

TURISMO E INDUSTRIA DE REUNIONES



# Panorama Turístico

AÑO XXXIV, Nº 077, MARZO 2024.



EL ARTE DE REUNIR PERSONAS

# 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)

Hace algunos años, no muchos, mi trabajo para una de las revistas de negocios más influyentes de México me llevó a explorar la industria de reuniones. Y MPI Capítulo México me abrió las puertas. Lo que más me llamó la atención fue ver la camaradería, la unión, la alegría entre sus socios. Desde el primer momento me quedó claro que, en efecto, todos suman voluntades por la industria de reuniones. Y que cuando se reúnen, cambian el mundo.

Conservo grandes recuerdos de mi primera visita a un CNIR, entonces llamado Congreso Nacional de Turismo de Reuniones. No me canso de platicar que, prácticamente sin conocer a nadie, me tocó la suerte de sentarme en una mesa con profesionales de la talla de Liliana Cabrera, Rebeca Berriochoa, Rafa Hernández, Michel Wohlmuth, Francisco Cachafeiro y Francisco Rodríguez, entre otros *rock*

*stars* que me inspiraron a hacer una revista que fuera un enlace entre el turismo y las reuniones.

Hoy me honro en presentar el resultado de una alianza entre MPI Mexico Chapter y Panorama Turístico: El arte de reunir a las personas. Una edición llena de conocimiento, un congreso hecho revista. Espero que ustedes, queridos lectores, disfruten tanto de su lectura como nosotros disfrutamos de su desarrollo. Y a propósito de esta alianza con MPI, les dejo la siguiente frase de Henry Ford: " Reunirse es un comienzo, permanecer juntos es un progreso, trabajar juntos constituye el éxito".

¡Buena lectura!

Gustavo Contreras

Panorama Turístico

La industria de reuniones está en constante evolución, y reconocemos que mantenernos actualizados y en constante intercambio de ideas es vital para nuestra labor.

Hace unos meses, Panorama Turístico nos extendió una exclusiva invitación para que MPI México formara parte de sus ediciones. Al reconocer el potencial de su propuesta, reunimos a destacados socios para participar en esta edición y así intercambiar ideas sobre el arte de reunir personas.

Durante nuestras conversaciones, exploramos la importancia de diversos aspectos, desde la planificación estratégica hasta la logística precisa para asegurar el éxito de los eventos.

Esperamos que disfruten de este trabajo realizado con dedicación y pasión.

**Alejandro Escalante,**  
Director General de Paralelo  
Meetings and Events.  
Presidente Electo de MPI México.

**Editorial**  
01

**Descubriendo el Arte de los Viajes de Incentivo: Maximizando Experiencias, Optimizando Presupuestos**

08

**Directorio**  
07

**Guadalajara y CDMX, más cerca que nunca**

14

Los eventos en tiempos de la IA: uniendo tecnología, pasión y propósito

22

**El Arte de trabajar en Paralelo con los Clientes en la Planificación de Convenciones Corporativas**

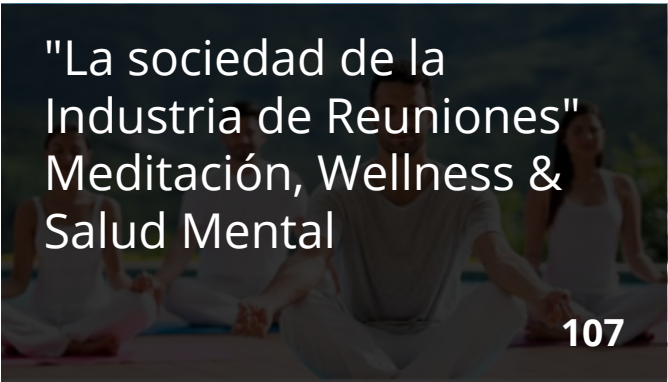
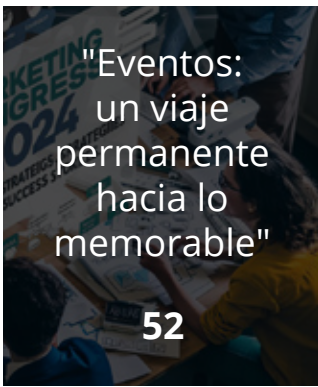
36

Foro Boca, un espacio para todos

27

**¿Nos reunimos en Puebla para celebrar los 500 años?**

42




# VUELA HACIA EL LUJO INFINITO

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



MM AVIACIÓN PRIVADA

 +52 55 4264 3547

 @mm\_aviacionprivada

# Panorama Turístico

**AÑO XXXIV / NO. 3 / MARZO 2024**

**GUSTAVO CONTRERAS GONZÁLEZ**

Director General / Publisher

**Corina Tlali Ortega**

Editora

**Aura Luz Meneses Luna**

Directora de Arte y Diseño

**GRACIAS POR COLABORAR  
EN ESTA EDICIÓN:**

Liliana Cabrera, David Hidalgo, Joaquín Yáñez, Alejandro Escalante, Liora Sulkin, Mariana Medina, Rafel Hernández, Virginia Arana, Ricardo Magaña, Adrian Peña, Alfonso Ibarra, Francisco Cachafeiro, Fernando Famanía y Julio Castañeda.

**RAÚL MENDOZA WALDO †**

Presidente Grupo Panorama

**Fotografías:** Freepik.es, Pexels.com.

Anuncia tu producto o  
servicio en Panorama  
Turístico

• 55 45 10 11 16 •

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

Revista Panorama Turístico,  
Año XXXIV, No. 3, MARZO 2024.  
Es una publicación mensual en  
formato digital publicada por  
Gustavo Contreras González, Mir-  
to 38-1, Col. Sta. María la Ribera,  
C.P.06400, CDMX. Tel: 55 5541-  
0487 Editor responsable: Gustavo  
Contreras González.

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

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

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

**MEDIO ALIADO**



# Descubriendo **el Arte de los Viajes de Incentivo:** Maximizando Experiencias, Optimizando Presupuestos

POR: ALFONSO IBARRA\*

Los viajes de incentivo son mucho más que simples escapadas. Son experiencias meticulosamente diseñadas para motivar, inspirar y premiar a individuos o equipos por su rendimiento



excepcional. Sin embargo, detrás de cada viaje incentivo exitoso hay un arte en su planificación y ejecución que vale la pena explorar.

## **La Esencia de los Viajes de Incentivo**

En el corazón de los viajes de incentivo yace la idea de reconocimiento y recompensa. Son una forma tangible de demostrar aprecio y gratitud hacia aquellos cuyo desempeño ha superado las expectativas. Desde incentivar ventas excepcionales hasta fomentar la colaboración en equipo, estos viajes son una poderosa herramienta para impulsar la productividad y el compromiso.

## **Los elementos clave**

Un viaje incentivo exitoso no se trata solo del destino, sino de la experiencia en su totalidad. Aquí hay algunos elementos clave a considerar:

## 1.

### **Destino Inspirador:**

Elegir el destino adecuado es fundamental. Debe ser un lugar que inspire, emocione y ofrezca una variedad de actividades para satisfacer los intereses de todos los participantes.

## 2.

### **Programa Detallado:**

Cada aspecto del viaje, desde la llegada hasta la partida, debe estar cuidadosamente planificado. Desde excursiones emocionantes hasta cenas memorables, cada momento cuenta.

## 3.

### **Reconocimiento Personalizado:**

Es importante reconocer los logros individuales y grupales. Los pequeños toques personalizados, como regalos de bienvenida o sorpresas durante el viaje, hacen que los participantes se sientan valorados.

## 4.

### **Oportunidades de Networking:**

Los viajes incentivo no solo son para relajarse; también son una oportunidad para conectar con colegas y fortalecer relaciones profesionales.



# La Importancia de un buen aliado

Detrás de cada viaje incentivo excepcional hay un equipo experto trabajando incansablemente para que todo salga a la perfección. Contar con un aliado confiable en la planificación y ejecución del viaje es esencial para garantizar que se maximice cada peso invertido y se creen experiencias inolvidables.

## ¿Qué debe ofrecer un buen aliado?

### Experiencia y Conocimiento

Un buen aliado debe tener un profundo conocimiento del mercado de viajes incentivo y una sólida red de proveedores confiables.

### Creatividad y Personalización

Cada viaje debe ser único y adaptado a las necesidades y preferencias específicas del cliente.

### Gestión Eficiente del Presupuesto

Maximizar el valor del presupuesto del cliente es crucial. Un aliado hábil puede negociar tarifas preferenciales, identificar oportunidades de ahorro y optimizar cada aspecto del viaje sin comprometer la calidad.

Los viajes de incentivo son una poderosa herramienta para motivar y premiar a individuos y equipos. Sin embargo, su éxito radica en la atención meticulosa a cada detalle y en la colaboración con un aliado confiable.

Al dominar el arte de los viajes de incentivo y aprovechar al máximo cada presupuesto, las empresas pueden crear experiencias inolvidables que impulsen el rendimiento y el compromiso de su equipo.



**\* Alfonso Ibarra,**  
CEO Wondrus Meeting Planner.  
Presidente de MPI México.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

## CONOCE TU NUEVA AGENCIA DE PRODUCCIÓN DE EVENTOS.

DESCUBRE EL PODER DE TRABAJAR EN **PARALELO**



## SERVICIOS

### LOGÍSTICA & OPERACIÓN

- Logística, Registro y Operación
- Viajes de incentivo
- Aéreos & Hospedaje
- Transportación

### PRODUCCIÓN & DISEÑO

- Producción Audiovisual
- Stands & Display
- Branding & Creatividad
- Fotografía y Video para Eventos
- Speakers, Conductores y Talento

### CATERING & EXPERIENCIAS

- Banquetes & Mobiliario
- Catering para reuniones
- Experiencias para grupos

### VIRTUAL EVENTS

- Eventos Virtuales



¡Hagamos de tu evento una experiencia extraordinaria e inolvidable!



GUADALAJARA Y CDMX, MÁS CERCA QUE NUNCA.

GUADALAJARA  
GUADALAJARA®

POR: CORINA TLALI ORTEGA\*

*La Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara abre oficinas en la Ciudad de México con el objetivo de tener más cercanía con sus clientes.*

En entrevista para Panorama Turístico, Ligia González Padilla, subdirectora de la Industria de Reuniones en la Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara, dijo que el destino está muy bien posicionado, pero siempre hay que seguir buscando nuevos sectores y la Ciudad de México es un paraíso de oportunidades.

Las oficinas se abrieron el pasado 1º de febrero con la finalidad de tener acercamiento con todos los tomadores de decisiones y los clientes que están en la capital.

Se trata de una extensión de la sede de Guadalajara, que hoy cuenta con un equipo más grande para brindar atención a la medida. La oficina siempre trabajó con un tercero para apoyarse en la prospección, pero bajo la nueva estrategia se observa un plano más independiente y colaborativo.



## **Campos de oportunidad**

“La realidad es que ahora está muy fuerte el nicho de convenciones, afortunadamente ha subido, creo que hemos trabajado muchísimo en la parte de congresos nacionales e internacionales y hemos prospectado mucho en este último”, comentó nuestra entrevistada.

Otra área de oportunidad son los deportes, esa línea de negocio siempre ha sido relevante para Guadalajara, por esa razón, aprovecharon que después de la pandemia fueron de los primeros sectores en abrir.

Cabe destacar, que el destino será sede del mundial de fútbol en 2026, también tienen en agenda el WTA de Tenis, entre otros encuentros deportivos.

## **Abriendo fronteras**

La Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara cuenta con una agencia que los representa en Europa y Asia, son una extensión de la oficina pero a través

de un tercero. Tienen cinco años trabajando con ellos, pero la dinámica es que todos apoyan desde distintos campos.

Además, cuentan con una agencia en Sudamérica que también opera directamente con la oficina principal. El modelo que están implementado en Ciudad de México, no había entrado en vigor en ninguna otra parte y se esperan buenos resultados.

## **Planteamiento y objetivos**

“Queremos difundir nuestro trabajo, estamos haciendo eventos de presentación para los clientes. Nuestros embajadores quienes nos han ayudado a traer congresos o eventos, queremos decirles que estamos trabajando de la mano con las agencias, meetings planners y asociaciones”, añadió Ligia González.

Al tener más alcance y más manos se están tocando puertas, mencionó, ahora el contacto es uno a uno,



es una oportunidad para conocer las bondades del destino, las experiencias y los datos específicos que se soliciten.

Para Ligia, la clave está en saber lo que busca un congreso o una convención en específico para adaptarse a esas necesidades y tomar las mejores decisiones.

Otra ventaja que se tiene es que Guadalajara forma parte de Best Cities Global Alliance y entre todos los países miembros se intercambia información de valor para desarrollar estrategias.

## **Mensaje a la industria**

“Con esto volvemos a Guadalajara más fuertes, ese es uno de los mensajes hacia la industria, hacemos buen equipo y somos un respaldo en el destino”, resaltó la subdirectora.

No todo está especificado aún, agregó, pero en el camino trabajaran con nuevas estrategias que incluirán el tema de la sustentabilidad y del legado.

Como resultado de esta nueva estrategia, Guadalajara ya tiene confirmado un congreso internacional para 2026, dos eventos más pequeños de la industria farmacéutica para 2025, entre otros.

Ligia González concluyó que es un año retador en el ámbito económico y político, pero avanzan muy bien y no fallarán en estar presentes con todos sus clientes.



**\* Corina Tlali Ortega,**  
periodista con perspectiva de  
género, productora de radio y TV.  
Editora de Panorama Turístico.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# Los eventos en tiempos de la IA: uniendo tecnología, pasión y propósito



POR: ADRIÁN PEÑA\*

*En el dinámico escenario de la era digital, donde las posibilidades son infinitas y las conexiones trascienden las fronteras físicas pero a su vez incrementan el distanciamiento físico y emocional, los eventos cobran un nuevo significado como catalizadores de cambio y crecimiento.*

• Qué sucedería si aprovechamos al máximo las herramientas digitales más avanzadas, como la IA, los conferencistas de alto impacto y el afinamiento de un propósito organizacional de impacto positivo? La respuesta promete tanto potencial y oportunidad que puede transformar no solo a las organizaciones, sino también a la sociedad en su conjunto.

## **La personalización potenciada por la**

**Inteligencia Artificial:** Imagina un evento donde la inteligencia artificial no solo simplifica tareas, sino que también enriquece la experiencia del asistente de manera significativa. Desde la personalización de agendas de acuerdo a intereses previamente definidos hasta la recomendación de sesiones relevantes, la inteligencia artificial puede transformar cada interacción en una experiencia única y memorable, alimentada por la pasión y el compromiso de los organizadores.

**Speakers de alto impacto:** voces que inspiran y transforman: En un mundo inundado de información, destacan aquellos que tienen la capacidad de inspirar, motivar y trascender aprendizaje. Los speakers son la piedra angular de cualquier evento exitoso, capaces de conectar con la audiencia a un nivel emocional y provocar un cambio profundo en su pensamiento y comportamiento. Al integrar a expertos, podemos elevar el impacto y la relevancia de cada encuentro, llevando a los participantes en un viaje de descubrimiento y crecimiento.

**Afinamiento del propósito organizacional:** En el corazón de cada organización late un propósito, una razón de ser que va más allá de la mera búsqueda de ganancias. Al afinar este propósito y alinear las estrategias organizacionales con un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, las organizaciones pueden convertirse en agentes de cambio y transformación.



Los eventos proporcionan el escenario perfecto para comunicar y reforzar este propósito, inspirando a los participantes a ser parte de algo más grande que ellos mismos y a contribuir activamente a un mundo mejor.

Recientemente escuché a Ichak Adizes, experto en transformación organizacional, decir que si bien un día el internet revolucionó el conocimiento, hoy

nuestra atención está en la importancia de entender y aprovechar la IA. Sin embargo, las organizaciones del futuro regresarán indudablemente a conectar con el corazón.

En esta era digital de opciones digitales sin límites, los eventos se presentan como vehículos poderosos para impulsar esa futura reconexión. Es hora de abrazar esta oportunidad con audacia y determinación, construyendo juntos un mundo donde cada evento sea un faro de inspiración y transformación.



**\* Adrián Peña,**  
Socio Director,  
Allenamenti Speakers Bureau.

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# FORO BOCA, UN ESPACIO PARA TODOS



*El Foro Boca, ubicado en la dinámica ciudad de Boca del Río, Veracruz, es ya un icónico recinto de eventos de corte cultural y de reuniones que cuenta no solo con un diseño arquitectónico único y multipremiado, sino con espacios y tecnología de punta que aseguran el éxito de los eventos que alberga.*

Fundado en 2017, tiene en su haber un sinfín de conciertos, exposiciones, presentaciones, conferencias, congresos, convenciones, eventos empresariales y educativos que han pasado a la historia como líderes en diversidad, inclusión y formación de los asistentes, que se cuentan por miles, entre visitantes y participantes. Es también, casa de la Orquesta Filarmónica de Boca del Río - Veracruz, y esto lo hace destacar a nivel mundial frente a otros recintos que son espacio de arte y aparadores de talento de todas las bellas artes.

Para la industria del turismo de reuniones, Foro Boca es ideal para eventos de pequeño y mediano formato, y se ha posicionado como un actor vital en la cadena de valor, no solo de la zona conurbada veracruzana, sino de toda la región sur-sureste del país. Cuenta con espacios modernos, amplios y confortables que, garantizan la calidad y lucimiento de las actividades que se desarrollan en su interior.

Su ubicación de cara al Golfo de México le permite erguirse como un monumento de concreto que proyecta imágenes propias en sus fachadas comunicando a la tierra con el río y el mar y también guarda magia e impresiones positivas en todos sus rincones.

Foro Boca tiene convenios de colaboración con todos los prestadores de servicios turísticos de la localidad para garantizar la operatividad integral en cualquier temporada del año, y, por si todo lo anterior no fuera suficiente, cuenta con la música de cámara de la Orquesta Filarmónica con un calendario abierto y a disposición de los organizadores profesionales de eventos para los programas sociales de sus agendas.

Foro Boca está haciendo historia, y tu evento merece ser parte de ella.



## **Espacios:**

- **Lobby**

Punto de encuentro encargado de ser el anfitrión a los distintos espacios y salas del Foro Boca. Ideal para convivencia y esparcimiento.

- **Sala Mester**

*960 personas*

Espacio emblemático que combina modernidad arquitectónica y tecnológica. Ofrece una



experiencia acústica y visual perfecta en cualquiera de sus butacas.

- **Sala E**

*147 personas*

Diseñado de manera multifuncional, el espacio se ajusta a los requerimientos de tu evento.



- **Ágora**

*80 personas*

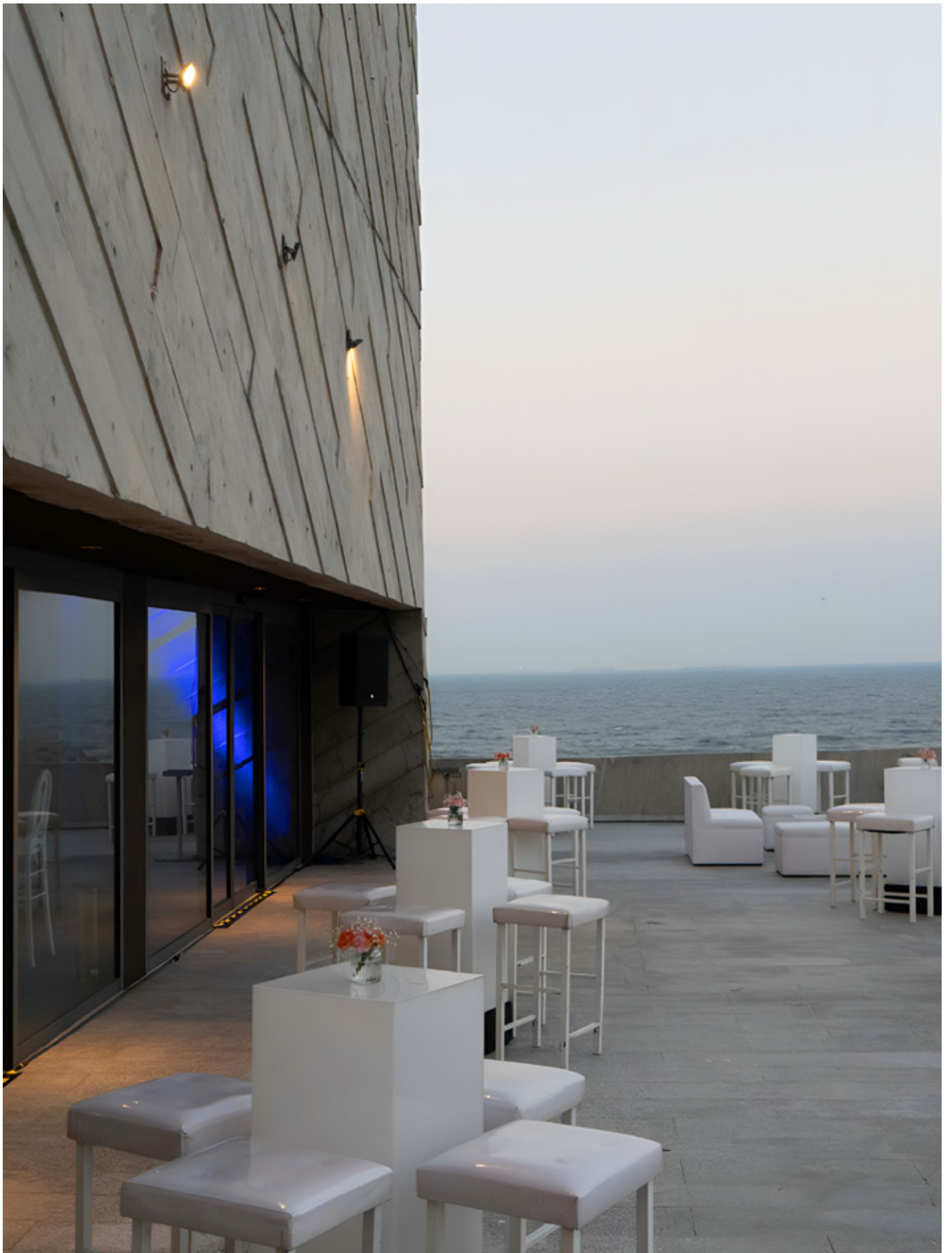
Lugar de encuentro donde la dimensión y sensación de cercanía brindarán una experiencia acogedora a tu evento.

- **Nivel 2**

*150 personas banquete*

*350 personas coctel*

Amplio espacio de dualidad y contraste que la permite ser flexible a los requerimientos de tu evento.



## • Terraza

293 m<sup>2</sup>

100 personas banquete

200 personas coctel

Crea una experiencia inolvidable para tus eventos en nuestra terraza abierta y su impresionante vista azul infinita que es la convergencia del río fusionándose con el mar.

iconos: freepik.com




### Contacto:

[foroboca.com.mx](http://foroboca.com.mx)

  @foroboca

 [ventas@foroboca.mx](mailto:ventas@foroboca.mx)

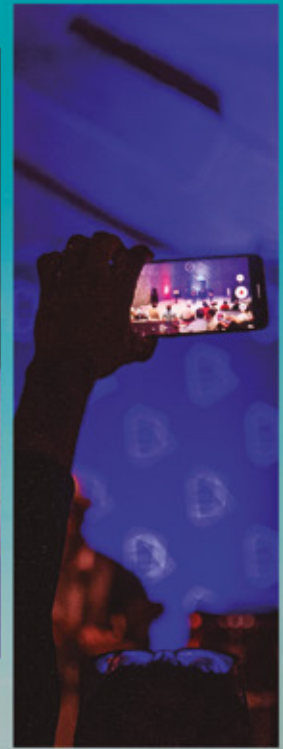
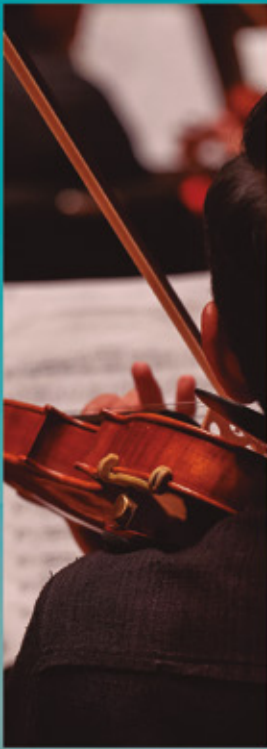
 Tel. 2293584470

 SIGUIENTE

 ANTERIOR

 REGRESAR AL  
CONTENIDO

# Eleva tu evento en el Foro Boca





foroboca.com.mx

## Hay un espacio para todos

ventas@foroboca.mx Tel. 2293584470

Boca del río, Veracruz.



  @foroboca

El Arte de trabajar en Paralelo  
con los Clientes en la

# Planificación de Convenciones Corporativas

POR: ALEJANDRO ESCALANTE\*

Las convenciones corporativas son mucho más que simples eventos; son oportunidades cruciales para reunir a equipos, comunicar mensajes clave y establecer objetivos para el futuro. Sin embargo, organizar una convención exitosa va más allá de reservar un lugar y preparar una agenda. Se trata de comprender profundamente la marca y los objetivos de la empresa, y

colaborar estrechamente con el cliente para garantizar que el evento sea verdaderamente impactante y efectivo.

## **Conociendo la Marca, Comprendiendo los Objetivos**

Antes de planificar cualquier aspecto de la convención, es fundamental sumergirse en la marca y en la visión de la empresa. Esto implica comprender su cultura, sus valores y sus metas a corto y largo plazo. Solo con este conocimiento profundo se puede diseñar una convención que refleje la esencia de la empresa y que impulse sus objetivos estratégicos.

## **Asesorando al Cliente sobre la Agenda y las Actividades de Networking**

Una vez que se ha comprendido la esencia de la marca y los objetivos de la empresa, es momento de asesorar al cliente sobre la agenda y las actividades de networking. Esto implica colaborar estrechamente



para diseñar una programación que sea tanto inspiradora como efectiva en la consecución de los objetivos planteados.

- **Agenda Estratégica:** La agenda de la convención debe estar cuidadosamente estructurada para maximizar el tiempo y la participación de los asistentes. Esto puede implicar la inclusión de

sesiones de trabajo, charlas motivacionales, paneles de discusión y actividades interactivas que fomenten la participación y el aprendizaje.

- **Actividades de Networking:** El networking es una parte fundamental de cualquier convención corporativa. Trabajar en conjunto con el cliente para diseñar actividades de networking efectivas que fomenten la interacción entre los asistentes y faciliten la creación de conexiones significativas.

## **Diseñando el Concepto y Nombre de la Convención**

El concepto y el nombre de la convención son elementos clave que ayudan a definir la identidad del evento y comunicar su propósito de manera clara y atractiva. Trabajar en estrecha colaboración con el cliente para desarrollar un concepto y un nombre que resuenen con la audiencia y reflejen los objetivos de la empresa es crucial para el éxito del evento.

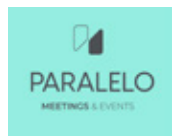
- **Concepto Impactante:** El concepto de la convención debe ser original, relevante y emocionante. Debe capturar la atención de los asistentes y motivarlos a participar activamente en el evento.

- **Nombre Significativo:** El nombre de la convención debe ser claro, conciso y memorable. Debe comunicar el propósito del evento de manera efectiva y generar interés entre los potenciales asistentes.

## **Transmitiendo el Mensaje y Estableciendo Objetivos Claros**

Finalmente, el objetivo principal de cualquier convención corporativa es transmitir un mensaje claro y establecer objetivos tangibles para el futuro. Trabajar en paralelo con el cliente para asegurarse de que el mensaje sea transmitido de manera efectiva y que los objetivos sean claramente establecidos es esencial para el éxito a largo plazo de la empresa.

Al colaborar estrechamente con los clientes en la planificación de convenciones corporativas, se puede garantizar que el evento sea verdaderamente impactante y efectivo en la consecución de los objetivos estratégicos de la empresa. Este enfoque centrado en el cliente y orientado a resultados es el verdadero arte de trabajar en paralelo con los clientes en la realización de convenciones corporativas.



**\* Alejandro Escalante,**  
Director General de Paralelo  
Meetings and Events. Presidente  
Electo de MPI México 2025.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

*¿Nos reunimos en  
Puebla  
para celebrar los  
500 años?*

POR: LUIS FELIPE HERNÁNDEZ BELTRÁN.

*El Clúster Turístico del Estado de Puebla invita a toda la industria MICE (reuniones, incentivos, congresos y exposiciones) a organizar sus eventos en la entidad y darles un toque con las tradiciones locales.*



**E**ste 16 de abril de 2024 comienza la cuenta regresiva de siete años para que el estado de Puebla celebre su quicentenario.

Conforme avanza el tiempo, varios eventos se irán sumando para festejar al máximo los 500 años de la entidad, la misma que, según las creencias, fue trazada por los mismos ángeles, donde investigaciones aseguran que inició el cultivo del maíz en todo México, la más antigua en el sembradío de camote, la que hace más de 200 años le dio al mundo ese manjar llamado chiles en nogada, la que defendió la soberanía nacional en la llamada 'Batalla de Puebla'



y la que se pinta de blanco y azul con la emblemática talavera.

Qué mejor que asociaciones, empresas o instituciones aprovechen esta larga temporada de júbilo y se sumen a esta temporada con miras a los 500 años organizando sus campañas políticas, conferencias, congresos, convenciones, exposiciones, ferias,

seminarios y viajes de incentivos y poder darle ese toque de actividades festivas ad-hoc a la tradición poblana.

Este 2024, por segundo año consecutivo, el Clúster Turístico del Estado de Puebla alista la Fiesta Fundacional con una serie de eventos artísticos y culturales entre los que se encuentran un desfile por los Barrios Fundacionales en el que los más de dos mil participantes vestirán trajes de chinacos y chinacas de las distintas regiones del estado, para posteriormente dar pie al ensamble de San Miguelito con Sones del poblanos del Siglo XIX, el gran Jarabe San Miguelito Monumental así como el estreno de un gran ensambles de 6 marching bands presentando juntos la popular ¡Qué Chula es Puebla! y otras actividades como el primer concurso de fachadas y la colaboración cultural con Bolonia, Italia con una pasarela de trajes representativos de Puebla entre otras actividades.



Algo similar podría ocurrir con quienes elijan al estado otomí que impresiona con dos gigantes: uno natural como el volcán Popocatepetl y otro arquitectónico como la Gran Pirámide de Cholula, para hacer sus reuniones 'al estilo poblano'.

"Dinamizar el turismo de reuniones, eventos, convenciones y exposiciones a partir del

involucramiento de los diferentes actores público y privados, un esquema de obtención de recursos por medio del impuesto al hospedaje y un mecanismo de postulaciones", se destaca en el Plan Estratégico para el Turismo en el Estado de Puebla 2021-2024 diseñado por el actual gobierno estatal.

Actualmente, Puebla cuenta con una infraestructura en recintos para eventos como el Auditorio Metropolitano con capacidad para más de cinco mil personas, el Centro de Convenciones Puebla 'William O. Jenkins' para hasta tres mil 500 personas, el Centro Expositor para albergar a diez mil personas o la icónica Ex Hacienda de Chautla a la que le caben 150 personas, considerados entre los más importantes de México, además de museos, hoteles, restaurantes, recintos taurinos y deportivos, así como salones de eventos listos para albergar multitudes.



En total, Puebla tiene más de 13 eventos sede de carácter internacional como el Smart City Latam Congress, el Foro Global Agroalimentario, el Exintex y la Cumbre Latinoamericana del Café, que sumado a otros tantos, el turismo de reuniones en la entidad se ha ido incrementado de manera considerable; sin dejar de mencionar que la entidad fue elegida por los estudios Disney para celebrar en México con una experiencia inmersiva los cien años de haberse creado.



En resumen, el estado de Puebla nos invita a unirnos y compartir momentos llenos de emoción, sumergiéndonos en la inigualable belleza y magia de su patrimonio cultural. Es una invitación a crear recuerdos que perdurarán toda la vida, impregnados de la esencia y la historia que solo Puebla puede ofrecer.



[@BarriandoPue](#)



[@barriando\\_puebla](#)



[@BarriandoPuebla](#)



[hello@barriandopuebla.com](mailto:hello@barriandopuebla.com)



Oficina: 5 Oriente 612,  
Centro Histórico, Puebla, Pue.



**SIGUIENTE**



**ANTERIOR**



**REGRESAR AL  
CONTENIDO**



# FIESTA FUNDACIONAL PUEBLA 2024

NUESTROS BARRIOS SE VISTIERON DE GALA INICIANDO  
LOS FESTEJOS HACIA LA FUNDACIÓN DE LA CIUDAD

# 13 ABRIL

SE PRESENTÓ EL MONUMENTAL  
JARABE DE SAN MIGUELITO Y  
EL GRAN ENSAMBLE  
DE BANDAS DE MÚSICA

CON +2000 PARTICIPANTES



Casa de Innovación  
y Diseño Artesano

TINA VALENTE



Familia  
Del Río

Mercado Artesanal



COMITÉ VECINAL  
BARRIOS  
ORIGINARIOS

# BARRIANDO

Cluster Turístico del Estado de Puebla



H  
AROMA  
405



PARADOR de LA LUZ  
CASA DE EXPERIENCIAS

# RESTAURO

comedor urbano & abarrotes



# “Eventos:

## un viaje permanente hacia lo memorable”

POR: DAVID HIDALGO\*

En el mundo actual, donde la tecnología nos conecta de forma instantánea, el valor de la interacción humana se vuelve aún más significativo, y a la vez complejo de lograr satisfactoriamente. Hoy, los eventos presenciales se convierten en un oasis de conexiones, para compartir experiencias, ideas y emociones que van más allá de lo digital, y que

son la oportunidad de reafirmar que un evento es la búsqueda permanente de lo memorable: un viaje que buscamos, nunca llegue a su fin.

El éxito de un evento no reside en la cantidad de asistentes, ni en los logros estrictamente financieros, y tampoco en las buenas decisiones logísticas que el organizador toma, sino en la calidad de la experiencia que se le ofrece al participante, en la capacidad que tenemos de tatuar en su mente nuestro evento, a fin de convertir su inversión en algo inolvidable.

El juego del event planner se trata de crear un espacio donde las personas se sientan cómodas, se inspiren y se conecten entre sí, pero, sobre todo, de ofrecer un espacio que logre permanecer en la mente y memoria del asistente por mucho tiempo, e idealmente, por siempre.

Las personas solemos buscar el amor en casi todo, principalmente en lo que hacemos propio, pero

también muchas veces en lo que compartimos con alguien, en cualquier espacio y tiempo esperamos siempre encontrar algo que nos enamore, que nos cautive, que nos aporte eso que necesitamos o aspiramos para ser felices.

También es cierto, si eso que nos encontramos, no nos da o aporta lo suficiente para enamorarnos, mínimamente esperamos, nos permita dar u ofrecer lo que nosotros sí podemos aportar a los demás; en esa búsqueda permanente, esperamos siempre encontrar aquello que alimente positivamente nuestra existencia.

Seguro te estarás preguntando, y que viene al caso el amor y el placer al hablar de eventos, pues mucho, porque al hablar de eventos se habla también de marcas, y poco se reflexiona sobre que los eventos no suelen enamorar a sus audiencias, si las mismas no pasan primero por encontrar el placer, el confort, la



excitación, el desahogo, el enriquecimiento o el goce...  
El placer en sus múltiples posibilidades.

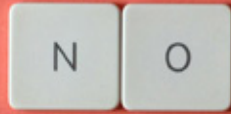
Ser un event planner y dedicarse al extraordinario reto de conectar personas “buscadoras” del placer y amor, “insatisfechos” permanentes, nos convierte en custodios profesionales de las búsquedas incesantes del placer y el amor de casi todo ser humano. Tremenda responsabilidad, si a ello le sumas, la incesante búsqueda del event planner, de la memorable experiencia que

se sobrepone al verdugo del placer y el amor en los eventos, el tiempo y el presupuesto maldito, que a todo le dice que sí o no a capricho y conveniencia del placer o amor que nuestros asistentes y patrocinadores nos demuestran en el registro.

## **El arte de decir no**

Para lograr el placer y el amor de nuestra comunidad, es fundamental dominar el arte de decir NO, antes de ser atrapados por el carismático Sí, que a la mayoría se les hace fácil esperar. Un NO a tiempo es una renuncia oportuna al Sí, que en este mundo de lo memorable, es sinónimo de sabiduría milenaria.

**Decir NO** es una habilidad fundamental para un meeting planner exitoso. No se trata de ser inflexible o negarse a colaborar, sino de ser estratégico y proteger al prójimo de uno y sus malas decisiones. Un event planner debe saber discernir entre las



ideas que aportan valor al evento y aquellas que lo desvían de su objetivo principal. Decir no a peticiones que no se ajustan al presupuesto, al público objetivo o a la temática del evento es crucial para mantener la coherencia y la calidad de la experiencia.

## **Aquí te presento algunas situaciones en las que es importante saber decir no:**

### **1. Peticiones que no se ajustan al presupuesto:**

Si una solicitud implica gastos que exceden el presupuesto del evento, es importante declinar

cortésmente. Puedes explicar la situación y ofrecer alternativas más viables.

## **2. Propuestas que no se ajustan al público**

**objetivo:** Un evento debe estar diseñado para un público específico. Si una propuesta no va dirigida a este público, es mejor rechazarla.

## **3. Ideas que se desvían del objetivo principal**

**del evento:** Es importante mantener el foco del evento en su objetivo principal. Si una propuesta se desvía de este objetivo, es mejor no aceptarla.

**4. Falta de información o detalles:** Si una solicitud no está bien definida o no se proporciona suficiente información, es mejor pedir más detalles antes de tomar una decisión.

## **5. Compromisos que afectan tu tiempo o**

**recursos:** Si aceptar una propuesta implica un

compromiso excesivo de tu tiempo o recursos, es importante decir no para evitar afectar tu trabajo en otras áreas.

## ¿Cómo decir no de forma profesional? Aprende a huir del sí.

01

Agradece la propuesta o solicitud.

02

Explica tu decisión de forma clara y concisa.

03

Ofrece alternativas, si es posible.

04

Mantén un tono amable y profesional.

## **Un evento memorable no se improvisa.**

Alcanzar el placer y el amor de nuestro público objetivo, requiere de una planificación meticulosa, creatividad, innovación y la capacidad de decir no a las ideas que no aportan valor. Un event planner experimentado que domine estas habilidades estará en la capacidad de crear un espacio único donde las personas se conecten, se inspiren y generen recuerdos duraderos.

### **Recuerda:**

- El éxito de un evento reside en la calidad de la experiencia que se ofrece a los asistentes.
- Saber decir no es fundamental para mantener la coherencia y el enfoque del evento.
- La diferenciación es clave para atraer al público objetivo en un mercado saturado.
- Un meeting planner creativo e innovador puede crear un evento memorable que inspire y conecte a las personas.

Sin más, dominar el arte de lo memorable, convertirse en el rey del NO y aprender que el placer antecede al amor, son habilidades que en el fantástico mundo de reunir personas pocas personas dominan con maestría.

Si en tus adentros, tienes esa meta, no olvides algo adicional. El camino es largo y nunca termina, sino pregúntale a la IA si podría por sí sola organizar un evento memorable. Sin haberlo hecho, te aseguro que no... ¡solo nosotros los seres humanos tenemos esa magia!



**\* David Hidalgo,**  
CEO & Co-Founder Tree Alliance.  
Presidente PCMA Mexico Chapter.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# Mobilización para un cambio positivo en México

POR: FER FAMANÍA\*

## **Reunir Personas:**

### **El Arte y la Profesión de Conectar Sociedades**

En nuestra sociedad, la habilidad de reunir personas se puede erigir como un arte, una profesión y una poderosa herramienta para impulsar el bienestar de la comunidad a la que servimos o en la que habitamos. Sirva este artículo para explorar la trascendencia de reunir individuos, examinando cómo esta práctica la hemos convertido en una profesión valiosa, enriqueciendo la vida social y contribuyendo al progreso de nuestro

país y de las empresas las cuales están conformadas por individuos.

## **I. El Arte de Reunir Personas**

Es tener la posibilidad de crear magia debido a las conexiones humanas y de cómo estas interacciones significativas ayudan a fortalecer la red social de nuestro entorno, generando experiencias positivas para las audiencias.

Igualmente podemos explorar la importancia que tienen las conexiones personales para todo tipo de posteriores beneficios y oportunidades. Y además este arte facilita la creatividad y sensibilidad que se requieren para crear momentos memorables e inolvidables.

En el caso particular de los Eventos, Lanzamientos, Celebraciones, Incentivos, Team Buildings y Convenciones se puede considerar a la creación, producción y ejecución de eventos como una expresión artística en donde la

creatividad juega un rol muy importante. Nos dedicamos a la construcción de ambientes y atmósferas que fomenten la camaradería y la colaboración y así tener la capacidad de generar emociones y recuerdos a través de encuentros especiales.

## **II. La Profesión de un Facilitador Social**

El rol del Organizador de Eventos es realmente la de un Facilitador Social quien debe entender y aplicar la psicología de las dinámicas grupales, al comprender las dinámicas de grupo para facilitar la interacción de todos los participantes y lograr al final un impacto positivo en la salud mental y emocional de los mismos.

La evolución de la profesión del Organizador de Eventos ahora se basa en desarrollar estrategias para superar barreras sociales y fomentar la inclusión y la igualdad y algo muy importante ahora, la sostenibilidad.

Entre algunas de las habilidades necesarias que se requieren de un Organizador de Eventos destacan: la gestión de los proyectos, una comunicación efectiva durante todo el proceso entre los organizadores, productores, operaciones y la Marca u Organización y la creación de una profunda empatía entre todos.

### **III. Reunir Personas para el Bien Social**

Este es otro aspecto en el que la reunión de personas contribuye a la Cohesión Social a través de proyectos y programas que buscan fortalecer los lazos sociales y así también contribuir en la construcción de comunidades sólidas.

El Voluntariado y el Activismo son ejemplos de movimientos exitosos impulsados por la reunión de individuos para causas sociales, ya sea hacia sectores vulnerables de la sociedad o bien hacia causas sociales y políticas en favor de la propia sociedad.

En este caso podemos también contribuir a la movilización de la sociedad para el cambio positivo que necesita nuestro País.

A mi modo de ver, el reunir personas se ha transformado en un arte que potencia la vitalidad de las comunidades, es una profesión que requiere habilidades diversas, y además una herramienta valiosa para abordar los nuevos y presentes desafíos sociales.

Al reconocer el poder de las conexiones humanas, podemos aspirar a construir una sociedad más fuerte, inclusiva y resiliente.



**ifahto**<sup>if</sup>  
MeetingPlanner

**\* Fer Famanía Gastélum,**  
con más de 29 años en la industria del  
Experiential Marketing, es CEO de ifahto  
WorldWide & Meeting Planner.

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# EL CAPTAR LA ATENCIÓN DE LOS MÉDICOS EN UN EVENTO ACADÉMICO ES TODO UN ARTE

POR: FRANCISCO CACHAFEIRO\*

Escribir un artículo sobre el arte de reunir personas en un evento académico de la industria farmacéutica es una tarea interesante y desafiante. Con gusto les comparto los siguientes siete puntos:

**1. Introducción al Tema:** Es necesario mencionar cómo estos eventos fomentan la colaboración, el

intercambio de conocimientos y el avance de la investigación médica; todo esto se tiene que lograr a través del nombre del evento.

**2. Planificación y Organización:** Destacar los aspectos clave en la planificación de estos eventos, tales como la selección del lugar, la gestión de invitados, y la creación de un programa atractivo. También es importante hablar sobre el cumplimiento de las regulaciones y estándares éticos de la industria con el fin de que todos cubran su función.

**3. Redes de Contactos y Colaboración:** Explica cómo estos eventos facilitan la creación de redes de contactos entre profesionales, investigadores, y empresas. Esta interacción es crucial para el progreso en el sector farmacéutico, ya que permite a los participantes establecer relaciones con otros médicos y con eso sigan nutriendo sus conocimientos.

**4. Innovación y Tecnología:** La incorporación de tecnologías como aplicaciones móviles, realidad virtual, etc., está transformando la forma de organizar y participar en estos eventos. Cuanto más tecnología utilices en tus eventos, más captarás la atención y crearás recuerdos duraderos para los asistentes.

**5. Casos de Estudio o Ejemplos:** Considerar ejemplos o casos de eventos exitosos, resaltando las estrategias empleadas para reunir a los participantes y los resultados obtenidos, con el fin de añadir un valor adicional que los lleve a un nivel superior.

**6. Desafíos y Soluciones:** Anticipa los desafíos comunes, como la coordinación a gran escala, la diversidad de los participantes, las barreras del idioma, el tipo de alimentos, etc. Si tienes un panorama 360 grados podrás darle gusto a todos los asistentes al evento.

## 7. Impacto y Futuro de los Eventos Académicos en la Industria Farmacéutica:

Es importante tener en cuenta el impacto que estos eventos están teniendo en la industria y cómo podrían evolucionar en el futuro, especialmente considerando factores como la globalización y la pandemia.



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

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**



# Vínculos Emocionales y Productivos

POR: JOAQUÍN YÁÑEZ\*

*Como nunca antes, nos encontramos en un mundo conectado digitalmente, y a la par se desborda una necesidad de mantenernos conectados cara a cara. El valor de los encuentros personales va más allá de lo que una interacción digital permite.*

Desde el aspecto emocional, generación de ideas innovadoras y creación de oportunidades de negocio, las reuniones personales desempeñan un papel crucial en nuestra vida personal y profesional.

Ese es el gran valor de un buen evento, y me gusta el concepto de “El Arte de reunir personas”, ya que, si retomamos el concepto de arte, éste se refiere a la expresión de ideas creativas y emocionales, pero que requieren una maestría, algo que no es tan fácil de replicar, que se trabaja con preparación, esfuerzo, dedicación y pasión.



Como organizadores de eventos nos enfocamos en que nuestros eventos tengan una buena dosis de planeación, claridad los objetivos que el cliente espera, el perfil del asistente, colocar los elementos correctos y mucha creatividad.

Para el diseño de un gran evento debemos considerar que los vínculos emocionales se detonan cuando los participantes interactúan, aspectos como la comunicación no verbal, el contacto visual, los gestos y posturas, todos juegan un papel fundamental en la forma en que nos relacionamos con los demás. Estas señales sutiles transmiten empatía, confianza y comprensión, fortaleciendo los lazos de las personas. Los photo opportunities, happenings, hasta el coffee break adquieren un valor fundamental.

Las reuniones presenciales fomentan la colaboración y la co-creación de ideas. El intercambio directo de opiniones y la lluvia de ideas en tiempo real pueden

desencadenar nuevas perspectivas y soluciones innovadoras a problemas complejos. La creatividad detona con un flujo libre de ideas, sin limitaciones.

Otro de los grandes beneficios de reunir personas es la construcción de relaciones de confianza, que es fundamental para la colaboración efectiva a largo plazo. Negocios, sociedades, proyectos, alianzas y todo tipo de relaciones comerciales se disparan con confianza y credibilidad.

Aspectos como el profesionalismo o la autenticidad quedan al descubierto cuando estamos frente a frente, el poder articular respuestas o resolver problemas inesperados en un entorno cara a cara nos permite demostrar quién realmente somos.

Si bien, el organizador de eventos debe considerar una gran cantidad de variables para diseñar eventos que sean la herramienta y el soporte para

lograr esos vínculos emocionales y productivos en los participantes, pero todo ese esfuerzo se recompensa con el logro de proyectos exitosos y que son recordados por mucho tiempo.

En resumen, nos encontramos en una industria que nos permite vivir día a día dos de las expresiones u objetivos más relevantes del ser humano, la creación de vínculos emocionales y generar productividad. Todo el esfuerzo que realizamos como organizadores de eventos se convierte en una especie de combustible adictivo que nos impulsa a seguir logrando esos objetivos que se entremezclan entre una gran pasión y la oportunidad de ayudar a nuestro país con el fomento y creación de negocios.



\* Joaquín Yáñez,  
CEO Beat Meetings.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**



# Reuniones *Desde* Siempre

POR: JULIO CASTAÑEDA\*

*La reunión siempre nos indica lo que hacemos con alguien más, con que sea solo una persona ya hacemos reunión, por lo mismo desde tiempos muy antiguos las reuniones han marcado la historia del mundo hasta donde estamos el día de hoy.*

**E**l pensar en reunirnos con alguien nos lleva a varias situaciones previas, que para casi todos son ahora nuestro actual vivir, pero en ella se llevan muchos detalles que a veces no se consideran, pero sí deberían tener una atención especial.

Pensemos que tenemos que provocar una reunión para la organización de un evento, veamos el desglose:

- **¿Cuándo será?** Tenemos que revisar que todos puedan y si alguien que es muy importante que esté en esa reunión no puede, es casi obligado mover la fecha.
- **¿A qué hora será?** Este es el detonador de muchas acciones casi siempre después de la reunión, por ejemplo, si lo hacemos por la mañana y esta se alarga, ya está casi puesto el pretexto para seguir a la comida ¿Cierto o falso?

- **¿Dónde nos vemos?** Aquí casi siempre gana el que la promueve porque buscará acorde a la hora sea un lugar a su beneficio, así que él siempre propondrá el lugar. Obvio se piensa que deba tener todo lo que se requiere, internet de buen alcance, sillas suficientes, espacio privado, baños cercanos, café y té calientes, de ser posible algún suplemento, galletas, frutas, semillas, etc.

Dentro de este tema no olvidemos el tiempo de camino a ese lugar si es céntrico puede haber tráfico más pesado de lo habitual, debemos considerar la zona, si es conflictiva, si hay estacionamiento disponible. Si nos ponemos exigentes revisar si le pueden dar una lavada al coche en lo que estamos en la reunión.

- **¿De qué se trata la reunión?** Aquí veremos quien pone la agenda, además quien llevará la minuta, no olvidemos si alguien se conectara vía remota, el clásico que le dio flojera ir o que se le juntó la agenda y ya no

llega físicamente por tráfico. La agenda u orden del día debe estar programada para que dure el tiempo de la convocatoria, de no ajustar los temas se procede a agendar otra reunión.

- **Conclusiones y acuerdos,** estos se envían por minuta vía mail o el ya clásico grupo de WhatsApp.

En fin, esto es lo que hacemos diario para una reunión, se imaginan lo que un organizador de congresos debe hacer para un evento mundial, con dos años de anticipación, en un destino nacional con un recinto que aporte un salón plenario para 1500 participantes y 15 salones alternos para sesiones de tres días.

No hay que olvidar, una área de exposición para 85 stands de diferentes medidas esperando la visita de más 2000 personas en lo que dura el congreso que serán en total cinco días. También se debe coordinar al menos 10 hoteles con un total de 700 habitaciones,

alimentos y eventos sociales de gran calidad y no pueden faltar los programas para acompañantes y participantes del congreso que incluyen tours y actividades.

Reunir personas es muy sencillo, pero lleva algo de paciencia, confianza, amor a lo que se hace, relaciones con amigos y gobierno, proveeduría experta, equipo profesional capacitado y mucha pasión por atender al cliente.

Y con esto se confirma que, sí es un arte el poder reunir personas, de manera muy personal yo le llamo **la magia de hacer que las cosas sucedan.**



**Imagine**  
EVENTOS

\* **Julio Castañeda,**  
Director General, Imagine Eventos.

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL  
CONTENIDO

# El arte de crear eventos seductores

POR: LILIANA CABRERA\*

*Para crear eventos y a lo largo de mi experiencia, he observado cómo hemos caído presos de momentos de intenso estrés, lo que ha llevado a que dediquemos más tiempo a asegurar la operatividad que navegar en la creación de eventos que realmente nos destaquen y hagan que nuestros clientes regresen una y otra vez.*

**E**ste arte abarca una variedad de aspectos, incluyendo la conceptualización creativa del evento, la atención al detalle en la planificación y ejecución, la gestión efectiva de recursos y presupuestos, la coordinación de proveedores y colaboradores, y la capacidad de adaptarse y resolver problemas en tiempo real.

Si bien la creación de eventos puede parecer una tarea llena de muchos detalles técnicos a primera vista, también sabemos que el inicio de todo evento, parte de generar experiencias y este es un punto crítico.

Hoy día nos encontramos atrapados en una rutina que nos hace parecer monótonos, moviéndonos de una pared a otra sin realmente destacarnos. Hemos agotado tanto las palabras clave de nuestra industria que hemos perdido esa chispa de creatividad que nos hace destacar verdaderamente.

Nos hemos convertido en simples ejecutores de fórmulas sin vida, olvidando que lo más emocionante de organizar eventos es la libertad que tenemos para transformar simples momentos en experiencias inolvidables.

Nos consideramos creadores, entonces ¿por qué no utilizar un término audaz como "sexy" para definir lo que queremos lograr, ver y disfrutar en nuestros eventos?



Siempre he creído firmemente en la importancia de planificar y establecer las bases sólidas para iniciar proyectos. Pero, ¿por qué no ir más allá? Dejemos atrás palabras como "disrupción", que con el tiempo se han convertido en clichés vacíos, y animemos a nuestra mente a bailar con la libertad de la innovación.

Aquí te presento algunas formas de darle un giro sexy a tus eventos:



### **Reinventa el nombre de tus eventos:**

Olvídate de los términos convencionales y saturados. Busca nombres que despierten la curiosidad y emocionen a tu audiencia. Piensa en términos que evocan emoción y misterio, reflejando la experiencia única que solo tu evento puede ofrecer.



**Adopta un enfoque temático:** Crea una narrativa temática que envuelva a los participantes en una experiencia inmersiva desde el

primer contacto\* con el evento hasta que lo viven en persona.



**Apuesta por la estética visual\*:** La presentación visual de tu evento es clave para captar la atención, averigua de nuevas tendencias y animate a ti y a tus clientes a romper “clásicos”.



**Crea experiencias multisensoriales:** Integra elementos sensoriales como música, iluminación, aromas y sabores para estimular todos los sentidos de tus participantes y llevar su experiencia a un nivel superior. Los sentidos tienen el poder de evocar recuerdos vívidos, permitiendo que estos momentos se graben profundamente en la mente de cada asistente.



**Ofrece contenido innovador y relevante:** Busca constantemente nuevas perspectivas, tendencias emergentes.



### **Haz uso creativo de la tecnología:**

Utiliza herramientas tecnológicas innovadoras para mejorar la experiencia de tus participantes y diferenciar tu evento de otros.



### **Incorpora elementos sorpresa:**

Introduce momentos inesperados que sorprendan y deleiten a los participantes, creando recuerdos duraderos.

Entonces, si recordamos que hacer eventos es la habilidad de crear experiencias memorables y significativas para un público específico, podremos tener en mente que debemos planificar, organizar y ejecutar un evento de manera que no solo cumpla con los objetivos prácticos y logísticos, sino que también logre emocionar, inspirar y dejar una impresión duradera en los asistentes.

Hacer eventos exitosos no se trata solo de cumplir con un programa preestablecido, sino de crear un ambiente que estimule los sentidos, fomente la participación activa y genere conexiones significativas entre los participantes. Es una combinación de creatividad, habilidades organizativas, atención al cliente y capacidad para superar desafíos, todo ello con el fin de ofrecer una experiencia única y memorable para todos los involucrados.

En resumen, es hora de que nuestros eventos sean más sensitivos, rompiendo con los estereotipos y siguiendo las tendencias. Pero, sobre todo, haciendo que el momento se vuelva más humano, chispeante y sexy...



**\* Liliana Cabrera,**  
CEO Asociado de  
Corporativo 4F.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**



# La Magia del **Fascinante** **Mundo de los Grupos** en la Industria de Reuniones

POR: LIORA SULKIN\*

*Bienvenidos al apasionante mundo de la organización de eventos, donde la diversión, la creatividad y la profesionalidad se fusionan para crear experiencias únicas e inolvidables. Prepárense para un viaje emocionante mientras exploramos el fascinante arte de reunir personas en el vibrante escenario de grupos extraordinarios.*

Imagina esto: Nos adentramos en el universo de las convenciones corporativas, donde cada una es como un capítulo de tu serie favorita de crecimiento empresarial. Aquí, coordinar el evento, no es solo una tarea, es como dirigir el mejor episodio de una serie de éxito. Equipos, clientes y socios se mezclan en esta trama llena de emoción e innovación, forjando relaciones sólidas que impulsan el progreso de manera legendaria.

Ahora, cambiamos el escenario y nos sumergimos en el intrigante mundo de los congresos médicos, donde la ciencia y la colaboración se mezclan en un relato único. Cada reunión es como una escena de una película de aventuras científicas, manteniéndonos actualizados y elevando la calidad de la atención médica. Es un compromiso con la excelencia en la salud, donde cada participante es un héroe en esta historia de conocimiento compartido.

Avancemos al siguiente relato, donde los viajes de incentivos toman el protagonismo. Aquí, vamos más allá del simple reconocimiento del rendimiento; estamos escribiendo una historia que cultiva un sentido de pertenencia y lealtad a la compañía. En la actual transformación de grupos corporativos, estamos trabajando para tejer momentos que dejan una impresión duradera y transformadora en el desarrollo evolutivo de las empresas, como si estuviéramos creando la próxima temporada de un programa triunfal.



Siguen las tendencias emergentes que se convierten en elementos clave de nuestra trama. La personalización toma el papel principal, desde opciones de programación hasta tecnologías innovadoras. Es como si cada detalle fuera un momento cómico en esta historia, diseñada para hacer que la experiencia sea más profunda y emocional. La medición del cumplimiento ya no se trata solo de números, sino de la auténtica satisfacción de los participantes y el impacto genuino, como si estuviéramos midiendo las risas de la mejor comedia.

Las plataformas colaborativas desempeñan un papel fundamental, tejiendo conexiones que trascienden el grupo en sí. Son como esos personajes secundarios entrañables que aparecen en cada episodio, creando una red que perdura más allá de la última escena. Los encuentros son como esos capítulos inolvidables que destacan por su innovación, impacto social positivo y las vivencias únicas que ofrecen a cada participante,

como si estuviéramos nominados a los premios más prestigiosos.

Ahora, en el vasto universo de Preferred Hotels & Resorts, con su red global de 600 hoteles, resorts y residencias independientes, no proporcionamos simplemente espacios físicos; estamos creando escenarios épicos donde estas aventuras toman vida. Representamos la cúspide estratégica en la planificación de eventos, donde cada detalle se cuida meticulosamente para tejer una historia única y significativa, ¡como si estuviéramos produciendo el blockbuster del año!

En esta narrativa inclusiva y sostenible, estamos redefiniendo cómo nos reunimos. La esencia radica en el poder transformador de las experiencias compartidas, que no solo conectan e impulsan, sino también motivan, elevando el valor y el aprecio hacia las empresas.

La trascendencia de este arte reside en nuestra capacidad para forjar conexiones duraderas, creando una historia única para cada encuentro. En última instancia, cada grupo se convierte en una pieza clave en el mosaico de la cultura empresarial, construyendo puentes emocionales que trascienden más allá del momento presente y estableciendo un legado duradero, como si estuviéramos preparando el lanzamiento de la próxima serie que todos esperan ansiosos ¡Acompañenos en este emocionante viaje lleno de sorpresas, risas y momentos memorables!



**\* Liora Sulkin,**

Directora de Ventas Grupos - México y  
Latinoamérica Preferred Hotels & Resorts.



**SIGUIENTE**



**ANTERIOR**



**REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# EL ARTISTA NACE Y SE HACE

## *Creando Sueños*

POR: MARIANA MEDINA\*

*Reunir a las personas hoy en día es un arte y requiere de diversas y múltiples cualidades y experiencia para llevarlo a cabo de manera correcta. Sin embargo, muchas personas consideran que esta actividad es fácil y sencilla y que cualquiera lo podría hacer, lo cual es un error ya que además se suman años de enseñanza, un equipo de trabajo eficaz y muchas relaciones comerciales que permiten lograr un proyecto de calidad.*

Hoy en día varios factores participan de llevar a cabo un evento o una reunión y uno de los principales actores se llama Tik Tok, esta red genera expectativas creativas a los clientes o usuarios finales, que a su vez requieren que este tipo de proyectos se logren a través de conjuntar los elementos necesarios de producción, para lograr una réplica creativa que consiga la experiencia para lo cual fue diseñada y que se produzca el efecto Wow y de satisfacción que todas las agencias buscamos, con la intención de obtener una recompra en nuestros servicios.

Y es que este arte tiene ya muchísimos años perfeccionándose, innovando y buscando la forma más adecuada de prevalecer en el tiempo, así que es importante no olvidar a su "ARTISTA" principal que somos los organizadores y productores y que somos quienes vivimos en carne propia nuestra obra, observado como lienzo en blanco el proyecto desde la primera vez que participamos en el brief, hasta



que se lleva a cabo la producción y la operación del evento, viviendo ese momento como la culminación de un arduo trabajo que a veces lleva meses o años de organización.

El arte de reunir personas u organizar reuniones ha alcanzado niveles tan importantes que en el último año la suma de elementos en la cadena de valor, personas y creatividad han tomado una importancia mayúscula en la reorganización de técnicas, procesos y planes de capacitación indispensables para replicar niveles de atención y calidad a una cantidad elevada de carga de trabajo que después de la pandemia se volvió demandante en todos los sentidos.

Y es por ello que existen empresas que se esfuerzan día con día en conocer más a fondo a los proveedores nacionales e internacionales, evaluarlos y fortalecer las certificaciones que conlleva el ejercitar y educar equipos de trabajo conscientes de que el cliente

cada vez se vuelve mucho más exigente en todos sus requerimientos.

A este arte, se han sumado empresas como las agencias de marketing y creativas que van entendiendo el modelo de trabajo creando alianzas sustentables para poder acercar nuevas y mejores ideas, que permiten resaltar lo mejor del trabajo de la industria de la producción y de la operación en sí misma de los organizadores de eventos.

Una vez que hemos desmenuzado un poco acerca de esta fascinante y atractiva labor del arte de reunión de las personas y digo un poco, ya que la actividad es por mucho más compleja, es importante considerar que las personas que se suman a las agencias, deben de tomar su tarea con una importancia única, selecta y artística, empatizando sobre todo con los sueños y expectativas del cliente, fortaleciendo día a día de la mano de las agencias sus procesos, entrenamiento y conocimiento.

En Sandusa, creamos experiencias, pero diseñamos sueños". Tener un lema para un artista como nosotros siempre será parte de nuestra obra y ¿qué artista no confía en sí mismo sin saber qué es lo que quiere expresar?



\* Mariana Medina Arteaga,  
CEO – Sandusa Group.

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL  
CONTENIDO



# No es Arte, es simplemente Apasionarte

POR: RAFAEL HERNÁNDEZ\*

Los tiempos cambian y la industria de reuniones evoluciona, creo que cada vez más entendemos que los eventos, más allá de lo técnico y los fierros son personas apasionadas que están detrás de ellos para lograr entregar experiencias únicas y memorables.

En la controversia de todo lo que está sucediendo con la tecnología y en especial la Inteligencia Artificial, dudo mucho que esta pueda aportar y tener un ingrediente clave tan importante, como pasión.

**¿Qué es tener pasión por algo?** Encontré esta definición que me parece muy acertada:

**“Tener pasión por algo es querer repetirlo siempre, es sentir un grado indescriptible de felicidad y de placer con ese acto. La pasión puede llenar con energía cada aspecto de la vida, incluyendo el talento. Una persona apasionada con talento ilimitado puede desempeñarse mejor que una persona con gran talento, pero pasiva”.**

Así, con esta definición podemos entender que la IA difícilmente podría aprender estos sentimientos y estas emociones que llevan a crear y desarrollar los mejores eventos.

Anteriormente los retos eran cumplir con ciertos aspectos que se podrían revisar a través de un check list con la finalidad de poder cumplir tres o cuatro días de actividades que permitieran entregar aspectos educativos, de relacionamiento incluyendo componentes de certificación y negocios.

Hoy vemos que las personas necesitan algo más, algo que les llene y que les permita cambiar sus vidas, sentir que cuando van a un evento pueden renovarse con nueva información, ideas, pensamientos, energías y de elementos que les permitan regresar a sus destinos de origen con una recarga de ingredientes activos que sirvan para implementar cambios concretos, que aporten a una evolución.

El reto que encontramos hoy en las nuevas generaciones, no solo implica capacitación en los elementos básicos de la creación, desarrollo y operación de un evento, sino, de transmitir los ingredientes secretos que permitan



encontrar la pasión en cada uno de los eventos que se tienen que desarrollar, sin importar el tema o nicho que se aborde.

La constante debe ser esa emoción y energía que se traduce en pasión, y con ello, lograr el máximo desempeño en un evento. Los problemas que se tienen hoy, específicamente con la juventud, es la prisa que tienen por hacer las cosas, se quieren comer el mundo en un bocado y les cuesta trabajo capacitarse y documentarse para nutrir ese ingrediente.

A pesar de que los tiempos actuales ofrecen más herramientas y material documentado, como videos, tutoriales y libros con información clave para consolidar los eventos, considero que es clave abrir los ojos y poner atención a todos los detalles que nos rodean y que pueden ser un game changer a la hora de diseñar un evento con pasión.

Si queremos que la industria de eventos mantenga su camino evolutivo con la firme creencia de saber que estamos aportando ingredientes inteligentes y duraderos, debemos de trabajar más en construir

eventos de profesionalización para nuestro gremio y no únicamente abarcar temas técnicos.

Hay que abrirse a la posibilidad de contar con expertos que nos enseñen a encontrar fuentes de inspiración en diferentes ramas e industria. Incluso, se deben considerar aspectos psicológicos, industriales, culturales y explorar áreas en las que nunca pensamos involucrarnos, como puede ser la biología o la antropología.

PCMA Convening Leaders 2024 de PCMA, es un ejemplo claro de hacer cosas diferentes y con pasión, ya que la OCV de Orlando subió al escenario e hizo una presentación de destino que involucró a un poeta laureado, a una artista que interpretó una canción con temática del destino y un mensaje profundo, por parte del CEO de la oficina.

Asistimos más de 4 mil 500 asistentes, la emoción fue generalizada debido a esa mezcla de talentos

y de conceptos enfocados a presentar un destino para eventos. El tema era conocido, el momento fue único, la pasión fue infinita #hazloconpasión.

**RAFA HERNÁNDEZ, COE**  
CHAIRMAN

PH. (+5255) 2455-3545 to 48  
Cel. +52 55 4181 8737

**WWW.WMFORUM.ORG**

WorldMeetingsForum @worldmeetingsfo @worldmeetingsfo  
world-meetings-forum WorldMeetingsForum

LATAMERICA MEETINGS SA DE CV/LATAMERICA TRADE SHOWS/MEET IN MEXICO/ WORLD MEETINGS FORUM/ WORLD MEETINGS FORUM FOUNDATION, son domicilio en Avenida México de la Banca número 48-A Colonia Mar del Sol, Anáhuac Álvaro Obregón CP 06800, Ciudad de México utilizó sus datos personales para: (I) Promover los servicios y productos que ha solicitado (II) Informarle sobre servicios que presta, (III) Informarle sobre nuevos servicios y productos que tengan relación con los ya contratados y adquiridos, (IV) Comunicarle sobre los servicios en los eventos, (V) Informarle sobre próximas exposiciones, eventos, cursos y conferencias, (VI) Enviar información de su interés. Para mayor información acerca del tratamiento y de los derechos que puede tener, usted puede acceder y consultar los siguientes "Formas de Privacidad" a través de nuestro portal [www.latamerciametings.com](http://www.latamerciametings.com), correo electrónico "Privacidad" o en el domicilio mencionado.



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

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL  
CONTENIDO

# “La sociedad de la Industria de Reuniones” **Meditación, Wellness & Salud Mental**

POR: RICK MAGAÑA\*

  
**Preksha International**  
Dedicated to Spirituality



La salud mental en la industria de reuniones se espera que sea una tendencia creciente en los próximos años debido a varios factores interrelacionados. Aquí hay algunas razones clave:

### **Cambio en la percepción de la salud mental:**

En los últimos años, ha habido un cambio significativo en la percepción pública de la salud mental. Se ha vuelto más aceptable hablar sobre problemas mentales, reduciendo el estigma asociado. Esto ha llevado a un aumento en la conciencia y la atención dedicada a la salud mental en diversos ámbitos, incluida la industria de reuniones.

**Impacto de la pandemia:** La pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en la salud mental global. La incertidumbre, el aislamiento social, las preocupaciones económicas y la adaptación a nuevas formas de trabajo han aumentado el estrés y la ansiedad. Las empresas y organizaciones están

reconociendo la importancia de abordar la salud mental de sus empleados, incluidos aquellos que trabajan en la planificación y ejecución de eventos y reuniones.

**Enfoque en el bienestar integral:** Las empresas están adoptando un enfoque más holístico del bienestar de sus empleados, reconociendo que la salud mental es tan importante como la salud física. Los eventos y reuniones que promueven el bienestar y abordan aspectos de la salud mental, como la gestión del estrés y la promoción del equilibrio entre el trabajo y la vida personal, están siendo más valorados.

**Innovación en formatos de reuniones:** La industria de reuniones está experimentando cambios en los formatos y enfoques de eventos para adaptarse a las necesidades cambiantes de los participantes. La inclusión de actividades que fomentan la relajación, la meditación y la conexión interpersonal puede contribuir positivamente a la salud mental de los asistentes.

**Tecnología y flexibilidad laboral:** La adopción generalizada del trabajo remoto y la tecnología para facilitar reuniones virtuales han llevado a una mayor flexibilidad laboral. Aunque esto puede brindar beneficios, también presenta desafíos, como la desconexión entre colegas y la dificultad para establecer límites entre el trabajo y la vida personal, lo que destaca la importancia de abordar la salud mental en este nuevo entorno laboral.

La integración de la meditación en la industria de reuniones está surgiendo como una tendencia por varias razones, y se espera que continúe creciendo en los próximos años.

**Gestión del stress y mejora del Bienestar:** La meditación es conocida por sus beneficios para la gestión del estrés y la mejora del bienestar mental. En entornos laborales cada vez más demandantes, la inclusión de prácticas de meditación en eventos y



reuniones puede ofrecer a los participantes herramientas efectivas para reducir el estrés, mejorar la concentración y promover un estado mental equilibrado.

**Mayor conciencia de la Salud Mental:** La creciente conciencia de la importancia de la salud mental en

el ámbito laboral ha llevado a una búsqueda de enfoques holísticos para el bienestar. La meditación se percibe como una práctica que no solo aborda el aspecto físico, sino también el mental y emocional, lo que la hace atractiva para empresas y organizaciones que desean priorizar la salud integral de sus empleados.

### **Promoción de la concentración y la creatividad:**

La meditación ha demostrado mejorar la concentración y la creatividad al reducir la distracción mental y mejorar la claridad cognitiva. En reuniones y eventos, donde la atención y la creatividad son fundamentales, la inclusión de sesiones de meditación puede ser vista como una forma efectiva de potenciar el rendimiento y la participación de los asistentes.

**Adaptación a formatos virtuales:** Con el aumento de las reuniones virtuales y la flexibilidad laboral, las prácticas de meditación pueden ser incorporadas fácilmente en eventos en línea.

Las sesiones de meditación virtual ofrecen a los participantes la oportunidad de desconectar, reducir el estrés y mejorar su bienestar sin la necesidad de desplazarse físicamente.

**Demanda de experiencias significativas:** Los asistentes a eventos y reuniones buscan cada vez más experiencias significativas que vayan más allá de la información pura y simple. La meditación puede agregar un componente experiencial que satisface la necesidad de conexión personal, bienestar y autenticidad en los eventos.

**Cambio cultural hacia la atención plena:** Existe un cambio cultural hacia la atención plena (mindfulness) y la meditación, respaldado por estudios científicos que destacan los beneficios para la salud mental. Este cambio cultural se refleja en la aceptación generalizada de estas prácticas en diversos entornos, incluidos los laborales.

En resumen, la salud mental y meditación se está volviendo una prioridad en la industria de reuniones debido a una mayor conciencia social, el impacto de la pandemia, el enfoque en el bienestar integral, la innovación en los formatos de eventos y los cambios en la dinámica laboral impulsados por la tecnología. Integrar prácticas que promuevan la salud mental en la planificación y ejecución de reuniones será esencial para adaptarse a estas tendencias emergentes.



**Actnow!**  
Digital Meeting Planner & Enjoy the Experience

**\* Rick Magaña,**  
Chair MPI LATAM Regional Council.  
CEO Actnow! Meeting Planner &  
Marketing Experience.

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# REUNIONES INCLUSIVAS

POR: VIRGINIA ARANA\*

*Las reuniones juegan un papel importante ya que son una plataforma de comunicación, colaboración, búsqueda de soluciones y progreso de una comunidad. Las reuniones presenciales son indispensables para construir relaciones de negocio más sólidas y significativas.*

**P**ara asegurar el éxito de una reunión, independientemente de un buen contenido, un equipamiento adecuado y una buena convocatoria de jugadores clave, es muy importante que sea inclusiva.

La participación de los asistentes adecuados es crucial para el éxito de cualquier reunión.

En los últimos años hemos estado más preocupados por el lugar de la reunión que en los participantes, buscamos un destino con excelente conectividad aérea, infraestructura hotelera, ubicaciones únicas para eventos sociales, calidad de servicio de proveedores, bellezas naturales, etc. para ofrecer una experiencia inolvidable.

Sin embargo, procurar la variedad de perfiles de los asistentes hace que la reunión sea más enriquecedora, fluya el intercambio de información e ideas, se escuchen diferentes perspectivas y se tomen las decisiones de una manera consensuada. Hoy más que nunca se requiere impulsar, desarrollar y fortalecer eventos sostenibles con un enfoque de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI).

La Diversidad, Equidad e Inclusión son valores interconectados. La diversidad se refiere a las

diferencias entre las personas, como pueden ser de raza, etnia, identidad de género, preferencia sexual, capacidad física, edad o clase socioeconómica.

La equidad propone garantizar la imparcialidad e igualdad de oportunidades para todos. Y la inclusión es la práctica de garantizar que las personas tengan un sentido de pertenencia, que los asistentes se sientan cómodos y apoyados por su organización. Combinando estos tres elementos, se crea un ambiente que reconoce el valor de todas las voces y enfatiza el bienestar de los participantes.

Asimismo, se fomenta una comunicación abierta y activa entre los participantes, lo cual permite que las personas compartan sus perspectivas, retos e inquietudes, respetando los diferentes puntos de vista. También se genera un entorno creativo y colaborativo que fortalece las relaciones dentro del grupo.

Es importante planear una reunión con objetivos y resultados claros. Con un grupo de participantes diverso e inclusivo, se logra un mejor entendimiento del propósito y las metas de la organización. Así como, se alinean los intereses individuales con los de la organización y viceversa, y se definen mejor los roles y responsabilidades.

Las nuevas audiencias se inclinan más a participar en las reuniones donde todos son bienvenidos y se promueva el talento y participación de todas las personas, así como se apoyen las causas de diversidad e inclusión. Cada vez más empresas adoptan políticas de cero tolerancia a la discriminación, y apoyan las actividades de diversidad e inclusión con el fin de contribuir a una sociedad más justa.

Para construir una sociedad inclusiva, podemos empezar realizando reuniones inclusivas. Para realizar una reunión con un enfoque en Diversidad, Equidad

e Inclusión (DEI) podemos apoyarnos con guías de buenas prácticas que nos permitan revisar el lenguaje, los accesos, la visibilidad, cuidar a los grupos vulnerables, realizar encuestas, etc., pero sobre todo vigilar que todos tengan una voz, y hacer lo mejor posible para liderar con el ejemplo.

Una planeación así mejora la percepción de la reunión, ya que se logra lo que tradicionalmente se busca: oportunidad para conectar, construir relaciones significativas, promover el aprendizaje y explorar oportunidades de negocio, pero con un sentido y compromiso más profundo para generar un impacto real y positivo en la vida de los asistentes.



**\* Virginia Arana,**  
Mexico Membership Manager,  
International Gay and Lesbian Travel  
Association (IGLTA).

 **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)