



TURISMO E INDUSTRIA DE REUNIONES

# Panorama<sup>®</sup> Turístico

AÑO XXXV. NO. 2. FEBRERO 2025.

## YUCA FAN

CONSTRUYENDO Y  
UNIENDO CULTURAS:

INCENTIVOS QUE TRASCIENDEN FRONTERAS

#VisitYucatan

Las Coloradas. 📍

📷 @pipegaber

El destino ideal es

YUCATAN



yucatan.travel      @yucatanaturismo

Los viajes de incentivos han dejado de ser simples recompensas. Hoy, son experiencias diseñadas para inspirar, fortalecer equipos y conectar a las personas con nuevas culturas. En esta edición de Panorama Turístico y de la mano de SITE Capítulo México, exploramos cómo los incentivos están trascendiendo fronteras y construyendo lazos más allá del entorno corporativo.

Desde destinos emergentes que ofrecen experiencias exclusivas hasta iniciativas que priorizan la sostenibilidad, los programas de incentivos están evolucionando. Empresas de todo el mundo buscan reconocer el talento con viajes que no solo premian, sino que generan un impacto real en sus colaboradores y en las comunidades que los reciben.

A lo largo de estas páginas, descubrirás cómo Los Cabos y Yucatán están consolidándose como destinos clave para incentivos, cómo la sostenibilidad se ha convertido en un pilar estratégico en la industria y qué tendencias marcarán el futuro de estos programas.

En un mundo cada vez más conectado, los viajes de incentivos se han convertido en un puente entre culturas y personas. Construyendo y uniendo culturas, los incentivos no solo premian: transforman.

¡Bienvenidos a una edición donde la inspiración no tiene límites!

**Corina Ortega,**  
Editora.



# TU SIGUIENTE VIAJE DE INCENTIVO EN DONDE QUIERAS

PROGRAMAS PERSONALIZADOS | INMERSIÓN  
CULTURAL | LOGÍSTICA EN DESTINO | EVENTOS Y  
EXPERIENCIAS EXCLUSIVAS | **ENGAGEMENT** |  
ACTIVIDADES MEMORABLES

Contáctanos

+52 33 1892 1576

[comercializacion@procesagroup.com](mailto:comercializacion@procesagroup.com)



@procesagroup



@procesa\_group



[www.procesagroup.com](http://www.procesagroup.com)

Editorial  
01

Directorio  
06

# Viajes de Incentivo, los más humanos de la Industria de Reuniones

08

Yucatán: un destino de incentivos con cultura, lujo y experiencias inolvidables

14

Viajes de incentivo: una inversión estratégica para el éxito empresarial

21

Tendencias Globales en Viajes de Incentivos

27

Sostenibilidad en los viajes de incentivos: responsabilidad sin perder exclusividad

33

38

## El impacto real de los incentivos en la motivación empresarial

El poder transformador de los viajes de incentivos en la Industria de Reuniones y Turismo

43

Casos de éxito en viajes de incentivos: experiencias que dejan huella

49

54

## Viajes de incentivos en 2025: tendencias y claves para el éxito

## Los Cabos refuerza su liderazgo en la industria de reuniones con la creación de su Clúster

60

Hilton Tulum: sede de la Conferencia Global de SITE 2025 y destino ideal para la industria de reuniones

66

Fairmont Chateau Whistler: Un Destino Exclusivo para Viajes de Incentivo

72

¿Cómo un VIAJE DE INCENTIVO puede ser un modelo de negocio que genere rentabilidad positiva?

79

¡Te odio Google!

95

Ilustración: freeepik.com



# Panorama® Turístico

**AÑO XXXV / NO. 2 / FEBRERO 2025**

**GUSTAVO CONTRERAS GONZÁLEZ**

Director General / Publisher

**Corina Tlali Ortega**

Editora

**Aura Luz Meneses Luna**

Directora de Arte y Diseño

**Mireya Santiago**

Community Manager

**GRACIAS POR COLABORAR  
EN ESTA EDICIÓN:**

Norma Domínguez, Eugenia Solano, David Díaz, Eduardo Chaílo, Alexis y Melanie Beard, Francisco Cachafeiro y Edgar Morales, "El Castor".

**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 XXXV, No. 2, FEBRERO 2025.

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



# El Champagne de los aceites

Aceite de Oliva  
extra virgen

— ◆ —  
Recién cosechado

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

— ◆ —  
Exclusiva selección de  
aceitunas Arbequina y  
Coroneiqui



Cómpralo en:



mercado  
libre



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



# DE VIAJES INCENTIVO

LOS MAS HUMANOS DE LA  
INDUSTRIA DE REUNIONES

POR: DAVID DÍAZ\*

*Los programas de incentivos son una herramienta gerencial que tiene como objetivo cambiar la actitud de sus colaboradores y/o clientes para generar rentabilidad por encima de lo ordinario. Y, para lograrlo, se premia con un viaje lleno de detalles que incrementarán la motivación de los asistentes generando el clásico FOMO (Fear Of Missing Out).*

Estos detalles únicos, se generan en el destino seleccionado y están contruidos para sobrepasar las expectativas del asistente, mismas que se crearon mediante la comunicación interna del concurso que lo motivó a alcanzar sus objetivos.

La meta alcanzada en un programa genera un excedente de utilidades en la empresa. Una parte de ese excedente se emplea para financiar el viaje, es así como se convierte en autofinanciable y con alta capacidad de retorno de inversión.

De esta manera, si comparamos el gasto per cápita de un incentivo, éste llega a ser hasta 5 veces más alto que el de un turista convencional.

Ahora, dado a esta capacidad de gasto per cápita, los destinos ponen especial atención a la atracción de este segmento de mercado, pues el impacto económico en el destino es considerable al ser

utilizado en: hoteles, restaurantes, venues, tours y experiencias inmersivas.

Hay quienes se equivocan pensando que el incentivo tendrá éxito quedándose a disfrutar de un hotel de lujo que cuenta con actividades para sus huéspedes, pero como comentamos antes el viaje se compone de experiencias de destino únicas y es responsabilidad de la cadena de valor trabajar en conjunto para la creación de estas experiencias.



Los viajes de incentivo impulsan al crecimiento profesional de los servicios de los destinos a generar tours y actividades en lugares espectaculares, a la creación de nuevos platillos, a ser disruptivos y encontrar medios de transporte diferentes o muchas veces a valorar lo más simple del destino para impactar increíblemente al visitante.

Entonces, los destinos deben entender de donde emanan estos grupos, por qué buscan estas experiencias únicas y, lo más importante, profesionalizar al personal de contacto para atender a este tipo de grupos que esperan lo mejor en cada día del programa.

Lo más interesante de los incentivos es que cuentan con la sensibilidad más humana de la industria de reuniones, ya que impulsan a los trabajadores, o clientes participantes, a tener una actitud positiva

para generar más rentabilidad. Y, por su parte, el factor humano durante el viaje es clave, después de todo, la generación de experiencias únicas e irrepetibles dependerá del personal de contacto.



**\* David Díaz.**  
Presidente de SITE  
Capítulo México.

▶ 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


# Yucatán:

un destino de incentivos  
con cultura, lujo y experiencias  
inolvidables



Los viajes de incentivos han evolucionado, y las empresas buscan cada vez más destinos que ofrezcan experiencias únicas, exclusividad y un verdadero impacto en sus equipos. **Yucatán se ha consolidado como una opción de primer nivel**, combinando escenarios impresionantes, cultura milenaria, gastronomía de clase mundial y una oferta hotelera de lujo que lo convierte en el lugar ideal para programas de reconocimiento y motivación empresarial.

Este estado, conocido por su riqueza histórica y su seguridad, ofrece un abanico de posibilidades para **viajes de incentivos diseñados a la medida**. Desde la exclusividad de sus **haciendas históricas**, que se han transformado en resorts de lujo, hasta las experiencias inmersivas en el corazón del mundo maya, Yucatán permite crear programas de incentivos que van mucho más allá del viaje tradicional.



Las actividades que pueden formar parte de un incentivo en este destino están diseñadas para inspirar y dejar una huella duradera. Un equipo de alto desempeño puede encontrarse explorando **cenotes privados en experiencias personalizadas**, disfrutando de **cenas de gala bajo el cielo estrellado en una zona arqueológica**, recorriendo **manglares en expediciones nocturnas**, o participando en actividades de team building en un entorno natural incomparable.

La gastronomía es otro de los grandes atractivos que Yucatán ofrece a los viajes de incentivos. La fusión de influencias mayas y europeas ha dado lugar a una de las cocinas más reconocidas de México, con opciones que van desde experiencias privadas con chefs locales hasta cenas exclusivas en entornos únicos. Cada platillo cuenta una historia, y cada experiencia culinaria se convierte en un momento memorable dentro del viaje.





Pero más allá de la belleza de sus paisajes y la riqueza de su cultura, **Yucatán tiene un valor agregado difícil de igualar: su seguridad.** Para las empresas que organizan incentivos, la tranquilidad de saber que sus colaboradores disfrutarán de un entorno seguro y hospitalario es un factor clave en la elección del destino.

El potencial de Yucatán para el turismo de incentivos radica en su capacidad de combinar **lujo, cultura,**

**aventura y exclusividad** en un solo lugar. Un viaje aquí no es solo un premio, sino una oportunidad para fortalecer equipos, generar experiencias que inspiren y ofrecer a los colaboradores un reconocimiento que quedará en su memoria por siempre.

Las empresas que buscan un destino diferente para su próximo programa de incentivos encontrarán en Yucatán una propuesta auténtica, vibrante y llena de posibilidades para sorprender y motivar a sus equipos.

 **SIGUIENTE**

---

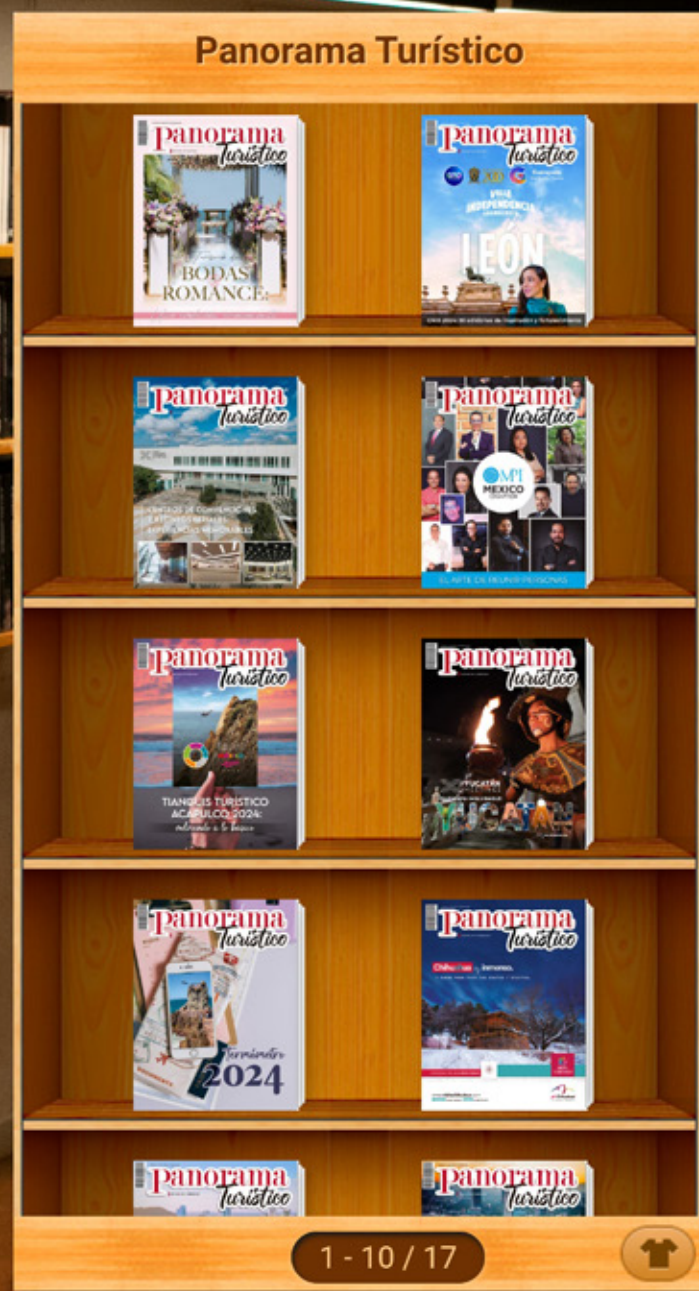
 **ANTERIOR**

---

 **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.

# Viajes de incentivo:

*una inversión estratégica para  
el éxito empresarial*

POR: NORMA DOMÍNGUEZ\*



Los viajes de incentivo se han convertido en una poderosa herramienta para motivar a sus colegas, fortalecer relaciones con clientes e impulsar el crecimiento empresarial. Estos viajes, diseñados como reconocimiento al desempeño y la lealtad, ofrecen experiencias únicas que van más allá de lo material, generando un impacto duradero en los participantes y en la empresa.

## **El auge de los viajes de incentivo**

En los últimos 5 años, el segmento de viajes de incentivo ha experimentado un crecimiento significativo. Las empresas reconocen cada vez más el valor de invertir en este tipo de experiencias, ya que los resultados se traducen en un aumento de ventas, mayor satisfacción de los colegas y clientes, y un fortalecimiento del compromiso con la marca.

## **¿Cuánto se gasta en un viaje de incentivo?**

El gasto promedio por persona en un viaje de

incentivo varía según diversos factores, como el destino, la duración del viaje, el tipo de alojamiento y las actividades incluidas. Sin embargo, las empresas están dispuestas a invertir en experiencias de alta calidad que superen las expectativas de los participantes.

## **Tendencias en viajes de incentivo**

Los viajeros de incentivo actuales buscan experiencias personalizadas, auténticas y memorables. Valoran la oportunidad de conectar con la cultura local, participar en actividades únicas y disfrutar de momentos de relajación y bienestar. Las tendencias apuntan hacia destinos exóticos, actividades de aventura, experiencias gastronómicas y programas de responsabilidad social.

## **Beneficios de los viajes de incentivo**

Los viajes de incentivo ofrecen una amplia gama de beneficios para las empresas y los participantes:

- **Aumento de ventas:** Los viajes de incentivo motivan a los participantes a superar sus objetivos y alcanzar metas ambiciosas, lo que se traduce en un incremento en las ventas y la rentabilidad de la empresa.
- **Mayor satisfacción:** Los participantes valoran los viajes de incentivo como un reconocimiento a su esfuerzo y dedicación, lo que aumenta su satisfacción y lealtad hacia la empresa.



- **Compromiso fortalecido:** Los viajes de incentivo fomentan el espíritu de equipo, la camaradería y el sentido de pertenencia, lo que fortalece el compromiso de los participantes con la empresa y sus objetivos.
- **Experiencias memorables:** Los viajes de incentivo ofrecen experiencias únicas que quedan grabadas en la memoria de los participantes, generando un impacto emocional positivo y duradero.

Los viajes de incentivo son una inversión estratégica que genera resultados tangibles para las empresas. Al ofrecer experiencias personalizadas y memorables, se motiva a los colegas, se fortalece la relación con los clientes y se impulsa el crecimiento empresarial. Las tendencias actuales apuntan hacia experiencias auténticas y personalizadas, lo que exige a las empresas diseñar programas de incentivo innovadores y creativos.

Por esto, invito a todos nuestros socios comerciales, y estratégicos, y a toda la cadena de valor, a continuar desarrollando, creando y construyendo experiencias en este país que tiene todo para ofrecer.



**\* Norma Domínguez Herrera.**

Directora Regional de Ventas para Amstar DMC. Colabora activamente con Site Global y es Past President de Site Capítulo México.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# TENDENCIAS GLOBALES EN VIAJES DE INCENTIVOS:

LO QUE REVELA EL  
INCENTIVE TRAVEL INDEX

Los viajes de incentivos han evolucionado más allá de ser simples recompensas. En la actualidad, representan una herramienta estratégica para fortalecer el compromiso de los colaboradores, mejorar el rendimiento empresarial y proyectar la cultura organizacional.

El “Incentive Travel Index”, un estudio de referencia global, revela las tendencias clave que marcarán el futuro de estos programas y cómo las empresas están ajustando sus estrategias ante un entorno cambiante.

A pesar de la incertidumbre económica y los cambios en el mercado laboral, el interés por los viajes de incentivos sigue en aumento. Más del “80% de las empresas mantienen o aumentan su inversión en incentivos de viaje”, priorizando experiencias de alto valor emocional sobre opciones puramente transaccionales.

La gente ya no solo quiere viajar; busca experiencias únicas, destinos que dejen huella y actividades que realmente refuercen su conexión con la empresa. Este cambio ha llevado a un enfoque más personalizado, donde las empresas diseñan programas alineados con los intereses y valores de sus equipos.

Los destinos de incentivos también están evolucionando. En los últimos años, han cobrado relevancia opciones exclusivas como Dubái, Australia, Suiza y Japón, que ofrecen una combinación de lujo y experiencias culturales inmersivas.

Ilustración: freeepik.com



Al mismo tiempo, el turismo responsable ha ganado terreno con destinos como Costa Rica, Islandia y Sudáfrica, que ofrecen una mezcla de aventura, naturaleza y sostenibilidad. Esta tendencia ha impulsado el crecimiento de programas híbridos, donde las experiencias locales juegan un papel clave en la propuesta de valor.



El informe también destaca algunos desafíos que las empresas enfrentan al organizar estos viajes. La inflación y el aumento de costos han llevado a muchas

compañías a optimizar sus presupuestos, reduciendo la duración de los programas o eligiendo destinos con mejor conectividad aérea.

La alta demanda ha hecho que la planificación anticipada sea esencial para garantizar disponibilidad en hoteles y servicios premium. Además, la tecnología ha cobrado mayor protagonismo, permitiendo una mejor personalización de la experiencia y facilitando la medición del impacto del programa.

Los datos del Incentive Travel Index confirman que los viajes de incentivos seguirán siendo una herramienta clave para las empresas, pero con un enfoque más estratégico y alineado con las nuevas expectativas de los participantes.

Las experiencias memorables y con propósito están definiendo el futuro de los incentivos. Ya no es sólo viajar,

sino crear algo que deje huella en los colaboradores y refuerce su compromiso con la empresa.

Con este panorama, el reto para las empresas no es solo mantener los viajes de incentivos, sino innovar y adaptarlos a las necesidades y aspiraciones de sus equipos.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# Sostenibilidad en los viajes de incentivos:

responsabilidad sin perder exclusividad

STAFF PANORAMA TURÍSTICO.

*Los viajes de incentivos han dejado de ser solo una recompensa. Hoy, más que nunca, reflejan la identidad y los valores de las empresas que los organizan.*



La sostenibilidad ha pasado de ser una tendencia opcional a un estándar clave en la planificación de estos programas.

No se trata solo de elegir destinos más ecológicos, sino de integrar criterios de responsabilidad ambiental y social en cada aspecto de la experiencia.

Las empresas han comenzado a replantear la manera en que diseñan sus incentivos, buscando alternativas que reduzcan su impacto ambiental sin sacrificar la exclusividad ni la calidad de la experiencia.

Según el Incentive Research Foundation (IRF), una de las estrategias más utilizadas es la selección de hoteles y venues con certificaciones de sostenibilidad. Grandes cadenas y resorts han implementado prácticas que incluyen eficiencia energética, reducción de plásticos de un solo uso y programas de conservación del entorno.

El transporte es otro de los aspectos que ha cobrado relevancia en la planificación sostenible. Empresas organizadoras de incentivos están priorizando vuelos con menor huella de carbono y aerolíneas con programas de compensación.

En destinos donde es viable, se ha comenzado a favorecer el uso de trenes de alta velocidad en lugar de vuelos cortos, así como traslados internos en vehículos eléctricos o híbridos.



Más allá de los aspectos logísticos, los programas de incentivos también han evolucionado en su contenido. En lugar de itinerarios centrados únicamente en lujo y entretenimiento, muchas empresas han optado por incluir actividades de impacto positivo en sus viajes. Experiencias como jornadas de voluntariado con comunidades locales, reforestaciones o colaboraciones con proyectos de conservación han demostrado generar un impacto más profundo en los participantes, al conectar el incentivo con un propósito más grande.

Este cambio también responde a las expectativas de los propios colaboradores. Cada vez más empleados prefieren trabajar en empresas que reflejen valores de responsabilidad social y ambiental, y los viajes de incentivos no son la excepción. Un estudio del IRF revela que los participantes valoran cada vez más los programas que incluyen elementos sostenibles y experiencias con impacto positivo, incluso por encima de ciertos lujos tradicionales.

Para las empresas, el reto está en equilibrar sostenibilidad y exclusividad. No se trata de reducir la calidad de la experiencia, sino de transformarla. Un incentivo verdaderamente memorable no solo premia el desempeño, sino que deja huella tanto en quienes lo disfrutan como en los destinos que los reciben.

Las organizaciones que logren integrar prácticas responsables sin perder el atractivo de sus incentivos estarán marcando el camino hacia el futuro del sector. La sostenibilidad en los viajes de incentivos ya no es solo una declaración de principios, sino una nueva forma de hacer las cosas.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**



# EL IMPACTO REAL DE LOS INCENTIVOS

## EN LA MOTIVACIÓN EMPRESARIAL

STAFF PANORAMA TURÍSTICO.

El reconocimiento siempre ha sido un factor clave en el desempeño de los equipos de trabajo, pero el enfoque ha cambiado. Las empresas buscan maneras más efectivas de generar lealtad y compromiso entre sus colaboradores, y los incentivos, en particular los viajes, han demostrado ser una de las herramientas más poderosas para lograrlo.

Los estudios del “Incentive Research Foundation (IRF)” confirman que los programas de incentivos bien diseñados pueden mejorar significativamente la productividad, reducir la rotación de personal y fortalecer la conexión emocional entre los empleados y la empresa. No se trata sólo de premiar resultados, sino de crear experiencias que refuercen el sentido de pertenencia y eleven el nivel de desempeño dentro de la organización.

A diferencia de los bonos monetarios, que muchas veces se destinan a gastos cotidianos y se olvidan con facilidad, los viajes de incentivos generan recuerdos duraderos y una asociación emocional positiva con la empresa.

Un colaborador que ha sido parte de una experiencia inolvidable en un destino exclusivo recordará constantemente el valor de su esfuerzo y el impacto que tiene dentro de la organización. Esta conexión

emocional es clave para que la motivación se mantenga a largo plazo y no sea un simple estímulo pasajero.

El incentivo adecuado también puede transformar la dinámica de un equipo. Cuando se establece un programa claro, bien comunicado y con objetivos alcanzables, se fomenta una sana competencia que eleva el desempeño general.

Los equipos se retan entre sí y se genera un ambiente de colaboración donde todos buscan superarse. La clave está en diseñar metas que no solo premien a los mejores, sino que también motiven a todos a dar un extra en su desempeño.

Los datos del IRF también revelan que las empresas que implementan estrategias de incentivos logran reducir la rotación de talento en un porcentaje significativo. En un mercado laboral donde atraer

y retener a los mejores es un desafío constante, ofrecer un incentivo de alto valor emocional puede marcar la diferencia.

Un viaje exclusivo, diseñado con detalles que hagan sentir especial a cada participante, es una señal clara de que la empresa valora a sus colaboradores y está dispuesta a invertir en su bienestar.



El éxito de un programa de incentivos no solo se mide en términos de satisfacción de los participantes, sino en su impacto directo en los resultados de la empresa. Un equipo motivado, comprometido y con un fuerte sentido de pertenencia no solo trabaja mejor, sino que impulsa el crecimiento de la organización.

Los incentivos han dejado de ser un simple beneficio adicional para convertirse en una estrategia clave en la gestión del talento. Un programa bien diseñado no solo premia, sino que transforma la cultura organizacional y crea un ambiente donde cada colaborador quiere dar lo mejor de sí.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

**EL PODER  
TRANSFORMADOR  
DE LOS VIAJES DE  
INCENTIVOS EN  
LA INDUSTRIA DE  
REUNIONES Y TURISMO:  
PERSPECTIVA DE UN DMC  
EN COSTA RICA**

POR: EUGENIA SOLANO\*

Los viajes de incentivos son un motor clave en la industria de reuniones y turismo, generando beneficios económicos, sociales y estratégicos tanto para las empresas como para los destinos que los reciben. Desde la perspectiva de un Destination Management Company (DMC) en Costa Rica, estos viajes van más allá de simples recompensas; son experiencias transformadoras que fortalecen la conexión entre los participantes y los destinos.

## **Impulso Económico y Beneficios para la Industria Local**

El turismo de incentivos impacta directamente la economía local. Los grupos suelen tener un alto nivel de gasto por persona, beneficiando a hoteles, restaurantes, operadores de tours, transporte y comercios. Costa Rica ha visto un crecimiento en este segmento gracias a su biodiversidad, paisajes únicos y enfoque en sostenibilidad.

Además, estos viajes generan empleo en múltiples sectores, desde guías turísticos hasta proveedores de experiencias especializadas. Un DMC desempeña un rol clave en la coordinación de estos servicios, asegurando calidad y autenticidad en cada experiencia.

## **Diferenciación a Través de Experiencias Personalizadas**

Las empresas buscan experiencias exclusivas alineadas con sus valores corporativos. Costa Rica ofrece desde aventuras en bosques tropicales hasta encuentros culturales con comunidades locales. Un DMC diseña programas a medida, combinando lujo, aventura y sostenibilidad.

Un viaje de incentivos puede incluir una cena privada en la playa con cocina de autor, actividades de voluntariado en proyectos de conservación o un día de relajación en aguas termales con vista al volcán

Arenal. Estas experiencias no solo motivan a los participantes, sino que fortalecen la imagen de la empresa organizadora.



## **Sostenibilidad y Responsabilidad Social**

Costa Rica es líder en turismo sostenible, y los viajes de incentivos reflejan este compromiso. Muchas empresas buscan reducir su huella de carbono y contribuir positivamente al destino. Un DMC con

enfoque sostenible puede integrar prácticas como compensación de emisiones, reforestación y apoyo a proyectos comunitarios.

Esta tendencia no solo responde a una demanda del mercado, sino que también mejora la reputación de las empresas organizadoras, alineándolas con valores de responsabilidad social y ambiental.

En este contexto, los viajes de incentivos se han consolidado como una herramienta poderosa en la industria de reuniones y turismo, con Costa Rica como un destino ideal.

Desde la perspectiva de un DMC, la clave del éxito radica en diseñar experiencias únicas, sostenibles y memorables, que generen un impacto positivo tanto en los participantes como en el destino. En un mundo donde las experiencias son más valoradas

que los bienes materiales, los viajes de incentivos seguirán siendo fundamentales para la motivación y el crecimiento empresarial.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

---

**\* Eugenia Solano.**  
Vicepresidenta Ejecutiva  
TAM Travel Corporation.  
CIS, CITP, DMCP.

# Casos de éxito en viajes de incentivos: *experiencias que dejan huella*

STAFF PANORAMA TURÍSTICO.

*Los viajes de incentivos no solo premian a los mejores colaboradores, sino que también generan un impacto duradero en la cultura organizacional y en la relación de los equipos con la empresa.*



Más allá del destino, lo que realmente define el éxito de un programa de incentivos es la experiencia que ofrece y la transformación que provoca en los participantes.

Las grandes empresas han entendido que un incentivo bien diseñado va mucho más allá del lujo y la exclusividad. La clave está en crear momentos memorables que refuercen la identidad corporativa y eleven el nivel de compromiso de los empleados. Algunos casos recientes muestran cómo los viajes de incentivos pueden convertirse en una estrategia poderosa de motivación y fidelización.

En la industria automotriz, por ejemplo, una reconocida marca global organizó un viaje de incentivos para sus mejores distribuidores en un destino exótico. La experiencia no solo incluyó hospedaje en un resort de lujo, sino también acceso exclusivo a pruebas de manejo de autos de última

generación en un circuito privado. La combinación de emoción, exclusividad y reconocimiento no solo reforzó la lealtad de los distribuidores, sino que también impulsó un incremento en las ventas en los meses posteriores.



Otro caso interesante se dio en el sector financiero, donde una empresa decidió replantear su enfoque de incentivos tradicionales y apostar por una experiencia con impacto social. En lugar de elegir un destino convencional, optaron por llevar a su equipo

a una comunidad en Latinoamérica donde, además de disfrutar de un entorno paradisiaco, participaron en proyectos de desarrollo local. La conexión emocional que se generó con la comunidad y entre los propios colaboradores resultó en una mayor cohesión dentro del equipo y en un sentido de propósito mucho más fuerte.

Las tendencias también han llevado a muchas empresas a innovar en sus formatos de incentivos. En el sector tecnológico, una compañía global decidió sorprender a su equipo de alto desempeño con un viaje sin un destino revelado previamente. Los participantes solo recibieron indicaciones generales y pistas sobre la experiencia, lo que generó una gran expectativa y entusiasmo previo al viaje. Esta estrategia no solo hizo que la experiencia fuera más emocionante, sino que también reforzó el sentido de aventura y colaboración entre los asistentes.

El común denominador en todos estos casos es que el éxito de un viaje de incentivos no se mide solo en el momento, sino en el impacto que deja en los participantes a largo plazo. La verdadera recompensa no es el destino, sino lo que los colaboradores se llevan de la experiencia.

Las empresas que entienden esto están redefiniendo la manera en que diseñan sus programas de incentivos. El reto no es solo ofrecer un viaje exclusivo, sino construir experiencias que refuercen valores, fortalezcan equipos y generen un vínculo genuino entre la empresa y su gente.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**



# Viajes de incentivos en 2025:

## tendencias y claves para el éxito

STAFF PANORAMA TURÍSTICO.

El turismo de incentivos sigue consolidándose como una herramienta estratégica para motivar, fidelizar y reconocer el talento dentro de las empresas. En 2025, las tendencias apuntan a una mayor sofisticación en la planificación, destinos exclusivos y un enfoque en sostenibilidad e innovación. Para comprender mejor el

panorama, en Panorama Turístico conversamos con Eduardo Chaillo, Director Regional para América Latina de Maritz, sobre los cambios y oportunidades en este segmento clave del sector MICE.

Uno de los principales desafíos para los viajes de incentivos es el incremento en los costos. Según el Industry Trends Report – February 2025 Edition, los presupuestos no han crecido al mismo ritmo que los precios de hoteles, vuelos y experiencias. Esto ha llevado a las empresas a optimizar sus programas, reduciendo la duración de los viajes y enfocándose en experiencias más exclusivas. "Las compañías buscan maximizar el impacto de sus incentivos sin comprometer la calidad, por lo que la planificación anticipada se ha vuelto clave", señala Chaillo.

Los destinos de lujo en América Latina continúan siendo protagonistas en los programas de incentivos. Los Cabos, Cancún, la Riviera Maya y Puerto

Vallarta encabezan la lista de favoritos, gracias a su combinación de resorts de alta gama, experiencias únicas y una infraestructura óptima. Además, destinos emergentes como Bogotá, Buenos Aires y Panamá están atrayendo inversiones en hotelería y eventos, convirtiéndose en opciones atractivas para grupos que buscan algo novedoso y sofisticado.



El gasto promedio por participante en viajes de incentivos sigue siendo elevado. De acuerdo con el informe de Maritz, en programas internacionales puede superar los

\$10,000 USD por persona, reflejando la demanda por estancias en resorts de lujo, gastronomía premium y actividades diseñadas a medida. "Los incentivos no son solo un viaje, son experiencias que refuerzan la cultura corporativa y generan un impacto duradero en los equipos", explica Chaillo.



Otro factor determinante en 2025 es la sostenibilidad. Cada vez más empresas priorizan destinos y proveedores que cumplan con estándares ecológicos. Hoteles con certificaciones ambientales, transporte

con menor huella de carbono y experiencias que respeten la cultura y naturaleza local están en auge. "Las compañías buscan alinear sus incentivos con sus compromisos ESG (ambientales, sociales y de gobernanza), lo que está transformando la industria", comenta Chaillo.

Además, la tecnología juega un papel clave en la personalización y optimización de los viajes de incentivos. Herramientas de análisis de datos permiten a las empresas conocer mejor a sus participantes, ofrecer experiencias personalizadas y medir el retorno de inversión. Aplicaciones móviles, realidad aumentada y plataformas de engagement están mejorando la interacción y el impacto de estos programas.

En un contexto de cambios y retos, el éxito de los viajes de incentivos en 2025 dependerá de la planificación estratégica, la selección de destinos

que equilibren exclusividad y sostenibilidad, y el aprovechamiento de la tecnología para crear experiencias memorables. "El turismo de incentivos sigue evolucionando, pero su esencia permanece: motivar a las personas y fortalecer el sentido de pertenencia en las organizaciones", concluye Chaillo.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# Los Cabos

refuerza su liderazgo en la  
industria de reuniones con  
la creación de su Clúster

Los Cabos ha sido, por años, un referente en el turismo de lujo y en la industria de reuniones. Ahora, con la creación del Clúster de la Industria de Reuniones de Los Cabos, el destino está dando un paso estratégico para fortalecer su competitividad y su atractivo en este segmento clave.

Esta iniciativa busca consolidar a Los Cabos como un hub para congresos, convenciones y viajes de incentivos, elevando la calidad y exclusividad de los eventos que se realizan en el destino. Con ello, no solo se refuerza su posicionamiento global, sino que también se genera un impacto económico y social significativo en la región.

El turismo de reuniones representa el 10.7% de la actividad turística en Baja California Sur, generando más de \$10,084 millones de pesos para el PIB local y creando más de 13,000 empleos. Con estas cifras, Los Cabos no solo es un destino paradisíaco, sino

también un motor de crecimiento para la industria de eventos corporativos.

El Clúster de la Industria de Reuniones de Los Cabos ha definido cinco pilares estratégicos para consolidar su liderazgo: liderazgo y gobernanza, profesionalización, sostenibilidad, innovación y colaboración. Cada uno de estos ejes representa una oportunidad para mejorar la competitividad del destino y elevar la experiencia de los eventos que ahí se llevan a cabo.



Uno de los principales beneficios de esta iniciativa será la gestión del talento en la industria, garantizando que los eventos en Los Cabos cuenten con los más altos estándares de servicio y profesionalización. Esto permitirá que congresos, convenciones y viajes de incentivos en el destino ofrezcan experiencias mejor diseñadas y adaptadas a las necesidades de cada organización.

El compromiso con la sostenibilidad es otro de los puntos clave en esta estrategia. Hoy, muchas empresas buscan que sus eventos reflejen valores de responsabilidad ambiental y social, y Los Cabos está apostando por una oferta que combine lujo y conciencia ecológica. Desde hoteles con certificaciones ambientales hasta experiencias que respetan la cultura local, el destino está adaptando su propuesta para alinearse con las nuevas tendencias del mercado.



La innovación en la oferta de experiencias también será fundamental. El Clúster trabajará en colaboración con el Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones (COMIR) para fortalecer su posicionamiento global y atraer eventos de alto impacto. Con ello, Los Cabos busca ofrecer una infraestructura más robusta y opciones personalizadas que lo conviertan en un destino de referencia para reuniones de todos los formatos.

Con la formalización del clúster y la integración de su Junta Directiva, Los Cabos reafirma su liderazgo en la industria de reuniones y se posiciona como un destino imprescindible para la realización de congresos, convenciones y eventos empresariales de primer nivel.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# Hilton Tulum:

sede de la Conferencia Global de SITE 2025 y destino ideal para la industria de reuniones



La Riviera Maya ha sido, por décadas, un referente en el turismo de lujo y la industria de reuniones. En 2025, su posicionamiento se refuerza con la Conferencia Global de SITE, el evento más importante del mundo en viajes de incentivos, que tendrá lugar en el Hilton Tulum Riviera Maya All-Inclusive Resort. La elección de este venue no es casualidad: el hotel combina exclusividad, infraestructura de primer nivel y una ubicación privilegiada, convirtiéndolo en un destino ideal para eventos corporativos y reuniones de alto impacto.

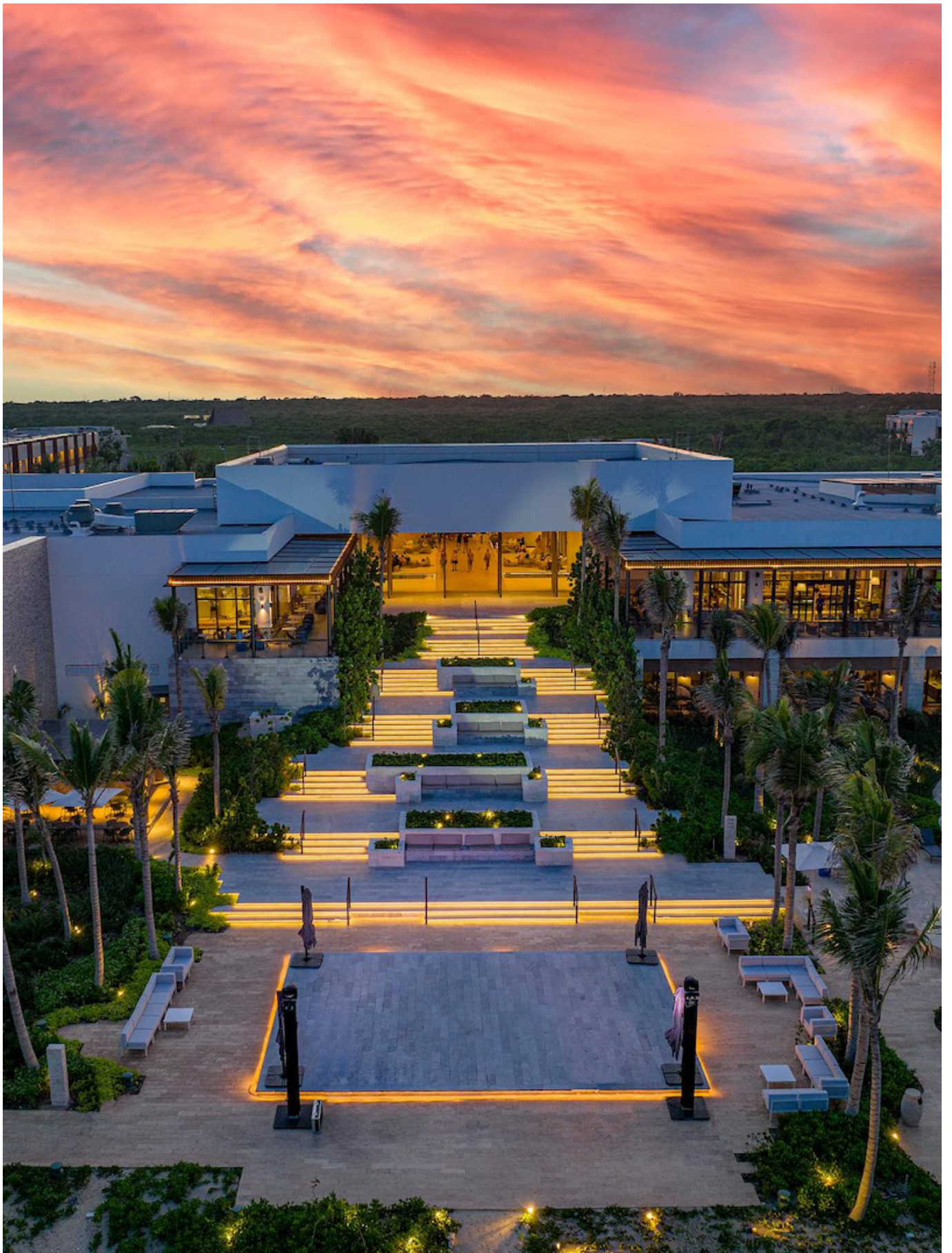
Ubicado en un entorno natural espectacular, el Hilton Tulum no solo ofrece 735 habitaciones y suites, sino que también cuenta con un centro de convenciones de última generación. Su salón principal con capacidad para más de 1,000 personas, múltiples salas de reuniones y espacios al aire libre permiten diseñar eventos personalizados con una combinación perfecta entre comodidad y sofisticación.



Uno de los grandes atractivos para organizadores de eventos es su concepto todo incluido de lujo, que facilita la logística y garantiza una experiencia sin preocupaciones para los asistentes. Desde gastronomía de primer nivel en sus más de 13 restaurantes y bares, hasta experiencias wellness en su spa de clase mundial, el resort ofrece un equilibrio entre productividad y relajación, ideal para convenciones y programas de incentivos.



Además de su infraestructura, la ubicación del Hilton Tulum en la Riviera Maya permite integrar experiencias exclusivas en el itinerario de cualquier evento. Actividades como visitas privadas a zonas arqueológicas mayas, recorridos en cenotes y reservas naturales, o cenas temáticas frente al mar, elevan el valor de cada reunión y la convierten en una vivencia inolvidable.



La selección del Hilton Tulum como sede de SITE Global Conference 2025 reafirma el papel de México como un destino clave para el turismo de reuniones e incentivos. Con una combinación de lujo, servicio de excelencia y experiencias inmersivas, el hotel se consolida como una de las mejores opciones para eventos de talla internacional.

Para las empresas que buscan un venue exclusivo en el Caribe Mexicano, el Hilton Tulum representa mucho más que un espacio para reuniones: es un escenario diseñado para inspirar, conectar y transformar la manera en que se viven los eventos corporativos.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# Fairmont Chateau Whistler:

## Un Destino Exclusivo para Viajes de Incentivo

*Ubicado en el corazón de las majestuosas Montañas Costeras de Columbia Británica, Fairmont Chateau Whistler es más que un hotel de lujo; es una experiencia envolvente que redefine los viajes de incentivo.*



**E**nclavado al pie de la legendaria Whistler Blackcomb, este destino ofrece una combinación perfecta de aventura, relajación y gastronomía de primer nivel, convirtiéndolo en la opción ideal para grupos corporativos que buscan recompensar y motivar a su equipo en un entorno espectacular.

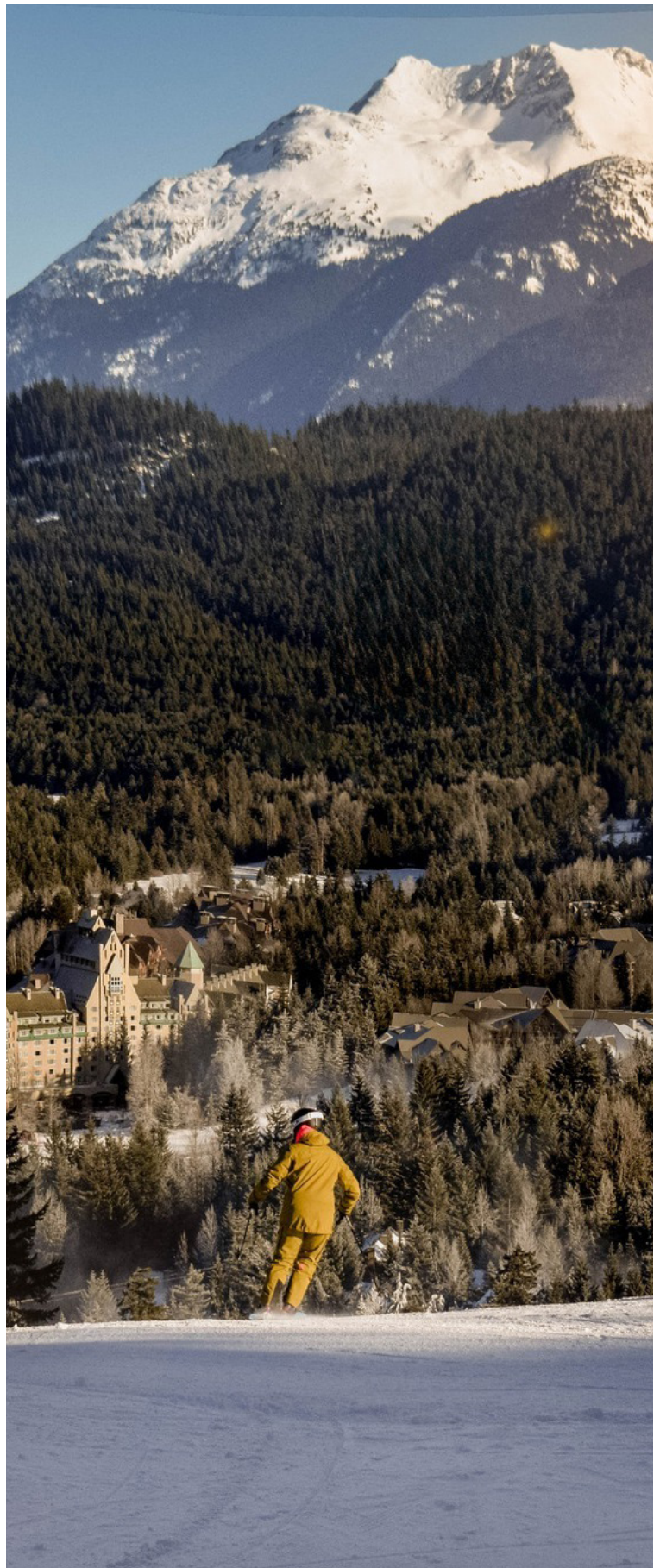
El entorno natural de Whistler crea el ambiente perfecto para la creatividad y la conexión. Los eventos corporativos en el Fairmont Chateau Whistler se benefician de una ubicación privilegiada, con vistas panorámicas, instalaciones de clase mundial y un equipo experto en la organización de eventos a medida.

Desde salas de reuniones con luz natural hasta espacios al aire libre en plena montaña, el hotel ofrece múltiples opciones para conferencias, presentaciones y encuentros exclusivos.

Los viajes de incentivo buscan premiar el esfuerzo con experiencias memorables, y en este aspecto, el Fairmont Chateau Whistler supera todas las expectativas. Algunas de las actividades diseñadas para grupos incluyen el esquí y snowboard en Whistler Blackcomb, con acceso directo a una de las mejores estaciones de esquí del mundo, clases privadas, recorridos guiados y competencias amistosas entre colegas.



Durante los meses más cálidos, el Fairmont Chateau Whistler Golf Club ofrece un recorrido desafiante rodeado de paisajes impresionantes. La oferta de aventuras en la naturaleza es amplia, con opciones como senderismo, ciclismo de montaña, tirolesa y paseos en helicóptero, donde la adrenalina y la conexión con la naturaleza son parte esencial de la experiencia.





Para quienes buscan bienestar y relajación, el Vida Spa del hotel ofrece tratamientos de lujo inspirados en técnicas holísticas, ideales para recuperar la energía después de un día de actividades al aire libre.

Los viajes de incentivo no estarían completos sin una oferta gastronómica excepcional. El hotel cuenta

con restaurantes que destacan por su enfoque en ingredientes locales y técnicas innovadoras.

The Wildflower deleita con sabores de la región, mientras que The Grill Room es ideal para cenas de celebración con cortes premium y una amplia selección de vinos. Para eventos privados, el equipo culinario del Fairmont puede diseñar menús personalizados que reflejen los valores y objetivos de la empresa.



Más allá del lujo y las actividades exclusivas, el Fairmont Chateau Whistler se distingue por su atención al detalle y su compromiso con la sostenibilidad. Su enfoque en la preservación del entorno natural y el bienestar de la comunidad local agrega un valor significativo a la experiencia, permitiendo a las empresas alinear sus viajes de incentivo con prácticas responsables.

En definitiva, este emblemático hotel en Whistler es el destino ideal para recompensar a equipos de alto rendimiento, fortalecer relaciones profesionales y crear recuerdos inolvidables en un paraíso alpino. Con su combinación de aventura, descanso y sofisticación, el Fairmont Chateau Whistler transforma los viajes de incentivo en auténticos impulsos de inspiración y éxito.



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

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL  
CONTENIDO

# ¿Cómo un **VIAJE DE INCENTIVO** puede ser un modelo de negocio que genere **rentabilidad** positiva y generación de **ingresos** en cualquier industria?

POR: FRANCISCO CACHAFEIRO\*



Un bono en efectivo se gasta y se olvida y un **VIAJE DE INCENTIVO** queda en la memoria para siempre, crea comunidad y refuerza la lealtad en las empresas.

Llevo años organizando eventos estratégicos para la industria farmacéutica. He visto de primera mano cómo las compañías invierten grandes cantidades en programas de fidelización, congresos médicos y convenciones anuales para su equipo de ventas. Y aunque estos eventos tienen un propósito claro, me he preguntado una y otra vez: ¿realmente están obteniendo el mayor retorno posible por su inversión?

No se trata de criticar la estrategia actual de la industria, sino de reflexionar sobre cómo podemos optimizarla para lograr un mayor impacto en ventas, motivación y retención de talento.

En la industria Pharma, las reglas del juego son diferentes. Existen normativas estrictas de compliance que limitan las experiencias en eventos médicos. No se pueden ofrecer incentivos directos a los médicos, las actividades recreativas están

restringidas y las experiencias suelen quedar dentro de un marco muy formal.

El problema no es el evento en sí, sino que muchas veces se invierte demasiado en experiencias limitadas que no siempre generan un impacto directo en la percepción de la marca o en la prescripción de un medicamento.

Mientras tanto, he visto que las aseguradoras, empresas de multinivel y sectores comerciales aplican una estrategia diferente: viajes de incentivo dirigidos a su fuerza de ventas, con objetivos claros y medibles, que generan resultados contundentes.

Las grandes aseguradoras y empresas de multinivel no regalan viajes por amor al arte. Lo hacen porque saben que los incentivos bien diseñados generan más dinero del que cuestan.



## **¿Por qué no dan mejor un bono en efectivo?**

Porque el dinero se gasta y se olvida. Pero un viaje queda en la memoria para siempre, crea comunidad y refuerza la lealtad con la empresa.

## **¿Por qué no solo premian a los mejores?**

Porque han entendido que si solo premias al 1% de tus vendedores, el otro 99% se desmotiva y deja de esforzarse. En cambio si pones metas alcanzables para un grupo más grande, el impacto global en las ventas es mayor.

El resultado: más agentes vendiendo, más ingresos para la empresa y menos rotación de personal.

Esto me lleva a la siguiente reflexión: ¿qué pasaría si la industria farmacéutica utilizara más los incentivos estratégicos con su equipo de ventas en lugar de centrarse tanto en eventos médicos y convenciones generales?

Muchas farmacéuticas invierten en convenciones anuales para su equipo de ventas, pensando que llevarlos a un destino como Cancún es un incentivo en sí mismo. Pero la realidad es que el 80% del tiempo lo pasan dentro de un salón de conferencias.

## **¿Qué ocurre en estos eventos?**

- Se hacen grandes inversiones en producción, logística, vuelos y hospedaje.
- Los asistentes ven el destino, pero no lo disfrutan realmente.

- Hay presión de cumplir con sesiones, horarios, evaluaciones o seguimientos académicos de la convención.
- Al final, la experiencia no es un verdadero incentivo, sino más bien una serie de reuniones en un lugar paradisiaco que no pueden aprovechar al máximo.

## **¿Alternativa? Optimizar la inversión dividiendo las estrategias**

**Parte académica:** Sesiones en una ciudad accesible como CDMX, Guadalajara o Monterrey, o bien, en esquema virtual para reducir costos de logística.

**Inversión real en incentivos:** Un viaje diseñado exclusivamente para motivar al equipo, generar reconocimiento y sobre todo impulsar ventas y fidelización con la empresa.

## ¿ Cual sería el beneficio tangible?

- Mayor impacto en la motivación. No es lo mismo estar encerrado en un salón en Cancún que vivir una experiencia real diseñada para inspirar y premiar el esfuerzo.
- Reducción de costos en convenciones. Sin perder la parte académica, pero optimizando la inversión focalizada.
- Mayor retorno de inversión. Un viaje de incentivo bien diseñado se traduce directamente en más ventas.



- Se evita la frustración de los asistentes que en lugar de sentirse motivados, terminan decepcionados por estar en un destino atractivo sin poder disfrutarlo.

## **Voy a ponerlo en cifras porque los números no mienten.**

### **¿Por qué los CFOs desconfían de los viajes de incentivo?**

A ver, seamos honestos. Si le dices a un CFO (Director de Finanzas) que se gasten una lana en viajes de incentivo, lo primero que va a pensar es: "**¿Y esto cómo nos hace ganar más?**" Porque para ellos, si algo no se puede medir en números, no existe.

Pero aquí está la cosa: los viajes de incentivo **NO** son un gasto, son una inversión, y como toda buena inversión, deben generar un retorno claro, medible y justificado. Así que si alguna vez te ha tocado pelear el presupuesto para un programa de incentivos, aquí

te dejo esta información para demostrarle a cualquier CFO (con números claros) que esto no solo motiva a la gente, sino que también hace crecer la empresa en utilidades.

Esta claro que el trabajo de un CFO es cuidar el dinero de la empresa. Y si no ven un número que les diga cuánto van a ganar a cambio, te van a decir que no. Sus principales objeciones son:

“No podemos medir el impacto real en ventas o productividad.”

“¿Por qué mejor no les damos bonos en efectivo?”

“No hay certeza de que los empleados se esfuercen más por un viaje.”

Pero aquí es donde entramos nosotros con datos duros y un par de cálculos sencillos.

Por ejemplo hoy en día, muchas farmacéuticas invierten millones en eventos médicos y convenciones de ventas, que incluyen transporte, hospedaje, vuelos, producción y logística. Sin embargo, debido a las restricciones de compliance y la propia naturaleza de estos eventos, no siempre se traduce en mayor rendimiento de ventas.

Por otro lado, cuando una empresa invierte en incentivos estratégicos para su fuerza de ventas, el impacto en el negocio es inmediato.

Pongo un ejemplo, supongamos que una farmacéutica decide invertir \$1,000,000 MXN en un incentivo para su equipo comercial en lugar de en un congreso médico o convención de ventas.

**\*\* Antes del incentivo:** Ventas anuales del equipo de representantes: \$20,000,000 MXN

**\*\* Después del incentivo:** 10% de aumento en ventas = \$22,000,000 MXN

Ganancia extra generada: \$2,000,000 MXN

AUMENTO DE VENTAS = 20,000,000 X 10% =  
2,000,000 MXN

**Para este ejemplo voy a usar una formula estándar del Retorno de Inversión ( ROI ):**

$$\text{ROI} = \frac{\text{BENEFICIO OBTENIDO} - \text{INVERSIÓN REALIZADA}}{\text{INVERSIÓN REALIZADA}} \times 100$$

$$\text{ROI} = \frac{2,000,000 - 1,000,000}{1,000,000} \times 100 = 100\%$$

Cálculo del ROI: (Retorno de la Inversión)

Por cada \$1,000 MXN invertidos en incentivos, la empresa recuperó \$2,000 MXN en ingresos adicionales.

Es decir, la inversión no solo se recupera al 100%, sino que genera un retorno tangible en ventas.

Esto sin contar los beneficios intangibles tales como:

- Mayor motivación del equipo.
- Menor rotación de personal.
- Aumento en el compromiso con la marca.



### **Segun la Incentive Research Foundation (IRF):**

- Los viajes de incentivo bien planeados incrementan la productividad hasta un 22%.
- Las empresas con incentivos reducen su rotación de empleados hasta en un 35%.

- El 80% de los empleados prefiere un incentivo experiencial antes que un bono en efectivo (porque un viaje se recuerda toda la vida, pero el dinero se gasta en la quincena).

Un error común en muchas industrias es pensar que un incentivo solo funciona si los envías a Europa, Las Vegas o Dubái. Pero la realidad es que un destino bien seleccionado en México puede generar el mismo impacto por una fracción del costo.

He trabajado con empresas que han logrado reducir costos y al mismo tiempo motivar a más empleados apostando por destinos nacionales estratégicos como:

- La Paz BCS – Contacto con la naturaleza y gastronomía al 100%
- Cancún – Experiencias personalizadas con actividades inmersivas.

- Los Cabos – Destino exclusivo con menos restricciones logísticas.
- San Miguel de Allende – Cultura, gastronomía y experiencias grupales.
- Valle de Bravo – Ideal para integración de equipos y experiencias outdoor.

## ¿Cuáles son las ventajas?

- Menos gasto por persona: En lugar de premiar solo a 10 vendedores con un viaje internacional, puedes premiar a 50 con un destino nacional.
- Mayor sentido de pertenencia: Un incentivo bien diseñado refuerza el compromiso con la empresa.



- Apoya la economía local: Con la incertidumbre comercial y los cambios en aranceles, fortalecer la economía interna y es una estrategia inteligente y responsable.

Quiero ser claro: los congresos médicos y convenciones de ventas seguirán siendo una parte fundamental de la industria farmacéutica. Son necesarios para la educación médica continua y la actualización en tratamientos.

Pero lo que he visto en mi experiencia es que hay una oportunidad de equilibrar mejor la inversión, los viajes de incentivo bien diseñados pueden complementar las estrategias existentes y en muchos casos, generar un retorno más claro y medible.

La industria Pharma tiene una oportunidad increíble de reformular su enfoque, utilizando los viajes de incentivo como una herramienta de crecimiento

real, en lugar de convenciones mal enfocadas que terminan siendo más una carga logística que un premio motivacional a la fuerza de ventas.

**La pregunta no es si pueden hacerlo, sino cuánto están dejando de ganar por no hacerlo.**



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

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL  
CONTENIDO



# ¡TE ODIÓ GOOGLE!

POR: EDGAR MORALES, "EL CASTOR".

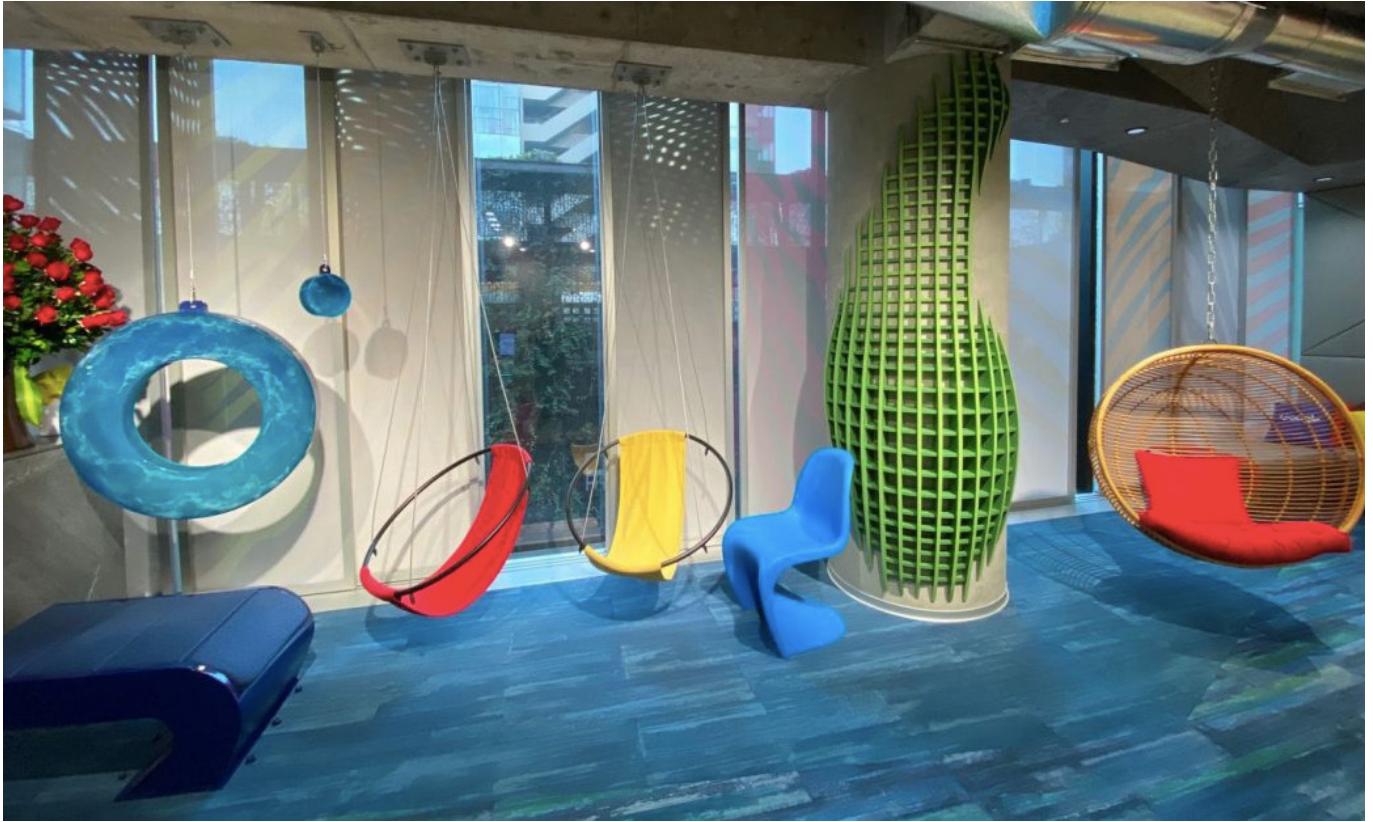
Descubrí el paraíso con el que sueña todo "Emperador Godín"; ¡Te lo juro! Las instalaciones de Google en el barrio de West Loop en Chicago son como Disneyland para todo aquel que babea haciendo trabajo presencial. Apenas subí al primer nivel y me encontré con una estación de bebidas ¡con cervezas incluidas! botanas, helados además de emparedados, así en cada piso, aparte un restaurante, también tienen sala para meditar

¡bueno eso qué! recién estaba recuperándome del asombro cuando sentí que me contagié del mal de Koala porque empecé a ver colchonetas super cómodas por todos lados y que crees... ¡eran reales! camitas para jetearse, el mayor deseo de cualquier empleado después de comer.

Hasta ahí yo estaba en el máximo nivel de envidia pero lo controlaba bebiendo cerveza, lo peor vino cuando me hablaron de sus incentivos; ahí si me derretí como cirio de parroquia de pueblo, mis ojos iban y venían como acróbata del circo Atayde y ¡me injerté en El Leviatán!, esa bestia marina de la envidia.

Resulta que si cumples con los objetivos, tus compañeros de equipo te pueden seleccionar para ganar 150 dólares extra, ah, pero si logran resultados en el área donde te desempeñas, la empresa otorga mil dólares ¡para vacaciones! Ahí sí dije: “Te odio

Google”, ¿dónde estabas mientras yo formaba parte del tres veces heróico ejército burocrático?



Por algo consideraron a Google en 2014 como el lugar ideal en el mundo, donde todos quisieran laborar y se ha ganado el mote de “La empresa de la felicidad”; para que esto suceda ejercen una política de gestión de recursos que copiaron a otra gran empresa: Intel. Así los “Googlers” reciben su salario y una parte variable por incentivos, con la ventaja de tener empleados con mayor confianza en la

empresa, incitándolos a superarse en lo individual y reforzando la colaboración en grupo.

Los incentivos vacacionales son buenos para Google y mejor aún para el sector turístico, es un segmento que viene creciendo 12.1% en promedio anual según IBTM World en su informe "Incentive Travel World"; es tan poderoso este mercado que cotizan su valor mundial por arriba de 45 mil millones de dólares, acorde a los datos de Allied Market Research, y aunque no atrae a grupos numerosos, puede ser redituable hasta diez veces más que el turismo de reuniones.

¿A quiénes hay que convencer para atraer a México a este grupo especializado de turistas? En primera instancia a las empresas de tecnología que invierten en incentivos vacacionales 5,200 dólares en promedio por persona; las grandes compañías de finanzas y seguros asignan 5 mil dólares por empleado; el consorcio automotriz destina los mismos 5 mil dólares

por trabajador y la industria manufacturera aporta 4,700 dólares en incentivos por colaborador, según el Informe Incentive Travel Index.



La clave para que las empresas MICE volteen a ver más frecuentemente a nuestro país lo descubren ligeramente las tendencias que para este 2025 se ha investigado que buscan experiencias impactantes, innovadoras y un 70% de los encuestados consultados por SITE busca destinos que no habían

visitado antes, también se estima que sean destinos en distancias cortas.

Mientras reflexiono en la gran ventana de oportunidad que nos ofrece el Turismo de Incentivos, mis pensamientos se distraen de nueva cuenta en Google ¿Por qué no lo conocí antes? Queda pendiente nuestro amor para una reencarnación.



**\* Edgar Morales**  
"El Castor".

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