparación. Este enfoque no solo garantiza que cada asistente disfrute de su comida según sus preferencias, sino que también convierte el momento del catering en una experiencia más participativa y memorable.

La innovación también ha llegado al formato del catering. En lugar de las clásicas pausas para el café o las comidas formales, algunos eventos están adoptando enfoques más dinámicos, como los food trucks, que ofrecen una experiencia gastronómica más informal y diversa. Estos vehículos no solo añaden un elemento de entretenimiento al evento, sino que también permiten a los asistentes disfrutar de una variedad de comidas en un ambiente más relajado y social.

El catering del futuro no solo se trata de alimentar a los asistentes, sino de brindar una experiencia completa. Cada plato cuenta una historia, cada ingrediente tiene un propósito, y cada bocado está alineado con los valores del evento. La innovación gastronómica no se limita a lo que se sirve en el plato, sino que abarca todo el proceso, desde la selección de los ingredientes hasta la manera en que se presenta la comida. Los eventos que logran integrar esta visión en su catering no solo satisfacen el hambre, sino que también nutren el alma.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

El rol de las redes sociales en la promoción y el impacto de los eventos

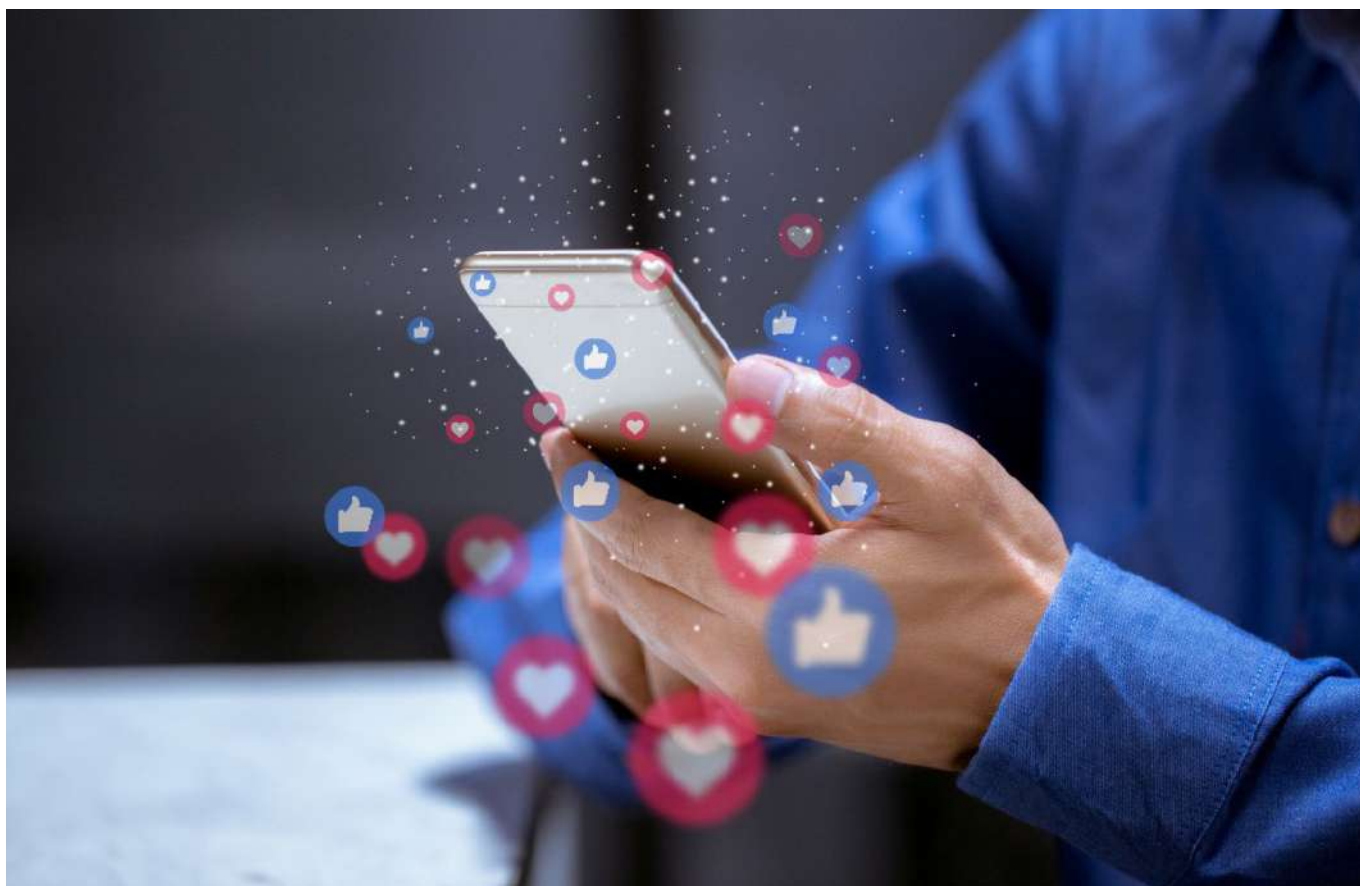
STAFF PANORAMA TURÍSTICO.



Vivimos en un mundo hiperconectado, donde las redes sociales han dejado de ser un simple canal de comunicación para convertirse en una plataforma poderosa capaz de amplificar el impacto de cualquier evento. Ya no se trata solo de atraer asistentes a través de anuncios, sino de crear una experiencia que viva y se extienda mucho más allá de las cuatro paredes del salón. La verdadera fuerza de las redes sociales reside en su capacidad para convertir a los asistentes en embajadores de la marca o del evento, compartiendo sus vivencias en tiempo real con sus seguidores.

El primer paso para aprovechar el poder de las redes sociales en los eventos es la promoción previa. Los organizadores tienen una valiosa oportunidad de generar expectativa desde semanas antes del evento, utilizando plataformas como Instagram, LinkedIn y X para captar la atención de su público objetivo. Una estrategia efectiva es crear contenido visualmente

atractivo, como teasers, entrevistas con ponentes o "detrás de cámaras" del proceso de organización. Los hashtags específicos del evento permiten que el contenido sea fácilmente rastreable, permitiendo a los asistentes y al público en general seguir el hilo de la conversación.

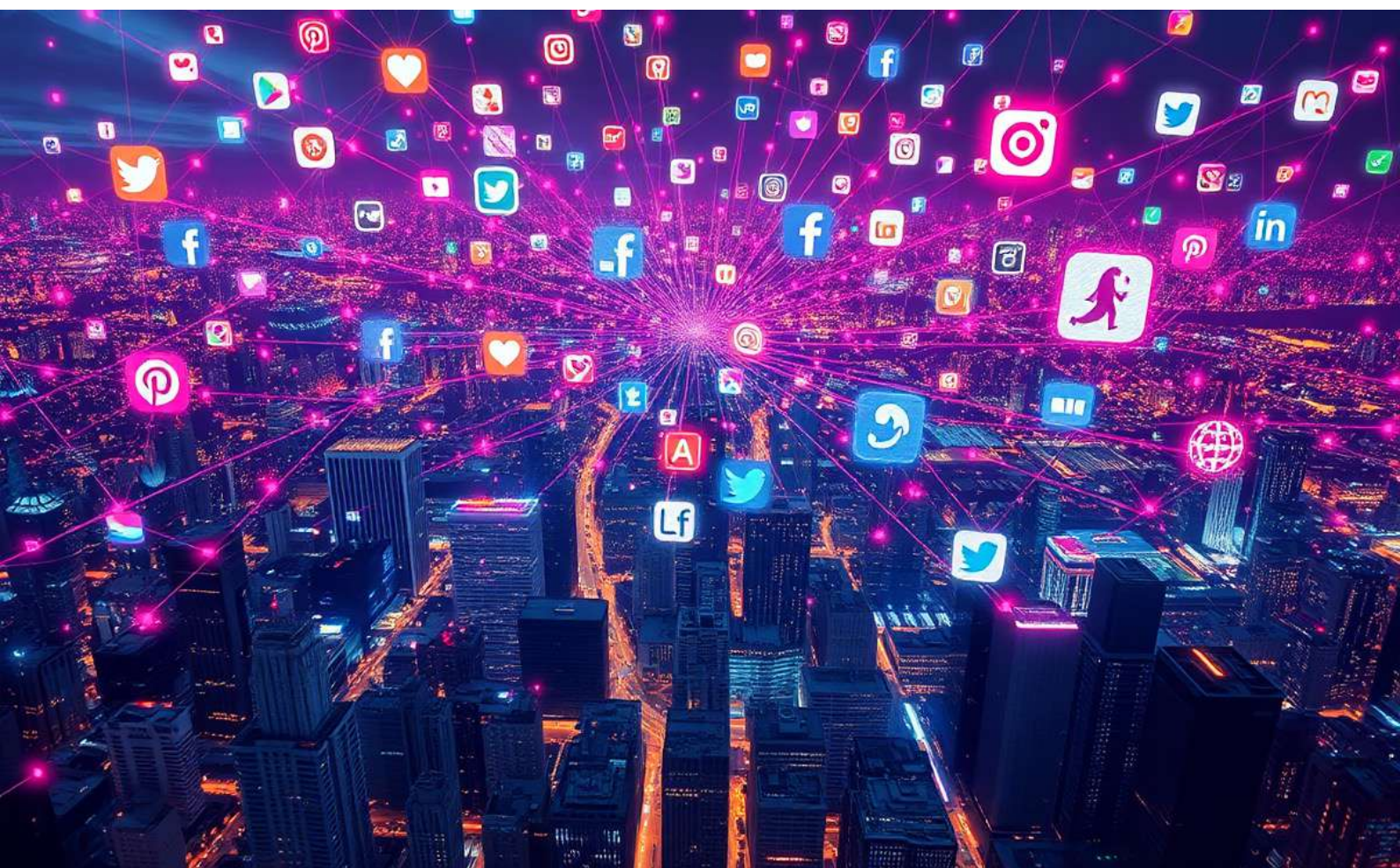


Sin embargo, las redes sociales no solo sirven para atraer a más personas al evento, sino que también juegan un papel fundamental durante el mismo.

Plataformas como Instagram y X permiten a los asistentes compartir sus impresiones y experiencias en tiempo real. Para los organizadores, esto representa una oportunidad única de obtener feedback inmediato sobre el desarrollo del evento. Pero también es una poderosa herramienta de marketing, ya que cada publicación compartida es una ventana abierta que invita a otros a sumarse a la experiencia.

Las historias de Instagram y Facebook han cobrado especial relevancia en los eventos. A través de ellas, los asistentes pueden compartir momentos espontáneos y genuinos del evento, como una charla que les impresionó o una interacción especial con otros participantes. Este tipo de contenido efímero genera una sensación de urgencia, haciendo que quienes no asistieron se sientan más motivados a no perderse la próxima edición. Además, las historias y transmisiones en vivo permiten a los

organizadores compartir momentos destacados del evento con una audiencia mucho más amplia, rompiendo las barreras físicas.



Otro aspecto interesante es cómo las redes sociales están facilitando la interacción dentro del evento. Plataformas como X permiten que los asistentes hagan preguntas en tiempo real, compartan sus opiniones y participen en encuestas

instantáneas, generando una dinámica más inclusiva y participativa. Los eventos que utilizan las redes sociales como una extensión de la conversación física logran un mayor compromiso por parte de los asistentes, quienes se sienten más involucrados y escuchados.

Pero el verdadero valor de las redes sociales se refleja después de que el evento ha terminado. A través de ellas, los organizadores pueden mantener viva la conversación, compartir resúmenes, fotos, videos de las sesiones, y destacar los momentos más memorables. Las redes también permiten medir el impacto real del evento, rastreando la cantidad de menciones, interacciones y alcance que se ha logrado. En muchos casos, los organizadores descubren que el impacto de su evento continúa creciendo semanas después de su finalización, gracias al contenido generado por los asistentes.



Sin embargo, aprovechar el poder de las redes sociales no es algo que ocurra de manera espontánea. Requiere una planificación cuidadosa, desde la creación de una estrategia de contenido clara, hasta la asignación de un equipo que se encargue de gestionar las redes durante el evento. También es importante alentar a los asistentes a compartir sus experiencias, incentivándolos con concursos, premios o simples reconocimientos públicos. Los eventos que logran generar una

comunidad activa en redes sociales obtienen un retorno de inversión mucho más amplio, ya que multiplican su alcance y fortalecen su presencia de marca.

En resumen, las redes sociales son una herramienta indispensable para cualquier evento que busque maximizar su impacto. No solo ayudan a atraer asistentes, sino que también convierten cada interacción en una oportunidad de promoción. En el mundo de los eventos, lo que ocurre en las redes sociales no se queda en las redes sociales; es el motor que impulsa la conversación, el compromiso y la participación antes, durante y después de cada encuentro.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

Gestión de la seguridad en eventos:

Cómo proteger a los asistentes en la nueva normalidad

La organización de eventos siempre ha requerido un enfoque cuidadoso en cuanto a la seguridad, pero la pandemia cambió las reglas del juego para siempre.

STAFF PANORAMA TURÍSTICO.

Ilustración: macrovector / freepik.com

Hoy, garantizar la seguridad de los asistentes no solo implica considerar aspectos tradicionales como la protección contra incendios o la gestión de multitudes; también implica adaptarse a una nueva normalidad en la que la salud y la higiene son prioritarias.

La gestión de la seguridad en eventos ha pasado a un primer plano, y los organizadores tienen que abordar el tema con una visión integral que cubra desde el distanciamiento físico hasta la trazabilidad de contactos. Uno de los primeros aspectos que se deben considerar es la capacidad del espacio. En la era post-pandemia, los eventos ya no pueden abarrotar salones de conferencias o auditorios como antes. La distancia entre los asientos, las medidas de control de flujo de personas y la reducción del aforo son ahora elementos clave para garantizar la seguridad de los asistentes.

La higiene y desinfección también han cobrado un papel preponderante. Los organizadores deben asegurarse de que se establezcan protocolos de limpieza rigurosos, con estaciones de desinfección de manos disponibles en todos los puntos clave del evento. Esto no solo ofrece tranquilidad a los asistentes, sino que también refleja un compromiso con su bienestar. El uso de tecnologías sin contacto, como el registro mediante reconocimiento facial o códigos QR, también ayuda a minimizar los riesgos asociados con el contacto físico, permitiendo un control de acceso más fluido y seguro.



Otra medida que está ganando relevancia es la trazabilidad de contactos. Para los eventos presenciales, muchas organizaciones están recurriendo a aplicaciones móviles que permiten registrar los movimientos de los

asistentes dentro del recinto. Estas apps no solo facilitan el control de aforo en tiempo real, sino que también permiten a los organizadores rastrear quién estuvo en contacto con quién, en caso de que se detecte algún caso positivo de COVID-19 u otra enfermedad.

La comunicación juega un rol fundamental en la gestión de la seguridad. Los organizadores deben ser transparentes desde el principio, informando a los asistentes sobre las medidas que se implementarán y los protocolos a seguir. Es fundamental que se expliquen claramente las políticas de acceso, como la necesidad de certificados de vacunación, pruebas negativas o el uso obligatorio de mascarillas.

La señalización en el lugar del evento también debe ser clara, guiando a los asistentes sobre las rutas de entrada y salida, los puntos de desinfección y las áreas designadas para descanso o comida.



No obstante, la seguridad no se limita solo a la salud física. En eventos de gran envergadura, la ciberseguridad se ha convertido en una preocupación creciente, especialmente en los eventos híbridos o virtuales. Los organizadores deben garantizar que las plataformas utilizadas sean seguras, protegiendo la información personal de los asistentes y evitando posibles brechas de seguridad que podrían poner en riesgo la integridad del evento.

La coordinación con las autoridades locales es otro factor crucial. Dependiendo del tamaño y naturaleza del evento, puede ser necesario coordinarse con la policía, los bomberos y los servicios médicos de emergencia. Estos equipos deben estar listos para actuar rápidamente en caso de cualquier eventualidad, desde emergencias médicas hasta problemas de seguridad. Además, en algunos casos, la presencia de personal de seguridad especializado en el control de multitudes puede ser necesaria para evitar aglomeraciones y garantizar que se respeten las normas de distanciamiento social.

En conclusión, la seguridad en eventos ha evolucionado para adaptarse a las nuevas exigencias de la era post-pandemia. Ya no se trata solo de gestionar riesgos tradicionales, sino de integrar medidas que protejan la salud de los asistentes y garanticen su seguridad en todos los aspectos. Los eventos que logran implementar protocolos efectivos y mantener una comunicación

clara y proactiva no solo brindan tranquilidad a los participantes, sino que también establecen un nuevo estándar de excelencia en la organización de reuniones y eventos en el futuro.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

Reuniones que Inspiran: Hoteles de Lujo y Sostenibilidad

POR: ALEXIS Y MELANIE BEARD*



Las reuniones en hoteles se han transformado en experiencias multifuncionales que combinan lujo, tecnología avanzada y sostenibilidad. Los mejores hoteles ofrecen espacios cuidadosamente diseñados para maximizar la productividad y creatividad, al mismo tiempo que garantizan una experiencia única para los asistentes. Desde imponentes salones de baile con equipos audiovisuales de última generación hasta impresionantes áreas al aire libre con vistas naturales, hoy en día, bellos hoteles son el escenario perfecto para eventos corporativos que mezclan la innovación y sostenibilidad con experiencias únicas.

La Laguna de Siete Colores

En el corazón de la naturaleza, Our Habitas Bacalar redefine la experiencia de reuniones, ofreciendo un entorno que trasciende lo convencional. Este espacio no solo proporciona un lugar para congregarse, sino que también fomenta una conexión profunda con uno mismo, con los demás y con el entorno. Lo

que se llama "Luxury for the Soul" se traduce en una experiencia que expande nuestras mentes y alimenta nuestras almas, convirtiendo cada encuentro en una oportunidad para el crecimiento personal y colectivo.



Our Habitas Bacalar es un oasis de tranquilidad, diseñado para crear un ambiente auténtico que promueve la conexión y resalta la importancia de la sostenibilidad y la regeneración. Con espacios de reunión minimalistas y únicos, cada celebración

se enriquece con la belleza natural que rodea la propiedad. Los asistentes pueden disfrutar de una oferta gastronómica farm-to-table, que no solo nutre el cuerpo, sino que también respeta el medio ambiente. Además, el programa de actividades incluye opciones de bienestar y aventura, proporcionando un equilibrio perfecto entre la relajación y la exploración. En este sentido, cada reunión se transforma en una experiencia única que deja una huella tanto en los participantes como en el entorno natural que los rodea.



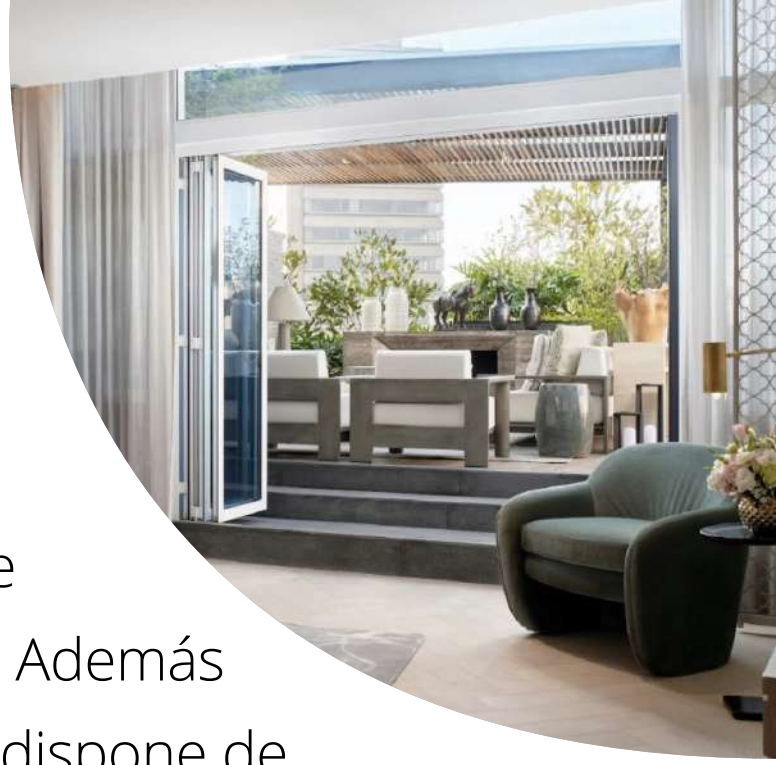
Vibrante Corazón de México

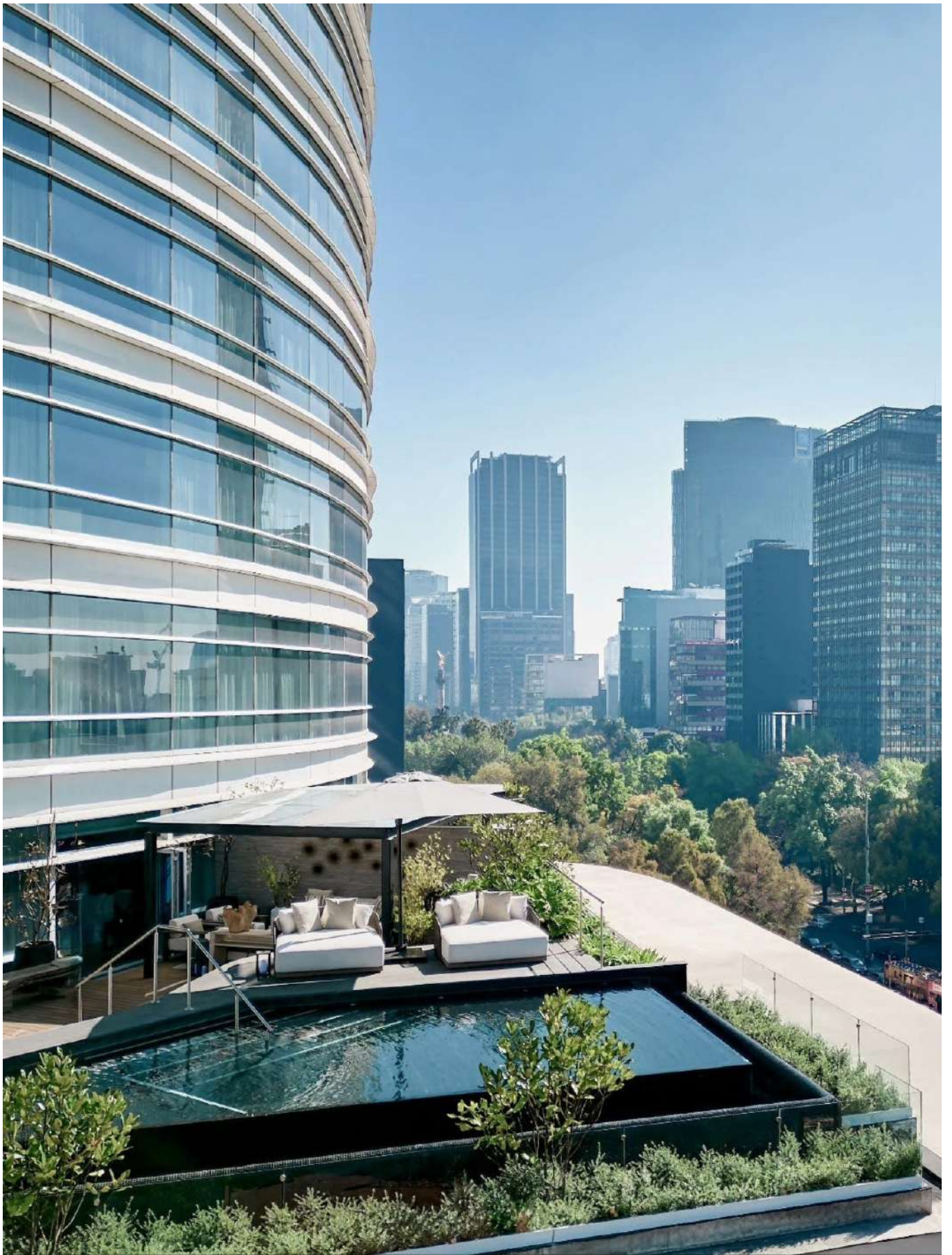
El St. Regis Ciudad de México se erige majestuoso en el corazón palpitante de la capital, como un faro de elegancia que combina la modernidad con un refinado legado histórico. A los pies de su imponente estructura, la Avenida Reforma cobra vida, mientras que dentro de sus muros, cada rincón invita al lujo discreto y la serenidad absoluta. Es un refugio donde el bullicio de la ciudad se desvanece, y en su lugar, emerge un remanso de tranquilidad, envuelto en un servicio impecable que roza lo etéreo.

A photograph showing a modern hotel lobby. In the foreground, a round table holds several large, white floral arrangements. Above, a large, dark, fringed chandelier hangs from the ceiling. The background shows a well-lit hallway with a polished floor and a dark wood wall.

St. Regis Ciudad de México cuenta con más de 1,100 metros cuadrados de espacios para eventos, lo que lo convierte en un lugar ideal tanto para encuentros íntimos como para grandes conferencias. Su

majestuoso Salón Astor tiene capacidad para hasta 700 personas y ofrece vistas espectaculares del Parque de Chapultepec y la Avenida Reforma a través de ventanales de piso a techo. Además del salón principal, el hotel dispone de varias salas de juntas y salones más pequeños equipados con tecnología de punta, perfectos para reuniones de negocios, seminarios y talleres. El St. Regis ha incorporado soluciones tecnológicas de vanguardia en sus espacios para reuniones, lo que facilita una experiencia fluida y moderna. Las salas están equipadas con tecnología avanzada como sistemas audiovisuales de alta calidad, iluminación ajustable y conectividad de última generación para videoconferencias y presentaciones virtuales, lo que permite a los asistentes interactuar de manera remota con la misma eficiencia que en persona.





Entre Manglares y Templos Mayas

Para quienes buscan un entorno inolvidable para sus eventos, el Edition Kanai ofrece un escenario único entre los manglares de la Riviera Maya. Parte del exclusivo desarrollo Kanai, el hotel se encuentra frente a una playa virgen dentro de la bella Riviera Maya. El diseño del resort mezcla el estilo contemporáneo de Edition con la herencia cultural de la península de Yucatán, creando un entorno inspirador para reuniones y eventos corporativos. Edition Kanai ofrece amplios espacios para eventos, tanto en interiores como exteriores, incluidos



lugares frente a la playa que permiten a los asistentes disfrutar de impresionantes vistas al mar durante su tiempo de trabajo y ocio.

El Edition Kanai se distingue por su compromiso con la sostenibilidad, integrado desde el diseño del hotel hasta las operaciones diarias. Su arquitectura se ha diseñado teniendo en cuenta el respeto por el entorno natural, utilizando materiales locales y prácticas de construcción eco-amigables para preservar la biodiversidad circundante, especialmente los manglares. Esto crea un entorno inspirador para eventos, al mismo tiempo que refleja un enfoque holístico de la sostenibilidad. Innovando en el ámbito de las reuniones, Edition Kanai ofrece la posibilidad de realizar eventos al aire libre en espacios que combinan la belleza natural del entorno con tecnología avanzada para reuniones, como pantallas LED energéticamente eficientes y equipos que minimizan el uso de electricidad.



Donde Fluye el Vino

Banyan Tree Valle de Guadalupe es un santuario vinícola a medida que celebra la tierra, la comunidad y la transformación. Con una encantadora colección de 30 amplias villas ubicadas en las colinas, este destino se integra perfectamente en el paisaje de colinas ondulantes. Las villas modernas y elegantes ofrecen un refugio tranquilo que resalta la impresionante



belleza natural del entorno, creando un ambiente ideal para reuniones que buscan inspiración y conexión. Cada rincón del resort está diseñado para proporcionar un espacio donde los participantes pueden relajarse y enfocarse en el crecimiento personal y profesional.



Además de sus instalaciones excepcionales, Banyan Tree Veya ofrece un calendario de bienestar que incluye una amplia gama de actividades guiadas por expertos, como prácticas de atención plena, movimientos somáticos y aprendizajes sobre estilos

de vida. Esto permite a los asistentes descubrir formas simples y efectivas de mejorar su bienestar, tanto durante su estancia como al regresar a casa. En este espacio, cada quien tiene la libertad de participar en tantas actividades como desee, adaptando su experiencia a sus necesidades y deseos individuales. Así, Banyan Tree Valle de Guadalupe no solo es un lugar para reuniones, sino un destino que transforma y revitaliza.



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

▶ 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