TURISMO E INDUSTRIA DE REUNIONES

Panorama Turístico

AÑO XXXIII. NO. 8. DICIEMBRE 2023.

Chihuahua es inmenso.

Y TIENE TODO PARA TUS GRUPOS Y EVENTOS.

FOTOGRAFÍA POR: ALEJANDRO BERNAL

CREEL
PUEBLO MÁGICO

www.visitachihuahua.com

+ Información 01 800 TURISMO Paquetes: 01 800 710 0101

¡ah Chihuahua!
ES INMENSO, CONÓCELO

TURISMO E INDUSTRIA DE REUNIONES

Panorama Turístico

AÑO XXXIII. NO. 8. DICIEMBRE 2023.

¡Gracias!

INCENTIVOS

SÍGUENOS EN:

@YUCATANMEETINGS

http:// WWW.YUCATANMEETINGS.TRAVEL

Comienza la cuenta regresiva, falta poco para que suenen las campanadas y se abra paso el Año Nuevo, entre brindis y buenos deseos.

Antes de despedirnos del 2023 y celebrar la llegada del 2024, queremos agradecer a todas las personas que forman parte de Panorama Turístico.

Gracias por sumarse a este equipo, agradecemos a todas las personas que han compartido sus experiencias y conocimientos con el objetivo de inspirar y retroalimentar a todas las personas que nos leen.

Panorama Turístico no solo es una revista especializada, somos una red conformada por profesionales de la

industria y estamos demostrando que la colectividad es clave para el crecimiento del sector.

¡Feliz Navidad y Año Nuevo, nos leemos en 2024!

Corina Ortega

Editora

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
Savant Oils
Savant Oils
ACEITE DE OLIVA
EXTRA VIRGEN
540ml
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.savantoils.com

CONTENIDO

Editorial 01

Directorio 07

¡Gracias! Una palabra transformadora 08

Integración, la clave para la transformación del turismo en México 14

Quintana Roo: epicentro del turismo MICE en México 21

Turismo Social, lo que sigue para los destinos 27

2023: "Resiliencia y Renovación: La Industria de Reuniones Frente a Nuevos Desafíos" 32

2023: retomando el rumbo 37

"Buenos días Señor Sol" 43

Un viaje, el regalo empresarial perfecto para agradecer 49

Sigamos "Turisteando"... 54

Reflexiones del 2023 58

2023: Un año de resiliencia y conectividad turística 63

La Cultura Colaborativa como punta de lanza de los negocios en la IDR 68

Servicios de alojamiento para usuarios de sillas de ruedas 74

El Secreto mejor guardado de Japón 83

Ilustración: freepik.com

Panorama Turístico

AÑO XXXIII / NO. 8 / DICIEMBRE 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, Eduardo Chaillo, Carla Galindez, Betina Anzilutti, Benjamín Izquierdo Mojica, Tony Yarto, Lupita Robles, Bettyna Benitez, Héctor Meza, David Díaz, Sismondi Esparza, Carlos Pérez y Alexis Beard.

RAÚL MENDOZA WALDO †
Presidente Grupo Panorama

Fotografía de Portada: KamranAydinov en Freepik.
Fotografías: Freepik.es, Pexels.com.

Anuncia tu producto o servicio en Panorama Turístico

• 55 45 10 11 16 •

gcontreras@ panorama-turistico.com.mx

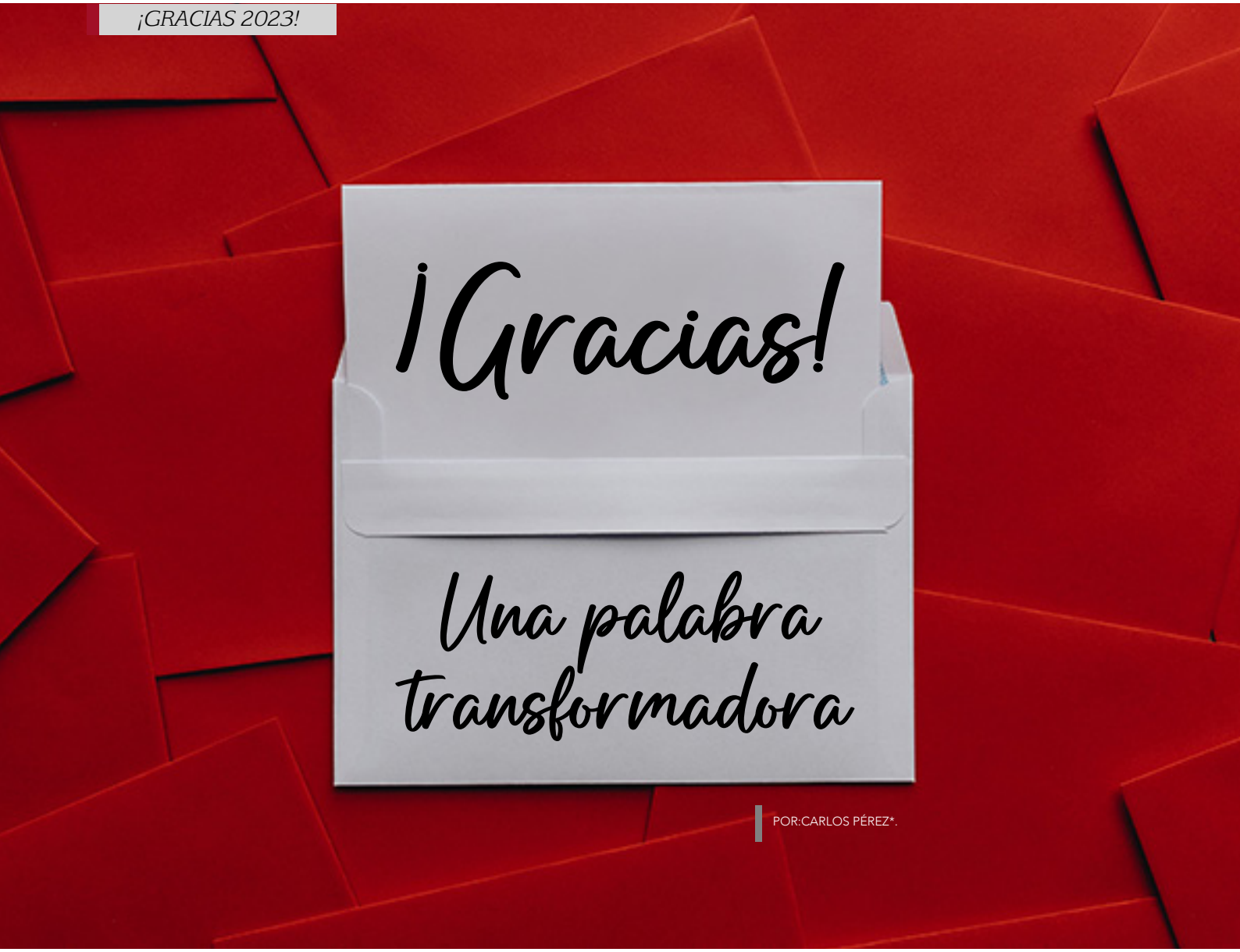
Revista Panorama Turístico, Año XXXIII, No. 8, DICIEMBRE 2023. Es una publicación mensual en formato digital publicada por Gustavo Contreras González, Mirto 38-1,Col. Sta. María la Ribera, C.P.06400, CDMX. Tel: 55 5541-0487 Editor responsable: Gustavo Contreras González.

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



¡Gracias! Una palabra transformadora

POR:CARLOS PÉREZ*.

El concepto de agradecer es una fuerza poderosa que trasciende culturas, idiomas y fronteras. En nuestra cultura el agradecimiento está muy vinculado a nuestro espíritu de servicio, de nuestra esencia latina que brinda a través del agradecimiento un toque de diferenciación con otros destinos potenciales del

sector MICE, nos gusta agradecer y ser agradecidos. Valoramos el esfuerzo de quien brinda un servicio con vocación y pasión característico de nuestro sector.

El acto de agradecer va más allá de las meras palabras de cortesía. Es una conexión emocional que nutre el vínculo entre organizadores, participantes y colaboradores en la industria de eventos y con una cadena de valor que agradece que los eventos sigan retomando la fuerza del pasado.

Agradecimiento:
Un Catalizador de Cambio Positivo

Después de la pandemia los eventos regresaron con mayor fuerza, y con un ingrediente adicional, los asistentes valoran aún más la experiencia y el contacto humano y se ha generado una conciencia mayor por vivir el momento, ser agradecidos con la oportunidad

de estar vivos y de valorar el planeta haciendo eventos más sustentables.

El agradecimiento ha emergido como un catalizador de cambio positivo en esta transformación.

Organizadores, patrocinadores, ponentes y participantes han aprendido a valorar la importancia de estar conectados y agradecer la oportunidad de participar en eventos que trascienden las barreras geográficas.

La Importancia del Reconocimiento

El reconocimiento de los esfuerzos individuales y colectivos es un pilar fundamental en esta cadena de agradecimiento. Los organizadores han encontrado maneras creativas de expresar su gratitud, ya sea a través de premios virtuales, menciones especiales o experiencias personalizadas para participantes destacados. En el campo de los viajes de incentivos

o las convenciones de ventas, siempre ha sido parte de su razón de ser y este valor se traduce en un esfuerzo de grupo para lograr los objetivos de las fuerzas de venta.

Hoy los programas de lealtad, la redención de puntos obtenidos a través de la constancia en la compra de servicios son cada vez más creativos, relevantes y con un alto valor de apreciación que los hace cada vez más solicitados, las compañías lo saben

y buscan en el reconocimiento y agradecimiento impulsar el valor de sus marcas.

A medida que la industria de eventos mira hacia el futuro, el agradecimiento se erige como un pilar esencial para el crecimiento continuo, la expresión sincera de gratitud no solo fortalece las relaciones profesionales, sino que también crea una atmósfera de colaboración y aprecio mutuo.

Al cerrar el año 2023, la industria de eventos se embarca en un nuevo capítulo, llevando consigo la lección valiosa de que el agradecimiento no solo es una cortesía, sino una herramienta poderosa para construir un futuro más colaborativo, inclusivo y exitoso.

Seamos agradecidos, tenemos un país lleno de posibilidades para crear experiencias únicas, un sector que se fortalece y se profesionaliza a un ritmo alentador, una creatividad inagotable y un factor humano

que aporta pasión y talento para seguir haciendo eventos memorables, rentables y trascendentes.

¡Gracias por tomarte el tiempo de leer estas lineas!

*** Carlos Pérez Figueroa,**
es Socio Director de Corporativo
Cuatro F y Paradox Planners Group.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

Integración, la clave para la transformación del turismo en México

POR: TONY YARTO*.

El turismo en México se encuentra en un punto de inflexión. Con el 2024 en el horizonte, el país tiene la oportunidad de redefinir su enfoque hacia un modelo de turismo sostenible, experiencial y digitalmente avanzado.

La integración del gobierno, la iniciativa privada y la academia son fundamentales para lograr este objetivo. Debemos explorar cómo la colaboración entre

estos tres pilares puede impulsar la sostenibilidad, la creación de experiencias turísticas únicas y la transformación digital del sector turístico en México.

La sostenibilidad debe ser un compromiso compartido entre el gobierno, la iniciativa privada y la academia. La implementación de certificaciones de sostenibilidad y la promoción de prácticas responsables pueden ayudar a preservar los recursos naturales y culturales de México.

La Estrategia de Turismo Sostenible 2030 es un marco que puede guiar estas acciones, asegurando que el turismo sea un medio para el aprovechamiento equilibrado de los recursos.

La creación de experiencias turísticas únicas es esencial para atraer a los viajeros actuales. Debemos fomentar el desarrollo de infraestructuras que faciliten el turismo de experiencias, ofreciendo productos y servicios innovadores.

También se debe investigar las preferencias de los viajeros y desarrollar estrategias para crear experiencias auténticas y memorables.

La transformación digital es un elemento clave para el futuro del turismo en México. Fomentar la digitalización de servicios turísticos y la implementación de tecnologías emergentes es prioritario.

Debemos aprovechar estas tecnologías para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa, contribuyendo con investigación sobre las últimas tendencias digitales y formando profesionales capacitados en estas áreas.

Los profesionales del turismo desde cada una de nuestras trincheras, gobierno, iniciativa privada o academia, jugamos un papel crucial como líderes y facilitadores en la transformación del turismo, debiendo establecer objetivos claros para garantizar

un enfoque social y de respeto a los derechos humanos en la actividad turística.

La Estrategia de Turismo Sostenible 2030 destaca la importancia de un turismo que incluya a todos los sectores de la población, especialmente a los más vulnerables. Debemos continuar promoviendo políticas que fomenten la sostenibilidad y la inclusión social, así como la digitalización del sector.

Sin duda, la iniciativa privada es el motor de la innovación y la competitividad en el turismo. Las empresas turísticas deben adoptar prácticas sostenibles que respeten el medio ambiente y contribuyan al desarrollo social.

La colaboración con el gobierno y la academia en la implementación de la Estrategia de Turismo Sostenible 2030 puede resultar en un turismo más responsable y competitivo.

Por su parte, la academia debe jugar (hasta la fecha no lo ha hecho) un papel vital en la investigación y el desarrollo de talento para el sector turístico.

Las universidades y centros de investigación deben generar conocimiento sobre las mejores prácticas de sostenibilidad y digitalización.

La colaboración con el gobierno y la iniciativa privada puede traducirse en programas educativos que preparen a los futuros líderes del turismo en México.

Además, la academia puede ser un espacio para el análisis crítico de las políticas y estrategias turísticas, asegurando que se basen en evidencia y contribuyan al desarrollo sostenible del país.

En conclusión, la integración del gobierno, la iniciativa privada y la academia es esencial para el

desarrollo de un turismo sostenible, experiencial y digitalmente avanzado en México para el 2024.

Cada uno de estos pilares tiene un rol único que desempeñar, y su colaboración puede resultar en un sector turístico más fuerte, inclusivo y competitivo.

Con un enfoque conjunto en la sostenibilidad, la creación de experiencias únicas y la transformación digital, México puede posicionarse como un líder en turismo sostenible a nivel mundial.

*** Tony Yarto,**
es Chief Experience Officer en
www.incubatour.com
@tonyyarto

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, Rivera Maya y Costa Mujeres.

cancun

RIVIERA MAYA

COSTA MUJERES

CARIBEMEXICANO.TRAVEL

Quintana Roo: epicentro del turismo MICE en México

Entre el encanto turístico y la efervescencia empresarial, Quintana Roo se destaca como un epicentro vital para la industria del turismo de reuniones, grupos de incentivos, conferencias y exhibiciones (MICE). Un segmento, que actualmente, representa el 6.89% del PIB del estado y que es un importante motor de desarrollo económico y social para el destino y su población.

Con sus playas de agua cristalina, una amplia infraestructura hotelera de primera clase y una gama diversa de atracciones turísticas, el estado se ha convertido en el lugar de preferencia para aquellos que buscan fusionar lo profesional con lo placentero.

Infraestructura de clase mundial:

El Caribe Mexicano ha experimentado un desarrollo significativo en términos de infraestructura turística. Actualmente, la región cuenta con un portafolio de más de 130 hoteles y resorts de lujo, y más de 128 mil habitaciones disponibles que satisfacen las necesidades

de los viajeros de negocios, ofreciendo comodidades de primera categoría y servicios adaptados a las demandas del turismo MICE.

Así mismo, los tres centros de convenciones que dispone Quintana Roo: Cancún Center, Centro de Convenciones de Cozumel y Centro de Convenciones de Chetumal, que, en conjunto, brindan más de 19,000 metros cuadrados; son joyas arquitectónicas diseñadas para albergar eventos de cualquier escala. Estos espacios versátiles no solo ofrecen instalaciones modernas y tecnológicamente avanzadas, sino también entornos inspiradores que contribuyen a un ambiente propicio para la creatividad y la colaboración.

Redes de negocios y conectividad:

La creciente popularidad de Quintana Roo como destino MICE ha fomentado el desarrollo de redes de negocios y colaboración. Eventos, ferias y conferencias como World Education Congress, el 54 Congreso

Nacional de Pediatría (CONAPEME), Congreso Internacional Regidores y Concejales 2023 y el FIAF 2023, entre otros, se han convertido en plataformas estratégicas para el intercambio de conocimientos y oportunidades comerciales, fortaleciendo las relaciones empresariales a nivel nacional e internacional.

Además, un elemento clave que sobresale es su excepcional conectividad aérea con todo mundo, respaldada por cuatro aeropuertos: Cancún, Isla Cozumel, Chetumal y Tulum, que inició operaciones en el mes de diciembre de 2023. Esta red no solo asegura una conectividad eficiente, sino que también reafirma la posición de Quintana Roo como un epicentro global para el turismo empresarial.

Atractivos turísticos para todos los gustos:
El Caribe Mexicano no solo se destaca por sus excelentes instalaciones para eventos; también ofrece una amplia gama de actividades recreativas.

Desde explorar los vestigios mayas hasta sumergirse en las maravillas submarinas de Cozumel, la región proporciona opciones para todos los gustos. Estos atractivos turísticos no solo enriquecen la experiencia del viajero de negocios, sino que también fomentan el turismo sostenible y culturalmente enriquecedor.

En resumen, Quintana Roo no solo ha emergido como un paraíso turístico, sino también como un centro vital para la industria MICE. La combinación de una infraestructura excepcional, entornos mágicos y atractivos turísticos únicos hacen de este estado mexicano un destino inigualable para aquellos que buscan fusionar lo profesional con lo placentero. Con cada evento, Quintana Roo consolida su posición como un líder indiscutible en el dinámico mundo del turismo MICE.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

TURISMO SOCIAL,

LO QUE SIGUE PARA LOS DESTINOS

POR: LUPITA ROBLES LEÓN*.

En la actividad turística existe una reflexión que en diversos foros se plantea y que en lo particular me parece sumamente importante darle la relevancia que se merece: "Fomentar un Turismo para todos", esto implica promover el desarrollo del turismo para hacer que las experiencias turísticas sean accesibles a un mayor número de personas.

La declaración de Montreal de 1996 por una visión humanista y social del turismo hace mención que el objetivo primario de todas las iniciativas de desarrollo turístico debe ser la realización plena de las potencialidades de cada persona, es decir un turismo sostenible, un turismo que se encuentre al servicio de las personas, de las comunidades, de los territorios y se identifique con términos como turismo responsable, solidario, justo o comunitario.

Hablamos de tomar en cuenta los grandes ejes temáticos de la Organización Internacional de Turismo Social (ISTO): accesibilidad, comercio justo, medio ambiente, solidaridad, inclusión y calidad de vida ¿Es tan difícil hacer las cosas de manera diferente en la actividad turística para lograr un turismo para todos?

Un turismo para todas las personas se basa en la correcta implementación del turismo social, accesible, responsable, sostenible y justo.

Ver al turismo más allá de una actividad económica y sí como una actividad social, en su más profunda esencia, de esta manera la oferta turística evolucionará y facilitará una experiencia que mejore la calidad de vida de las personas y visitantes.

De ese modo, se busca fomentar la responsabilidad en los turistas responsables y generar destinos responsables. Un turismo social como forjador de la sociedad.

Con estas primicias se pretende controlar e incluso reducir el impacto negativo del turismo sobre las poblaciones actuales y futuras y sobre sus recursos sociales, culturales, financieros y medio ambientales.

Es aspirar a amplificar los beneficios del turismo para todos (residentes, visitantes y trabajadores) con el fin de garantizar la justicia social y una buena calidad de vida, con una perspectiva de sostenibilidad no solo

como un atributo de marca, sino como un efecto deseado por toda la cadena de valor.

Ante esta prioridad los destinos deben alejarse de la idea donde las comunidades deben adaptarse a los deseos del turista. Más bien, que las comunidades encuentren en el turismo un medio para satisfacer sus necesidades (empleos, ingresos, mejoras urbanas).

El objetivo es que se pueda gestionar la oferta turística, para que en todo momento se tenga el control y el poder de decisión sobre el patrimonio y las expresiones culturales. La comunidad local debe ser la principal beneficiaria.

De ahí la importancia de incentivar planes de turismo con objetivos a corto, medio y largo plazo, teniendo en cuenta la Agenda 2030 y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

También se deben articular espacios para la participación comunitaria en estos planes de turismo, no sólo en los procesos de diseño y planificación sino también en su ejecución.

Esto generará sinergias exitosas entre la comunidad local y los visitantes y por ende un Turismo Responsable para todas las personas.

*** Lupita Robles León**
es Subsecretaria de Promoción Turística de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, organizadora de eventos, consultora y speaker de neuromarketing y marketing experiencial.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

2023: “Resiliencia y Renovación”.

La Industria de Reuniones frente a Nuevos Desafíos.

POR: EDUARDO CHAILLO*.

Tras superar los retos impuestos por la pandemia, la Industria de Reuniones en México no sólo ha logrado recuperarse, sino que también enfrenta con determinación las nuevas circunstancias de un entorno global complejo y volátil.

Este artículo explora algunos de los desafíos más significativos en nuestro ámbito profesional.

1. Contexto Geoestratégico:

Conflictos bélicos, polarización política y actos de violencia generan tensiones globales que inevitablemente impactan en nuestra industria.

Sin embargo, estos mismos desafíos hacen aún más relevante el rol de las reuniones para fomentar el diálogo y buscar soluciones conjuntas.

2. Condiciones de Negocios:

A pesar de que nuestra industria se fundamenta en relaciones de confianza, nos enfrentamos a desafíos como la inflación y la falta de flexibilidad o transparencia.

Estos factores requieren un compromiso renovado hacia una comunicación clara y efectiva entre

Gráficos: rawpixel. com / freeepik.com

proveedores y organizadores.

3. Brecha Generacional:

La nueva realidad laboral demanda respuestas creativas para conectar con talentos de todas las edades, especialmente con los jóvenes.

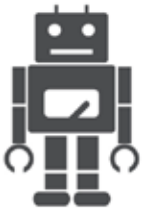
Nuestros líderes deben ser innovadores para atraer y entusiasmar a profesionales en un ambiente de trabajo que equilibre lo personal y lo profesional.

4. Sustentabilidad y Confusión Conceptual:

Aunque el compromiso con la sustentabilidad es ya un criterio esencial entre tomadores de decisiones de nuestra industria, la falta de un marco conceptual unificado conduce a confusiones y diversas interpretaciones.

Es imperativo estandarizar términos como

“CarbonZero” , Legado o “Reuniones Verdes” para lograr una implementación coherente y efectiva.



5. Integración Tecnológica:

La adopción de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial es crucial en el diseño y operación de eventos.

Esto requiere una inversión constante en capacitación y atracción de talento especializado para mantenernos al día con la rápida evolución tecnológica.

6. Humanización de la Actividad:

Un aspecto positivo es la creciente humanización de nuestra industria, enfocándose en valores de diversidad, inclusión y equidad.

Esto implica esfuerzos continuos para fomentar la conciencia social entre todos los actores involucrados en la industria.

Frente a estos desafíos, México se destaca por su adaptabilidad, profesionalismo y ética.

Bajo el liderazgo del Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones, nuestro país continúa elevando su competitividad.

En vista de estos esfuerzos, el futuro de la Industria de Reuniones en México se proyecta prometedor hacia el 2024 y los años venideros.

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

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

2023: Retomando el rumbo

POR: DAVID DÍAZ*.

Llega el fin de un año y es momento de hacer un corte de caja, revisar cómo se comportó nuestra industria y que tenemos de aprendizaje para mejora continua.

El 2023, año que nos sorprendió con un dinamismo tal, que debías estar atento a todo lo que ocurría para atender tantos proyectos que llegaron a presentarse e incluso, de forma inteligente, dejando pasar algunos que no necesariamente aportarían un beneficio a tu empresa.

Al dejar ir ciertos eventos, no se tenía que caer en la arrogancia, pues esas conductas pueden llevar al fracaso cuando al momento de necesitar una puerta abierta tú mismo la cerraste.

Los tiempos de afectación por pandemia parece que quedaron atrás, sin embargo, muchos vieron números incluso mejores que pre pandemia, números que están cubriendo las pérdidas obtenidas.

Los incentivos internacionales despertaron con la exigencia de motivar aún más a los participantes pues el ROI (Return On Investment) es directamente proporcional a esa motivación.

Lo curioso de la motivación en los viajes de incentivo, es que los participantes además de buscar experiencias con inmersión cultural están pidiendo tener más tiempo libre para explorar el destino por su cuenta o simplemente para disfrutar el hotel y dedicarse a sí mismos, pues si algo bueno nos dejó la cada vez más distante pandemia, es a valorar el cuidado personal y el respeto al medio ambiente.

Esta solicitud de tener tiempo libre no les gusta a algunos proveedores, pues el tiempo libre no se puede facturar, sin embargo, en medida que se logró satisfacer esta necesidad muchos más proyectos regresaron a esos destinos.

La tendencia de preocuparse más por la salud tiene que ver con las generaciones más jóvenes, las cuales comenzaron a tener un papel protagónico y esto obligó la búsqueda de experiencias que motiven a estas generaciones.

En este 2023, de manera consciente identificamos la oferta de tours y experiencias que funcionaron antes, a partir de analizar grupos para determinar de qué generación se componen y que es lo que realmente los motiva.

En este sentido, tuve la oportunidad de participar en un evento de la IRF (The Incentive Research

Foundation) y uno de los temas importantes fue ese cambio generacional que nos obliga a entender que debemos evolucionar en nuestra forma de trabajo.

El objetivo es poder motivar a los participantes quienes se preocupan por su salud y el bienestar del medio ambiente, pero además que puedan abonar en forma positiva al destino que visitan.

Del mismo modo, hablando de motivación uno de los retos que aún persisten es la retención de talento pues las nuevas generaciones no están dispuestas a entregar todo su tiempo a esta industria como lo hacíamos las anteriores.

Esta posición en primera instancia nos parece equívoca pues debemos estar allí para poder atender a los grupos; sin embargo, es cierto que nuestro talento merece respeto, vida propia, y si buscamos mejorar, la evolución de la industria depende de nosotros, de nuestra

adaptación e implementación de acciones que coadyuven a balancear la vida laboral y personal.

En definitiva, el 2023 nos recordó que el disparo de salida de esta década se dio en el momento que tuvimos que cambiar y adaptarnos digitalmente por una pandemia, y que hoy día, esos cambios serán una constante, cambios a los que debemos estar pendientes y actuar en consecuencia o incluso implementarlos para que nosotros seamos la consecuencia porque, todos somos el futuro que ya está sucediendo.

*** David Díaz,**
imparte conferencias y programas educativos de Site (Society for Incentive Travel Excellence) a nivel internacional y es socio fundador de Procesa Event Management & Incentivos.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

"Buenos días Señor Sol"

POR: CARLA GALINDEZ*.

Un viaje con propósito nos enseña también a dar las "gracias"

Uno de los personajes mexicanos más universales ha sido el cantante Juan Gabriel. Algunos lo recordarán por sus canciones de amor y desamor, y guste o no, sus composiciones tienen en comunicación el agradecimiento.

A pesar de las complicaciones, las personas tenemos la capacidad de ver el lado positivo y aprender de cada situación.

En algunos de los viajes de incentivo que organicé dentro de México para extranjeros, coordinaba con un coach o líder de grupo alguna dinámica con esas canciones tan motivadoras e inolvidables.

La música “mueve” hasta al más gruñón de la oficina, y ese “movimiento” te hace romper muchos esquemas y saca lo auténtico de cada persona.

El baile o movimiento es un lenguaje con el que expresas emociones y por supuesto, hace que el momento sea memorable.

Parece cliché, pero muchas veces no valoramos lo nuestro, y otros, que ven lo mismo pero con otra óptica, disfrutan al máximo de ese “viaje”.

En ese contexto, lo auténtico y autóctono resalta, esa mexicanidad que va más allá de mitos y leyendas tiene mucho valor, pues incluye tradiciones y nuestra historia contemporánea.

“Buenos días Señor Sol” es mi canción favorita de Juan Gabriel y entre sus letras podemos encontrar un perfecto guión para usar en una actividad de Teambuilding o una dinámica de grupo, ¿la has puesto en práctica?

De seguro tendrás más ejemplos para estas activaciones, pero hasta el dia de hoy y en mi caso personal, mucha gente aún recuerdan nuestras actividades y dan las gracias por esos recuerdos.

Dar gracias es algo muy difícil de hacer, porque no es sólo cuando cosas buenas pasan, porque “las no tan buenas” son parte de nuestro crecimiento, de ese ensayo y error que es la vida y a lo que también toca agradecer.

Hoy estamos aquí y mañana no sabemos, y es algo que vemos a diario.

La situación que pasa en este momento Acapulco nos rompe el corazón a todos los que hemos estado involucrados de manera directa con sus prestadores de servicio o con sus instituciones.

Tenemos tanto que agradecer que muchas veces no sabemos ni cómo demostrarlo y allí está el aprendizaje: Dar gracias no es sólo decirlo o comentarlo, sino buscar las maneras, desde nuestros límites personales o profesionales de dar un poco al otro, recordar lo que en su momento hicieron por nosotros, es algo que se vuelve un "círculo virtuoso" que debemos practicar más a menudo.

Les propongo organizar viajes con propósito al bello puerto. De seguro habrá algo que hacer, algo que

aportar, con quien compartir anécdotas y conversar hasta el anochecer.

Un viaje con propósito donde involucrarse sea la prioridad, que destaque los valores de la empresa contratante en un encuentro inolvidable para sus participantes, no sólo como una acción de responsabilidad corporativa, sino como mexicanos, latinoamericanos, seres humanos.

Los frutos de estas actividades no sólo será un beneficio material, sino que además podrá reforzar lazos de amistad, de agradecimiento y prosperidad, algo que se necesita hoy, mañana y por mucho tiempo Acapulco.

Doy gracias a mis clientes, aliados y media partners, a todos y los que con sus aportes e intenciones hacen que seamos mejores cada dia en todos los aspectos, como dice la canción.

Doy gracias por la oportunidad de escribir esta nota para Panorama Turístico: ¡Gus, a seguir creciendo!

Sigamos dando gracias, que de seguro así, el sol volverá a aparecer.

*** Carla Galindez,**
CEO Destinos y Negocios Latam.
Mice - Press & Marketing
carla@destinosynegocios.com.mx

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

Un viaje, el regalo empresarial perfecto para agradecer

POR: BETTYNA BENÍTEZ*.

Llegó diciembre y empezaron las celebraciones, los buenos deseos y también los regalos. Los corporativos y empresas organizan sus tradicionales brindis de año nuevo y juntas directivas de consejo para evaluar el cumplimiento de los indicadores de rendimiento del año que se va y fijar las metas del año venidero.

En esta revisión empresarial, suele evaluarse el rendimiento del personal y vienen los reconocimientos anuales que pueden ser en efectivo, tarjetas de regalo, mercancía electrónica, o un viaje.

Según dio a conocer recientemente el Incentive Research Foundation en el estudio "Generational Expectations of Incentives", los viajes suelen ser los reconocimientos preferidos por los empleados de todas las edades, sobre los otros tipos de recompensas.

Las personas mayores de 51 años prefieren viajes locales, es decir, en los que no sea necesario el traslado aéreo, mientras aquéllas de entre 18 y 30 años prefieren viajes a lugares lejanos y exóticos o en los que vivan experiencias únicas (IRF, 2023).

Aquí es donde se abre un abanico de oportunidades para las Corporaciones de Gestión de Destinos (DMC´s, por sus siglas en inglés), que diseñan programas

de incentivos para las empresas, que no son sino programas elaborados para recompensar o reconocer el esfuerzo de todo un año de trabajo de uno o varios empleados o por haber llegado a la meta en ventas, por cumplir determinados tiempo de servicio en la empresa o cualquier otro objetivo.

México ofrece un sinfín de oportunidades para diseñar este tipo de programas de incentivos, más

aún cuando se trata de un viaje que suele ser el preferido de las personas a reconocer.

Puede tratarse de un viaje aéreo, terrestre o una experiencia en ferrocarril. Lo cierto es que México cuenta con estos DMC´s, que al ser conocedores del territorio que abarcan, se convierten en diseñadores de experiencias a la medida que la empresa o corporación solicita.

Y ahí es donde el diseñador tiene oportunidad de dar rienda suelta a su imaginación, al incorporar en el viaje experiencias creativas de tipo gastronómico, astronómico, arqueológico, artesanal, histórico o de cualquier tipo, cuidando todos los detalles desde el traslado, hospedaje, alimentos, que aseguren una experiencia inolvidable.

Para tal efecto, deberá considerarse lo señalado en el estudio antes citado, en el sentido de que

las personas prefieren “viajes de recompensa” tranquilos, relajantes, sin horarios, ni actividad física exigente, eventos sociales o de negocios, en los que sean la persona el centro de la experiencia.

Y qué mejor si se trata de un viaje en grupo en el que se compartan ideas y se construyan nuevas relaciones, lo cual será en beneficio de la empresa.

¡Felices Fiestas a nuestros amigos y lectores de Panorama Turístico!

*** Bettyna Benítez ,**
CEO de Esfera Turística, S.C.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

Sigamos "Turisteando"...

POR: BETINA ANZILUTTI*.

Estimados lectores de Panorama Turístico, tengo el honor de participar una vez más en una nueva edición de esta revista.

En ediciones pasadas reflexioné sobre, ¿por qué nos gusta tanto viajar? y respondí a través de frases de célebres autores que a través de sus plumas intentaron explicar este fenómeno.

El poder de viajar hace que por algunos días las personas se alejen de los problemas y se enfoquen en conocer lugares fantásticos.

En esta segunda entrega, ya en tiempos navideños los invito a seguir disfrutando de estas citas que hablan de nosotros mismos.

Viajamos para cambiar, no de lugar, sino de ideas

-Hipolito Taine

La gente no hace viajes, son los viajes los que hacen a la gente

-John Steinbeck

No se recuerdan los días, se recuerdan los momentos

-Cesare Pavese

El racismo se cura viajando

-Miguel de Unamuno

La aventura vale la pena

-Aristóteles

Dime cuánto has viajado y te diré cuánto sabes

-Mahoma

Se tiene que viajar para aprender

-Mark Twain

Técnicamente el turismo es aquella actividad que por ocio o negocio una persona realiza mínimo por 48 horas lejos de su

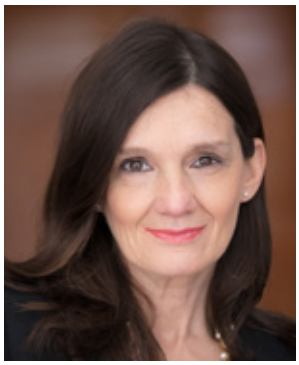
Gráficos: starline / freepik.com

entorno habitual regresando dentro de los 360 días posteriores.

Sin embargo, creo que es algo más, pues cada viaje, cada travesía que nos enriquece, “turistear” es un medio maravilloso para derrotar rutinas, prejuicios e ignorancia.

Como diría Dalai Lama “somos todos turistas, todos estamos de paso... nadie vive por siempre”.

¡Feliz navidad! Mis mejores deseos desde el Sur del mundo y un 2024 maravilloso.



*** Dra. Betina Anzilutti.**
CEO **www.nouneventos.com.ar**
Facebook.com/noun.eventos
@nouneventos

SIGUIENTE
ANTERIOR
REGRESAR AL CONTENIDO

Reflexiones del 2023

Estamos por acabar el 2023, para los que nos dedicamos a los viajes, eventos, incentivos ha sido un año de recuperación lenta pero constante, con grandes cambios en tecnología y en la forma de la toma de decisiones de nuestros clientes.

Creo que este cambio es en el costo beneficio, cuánto pagan y que se consigue.

Puntos importantes a evaluar de los profesionales de viajes son: el servicio que brindamos, atención personalizada, escucha a detalle de las necesidades, creatividad, experiencias, ubicación y costo del evento.

Yo siempre he dicho que no hay mejor evento que aquel que no tenga preocupación por lo que se gasta, pero si por lo que se entrega con el retorno de la inversión.

De ahí la preocupación a quién elegir para el desarrollo de un evento, de un viaje de incentivo, familiar o de placer.

La tecnología parece arrancar de las entrañas a todos los que trabajamos en esta industria, sin embargo, al verla como una colaboradora estrecha puede resultar una

gran herramienta para nuestra labor, ofreciendo un servicio más eficiente, con conocimiento amplio para armar nuestras propuestas.

El cliente parece que sabe, parece que negocia, parece que tiene resuelto todo, cuando nos reta a solicitarnos un servicio sin embargo podemos afrontarlo con nuestros años de experiencia. Focalizamos la propuesta entendiendo la necesidad y aplicando todo nuestro conocimiento.

Podría decir que en ocasiones el mismo cliente provoca la competencia desleal, advirtiendo que un organizador le da más barato que otro, pero pienso que esto es simplemente manejo de mercado para los logros personales ante la organización.

Muchos caemos en este juego y perdemos lo más por lo menos, bajando sin conciencia nuestro “fee” de servicio provocando un desbalance gremial.

Nuestro trabajo vale desde que nos solicitan un servicio hasta que termina el mismo, por lo cual es importante informar sobre lo que vale tener un gran organizador de eventos y de viajes con experiencia. Invito a todos a que nos consultemos, a que no nos crucemos y sobre todo no hagamos que nuestra gran labor se abarate por ganar una cuenta.

Otro tema importante es el crédito que le damos a las empresas, lo cuál a veces parece de pesadilla, de 60 a 120 días para que te paguen ¡Caray, amigos no podemos permitirlo! Nuestras empresas viven del flujo y de los ingresos obtenidos. Se los dejo de tarea para ver si podemos hacer alguna iniciativa que reduzca estos tiempos.

El año 2024, será de gran reto, año de elecciones que políticamente pone a todos en guardia y retrasa las decisiones en diferentes campos de la vida económica del país.

Esperemos que sigamos en el camino del crecimiento y que el nuevo gobierno apueste más por el turismo y la inversión, con programas de apoyo al sector y comunicación estrecha con los que hacemos que esta profesión contribuya a los ingresos del PIB del País.

En Tip Travel Top continuaremos sin lugar a duda llevando a los creadores de experiencias y sueños a los usuarios finales para que tomen decisiones inteligentes en sus viajes.

Saludos amigos.

Mtro. Benjamin Izquierdo Mojica,
Tip Travel Top.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

Un año de resiliencia y conectividad turística

POR: HÉCTOR MEZA*.

Hablar en estos tiempos del turismo, es reconocer la valía de una industria que siempre ha sabido levantarse por sí sola.

Este año aún se han enfrentado crisis grandes, entre las qué hay que contar la más reciente que fue el huracán "OTIS" del cual muchos siguen damnificados.

No obstante, pese a todo no se ha dejado de apoyar; algo que siempre ha caracterizado a la industria en general.

Se deben resaltar grandes retos también en cuestión de promoción turística, pero avances en conectividad sobre todo para el sureste.

Algunos más acertados que otros, por ejemplo al hablar del aeropuerto de Tulum, se ampliará el turismo

por la zona y será más fácil la llegada de nacionales y extranjeros a ciertas zonas de Quintana Roo y Yucatán.

El polémico Tren Maya por su parte, recién aperturado, aunque no en su totalidad; si bien generó empleos, al igual que otra experiencia dentro de los traslados.

También generó un importante daño al medio ambiente en algunas zonas; así como hasta ahora, la percepción de los precios; sobre todo para nacionales han sido altamente cuestionados.

Ahora bien, sí nos ponemos a hablar de logros, hay que destacar que se ha visto un gran avance en ciertos aspectos en materia de sustentabilidad y esto se debe no solo a que la mayoría de las empresas han implementado ese rubro.

Hoy se busca la iluminación de huella de carbono y el poder economizar con ciertas acciones.

Cabe destacar, que actualmente México se ha volcado al turismo cultural, de naturaleza, pero sobre todo gastronómico.

Resaltando así una amplia diversidad de foros en torno al deleite del paladar, mismos que han venido a cambiar y dar un nuevo nivel a las experiencias personales.

Prueba de ello, ha sido la pelea por el mejor puesto y los que más han destacado son Yucatán y Guanajuato, albergando cada vez más foros de ese tipo a lo largo del año.

Así que, estás son tan sólo algunas muestras de lo principal que ha acontecido y no queda más que desear lo mejor para el próximo año y que siga más vivo que nunca el turismo y la gente que lo hace.

*** Héctor Meza,**
periodista egresado de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García. Director editorial de la revista The Travel Citizen. Ha trabajado en radio, tv, prensa escrita y en medios como Aristegui Noticias y Acustik Noticias.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

La Cultura Colaborativa

como punta de lanza de los negocios en la Industria de Reuniones

POR: FRANCISCO CACHAFEIRO*.

La cultura colaborativa en la industria de reuniones en México es un tema fascinante que refleja la evolución de las prácticas de negocios en el país.

Este artículo explora cómo la colaboración se ha convertido en un pilar central en este sector, destacando sus beneficios, desafíos y las tendencias emergentes.

Introducción a la colaboración en la Industria de Reuniones

En México, la industria de reuniones abarca una amplia gama de eventos, como conferencias, seminarios, exposiciones y ferias comerciales.

Tradicionalmente este sector ha sido impulsado por relaciones jerárquicas y competitivas, sin embargo, ha habido un cambio significativo hacia una cultura de colaboración.

Este cambio se fundamenta en la creencia de que trabajar juntos puede generar resultados más significativos y beneficiosos para todos los involucrados.

BENEFICIOS DE LA CULTURA COLABORATIVA

01

Innovación Mejorada: La colaboración fomenta el intercambio de ideas y experiencias, lo que conduce a soluciones innovadoras y creativas.

02

Reducción de Costos: Al compartir recursos, las empresas pueden reducir costos operativos.

03

Mayor Alcance e Impacto: Las colaboraciones a menudo resultan en un mayor alcance e impacto, beneficiando a un público más amplio.

04

Fortalecimiento de Relaciones: Las alianzas y redes fortalecidas a través de la colaboración pueden abrir nuevas oportunidades de negocio.

Gráficos: freeepik.com

Desafíos de la Cultura Colaborativa

01 **Gestión de Diferencias:** La alineación de objetivos y expectativas entre diferentes entidades puede ser complicada.

02 **Compartir Riesgos:** Las colaboraciones implican compartir no solo beneficios sino también riesgos.

03 **Cuestiones de Propiedad Intelectual:** La gestión de la propiedad intelectual puede ser un desafío en proyectos colaborativos.

Tendencias Emergentes

Tecnología como Facilitador:

Herramientas digitales y plataformas de comunicación están facilitando la colaboración a distancia.

Sostenibilidad:

Hay un enfoque creciente en la colaboración para lograr objetivos de sostenibilidad en la industria.

Gráficos: freeepik.com

Participación Comunitaria:

Las empresas están colaborando más con comunidades locales para garantizar que los eventos tengan un impacto positivo.

Casos de Éxito

Varios casos en México ilustran el éxito de la cultura colaborativa. Por ejemplo, la colaboración entre organizadores de eventos, proveedores locales y entidades gubernamentales ha resultado en eventos más sustentables y con mayor impacto económico local.

Conclusión

La cultura colaborativa en la industria de reuniones en México está transformando la forma en que se hacen negocios. Aunque presenta desafíos, los beneficios de una mayor innovación, eficiencia y alcance son claros.

A medida que esta tendencia continúa evolucionando, es probable que veamos más innovaciones y un impacto positivo en la economía y sociedad mexicanas.

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

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

Servicios de alojamiento para usuarios de sillas de ruedas

POR: SISMONDI ESPARZA*.

El mal diseño de un establecimiento de hospedaje da como resultado que no podamos entrar a una habitación porque nuestra silla no cabe, no poder subir

a una cama porqué está muy alta, no poder usar una regadera porque el piso tiene desniveles, no poder conectar nuestro celular o computadora porque el contacto está abajo o detrás de un mueble. Eso y decenas de situaciones similares vivimos miles de personas con discapacidad en más del 95% de los hoteles de México.

Existen muchos obstáculos que enfrentamos las personas que tenemos alguna discapacidad al momento de realizar un viaje, por esa razón iremos abordando algunas recomendaciones para poder facilitar esta actividad y abonar en temas que nos permitan tener un turismo accesible e incluyente.

Desde mi experiencia personal y basándome también en literatura (catálogos, manuales, normas de construcción sobre el tema), escribiré unas líneas acerca de los requisitos básicos que debe tener una habitación para usuarios de sillas de ruedas.

En hoteles de reconocidas cadenas o marcas no consideran la accesibilidad para personas con discapacidad, en muchas ocasiones por falta de interés u otras por desconocimiento.

Debemos partir de que una “habitación adaptada” no es más costosa que una habitación estándar, como erróneamente se piensa; tiene prácticamente los mismos elementos, sólo cambian algunas medidas, la ubicación de los muebles y accesorios, incluso algunos no se usan, como las tinas o los canceles de baño y en ese sentido se vuelven más económicas al momento de adaptarlas.

Un huésped en silla de ruedas tiene que poder moverse de forma segura, con independencia y de manera cómoda. Por esta razón mencionaremos las medidas recomendadas para poder desplazarse dentro de una habitación.

Recordemos que hay diferentes tipos de sillas de ruedas, la mayoría son de propulsión manual pero también existen las de tipo eléctricas.

Adaptación de una habitación para la silla de ruedas

Las puertas de la habitación y de los baños deben tener 1 metro de ancho como mínimo, la medida óptima sugerida es de 1.20 metros. Dentro del baño y de la habitación, los muebles deben estar a una distancia que permita un radio de giro con la silla de ruedas de 1.5 metros de diámetro. Se recomienda también una distancia entre la cama, otros muebles y la pared de 1 metro de ancho.

Las alturas también son muy importantes, las mirillas de las puertas, manijas y cerraduras a una altura de 90 centímetros, lo mismo aplica para

Gráficos: Freepik, Katemangostar / freepik.com

las barras donde se cuelga la ropa en los closets o armarios y en los porta toallas de los baños.

Las camas deben tener una altura promedio de 50 centímetros para poder moverse con comodidad de la silla de ruedas al colchón, de lo contrario, además de incómodo se vuelve inseguro.

Recordemos que las personas en sillas de ruedas realizan prácticamente las mismas actividades que las personas que pueden caminar o moverse sin ninguna dificultad, por esta razón los muebles deben ser ergonómicos, por ejemplo, los escritorios o mesas deben tener la altura necesaria y sin obstáculos que permitan el libre movimiento de la silla de ruedas. Los contactos eléctricos de igual manera, en lugares con la altura suficiente y a la vista.

Por último, uno de los mayores obstáculos junto con el tema de las rampas y escaleras, son los baños y regaderas. El inodoro debe contar con al menos una barra sujetadora de apoyo o pasamanos.

El lavabo además de la altura suficiente no deberá tener ningún obstáculo o mueble en la parte de abajo para poder entrar con la silla y los espejos deben estar a la altura de la misma.

La regadera debe permitir el libre paso de la silla de ruedas hasta el área donde debe ir colocada la silla de baño de plástico, por lo tanto, no debe haber canceles o puertas corredizas, desniveles, divisiones o pequeños escalones en el piso que impidan el paso de la silla de ruedas, prácticamente solo se requiere una cortina de baño.

Gráficos: macrovector / freepik.com

Las llaves o manijas del control del agua también deben tener una altura adecuada para la persona que está sentada, lo mismo los dispensadores de shampoo o jabón.

Hay muchos otros elementos que podemos mencionar, aquí se describieron los más importantes. Una recomendación muy sencilla para los propietarios

o colaboradores de un establecimiento de hospedaje que quieran poner en práctica las adaptaciones antes mencionadas, es sentarse en una silla de ruedas y desplazarse dentro del baño y la habitación para verificar las alturas, medidas ya mencionadas y que pueda realizar todas las actividades sin la ayuda de otra persona.

Una habitación adaptada puede darse en renta a cualquier huésped, con o sin discapacidad, por lo tanto, no se pierde el ingreso para el hotel. Sin embargo, un huésped que requiera una habitación adaptada no podrá ser tu cliente si no tienes el espacio adecuado.

Las personas con discapacidad también viajamos, somos un segmento rentable, déjanos ser tus clientes, son pocos los espacios en México que

Gráfico: pikisuperstar / freeepik.com

brindan esa opción. Así que, es más fácil ser fiel a un establecimiento que piensa en nosotros, que a uno que no es inclusivo.

*** Sismondi Esparza Flores,**
Director General de Viajes Chiapas DMC.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

El secreto mejor guardado de Japón

POR: ALEXIS BEARD*.

Una ciudad encantadora usualmente desapercibida por los turistas que visitan Japón, Nara es un destino impresionante. Fue la primera capital permanente de Japón y es uno de los lugares más importantes del país, tanto histórica como culturalmente.

Desde la arquitectura de sus barrios preservados hasta su riqueza en artes tradicionales, y desde sus artesanías y festivales hasta el esplendor de sus varios sitios declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, esta importancia histórica y cultural es evidente en toda la ciudad.

Un tesoro hotelero en esta increíble ciudad, JW Marriott Nara nos sumerge en la magia del destino. Con su bellísimo diseño inspirado el Nara – incluyendo detalles que nos remontan a los famosos ciervos de

esta ciudad – es una oda a Japón. Los ciervos que viven en el Parque Nara son animales salvajes que han sido designados tesoro natural de Japón. En el parque viven aproximadamente 1.300 ciervos. Estos ciervos no están domesticados, pero los visitantes pueden alimentarlos con galletas especiales para ciervos y es toda una experiencia interactuar con ellos.

AZEKURA es un restaurante que consta de tres rincones: teppanyaki, cocina kaiseki y sushi. En su ambiente inspirado en el estilo arquitectónico de un antiguo almacén de tesoros podemos disfrutar de maravillosos ingredientes importados desde diferentes rincones de Japón y las habilidades de chefs con más de 20 años de experiencia.

El teppanyaki en el hotel JW Marriott Nara es una oda a la alta gastronomía del país. En este hermoso espacio culinario tuve el placer de disfrutar del teppanyaki en su máxima expresión. Teppanyaki es

una combinación de sabores orientales y guarniciones occidentales. Y aunque el teppanyaki es un estilo de cocina, definitivamente es también un espectáculo. De hecho, es una combinación de técnicas de cocina japonesas antiguas y arte escénico moderno.

En AZEKURA también nos encontramos con maravilloso sushi. Los ingredientes locales frescos se sirven en el mostrador de sushi, lo que permite

que los deliciosos aromas nos inciten a degustar especialidades basadas exclusivamente en productos locales de temporada. Desde erizo y trucha, hasta anguila y calamar – cada platillo fue una obra de arte.

Un destino único en Japón y en el mundo, Nara es el reino de venados, templos y arte culinario – un portal al fascinante pasado de esta intrigante isla, donde una cultura centenaria nunca para de sorprendernos y seducirnos.

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

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

ANUNCIA • COMPARTE • COMUNICA • VENDE

LA AUDIENCIA MÁS INFLUYENTE DEL TURISMO Y LA INDUSTRIA DE REUNIONES ESTÁ EN:

Panorama Turístico

Genera nuevos negocios entre compradores calificados, que tienen en común la misma pasión.

CONTACTO

55 4510 1116 • gcontreras@panorama-turistico.com.mx