



TURISMO E INDUSTRIA DE REUNIONES

# Panorama Turístico

AÑO XXXIII, NO. 7, NOVIEMBRE 2023.



## YUCATÁN MEETINGS

### ¡TU EVENTO INOLVIDABLE!

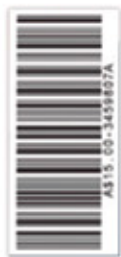


SÍGUENOS EN:

  @YUCATANMEETINGS

[http://](http://WWW.YUCATANMEETINGS.TRAVEL)  WWW.YUCATANMEETINGS.TRAVEL





TURISMO E INDUSTRIA DE REUNIONES

# Panorama Turístico

AÑO XXXIII. NO. 7. NOVIEMBRE 2023.



## OCV's:

La Transformación



**Faisy**  
**ACTOR y CONDUCTOR**  
**GUANAJUATENSE**

**Tenemos 20 millones  
de turistas al año...  
"y sin playa eh"  
Soy #GTOLover**

**A GTO.**  
**Seguramente  
vuelves**



Las Oficinas de Convenciones y Visitantes son organismos en constante cambio. Los años transcurren y no hay historia que indique permanencia, ninguna se ha mantenido estática.

En ese sentido, cabe preguntarnos, si su permanencia y constancia solo es cuestión de presupuesto o hasta qué punto implica ejercer buenas prácticas.

En esta edición de Panorama Turístico invitamos a la reflexión y a replantear cómo la industria de reuniones puede hacer frente a los retos que enmarcan nuestro contexto político y social.


También buscamos generar el diálogo entre los profesionales de la industria, periodistas, el sector público y la iniciativa privada, porque entre todos

podemos generar y promover políticas públicas favorables para el sector.

Como comentó Eduardo Yarto: “La industria tiene que reajustar las velas y avanzar hacia el futuro”, y si lo pensamos es cierto, no podemos esperar a que la vida nos regrese lo que se llevó y eso aplica para la industria, como en la vida misma.

Agradecemos a las personas involucradas que nos compartieron información para este número y a todas las plumas que plasman sus ideas y saberes en estas páginas.

¡Disfruta de Panorama Turístico!

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

Editora

#DESCUBRE



# MINERAL DE POZOS

#MORADOLAVANDA



**Guanajuato**  
Vive Grandes Historias  
Secretaría de Turismo  
GUANAJUATO.MX



GUANAJUATO  
200  
AÑOS DE GRANDEZA

**Editorial**  
01

**Historia, dinamismo  
y transformación de  
las OCV's**

08

**Directorio**  
07

Quintana Roo:  
destino referente  
para la Industria de  
Reuniones y Negocios  
en México

16

**Es tiempo de  
profesionalizar  
las Oficinas de  
Visitantes y  
Convenciones**

27

¿Dónde  
quedaron las  
OCV'S?

Oficina de Convenciones  
y Visitantes de Oaxaca

38

**La OCV de  
Saltillo cumplió  
25 años de su  
fundación**

44

DMO's y OCV's.  
Desafíos y  
cambios para un  
mejor desarrollo  
del Turismo de  
Reuniones

53

**16 Estrategias con  
Inteligencia Artificial  
y otras tecnologías  
para promocionar  
el Turismo de  
Convenciones**

62

Eduardo Yarto:  
"La industria de  
reuniones tiene  
que ser realista y  
ajustar las velas..."

74



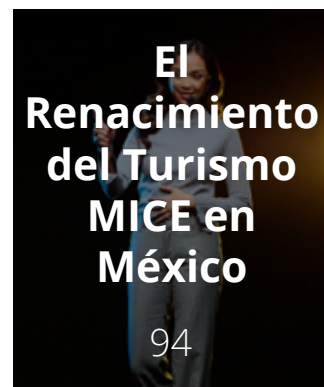
**La evolución de los Administradores de Destinos**

83



Los principios de integridad del sector farmacéutico y la industria de reuniones

89



**El Renacimiento del Turismo MICE en México**

94



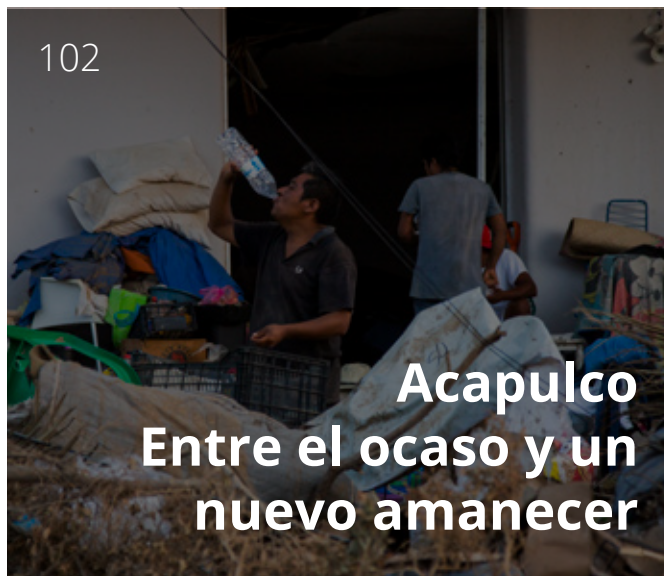
**Tip Travel Top: las tres 'T' del turismo y las OCV's**

114



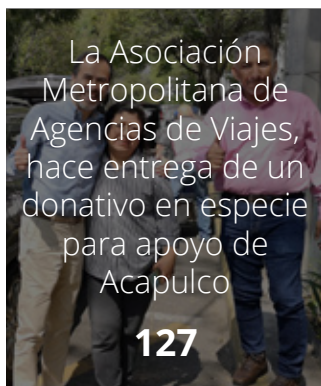
¡Hospédate en el corazón de las celebraciones mexicanas!

119



102

**Acapulco Entre el ocaso y un nuevo amanecer**



La Asociación Metropolitana de Agencias de Viajes, hace entrega de un donativo en especie para apoyo de Acapulco

127



**El Tianguis Turístico México 2024 se queda en Acapulco**

132



La reapertura más esperada de México

137



**Yucatán, un destino de eventos inolvidables**

144



# 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)

# Panorama Turístico

AÑO XXXIII / NO. 7 / NOVIEMBRE 2023

**GUSTAVO CONTRERAS GONZÁLEZ**

Director General / Publisher

**Corina Tlali Ortega**

Editora

**Aura Luz Meneses Luna**

Directora de Arte y Diseño

**GRACIAS POR COLABORAR  
EN ESTA EDICIÓN:**

Francisco Cachafeiro, Luis Ernesto Martínez Ruiz, Fernando Avila Stagg, Marco Iván Escotto Arroyo, Eduardo Chaillo, Marco Daniel Guzmán, Hermes Quetzalcoatl, Benjamín Izquierdo Mojica y Melanie Beard.

**RAÚL MENDOZA WALDO †**

Presidente Grupo Panorama

Fotografías: Freepik.es, Pexels.com.

Anuncia tu producto o  
servicio en Panorama  
Turístico

• 55 45 10 11 16 •

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

Revista Panorama Turístico, Año XXXIII, No. 7, NOVIEMBRE 2023. Es una publicación mensual en formato digital publicada por Gustavo Contreras González, Mirto 38-1, Col. Sta. María la Ribera, C.P.06400, CDMX. Tel: 55 5541-0487 Editor responsable: Gustavo Contreras González.

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

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

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

MEDIO ALIADO



# Historia, dinamismo y transformación de las OCV's

POR: CORINA ORTEGA.

*Guadalajara, Jalisco fue el primer destino del país en trabajar formalmente con la estructura de una Oficina de Convenciones.*

En la primera década del siglo XX, en Detroit, nació el primer Buró de Convenciones, eso fue el resultado de la fiebre por la producción de automóviles ya que en la ciudad se realizaban varias convenciones automotrices al mismo tiempo.

A través de los años se entendió que un Buró de Convenciones es muy importante para la atracción, organización y establecimiento de la cadena de valor necesaria para la industria de reuniones.



Cuándo se hicieron los primeros estudios económicos se observó que la derrama económica, la expansión de la política pública y de la planta productiva se liga a todo eso y la variable multiplicadora de los ingresos por turismo fue exponencial, en el caso de la industria de reuniones.

En México, la primera Oficina de Convenciones se creó en 1970, en Guadalajara, fue la primera en toda latinoamérica. Anteriormente, hubo una oficina pequeña en un municipio de Baja California.

## La trinidad del turismo de reuniones

En cada destino es muy importante contar con estas oficinas, las tres tienen la misma finalidad:

- **Buró de Convenciones:** está dedicado específicamente a la industria de reuniones, congresos, ferias o exposiciones.
- **Oficina de Visitantes y Convenciones:** se dedica a crear las condiciones para atraer al turismo individual tanto de negocios, como de esparcimiento. Además de la industria de reuniones.
- **Destination Management Organizations (DMO):** revisa cómo va a ser el marketing de ese destino, el foco está en la promoción de un destino, con el fin de hacerlo más atractivo para los turistas, las empresas y otros viajeros potenciales.



## **El panorama turístico actual**

Las OCV's tienen los datos duros que determinan cuántas habitaciones disponibles hay, el número de recintos y los metros cuadrados; tienen información sobre la conectividad terrestre y aérea, cuentan con información sobre la proveeduría para desarrollar un evento congreso o convención.

Las oficinas, bajo la configuración que sea, son un engranaje que hace sinergia con la cadena de valor, la Secretaría de Turismo, los hoteleros, recintos, tour operadores y la sociedad. Su papel es muy importante, pero es difícil entender su deber ser.

En este sexenio el impuesto sobre el hospedaje que anteriormente se destinó a la promoción turística se ha redireccionado a otros fines.



Hubo destinos que lograron mantener su oficina como es Guadalajara, Monterrey, Puebla, Chihuahua o Torreón, solo por mencionar algunos.

En México desapareció un buen número de OCV's y para los actores de la industria turística esto se debió a que no se logró un buen acuerdo con el gobierno federal.

## **El camino hacia la reestructuración**

“México tiene mucho que ofrecer a lo largo y ancho del país. Hoy el PIB turístico genera alrededor del 9% del Producto Interno Bruto y la Industria de Reuniones genera alrededor del 2%”, comentó Raúl Rodarte, director ejecutivo de la Oficina de Convenciones y Visitantes de Saltillo.

Para el directivo, la Secretaría de turismo está dedicada a la capacitación, a dar los permisos, a la

regulación, pero no es un vendedor y no puede ser juez y parte de un destino.

“La Secretaría de turismo no trae los precios o el dato duro. Definitivamente en este momento el gobierno federal no tiene esa visión de empresa y comercialización, trae otros indicadores y otra forma de gobernar”, señaló Rodarte.

Hay modelos que se pueden seguir, como el de Estados Unidos o en algunos países de Sudamérica, donde las oficinas funcionan como una integradora. Y referente al capital constitutivo, en Europa y Sudamérica la gran mayoría son privados o públicos-privados.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

En esta temporada  
**de Otoño!**

VISITA **C D . J U Á R E Z**

y **disfruta**

SUS MARAVILLOSOS ATARDECERES



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

+ Información 01 800 TURISMO Paquetes: 01 800 710 0101

**¡ah Chihuahua!**  
ES INMENSO, CONÓCELO

# QUINTANA ROO:

destino referente para la Industria de Reuniones y Negocios en México



**E**n la actualidad, la industria de Reuniones y Negocios representa el 6.89% del PIB estatal y se ha convertido en un importante motor del desarrollo económico y social para el destino y su población.

El icónico destino del Caribe Mexicano es un centro turístico de clase mundial derivado de la importante infraestructura de servicios y amplia conectividad aérea que es respaldada por las más importantes marcas internacionales.

Lo anterior permite la captación de millones de turistas nacionales y extranjeros, cerca de 20 millones de turistas durante el 2022, logrando ser para la industria de Reuniones y Negocios un referente en la organización de eventos de clase mundial.

De acuerdo con Javier Aranda, director del Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo: “La industria de Reuniones es una pieza clave para el desarrollo



del destino en todos los niveles, los esfuerzos están encaminados en seguir impulsando su crecimiento de la mano de los principales actores, con el objetivo de profesionalizar a todos los integrantes de la cadena de valor y ofrecer cada día servicios de calidad superior.”

Durante 2023, Quintana Roo refrendó su posicionamiento como el centro turístico más importante

de México para esta industria al participar y ser un actor clave entre los profesionales. Algunos de sus logros son:

- Ser el primer destino fuera de Estados Unidos y Canadá en recibir el World Education Congress (WEC). Evento organizado en Riviera Maya que convocó a mil 400 profesionales de la industria de reuniones, entre ellos 647 meeting planners. Se estima que por su trascendencia e impacto impulsará el desarrollo de más eventos internacionales en la región.

- Por primera vez, fuimos sede del Global MICE Forum después de 40 ediciones en Europa. El lugar de encuentro fue Cancún y se dieron cita compradores del Viejo Continente con quienes se buscó posicionar al destino a través de su importante infraestructura, conectividad aérea y amplia oferta de servicios.

- Organizamos con éxito la tercera edición de VIVE MICE, evento que logró refrendar el estatus del Caribe Mexicano como un prominente destino

para la industria MICE. Se realizó en Costa Mujeres, donde se reunieron 87 compradores y más de 170 profesionales de la industria nacional e internacional de Estados Unidos y Latinoamérica, logrando 900 citas de negocios.

- Quintana Roo también reactivó su participación en ferias, asistió a Expo Golf, International Golf Travel Market, que contó con un pabellón para la delegación



del destino y el Caribe Mexicano. Además, estuvimos presentes en IMEX Frankfurt e IMEX Américas, donde destacamos como el destino mexicano con el pabellón más grande.

“Estar a la vanguardia y ser partícipes en los principales eventos es una prioridad para continuar impulsando el crecimiento de la actividad turística en el destino, por



lo que debemos seguir trabajando y brindar a los integrantes de la industria las condiciones y la certeza que permitan tener a Quintana Roo como la opción número uno para organizar eventos.” agregó Aranda.

La participación del destino en eventos, aunado al crecimiento de la industria de Reuniones y Negocios de los últimos años, han ayudado a que Quintana Roo mantenga el liderato como un referente del segmento, además de ser la primera opción en México como destino receptor para visitantes y organizadores.

Para lograr y mantener ese estatus, Quintana Roo ha basado su éxito en tres importantes pilares para el reconocimiento internacional: la especialización en la atención al visitante; la infraestructura de primera clase y una robusta cartera de experiencias; así como, una amplia conectividad aérea con las principales ciudades del mundo.

Dichos pilares se ven reflejados en una oferta hotelera compuesta por mil 338 hoteles y más de 130 mil habitaciones bajo la firma de importantes marcas internacionales.

Se cuenta con tres centros de convenciones con más de 19 mil metros cuadrados y una red de



prestadores de servicios profesionales capacitados y especializados en diversas áreas.

Tenemos tres aeropuertos internacionales con conectividad a más de 110 ciudades en Estados Unidos, Europa, Canadá, Latinoamérica y México. A finales del 2023, se espera la apertura del Aeropuerto de Tulum y el robustecimiento de las frecuencias aéreas.

Quintana Roo es un jugador clave al trabajar de manera constante para estar en tendencia frente a las necesidades que exige la industria de Reuniones y Negocios, la cual busca experiencias integrales que cada vez sean más completas.

En ese sentido, para robustecer la experiencia del visitante y hacer de su estancia un momento único, se ha optado por integrar actividades de naturaleza, wellness, gastronómicas, entre otras.

Para Quintana Roo, este es el momento clave para apostar por una industria turística consciente en preservar el entorno y las tradiciones en beneficio de las nuevas generaciones y el valor agregado que brinda el destino a través de sus atractivos turísticos.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

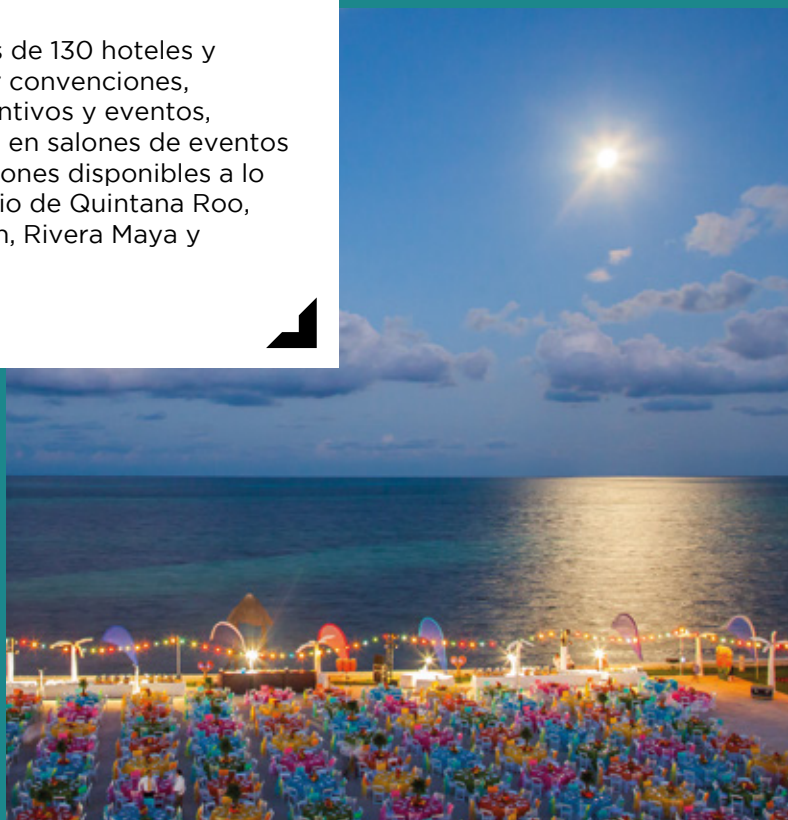
 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**



## Más de 130 mil cuartos de hotel.

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

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




**can@un**

RIVIERA  MAYA

COSTA   
MUJERES

CARIBEMEXICANO.TRAVEL



# Es tiempo de profesionalizar las Oficinas de Visitantes y Convenciones

POR: CORINA ORTEGA.

*En la medida en que las Oficinas de Visitantes y Convenciones se profesionalicen no desaparecerán. En la medida en que se conviertan en oficinas burocráticas que sirvan a un objetivo político, seguirán desapareciendo.*

**D**esde hace nueve años, Gustavo Staufert Buclon es director general de la Oficina de Visitantes y Convenciones del área metropolitana de Guadalajara. Es secretario técnico del Fideicomiso de Turismo y Consejero de Best Cities Global Alliance.

Ante la desaparición del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), Stauffer señaló que para su oficina ese cambio no impactó negativamente. Su estrategia fue poner oficinas de representación en Estados Unidos, Europa y Sudamérica. Al mismo tiempo trabajaron para tener un espacio en Best Cities Global Alliance y ser parte de la organización mundial.

En entrevista para Panorama Turístico, Gustavo Staufert nos platica sobre la importancia de la profesionalización y la analítica del turismo, cuál es el deber ser de las oficinas más allá de la atracción de eventos.

# BEST CITIES GLOBAL ALLIANCE ESTÁ CONFORMADA POR:



GUADALAJARA



TOKIO



SINGAPUR



DUBAI



CIUDAD DEL CABO



MELBOURNE



MADRID



BERLÍN



DUBLÍN



COPENHAGUE



HOUSTON



WASHINGTON



VANCOUVER

Gráficos: freepik.com / Fotos: pexels.com

## ¿Qué implica la profesionalización de las OCV's?

La gente tiende a pensar que el turismo es algo meramente orgánico y que es casuístico, cuando en realidad es parte de una técnica que requiere todo el proceso administrativo y estratégico, además de una serie de componentes matriciales que en base a lo que tú pongas debe de tener un resultado.

La OCV comprende que es un integrador de voluntades y tiene una obligación de formación y de información, por eso, una de sus partes se debe erigir en instituto para que tenga su parte de estudio y eso nos otorgue las cifras precisas para los análisis y estimaciones.

Es muy importante saber cuántos pasajeros se esperan en el aeropuerto, si son viajes redondos, cuantos viajeros llegan por avión o carretera y no sólo información de Guadalajara también hay que estudiar a otros destinos.



Para lograr el vuelo Guadalajara-Madrid hubo antes mucho estudio y análisis, y con base a las estimaciones sabíamos que sería todo un éxito.

**¿Cómo ha sido el replanteamiento de la OCV de Guadalajara frente a los cambios políticos que tuvieron un impacto presupuestal?**

No es un mal endémico de nuestro país, muchas oficinas en Estados Unidos, como en Europa han tenido que encontrar las métricas correctas, primero para explicar lo que hace la industria de reuniones y después para agregar los factores sociales.

Tiendo a comprender que un gobernante llegue y si no existe la métrica, si nadie le logra explicar de manera profesional en qué consiste, de qué se trata y cuáles son los beneficios, pues que las cosas no resulten como se espera. La responsabilidad también está del otro lado.

Justo por eso cuando fui secretario en el Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones nos dedicamos a hacer el barómetro de la industria con cifras reales sacadas de cuentas nacionales para poder dar toda la articulación y explicar la importancia de los efectos de invertir en la industria.

“Se tiene que profesionalizar se tiene que tener CRM y CMS, se debe contar con toda la parte estadística y los planes”.


## **Además de la atracción de eventos, ¿qué otros factores deben considerar las oficinas para trabajar de manera integral?**

Desde mi punto de vista se tienen que profesionalizar las Oficinas de Visitantes y Convenciones, para mirar más allá de solo la atracción de eventos.



Hemos planteado en Best Cities Global Alliance, la importancia de comprender la parte del detonador económico pero también la responsabilidad social, ambiental y delegado que se tiene.

La industria de reuniones y turística tienen que ser sostenibles y tener en cuenta la reducción de carbono y el reciclaje. El legado es muy importante, no se trata de tener reuniones solamente porque sí, los eventos deben de dejar un legado en la ciudad.



**“El turismo, el turista y la actividad turística son las tres áreas que se encargan del fomento a la economía del país”**

Cuando se planea pensando en el legado, se tendrá como resultado mejoras en la política pública, mejoras en el manejo de los recursos humanos y de los derechos humanos, y eso le da un carácter social a la oficina.

## **La clave de la OCV de Guadalajara**

Uno de los éxitos que le ha dado continuidad es qué la oficina es un organismo público privado, independientemente de la manera en que cambian los gobiernos municipales, estatales o federales, la oficina tiene una continuidad en el tiempo.

Hace un tiempo platiqué con un senador y comentó que era mejor utilizar el término turismo de reuniones para que fuera más fácil entenderlo. La respuesta es no, no queremos que sea más fácil de entender, queremos que se comprenda en toda su amplitud y no sólo en cuanto al desarrollo

económico, sino que se incluya el desarrollo social estratégico.

## **¿Cuál es la importancia de estos organismos que se enfocan en la promoción de los destinos?**

Actualmente hay tres modelos, el Buró de Convenciones, Oficina de visitantes y Convenciones, y DMO. Estados Unidos probó que es mejor trabajar desde el punto de vista de una integradora con los tres organismos. En Guadalajara hacemos esas tres cosas, para fomentar la economía del área metropolitana del destino a través del turismo.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**



**LA MORADA**  
HOTEL  
*San Miguel de Allende, Gto.*



Habita  
el  
corazón  
de  
**SAN**  
**miguel**  
de  
**ALLENDE**



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



La Morada Hotel



[info@lamoradahotel.com](mailto:info@lamoradahotel.com)



415 152 1647



415 156 7374

Correo 10, Centro 37700 San Miguel de Allende, México

# ¿DÓNDE QUEDARON LAS

# OCV's?

POR: FRANCISCO CACHAFEIRO\*



Las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV's) en México han enfrentado diversos desafíos en los últimos años que han afectado su capacidad para desempeñar sus funciones tradicionales. Estas oficinas, establecidas principalmente para promover el turismo y facilitar la organización de eventos y convenciones en diversas ciudades, han tenido que adaptarse a un entorno en constante cambio.

Uno de los principales problemas que han enfrentado las OCVs es la reducción de financiamiento. Muchas de estas oficinas dependen en gran medida del apoyo gubernamental, y los recortes presupuestarios han limitado su capacidad para operar eficientemente, antes del 2018 realmente teníamos el soporte de las Oficinas de Convenciones y Visitantes de diferentes destinos, ellos realmente invertían el Impuesto Sobre Hospedaje en labores de promoción, difusión y para generar negocio de la mano del meeting planner en el ámbito de los congresos en nuestro país, esto

ha resultado en una disminución de las campañas de promoción y en la capacidad de atraer eventos internacionales importantes.

Además, la creciente competencia en el sector turístico ha hecho más difícil para las OCVs en México destacarse. Destinos turísticos en otros países, con mayores recursos y estrategias de marketing más agresivas, han capturado una porción significativa del mercado que antes buscaba México.

Después de las malas decisiones que se han tomado en el gobierno federal referente al turismo y la industria de reuniones y la pésima gestión de la secretaria de turismo, este impuesto se ha desviado en gran parte a las mega obras de la 4T.

El avance tecnológico también ha impactado su funcionamiento. La digitalización de la promoción turística y la organización de eventos ha cambiado

las reglas del juego. Muchas OCVs no han podido mantenerse al día con estas tendencias, lo que les ha hecho perder relevancia frente a plataformas digitales más ágiles y eficientes.

La pandemia de COVID-19 fue otro golpe duro para las OCVs. La cancelación masiva de eventos y el cierre de fronteras paralizaron el turismo, lo que afectó profundamente a estas oficinas que ya estaban luchando por mantenerse a flote.

Hoy la iniciativa privada ha tenido que hacer el trabajo de la OCVs, algunos destinos como Cancun, Los Cabos entre otros han tenido que ser resilientes y trabajar con fideicomisos de capital privado para promover el destino y generar negocio.

En conclusión, las OCVs en México se enfrentan a un panorama complejo, con desafíos financieros, tecnológicos y de mercado que han mermado su

eficacia. Para recuperar su relevancia, necesitarán adaptarse a las nuevas realidades del turismo y la promoción de eventos, posiblemente reinventándose para ser más competitivas en un entorno global cambiante.



---

**\* Francisco Cachafeiro,**  
Socio Director  
Corad Meeting Planner.

▶ SIGUIENTE

---

◀ ANTERIOR

---

◀◀ REGRESAR AL  
CONTENIDO



# OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

**Hotel en venta en Colima, capital.**

- 4,900 m<sup>2</sup> de construcción
- 8,950 m<sup>2</sup> de terreno
- Recepción equipada
- Restaurante con mobiliario para 45 comensales
- Salón para eventos con capacidad de hasta 200 personas
- Sala de juntas con capacidad de 50 personas
- 75 habitaciones amuebladas
- Un local comercial
- Oficina de centro de negocio
- 75 espacios de estacionamiento
- Áreas verdes
- Alberca con terraza
- Oficinas administrativas
- Oficina de gerencia
- Áreas comunes
- Lavandería
- Tres bodegas
- Mobiliario y equipo diverso
- Valor total de inmueble: \$115,000,000.00

**Informes: Cel. 55 8533 9783**  
**izcoatlflores@gruponamis.com**





# La OCV de Saltillo cumplió 25 años de su fundación

POR: CORINA TLALI ORTEGA.

*El pasado 14 de octubre la oficina de Saltillo, conformada por los municipios de Arteaga, General Cepeda y Ramos Arizpe, celebró su 25° Aniversario.*

Coahuila es el tercer estado con mayor territorio en México, con una dimensión aproximada de 150 mil km<sup>2</sup>. Tiene siete OCV's (Oficinas de Convenciones y Visitantes): Saltillo, Parras, Monclova, La Laguna, en Torreón; Carbonífera, en el centro norte del estado; Acuña y Piedras Negras, en la frontera.

Todas las oficinas de Coahuila arrancaron a finales de 1998, pero las dos oficinas más fuertes son Saltillo Capital y Torreón, al ser la segunda ciudad más grande del estado.

En entrevista para Panorama Turístico, Raúl Rodarte Leos, director ejecutivo de la Oficina de Convenciones y Visitantes de Saltillo, comentó que las OCV's son muy importantes porque son el enlace con la iniciativa pública y privada para atraer eventos a los destinos.

Desde su punto de vista, todos se ven beneficiados cuando la OCV logra llevar un evento al destino



y llega gente foránea al congreso o convención y requieren servicios de hotelería, transportación, así como oferta cultural y gastronómica.

“La industria de reuniones genera una derrama económica por visitante y eso se traduce en beneficios para todos”, agregó.

## ¿Cómo funciona la Oficina de Convenciones y Visitantes de Saltillo?

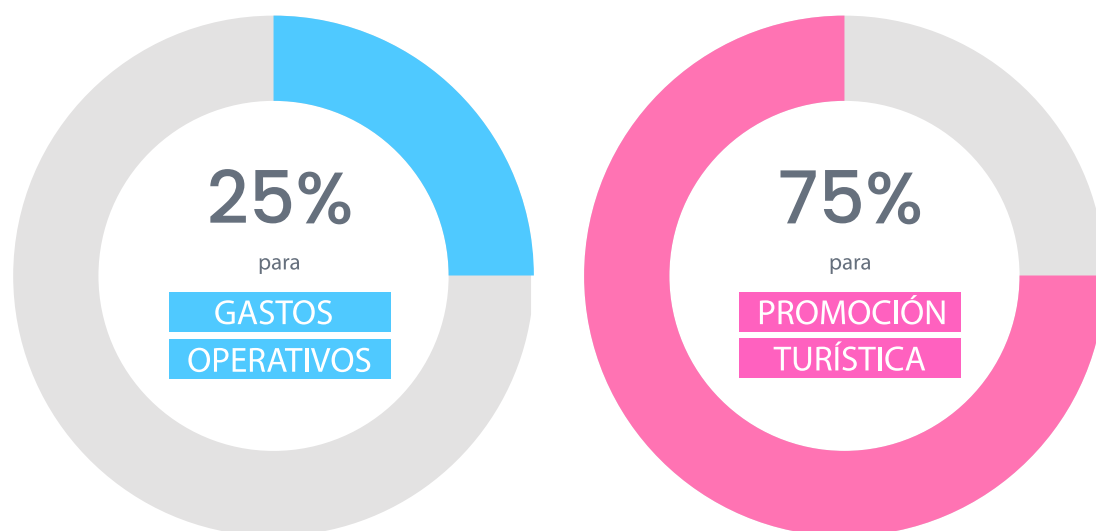
La OCV de Saltillo opera con el impuesto sobre el hospedaje. Rodarte señaló que, en general, las OCV's de Coahuila son empresas sociales, civiles sin fines de lucro y se integran, en su mayoría por hoteleros de la región.

De acuerdo a la venta por el servicio de hospedaje, todos los hoteleros tienen la obligación de cobrar dos impuestos:

- Impuesto federal: 16% de IVA
- Impuesto estatal: 3% sobre hospedaje

Los impuestos los paga el huésped y los hoteleros cada fin de mes hacen un corte de caja y a más tardar el día 17 se entrega el IVA al gobierno del Estado o la Secretaría de Finanzas y el impuesto estatal al gobierno federal.

Rodarte mencionó, que las OCV's tienen un convenio de colaboración con el gobierno del estado en el que se les retorna dos terceras partes del recurso recaudado.



“Una vez que nos entregan el recurso está establecido que el 25% es para gastos de operación de la oficina: sueldos, renta, luz y agua. El 75% restante va enfocado a la promoción de los destinos”, dijo el directivo.

La OCV a cargo de Raúl Rodarte utiliza el presupuesto asignado para desarrollar su plan anual de trabajo que enmarca las actividades mensuales, participación

en ferias, presentaciones de destino, visitas de inspección, viaje de familiarización para prensa y publicidad en medios digitales, principalmente.

## La transformación

Tras 25 años de historia la OCV de Saltillo ha vivido muchos cambios, pero en los últimos cinco años se le ha dado más empuje, indicó nuestro entrevistado, ya que se logró generar interés en los asociados. Y la clave ha sido el entendimiento del 'deber ser' de



la oficina, porque anteriormente se replicaban las actividades que hacía la Secretaría de Turismo.

Para Rodarte, hoy la oficina es un referente y lo ha logrado porque cumple con la finalidad de promover el destino en la atracción de eventos y al ser un gestor y facilitador de información.

## **Autonomía**

La OCV de Saltillo tiene una relación cercana con la Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos de Coahuila y como parte de un convenio de colaboración, a donde asista la oficina siempre debe tener presencia la secretaría, aunque sea con el logo.

“Como oficina tenemos cierta autonomía de participar en eventos aunque ellos no lo tengan en su agenda. Cuando logramos el interés de un evento



para ser sede, la secretaría es nuestro enlace para ciertos apoyos”, comentó el funcionario.

En agosto Saltillo fue sede del Congreso Nacional de la Industria de Reuniones (CNIR) y la Secretaría de Turismo tuvo mucha participación, así como los cuatro municipios que conforman la oficina.

Las OCV's deben manejarse entre la iniciativa privada y la iniciativa pública, pero para Rodarte es fundamental que sean un órgano autónomo que cumpla con objetivos y finalidades específicas, de lo contrario se desvirtúan.

“En conclusión observamos que habrá crecimiento en los próximos seis años al haber buena sinergia con el gobierno y esperamos que las oficinas refrenden su compromiso para seguir colaborando”, concluyó.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**



# DMO's y OCV's

## Desafíos y cambios para un mejor desarrollo del Turismo de Reuniones

POR: LUIS ERNESTO MARTÍNEZ RUIZ\*

*México, una nación rica en cultura, historia y belleza natural ha sido durante mucho tiempo un destino turístico de renombre mundial.*

Una buena parte del corazón de esta industria floreciente se encuentran las OCV's, representantes de lugares emblemáticos que atraen a visitantes nacionales e internacionales como motor de derrama económica.

En este artículo, explicaremos la importancia de las OCV's en México, su impacto en el turismo y cómo han respondido a las nuevas adversidades en la era moderna.

Las OCV's en México son un testimonio de la preocupación del estado mexicano por ser un imán para el mercado MICE y para la atracción de actividades turísticas en este gran patrimonio cultural y diverso que tenemos como país.

Como bien lo expresamos anteriormente, su importancia radica en su capacidad para atraer turistas y fomentar la economía local. Una vez

realizado el evento, los visitantes no solo disfrutaban de la belleza y la historia de los lugares, sino que también contribuyen significativamente al crecimiento económico de las comunidades circundantes.

La tarea de gestión de promoción no solo debería enfocarse en desarrollar productos de una oferta fracturada de ciertos destinos nacionales, sino que, al sembrar actividades de mercadeo al interior y exterior, se deberían empalmar objetivos de sustentabilidad en la comunidad que de ella son parte.

Es interesante la visión de ciertos profesionales, tal como lo expresa la profesora investigadora Ana María Valero de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, indicando que “en México, la figura OGD/ DMO no existe como tal, las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV) y los Burós de Convenciones y Visitantes (BCV), desempeñan las funciones de marketing, y los resultados demuestran que en su

mayoría los organismos gestores en México no han podido conseguir un balance entre competitividad y sostenibilidad, ni encontrar la fórmula para manejar la complejidad de las relaciones entre los diferentes actores del turismo”.

Considero que el turismo en México depende en gran medida de estas Oficinas, ya que representan un auténtico trampolín para la industria de reuniones. La influencia de estas representaciones en el turismo es innegable y su constante participación en foros, pabellones y muestras turísticas dentro del territorio como en el extranjero.

Tradicionalmente y bajo mi experiencia estas oficinas de mercadeo están desarrolladas en destinos más maduros, que en otros en vías de desarrollo. Así como lo señala una publicación de Forbes México:

Junto con la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y Cancún, son las principales receptoras de eventos internacionales del país. Éstas son las cuatro principales ciudades del país y suman más de 227,000 metros cuadrados de exhibición en ocho recintos, que concentran prácticamente 80% del total de las reuniones en el país.

Las capitales del resto de entidades del país figuran poco en el mapa de los organizadores de ferias y expos. Como en otros temas, la concentración de las



principales ferias y expos se centralizan en cuatro ciudades, en las que, por consecuencia, se llevan a cabo los eventos internacionales más importantes del gremio.

Aunque no debemos dejar de lado las ciudades puerto como lo son Cancún, Puerto Vallarta y Los Cabos, que en 2023 tuvieron un incremento de tráfico de pasajeros internacionales que oscila entre el 9.5 % y 14.3% de incremento respecto al año 2022, como resultado de la reactivación turística.

Considero que esa sinergia debería de aprovecharse y unir esfuerzos de todos los participantes en este ecosistema complejo de tantas formas de promoción, porque sin esa constante, las ciudades de mayor polo atractivo podrían dejar de recibir eventos.

No obstante, la rica herencia prehispánica y colonial atrae a millones de turistas cada año, por ejemplo,

la zona arqueológica de Chichén Itzá, en Yucatán no solo promueve el turismo, también es Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

Estas sedes sirven como imanes culturales y naturales, generando ingresos a través de la hotelería, la gastronomía, la venta de artesanía y toda la cadena de valor.

La industria ha enfrentado nuevas adversidades en los últimos años, como la pandemia de COVID-19 y la creciente preocupación por la sostenibilidad ambiental.

Las restricciones de viaje y el temor a la propagación del virus afectaron gravemente al desarrollo de eventos presenciales, causando cierres temporales y una disminución drástica en el número de jugadores en la industria.

A medida que el país se esfuerza por recuperarse, las OCV's, los DMC's y las Asociaciones de Hoteles y Moteles se han adaptado a esa nueva realidad, implementando protocolos de seguridad, promoviendo el turismo seguro y enfocándose en atraer visitantes no solo del mercado MICE, sino aquellos que buscan también experiencias al aire libre y sostenibles.

Además de la pandemia, la preservación del entorno natural y cultural se ha convertido en una preocupación central. Las oficinas representantes de cada Estado, conscientes de su responsabilidad en la conservación, han adoptado medidas ecológicas y de gestión para reducir su impacto ambiental.

La promoción del turismo sustentable y la educación sobre la importancia de preservar los tesoros son esenciales para garantizar su existencia a largo plazo.

En conclusión, las OCV's en México desempeñan un papel fundamental en la atracción de eventos locales e internacionales que suman al PIB nacional y al desarrollo económico del país.

La influencia de las OCV's es innegable y su adaptación a nuevas adversidades es esencial para mantener su relevancia en la industria turística moderna.

México, con su vasta riqueza cultural y natural, continuará siendo un destino de ensueño para los viajeros y las oficinas representantes seguirán siendo los imanes perfectos de la industria del turismo de reuniones.



---

**\* Luis Ernesto Martínez Ruiz**

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

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

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

**Ai**

# 16 Estrategias con Inteligencia Artificial y otras tecnologías para promocionar el Turismo de Convenciones

POR: FERNANDO AVILA STAGG\*

*Las Oficinas de Visitantes y Convenciones (OCV's) son organismos público-privados que se encargan de promover y atraer turismo a una ciudad o región específica. Su labor principal es la promoción del destino turístico donde están establecidas, pero también tienen dentro de sus funciones el desarrollo de productos turísticos y la capacitación a prestadores de servicios.*

Las OCV's enfrentan varios retos y desafíos en su labor de promoción, uno de ellos es la competencia con otros destinos turísticos. Por ese motivo, para atraer a más visitantes, las OCV's deben desarrollar estrategias innovadoras y efectivas que les permitan destacarse en un mercado cada vez más competitivo.

Los nuevos objetivos de las oficinas apuntan hacia el mejoramiento de la sostenibilidad turística, trazar y medir el comportamiento del turista de eventos en tiempo real y transformar la manera en que los viajeros exploran el mundo.

En un mercado cada vez más conectado y exigente, es fundamental que los destinos se adapten a las necesidades del viajero de convenciones y que todos los agentes del sector compartan datos. Lo anterior, en colaboración, permite que Pymes, destinos y organizaciones desarrollen nuevas ideas, creen



productos y servicios innovadores en torno al turismo y mejoren los actuales.

La implementación de nuevas tecnologías, como la Inteligencia Artificial (IA) puede ayudar a las OCV's a personalizar sus ofertas y promociones para atraer a más visitantes o turistas de convenciones y congresos a una ciudad o región específica.

A continuación, presento 16 estrategias con las que la IA ya está revolucionando la industria del turismo de reuniones:



**Análisis de datos en redes sociales:** La inteligencia artificial puede analizar los datos de las redes sociales para identificar patrones y tendencias en los intereses de los turistas de convenciones. Esto puede ayudar a las empresas del sector a personalizar sus ofertas y promociones para atraer a más visitantes especializados.



**Chatbots:** Estos robots pueden ayudar a los turistas a planificar su viaje y responder preguntas comunes. La IA puede mejorar la capacidad de los chatbots para entender el lenguaje natural y proporcionar respuestas precisas y útiles para obtener información clave del destino para futuros eventos.



### **Reconocimiento de imágenes:** La

inteligencia artificial puede identificar lugares y atracciones turísticas en las fotos de los asistentes a eventos. Esto puede ayudar a los hoteles, centros de convenciones, restaurantes y demás empresas a personalizar sus ofertas y promociones para atraer a más visitantes.



### **Asistentes virtuales:** Nuevas herramientas

tecnológicas como los asistentes virtuales pueden ayudar a los organizadores de convenciones y eventos a planificar su viaje y responder preguntas comunes. La inteligencia artificial puede mejorar la capacidad de los asistentes virtuales para entender el lenguaje natural y proporcionar respuestas precisas y útiles a la hora de organizar actividades en un destino.



### **Análisis de datos de reservas:** La IA

puede analizar los datos de las reservas de hoteles y vuelos para identificar patrones y tendencias

en los intereses de los asistentes a un evento. Esto puede ayudar a las empresas de turismo a personalizar sus ofertas y promociones para atraer a más visitantes.



**Recomendaciones personalizadas:** La IA puede analizar los datos de los turistas para proporcionar recomendaciones personalizadas sobre lugares para visitar, restaurantes para comer y actividades para hacer antes, durante y posterior a una convención o un congreso.



**Análisis de datos de tráfico:** Con la ayuda de algoritmos la IA puede analizar los datos de tráfico para identificar patrones y tendencias en los movimientos de los turistas los días del evento. Esto puede ayudar a las empresas organizadoras a personalizar sus ofertas y promociones para mejorar la experiencia de los asistentes.



### **Realidad virtual y aumentada:**

La realidad virtual y aumentada pueden proporcionar experiencias inmersivas para los visitantes a un evento. La inteligencia artificial puede mejorar la calidad de las vivencias y adaptarla de acuerdo a los intereses del visitante a un evento.



### **Análisis de datos de clima:**

La IA puede analizar los datos del clima para identificar patrones y tendencias en las condiciones climáticas. Esta información es muy útil para ayudar a las empresas organizadoras a programar posibles escenarios y así estar preparados para eventualidades que se pueden presentar en una convención o congreso.



### **Análisis de datos de los comentarios:**

Los algoritmos de las nuevas tecnologías pueden analizar los comentarios de los turistas de eventos, para identificar patrones y tendencias. Esto puede ayudar a las empresas de

turismo de convenciones a mejorar sus servicios y crear nuevas atracciones que estimulen la visita de la convención.



**Publicidad programática:** La publicidad programática utiliza la machine learning para mostrar anuncios personalizados a los visitantes en función de sus intereses y comportamientos en línea previo al evento.



**Análisis de datos de precios:** La inteligencia artificial puede analizar los datos de precios de hoteles, vuelos y otros servicios turísticos para identificar patrones y tendencias en los precios. Esto puede ayudar a promover una mejor oferta por parte de los organizadores de un evento para ajustar sus precios y promociones, y atraer a más visitantes.



**Análisis de datos de comportamiento:** El Deep Learning

o aprendizaje profundo de las nuevas tecnologías puede analizar el comportamiento de los interesados en asistir al evento que navegan en línea para identificar patrones y tendencias en sus intereses. Esto puede ayudar a las empresas a personalizar sus ofertas y promociones para atraer a más visitantes.



### **Análisis de datos de preferencias:**

La IA puede analizar los datos para identificar patrones y tendencias en las preferencias de los turistas. Esto puede ayudar a las empresas de turismo a personalizar sus ofertas y promociones para atraer a más visitantes.



### **Análisis de datos de ubicación:**

La inteligencia artificial puede analizar la ubicación de los asistentes a un evento para identificar patrones y tendencias en sus movimientos por los diferentes sitios del centro de convenciones. Esto puede ayudar a los organizadores a entender de manera

personalizada los intereses de los clientes y mejorar su oferta de valores y servicios para futuros eventos.



### **Análisis de datos de idiomas:**

La tecnología de procesamiento de lenguaje natural puede analizar los datos de los idiomas hablados por los turistas para identificar patrones y tendencias en los idiomas que se hablan en una convención o congreso.

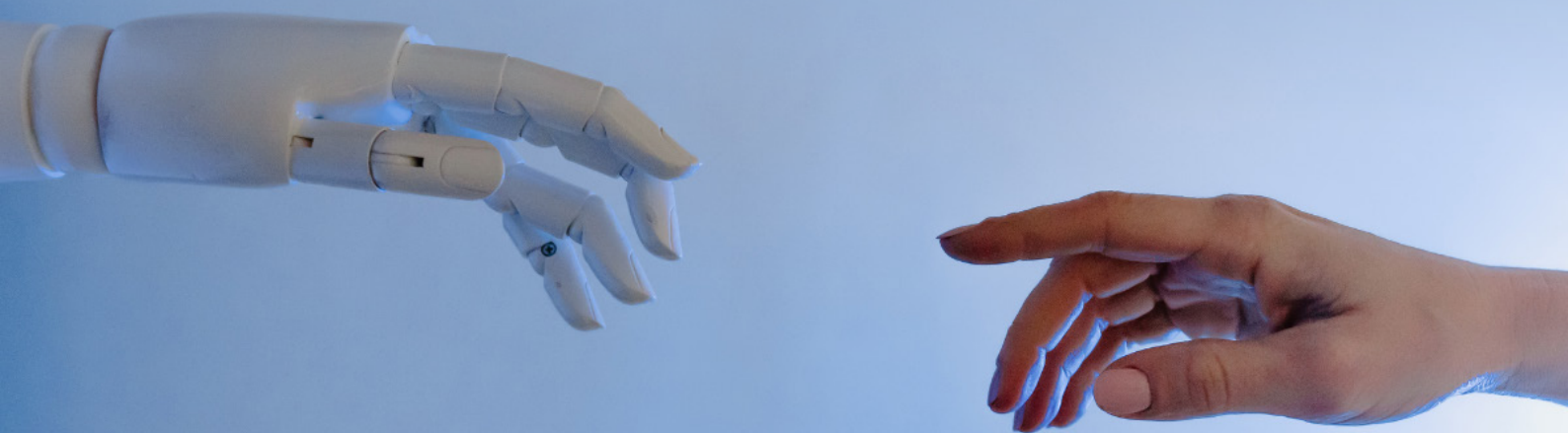
Esto puede ayudar a los organizadores a entender cómo proporcionar un mejor apoyo a los visitantes, cuyo idioma materno es diferente al idioma donde se desarrolla el evento.

Las OCV's desempeñan un papel importante en el desarrollo económico de las ciudades y regiones que representan. Al implementar estrategias eficaces, estos organismos pueden ayudar a atraer visitantes,

generar ingresos y apoyar el desarrollo de negocios relacionados con el turismo de reuniones.

Las estrategias tradicionales, como la publicidad y el marketing, siguen siendo importantes, pero las entidades relacionadas al turismo de convenciones deben estar dispuestas a adoptar estrategias no tradicionales, como la IA, la RV y los medios sociales.

Estas estrategias pueden ayudar a las OVC's y a empresas relacionadas con la organización de eventos a conectarse con los visitantes potenciales de una manera más eficaz y atraerlos a sus destinos.



La Inteligencia Artificial es una herramienta que las OCV's y la industria del turismo de convenciones puede y debe incorporar en sus actividades y eventos, quienes sepan aprovecharlas, van a ser los líderes de la industria en la próxima década, siendo más eficientes al momento de perfilar y entender a sus potenciales leads, desarrollando ofertas de servicios y productos cada vez más personalizados para nuevos eventos y destinos.



---

**\* Dr. Fernando Avila Stagg,**

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

**+5939 8796 6691**

**[Fernando.avila76@hotmail.com](mailto:Fernando.avila76@hotmail.com)**



**SIGUIENTE**



**ANTERIOR**



**REGRESAR AL  
CONTENIDO**

## Eduardo Yarto:

---

“La industria de reuniones tiene que ser realista y ajustar las velas, situaciones complicadas habrá siempre”

POR: CORINA ORTEGA.

*Venimos saliendo de una pandemia que trajo muchas cosas negativas, pero también nos dio un 2022 con muchos eventos. No contamos con los apoyos a nivel federal, ni las estrategias que teníamos, ahora hay que hacer las propias y seguir trabajando, señaló Yarto.*

La Oficina de Congresos y Visitantes de Yucatán opera bajo un nuevo formato desde hace un año, bajo la dirección de Eduardo Yarto, anteriormente era parte de un fideicomiso que estaba enfocado al Centro Internacional de Congresos, pero se tomó la decisión de hacer una separación para lograr trabajar de manera concreta en la atracción de eventos para Yucatán.

A un año de su conformación, la OCV de Yucatán trabaja a marchas forzadas para dar resultados antes del cierre de la administración en turno. En entrevista para Panorama Turístico, Eduardo Yarto, nos cuenta sobre la conformación de la oficina, sus objetivos y retos latentes.

## **¿Cuánto tiempo tiene la oficina de Congresos y Visitantes de Yucatán y cómo opera?**

Desde el año 2001, ha trabajado con diferentes modelos, tuvo varios nombres y figuras; ha sido

parte del gobierno y también fue un fideicomiso con una participación importante de la iniciativa privada.

En esta nueva etapa, a mí me tocó crear la oficina hace un año y operamos con presupuesto del gobierno estatal. Es una oficina para todo el estado y no sólo de la capital, porque regularmente el 95% de los visitantes se hospedan en los hoteles de Mérida.

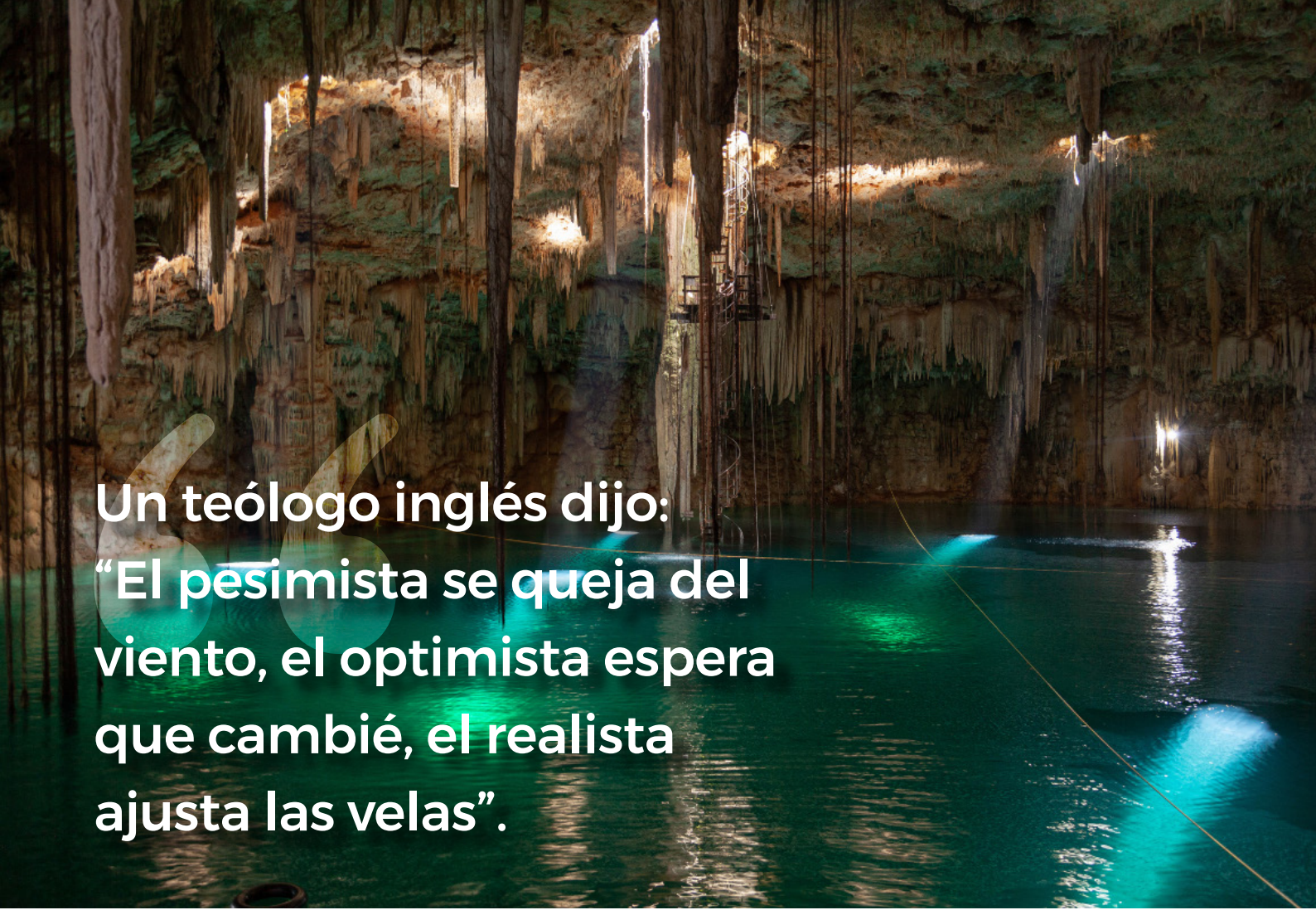


## **¿Cuál es la estrategia y el planteamiento de trabajo?**

La estrategia ha sido diversificarse, no todo concentrarlo en el distrito de congresos, sino permear los eventos que llegan hacia las demás sedes que tenemos. Finalmente estamos hablando de que somos una Oficina de Congresos y Visitantes que atiende a todo el estado.

Lo que estamos buscando es ampliar el abanico de posibles eventos, pero no nos concentramos en los tradicionales eventos médicos. Hoy vemos nuevos segmentos, la necesidad de las empresas y el mercado corporativo con eventos que tienden a ser más motivacionales que de capacitación, la tendencia es el incentivo y eso marca el rumbo.

## **¿Cómo manejan y distribuyen el impuesto sobre el hospedaje?**



**Un teólogo inglés dijo:  
“El pesimista se queja del  
viento, el optimista espera  
que cambié, el realista  
ajusta las velas”.**

Somos parte de la Secretaría de Turismo, la cual trabaja con un fideicomiso que lleva parte del impuesto sobre el hospedaje y una parte de eso nos toca a nosotros, independientemente de tener una parte presupuestal como Secretaría.

Nuestro presupuesto es para gastos operativos, otra parte la invertimos en estrategias para la atracción

de eventos, capacitación, visitas de inspección, viajes de familiarización, ferias, publicidad y apoyo para eventos.

Los apoyos para los eventos se dan con base a lo que ellos generen al estado y la manera de generar es a través del impuesto al hospedaje. Esto quiere decir que los visitantes se tienen que quedar en la hotelería establecida para poder contabilizar.

Una vez que se sabe cuántos visitantes llegarán del destino se hace el cálculo y le decimos a los organizadores cuánto presupuesto alcanzan.

Nosotros damos los apoyos con muchas limitantes, reglas y sólo son en especie, podemos pagar servicios, como audio, video, alimentos o transporte.

**A un año de crear la OCV de Yucatán, ¿cuáles son los retos para cumplir con el plan de trabajo?**



Tenemos muy poco tiempo para trabajar, llevamos un año de conformación y nos queda menos de un año en esta administración. No sabemos qué va a pasar, seguramente la oficina seguirá trabajando bajo este u otro modelo, porque siempre ha habido una representación en turismo de reuniones con mayor o menor dinamismo, presupuesto o margen de maniobra.

El reto es que tenemos poco tiempo para arrancar, poco tiempo para dar resultados y justo antes del cierre de la administración. Una meta idealista es que alcancemos los números de 2019, cuando estaba recién abierto el Centro Internacional de Congresos y todo el mundo quería tener su evento en Yucatán.

## **¿Cuál es el escenario de las OCV's a mediano y largo plazo frente al escenario político que se vive?**

Entornos complicados habrá siempre, hoy lo estamos viviendo, y en el futuro habrá otros escenarios también complicados y esto es algo con lo que se navega siempre, algunas oficinas han cerrado, otras se han rediseñado, como la nuestra.

Por un lado es el contexto político, pero lo más importante es lo que está sucediendo en la industria de las reuniones, ahora hay nuevos jugadores, nuevas necesidades y eso hace que tengamos que replantear todo.

Independientemente de un entorno político en el que ya no contamos con apoyos y vamos solos, tenemos que seguir trabajando para atraer eventos al destino.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**



# La **Evolución** de los **Administradores** **de Destinos**

## De Marketing a Gestión Integral

POR: EDUARDO CHAILLO\*

*En un mundo cada vez más globalizado y competitivo, las ciudades y regiones de todo el mundo compiten por la atención de turistas, inversores y organizadores de eventos. En esta feroz competencia y entorno volátil en el que nos encontramos, las organizaciones de marketing de destinos y bureaus de convenciones desempeñan un papel central.*

En sus inicios, las organizaciones de marketing de destinos (conocidas en México como OCVs, OVCs, Consejos o Fideicomisos de Promoción) se centran en acciones de publicidad y relaciones públicas, tanto para atraer visitantes como para postularse como sede de eventos de todo tipo.

Sus equipos se dedicaban a desplegar contenido de calidad, como guías turísticas, blogs y redes sociales, para inspirar a viajeros a visitar sus regiones; colaboraban estrechamente con hoteles, restaurantes y operadores receptivos para mejorar la experiencia de los visitantes.

Además, la misión era detectar oportunidades para albergar conferencias, ferias comerciales y eventos deportivos, impulsando así la economía local y coordinaban con los organizadores, ayudándoles con la logística, la elección de sedes, facilitación regulatoria y la obtención de servicios necesarios.

Hoy en día, los administradores de destinos están llamados a jugar un papel más integral y estratégico, con algunos roles definidos a continuación:

- Trabajar en estrecha colaboración con la comunidad local para equilibrar intereses de residentes y visitantes.
- Asegurarse de que el legado social y educativo de los eventos que se llevan a cabo en su destino se convierta en realidad (ser intencionales).
- Conectar comunidades internacionales con las locales en un mismo gremio o sector.
- Descubrir y empoderar a líderes en diferentes sectores para atraer eventos relacionados con su profesión.
- Construir relaciones de confianza con tomadores de decisiones en el mercado y con líderes globales en la industria de reuniones.
- Preparar planes de contingencia, manejo de crisis y comunicación estratégica para contextualizar los problemas de percepción y reaccionar ante cualquier eventualidad/desastre natural.



- Participar en la planificación a largo plazo de sus regiones, considerando la sostenibilidad, la diversificación de la oferta y la gestión de la capacidad turística.
- Fomentar prácticas sostenibles en la industria turística y de eventos, como la gestión de residuos, la conservación ambiental y el turismo cultural responsable.

En un mundo en constante evolución, es vital que las organizaciones de promoción de destinos sigan siendo agentes de cambio y adaptación. En medio de

la complejidad y los desafíos que enfrentamos, estas organizaciones tienen la capacidad de redefinirse y trascender su papel tradicional.

Los administradores de destinos tienen la oportunidad de liderar una nueva era de desarrollo, una que no solo beneficie a los turistas y a los organizadores de eventos, sino que también enriquezca las vidas de las comunidades locales.

Los destinos no son solo lugares en un mapa, son hogares para muchas personas y cunas de cultura, historia y tradiciones. La gestión integral de un destino puede, y debe, ser un motor de desarrollo social, económico y educativo para estas comunidades.

Así que, invito a todos los involucrados en la promoción de destinos a abrazar esta visión más amplia. Trabajemos juntos para forjar destinos sostenibles, inclusivos y enriquecedores.

Redefinamos el éxito no solo en términos de llegadas de turistas, sino en la mejora de la calidad de vida de aquellos que llaman a estos destinos su hogar.

En última instancia, la evolución de los administradores de destinos no solo es una cuestión de marketing y estrategia, sino una oportunidad de impacto social y transformación comunitaria.

La promoción de destinos no solo es una profesión, es una misión para enriquecer nuestras ciudades y regiones, y en última instancia, nuestras vidas.



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

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL  
CONTENIDO**



# Los principios de integridad del sector farmacéutico y la industria de reuniones

POR: MARCO IVÁN ESCOTTO ARROYO\*

*La industria biofarmacéutica y de dispositivos médicos local y global requiere dar a conocer sus productos y las innovaciones derivadas de sus investigaciones clínicas a los profesionales de la salud, es por ello que el organizar y patrocinar eventos de educación médica continua es esencial que la sociedad los conozca y se entere de los beneficios.*

El 22 de marzo del presente año se llevó a cabo un evento que marca un referente importante en la relación de dos industrias: la biofarmacéutica y la de reuniones. Ese día se firmó la adhesión de “Alianza Punta Cancún” a los principios de integridad del sector farmacéutico promovidos por el Consejo de Ética y Transparencia de la Industria Farmacéutica (CETIFARMA) y contenidos en el “Código de Integridad, Ética y Transparencia de Empresas de Insumos para la Salud” (CETREMI).

Los principios de integridad del sector farmacéutico pretenden salvaguardar que la relación entre la industria biofarmacéutica y los profesionales de la salud en eventos científicos y educativos tenga como propósito el intercambio científico, la educación médica y la información actualizada sobre avances del conocimiento en el campo de la salud o en alternativas terapéuticas.

Para hacer esto, las empresas biofarmacéuticas y de dispositivos médicos deben asegurar diversos aspectos, tales como:

- Una agenda robusta donde el 80% de las actividades sean de educación médica continua
- Que los eventos sólo sean dirigidos a profesionales de la salud
- Que los lugares donde se organicen sean apropiados y consecuentes con el propósito de la reunión



- Que las hospitalidades que se ofrezcan no sean excesivas ni lujosas
- Que no se patrocinen actividades sociales, recreativas, deportivas o de cualquier otra naturaleza distinta a la educativa o científica.

En este sentido, la industria de reuniones puede jugar un papel esencial para proporcionar los medios que coadyuven al cumplimiento de estos aspectos y con ello facilitar la organización y patrocinio de la industria farmacéutica en eventos científicos y educativos organizados en diversos lugares del país.

Si la industria de reuniones conoce las reglas contenidas en el CIETEMIS (sobre todo el capítulo II. Principios, valores y conductas; capítulo IV. Buenas prácticas en la interacción con instituciones y profesionales de la salud; y el artículo 18. Educación Médica Continua). El código de ética es público y se puede encontrar en [www.cetifarma.org.mx](http://www.cetifarma.org.mx)

Otro aspecto a considerar es adecuar los procesos y procedimientos para poder alinearlos a los principios de integridad del sector farmacéutico. Estoy seguro que las dos industrias podrán fortalecer sus lazos de colaboración y facilitar así que los eventos científicos y educativos que se organicen en México tengan los más altos estándares de integridad, ética y transparencia en beneficio de los pacientes.



**\* Marco Iván Escotto Arroyo**  
es Secretario Ejecutivo del CETIFARMA  
y profesor de ética empresarial en  
diversas instituciones educativas,  
públicas y privadas.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# El Renacimiento del Turismo MICE en México

POR: MARCO DANIEL GUZMÁN\*

*El turismo de negocios y convenciones, conocido como turismo MICE (Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions), está experimentando un renacimiento en México. Para 2023, se espera que alcance su nivel previo a la pandemia, marcando un hito significativo en su historia.*



Esta proyección, anunciada por Michel Wohlmuth, presidente del Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones (COMIR), no es solo una cifra optimista, sino un símbolo de la tenacidad y adaptabilidad de un sector que ha enfrentado uno de los mayores desafíos de su historia.

Antes de la crisis sanitaria global, la industria MICE en México no era solo un segmento más del turismo, sino un pilar fundamental de la economía nacional, generando 25,000 millones de dólares anuales y contribuyendo de manera significativa al PIB del país.

La pandemia, sin embargo, trajo consigo un golpe devastador, con la pérdida de casi 700,000 empleos en 2020, un número que refleja no solo una crisis económica sino también una crisis social para aquellos cuyas vidas dependían de esta industria.

A pesar de estos desafíos, la industria ha mostrado una resiliencia notable. El PIB del sector, que experimentó una caída alarmante a 1.25% en 2020, ha ido recuperándose gradualmente.

Para 2023, ha levantado alrededor del 1.52%, una cifra que, aunque todavía no alcanza los niveles pre-pandemia, es un claro indicador de recuperación y esperanza.



El optimismo en el sector es palpable, especialmente después de las predicciones hechas por IBTM Américas y COMIR en 2022, que anticiparon una recuperación total para este año.

Sin embargo, es crucial no subestimar los desafíos futuros. Las elecciones presidenciales de 2024 podrían jugar un papel determinante en la atracción de eventos internacionales, un factor que los miembros de la industria MICE observan con cautela.

México, que ocupa el puesto 23 a nivel mundial y el quinto en América Latina en turismo de reuniones, está en una posición estratégica para capitalizar su potencial en este segmento.

La posición dominante de países como Estados Unidos, que lidera con 947 congresos, seguido de Alemania y España, nos muestra el camino a seguir y la importancia

de fortalecer nuestra industria MICE para competir en el escenario global.

Las propuestas de Michel Wohlmuth, como la implementación de la “tasa cero” y la facilitación de la importación temporal de materiales para eventos, son pasos en la dirección correcta para aumentar la competitividad de México en la atracción de congresos internacionales.

Estas medidas podrían ser cruciales para el crecimiento del sector, pero también es esencial un enfoque más amplio que incluya la promoción de destinos mexicanos como sedes ideales para eventos internacionales, la mejora de la infraestructura y servicios relacionados, y la capacitación continua de los profesionales del sector.

Es importante reconocer que, a pesar de los desafíos, el segmento MICE ha mostrado una capacidad



admirable para adaptarse y superar adversidades. Aunque el apoyo gubernamental ha sido limitado o nulo, la industria ha demostrado ser autosuficiente y resiliente. La recuperación del sector, aunque lenta, parece segura y prometedora.

Para finales de 2023, esperamos ver la completa recuperación de la economía del sector MICE, y para

2024, su despegue. Este camino hacia la recuperación no solo es un testimonio de la tenacidad del sector, sino también una fuente de esperanza para la economía mexicana en su conjunto.

La recuperación del turismo MICE no solo beneficiará a los involucrados directamente en el sector, sino que también tendrá un efecto multiplicador en otras áreas de la economía, desde la hospitalidad hasta el transporte y los servicios locales.

En conclusión, el renacimiento del turismo MICE en México tras la pandemia es una historia de resiliencia, innovación y oportunidades del propio gremio. A medida que el sector se recupera y se adapta a la nueva normalidad, su éxito será un indicador clave del vigor y la diversificación de la economía mexicana en su conjunto.

La industria MICE no solo está regresando, sino que está preparada para florecer con más fuerza que nunca,

impulsando el crecimiento económico y reafirmando la posición de México como un destino líder en el turismo de negocios y convenciones a nivel mundial.

Todos queremos ver su franca recuperación como unos de los motores de la economía de México.



---

**\* Marco Daniel Guzmán,**  
periodista y columnista  
especializado en turismo y negocios.  
Desde hace 15 años he reseñado la  
industria turística y destinos.

▶ **SIGUIENTE**

---

◀ **ANTERIOR**

---

◀◀ **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# Acapulco

Entre el ocaso y un nuevo amanecer

POR: HERMES QUETZALCÓATL\*

*El pasado 24 de octubre, el huracán "Otis" destruyó Acapulco, uno de los destinos de playa más importantes de México a nivel nacional e internacional, siendo también un puerto que incrementó sus niveles de inseguridad en los últimos años.*

**A**mí me tocó como periodista ir al destino una semana después del impacto del huracán, como parte de una agencia de fotoperiodismo.

Tenía rato que no hacía coberturas de ese tipo y me llevé la sorpresa de que el pueblo acapulqueño, de

manera muy rápida y con demasiado entusiasmo están limpiando y rehabilitando el puerto, trabajan a marchas forzadas para tratar de reconstruir el destino lo más pronto posible.

El Puerto de Acapulco es más que su casa, es un medio de ingreso, su lugar de trabajo y tienen la ilusión de que quede listo en diciembre.

Fui acompañado de dos colegas fotoperiodistas y los tres coincidimos en que habíamos llegado tarde para hacer las fotografías de la catástrofe, las imágenes de la nota que vende al reflejar la destrucción. ¿será?

Lo que encontramos fue a un pueblo que trabaja para superar la tragedia, las manos de la gente quitando los escombros para abrir paso a una nueva historia. El ímpetu de los acapulqueños es lo que reconstruirá la “Perla del Pacífico”.





















---

**\* Hermes Quetzalcoatl,**

fotógrafo, retratista, documentalista y  
fotoperiodista con 22 años de experiencia.  
Creador de contenido multimedia.

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# Tip Travel Top:

## las tres 'T' del turismo y las OCV's

*Las OCV's (Oficinas de Convenciones y Visitantes) de los países y de los estados juegan un papel muy importante en el mundo turístico y sobre todo en el de reuniones.*

Para Topadventure.com su relevancia es la siguiente: “Las OCV’s son importantes para la promoción turística de un destino, fomentan el turismo de negocios y reuniones, coordinar actividades turísticas de la localidad, y actúan como enlace con instancias gubernamentales”.

Para **@tiptraveltop**, especialista en dar tips para los viajeros finales, las OCV’s se han convertido en la fuente primaria de los destinos con información de los atractivos, los proveedores de servicios, hoteles, transporte y todo lo necesario para llevar a cabo un evento, reunión o convención con éxito.

En diciembre, **@tiptraveltop** tendrá una entrevista con la representante de la Oficina de Convenciones y Visitantes de Miami, seguro será una entrevista muy entretenida llena de muchos tips para aquellos viajeros de corazón que les gusta viajar, y como dicen por ahí, “chanclear los lugares”.

No te pierdas la entrevista, compartiremos información fresca y relevante directamente de Miami, de las personas que viven en el destino, lo disfrutan y promocionan.

En cuestión del negocio de Forza Eventos, me ha tocado consultar diversas oficinas de turismo con la finalidad de hacer la liga entre el proveedor local y la empresa para brindar a nuestros clientes la mejor opción.



Por ejemplo, en algunos destinos hemos conseguido pasaportes de descuento en algunos centros comerciales, restaurantes o transportes locales.

También hemos sido invitados a los llamados viajes de familiarización para conocer la infraestructura hotelera y servicios en general de los destinos abriendo un networking de mucha relevancia para las partes que negocian los eventos, convenciones, incentivos o simplemente aquellos viajes personalizados que requieren de mucha atención.

De igual forma, si se llega a tener alguna emergencia en el desarrollo del evento, ellos mismos son un apoyo para brindar la ayuda necesaria. Claro, siempre es fundamental que los participantes cuenten con una asistencia de viajero.

La experiencia de un organizador de eventos, el cliente y la OCV's son elementos claves que deben

estar conectados para un buen resultado en la experiencia. No obstante, también contamos con **@tiptraveltop** y **@panoramaturistico** que se anexan a esta guía de recomendaciones para el que organiza, el proveedor de servicio y el usuario final.

¡Saludos amigos, nos vemos pronto!



---

**Mtro. Benjamin Izquierdo Mojica,**  
Tip Travel Top.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# ¡Hospédate en el corazón de las celebraciones mexicanas!

REDACCIÓN.



*Además de ofrecer confort, los Hoteles City te llevan a vivir de cerca las festividades más emblemáticas de México, gracias a su ubicación estratégica.*

---

Los hoteles City Centro by Marriott Ciudad de México, City Centro by Marriott Oaxaca y City Express Plus by Marriott Periférico Sur Tlalpan, resultan una excelente elección para hospedarse cerca de los lugares que son escenarios de muchas festividades.

El hotel City Centro by Marriott Ciudad de México, en pleno Centro Histórico, es el lugar ideal para disfrutar las fiestas mexicanas en cualquier época del año.

Desde enero hasta diciembre, el Centro Histórico y la Alameda Central son puntos de encuentro, ya que se llevan a cabo exposiciones, festivales o desfiles,

que acompañan de un programa de actividades al aire libre o recintos culturales.

La temporada de Día de Muertos ofrece un programa para morirse de la emoción, hay una rodada nocturna, una procesión de calaveras y el Gran Desfile, entre otras actividades.

Los viajeros encontrarán que todos los meses hay algo por hacer en la ciudad, por ejemplo, en diciembre y enero se aviva el espíritu invernal con la iluminación del Zócalo, conciertos y bazares de artículos navideños en los que Santa Claus y los Reyes Amigos están presentes y listo para la foto familiar.

La Primavera también es una estación con mucho por hacer, sin olvidar las actividades durante todo el mes de marzo para conmemorar el Día Internacional de la Mujer.



El verano pinta todo de colores con el PRIDE, conmemoración llena de actividades alternas que invitan a la tolerancia y el respeto.

Cerca del Otoño, el 15 y 16 de septiembre, la Ciudad de México y todo el país se viste de gala para festejar el Grito de Independencia, sin dejar de mencionar, toda la oferta cultural y gastronómica que se hace presente durante todo el mes.



Al hospedarte en City Centro by Marriott Ciudad de México, estarás ubicado a unas cuadras de la Plaza de la Constitución, donde todo sucede. Y si tu decisión es descansar, al día siguiente puedes caminar a Paseo de la Reforma.

El hotel City Express Plus by Marriott Periférico Sur Tlalpan es la opción para los aventureros que quieren disfrutar de un día a bordo de las trajineras de Xochimilco y disfrutar de su riqueza natural y gastronómica.

## **Más allá de la CDMX**

Oaxaca es el lugar por excelencia para vivir tradiciones. Puedes hospedarte por los barrios de la ciudad y ser parte de sus festividades emblemáticas como La Guelaguetza o Día de Muertos.

El lugar perfecto para iniciar tu travesía es el City Centro by Marriott Oaxaca, localizado en el Barrio de



Jalatlaco en una antigua casa de estilo porfiriano que sirvió como curtiduría, por lo que sus rincones están llenos de historia y elementos representativos de la época.

El hotel ofrece un ambiente acogedor y tiene una espectacular vista panorámica al Templo de San Matías y sus alrededores. Otra recomendación

es visitar la Terraza Centro para comer y probar algunas de las creaciones de cócteles con mezcal.

City Express by Marriott ofrece a los viajeros un espacio donde la practicidad se une al confort. Satisfaciendo las necesidades de los viajeros de negocios y de placer con estadías en ubicaciones convenientes que garantizan un viaje sin complicaciones.


 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

A photograph showing three people standing outdoors in front of a dark-colored car. On the left, a man in a blue checkered shirt and khaki pants gives a thumbs up. In the center, a woman in a striped shirt and glasses smiles. On the right, a man in a pink shirt and blue jeans also gives a thumbs up. In the background, a person wearing a white shirt with a red cross logo is visible. The scene is set in a sunny, outdoor environment with trees.

# La Asociación Metropolitana de Agencias de Viajes, hace entrega de un donativo en especie para apoyo de Acapulco

REDACCIÓN.

*Tras el paso del huracán Otis, José Luis Medina, presidente de la Metro, entregó en nombre de los asociados, a la Cruz Roja Mexicana, un donativo en especie resultado de la solidaridad del organismo con los hermanos acapulqueños.*

Muchas fueron las agencias de viajes que se unieron a este esfuerzo, donando agua y alimentos, como latas de atún y vegetales; frijol, arroz, productos de higiene personal, papel de baño, pañales y alimento para mascotas, entre otros.



“Debemos apoyar, Acapulco debe renacer mejor que nunca y nosotros los agentes de viajes que debemos tanto a ese destino y a su gente, estamos obligados a poner nuestro granito de arena”, declaró Medina.



La sociedad civil, la iniciativa privada, organizaciones y asociaciones como la Metro están en el intento de sumar ayuda, convocar a donativos que lleguen a la población. Ese

grano de arena es muestra de la empatía con el destino y su gente.

## **Infancias y adolescencias en riesgo**

Otra manera de no abandonar a Acapulco es por medio de la realización del Tianguis Turístico México 2024, para inyectarle capital a la Perla del Pacífico, claro que es importante potenciar el turismo pero no podemos ignorar las alertas emitidas por Organizaciones como Save the Children, quienes han detectado que las infancias y adolescencias están en riesgo:

“Estamos severamente preocupados por el estado de las niñas y niños; puede haber casos graves de deshidratación, ya que es una zona calurosa y no hay acceso regular a agua potable; puede haber brotes de enfermedades diarreicas, incremento de dengue y afectaciones severas a la salud mental frente a la incertidumbre y el estrés de los adultos, de igual manera en estos contextos de emergencia



FOTO cortesía: Hermes Quetzalcoatl.

es posible que aumenten los riesgos para garantizar la protección de la niñez, incluyendo la violencia intrafamiliar y el abuso sexual”, afirmó Fátima Andraca, Directora de Programas y Respuesta Humanitaria de Save the Children en México.

Además del factor económico, la visibilización de las afectaciones y riesgos latentes para las poblaciones más vulnerables, también debe estar en el debate de la industria turística.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# El Tianguis Turístico México 2024 se queda en Acapulco

REDACCIÓN.

*El secretario de Turismo del Gobierno de México, Miguel Torruco Marqués, informó que la edición 48 del Tianguis Turístico México se llevará a cabo del 8 al 12 de abril de 2024, en Acapulco, y será fundamental para lograr el éxito en la recuperación tras el huracán Otis.*

Gracias al trabajo del Gobierno de México, el Gobierno del Estado de Guerrero y el compromiso del sector privado, se decidió que el Tianguis Turístico México 2024 sí se llevará a cabo en el puerto de Acapulco, del 8 al 12 de abril del próximo año.

Esta decisión fue el resultado de la Sesión Extraordinaria del Comité de Selección del Tianguis Turístico y se informó que es una coordinación entre los tres órdenes de gobierno y el sector privado.

No olvidemos, que la madrugada del 25 de octubre el huracán Otis impactó en las costas del estado de Guerrero. El poderoso ciclón categoría 5 tuvo vientos de 265km/h que provocaron una destrucción importante dejando aproximadamente a 250 mil familias damnificadas, incluyendo niñas, niños y adolescentes.

Como respuesta ante la catástrofe natural, el presidente Andrés Manuel López Obrador, dijo que



se pondrá en marcha el Programa Económico que contiene 20 puntos para el rescate de Acapulco, aportando, en principio, 61 mil 300 millones de pesos.

Torruco Marqués aseveró que la respuesta conjunta y colaborativa es clave para la recuperación y reconstrucción de las áreas afectadas en Acapulco.

Por lo que, la colaboración entre los tres órdenes de gobierno, el sector privado y la población en su conjunto, es fundamental para lograr el éxito en la recuperación tras desastres naturales como un huracán.

El secretario de Turismo indicó que con el Tianguis Turístico México 2024 en Acapulco, mostraremos al mundo la capacidad de sobreponernos ante situaciones adversas y así tener la oportunidad de resaltar las bellezas y atractivos del país, a pesar de las dificultades.



La cúpula empresarial del sector turístico calificó de acertada, y felicitó, la decisión de que el Tianguis Turístico México 2024 se quede en Acapulco para impulsar la economía, los empleos, el turismo, y reiteraron su compromiso para asumir ese importante reto.

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL  
CONTENIDO



# La reapertura más esperada de México

POR: MELANIE BEARD\*

*Con vistas a una de las mejores playas de la Península de Yucatán y con acceso a la mayor barrera de coral del hemisferio occidental, la reapertura más esperada del país nos sumerge en la magia de uno de los destinos más fascinantes del mundo. Al reabrir sus puertas, Maroma, A Belmond Hotel se convierte en un portal sensorial infinitamente intrigante.*

Enclavado entre 200 acres de densa selva tropical y las blancas arenas de la costa caribeña de México, Maroma, A Belmond Hotel, Riviera Maya reabrió sus puertas el 25 de mayo de 2023 tras una extensa renovación y rediseño a cargo de la diseñadora de renombre internacional Tara Bernerd y su equipo.

La arquitectura y el diseño original de la propiedad se han preservado, incluidas las construcciones blancas de estuco. Las tres piscinas de la propiedad se han rediseñado por completo con revestimiento Sukabumi elaborado a mano a partir de piedras volcánicas, en los mismos tonos turquesa de los cenotes naturales de la zona. Esta íntima escapada con sólo 72 habitaciones, suites y villas invita a los huéspedes a experimentar una vitalidad pura y refinada en la encantadora Riviera Maya.

Con edificios alineados según la Geometría Sagrada de albañiles mayas, el histórico escondite será completamente re-imaginado mientras se honran



las tradiciones artesanales mexicanas, la auténtica artesanía y los materiales locales en todos los interiores. El equipo de Tara Bernerd ha combinado la artesanía contemporánea con un cuidadoso abastecimiento de materiales locales para crear espacios atemporales que honran sus raíces y transmiten la energía de la tierra en la que se encuentran.

En el restaurante Casa Mayor, el chef ejecutivo Daniel Camacho reinventa los sabores mexicanos tradicionales en platos con una innovación sorprendente: imagine mariscos frescos provenientes de pesqueras sostenibles y un exquisito pastel de chocolate con mole negro de Oaxaca. Para el desayuno, disfrute de tacos y quesadillas tradicionales que la Tía Olivia de Maroma prepara a mano con una sonrisa.

Aquí, el menú está impulsado por las estaciones y la dedicación del chef a la sostenibilidad. Un 90% de sus ingredientes provienen de México y más de la



mitad de la península de Yucatán: exquisiteces únicas y responsables junto a vistas de las olas turquesa. La preparación junto a la mesa agrega un toque teatral, con platos que se sirven con un impresionante toque mexicano artesanal.

Inspirado en la naturaleza circundante y en los antiguos rituales de curación, el spa interior y exterior es ahora un lugar para nutrir la mente y sentirse rejuvenecido. Aquí, los tratamientos nacen del poder de la naturaleza, de las prácticas ancestrales y de la abeja melipona sagrada, venerada por los mayas durante 3000 años como símbolo de resonancia espiritual.

Maroma alberga una extraordinaria colección de arte y diseño de todos los rincones de México: el 80 % de los muebles y los objetos estarán elaborados por artesanos mexicanos, desde el candelabro de techo de vidrio soplado a mano hasta las macetas de barro pintado y las tradicionales baldosas Saltillo

que elevarán el lujo de las habitaciones. Las líneas curvas, las formas orgánicas y las espectaculares vistas al mar Caribe crean una profunda conexión con la naturaleza.

Belmond ha sido un pionero de los viajes de lujo durante más de 45 años, construyendo una pasión por las escapadas auténticas en una cartera de experiencias únicas en algunos de los destinos más inspiradores del mundo. Alabado por rendir homenaje a la historia y la cultura de cada destino en su cartera global, Belmond, con la reapertura su icónico refugio de playa mexicano, es una oda a la belleza, la historia y el buen vivir de nuestro país.



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

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# Yucatán, un destino de eventos inolvidables

**E**n un mundo cambiante los destinos turísticos tienen que adaptarse rápidamente a las nuevas situaciones y a los nuevos retos. Hoy estamos viviendo una nueva era en el turismo de reuniones, con nuevas necesidades y nuevos jugadores. A todo eso es a lo que se tienen que adaptar los destinos que quieren participar en el escenario mundial de los eventos. Y la respuesta a esas nuevas demandas está en Yucatán.

Un destino completo por donde se le vea, con una gran oferta de hoteles, recintos de experiencias complementarias, escenarios para eventos de networking y todo eso arropado por una gastronomía extraordinaria, cultura, historia, arquitectura y arqueología milenaria.

Es muy fácil llegar a Yucatán a través del aeropuerto de





su capital, Mérida, con trece vuelos a destinos nacionales y diez a destinos internacionales.

Una vez que llegaste, te dirigirás a cualquiera de los dos distritos de reuniones que hay en la ciudad. Hacia el norte está el distrito Exposiciones, con el Centro Internacional de Exposiciones y Convenciones siglo XXI, con más de 23 mil metros cuadrados para eventos.

Ese escenario cuenta con 13 hoteles, 1703 habitaciones y 35 Salones/Business Center, los cuales están cruzando la calle y otros a una distancia no mayor de 10 minutos.

Hacia el centro, rumbo a la zona viva de Mérida, se encuentra el distrito de Congresos a tan solo unas calles del escenario principal de la ciudad, que es el Paseo Montejo.

Ese distrito tiene como ancla principal el Centro Internacional de Congresos Yucatán, el cual ofrece



alrededor de 10 mil metros cuadrados para eventos en 26 salas; hay 10 hoteles de marca y 5 hoteles familiares, en total el destino cuenta con 2147 habitaciones y 60 Salones/Business Center.

Para los eventos de networking, no puedes prescindir de una cena, un cóctel inaugural, un evento de clausura en escenarios tan especiales como las casonas de Paseo Montejo.



La Quinta Montes Molina, el Minaret y el Pinar son escenarios que ofrecen una atmósfera adecuada para los tan importantes eventos de networking. Asimismo, para un evento aún más especial, no te puedes perder las haciendas.

Con un tiempo de traslado de una hora desde la ciudad de Mérida, se encuentran haciendas extraordinarias, como Xtepén, Santa Cruz Palomeque, San Diego Cuts, San Antonio Millet, San Antonio Hool, Ochil, Sac Chich, Yaxcopoil, todas son opción para llevar a cabo un evento de clausura.

Tanto para los y las acompañantes o los eventos pre o post congreso, ofrecemos experiencias únicas e irrepetibles. Imagínate llevar a tu grupo a hacer kayak en los manglares de Chuburna, nadar en



los cenotes de Mucuyche y deleitar tu paladar con la gastronomía local.

Qué tal hacer un recorrido en las Land Rovers de Hacienda Uxmal, ver la puesta de sol desde su observatorio y regresar para tomar un cóctel para ver el video mapping de la zona arqueológica de Uxmal. Si buscas relajación, “Destino Mío” sin duda es el lugar ideal.



Si lo que quieres es una capacitación especializada, la Hacienda Yabuku te ofrece escenarios específicos para grupos que quieren además de una experiencia de descanso y relajación, una actividad académica y de trabajo.

Yucatán cuenta con muchas experiencias alrededor de la miel y las abejas meliponas, de hecho, se

puede visitar un meliponario en grupo. Otra opción es recorrer Celestún para hacer avistamiento de flamencos rosados.

Todo eso, es lo que hace que Yucatán sea un destino diferente, extraordinario y acorde a las actuales necesidades de los Meeting Planners.



Nuestra promesa de venta es que te vamos a ayudar a armar un evento inolvidable, un evento que a lo largo de los años vas a recordar que lo viviste en Yucatán.

Nosotros somos Yucatán Meetings (Oficina de Congresos y Visitantes), tus anfitriones. Acércate a nosotros, juntos haremos que diseñes el evento inolvidable que tus invitados recordarán por siempre.

 **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)