TURISMO E INDUSTRIA DE REUNIONES

Panorama Turístico

AÑO XXXIII. NO. 5. SEPTIEMBRE 2023.



VIAJES DE INCENTIVOS:

motivación y fidelización



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

Dedicamos este número a los viajes de incentivos. Como profesionales de la industria, ¿qué no debemos olvidar o pasar por alto?

En estas páginas te invitamos a la reflexión y a recapitular las buenas prácticas que son escalera al éxito. Sin olvidar, que nuestras empresas son entes vivientes en constante transformación y crecimiento, las cuales debemos nutrir con información actualizada y veraz.

En ese sentido, Panorama Turístico busca abrir el debate y construir una red de profesionales que sean un faro de ideas para la industria.

En esta edición contamos con plumas expertas que nos comparten perspectivas con las que podemos

coincidir, discernir o que sean inspiración para renovarnos y crear metodologías nuevas para implementar en nuestro campo de trabajo.

Gracias a todas las plumas que siembran en este número sus ideas y opiniones, a las personas que nos leen y al equipo editorial detrás de este especial.

¡Bienvenidos a Panorama Turístico!

Corina Ortega

Editora





VIVE TUS EVENTOS DE INCENTIVOS EN GUANAJUATO

CONSULTA MÁS INFORMACIÓN

GUANAJUATO.MX

GTO Grandeza de México

Guanajuato 200 Años de Grandeza

Guanajuato Vive Grandes Historias
Secretaría de Turismo

Panorama Turístico

AÑO XXXIII / NO. 5 / SEPTIEMBRE 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:
Norma Domínguez Herrera, David Díaz, Pamela Díaz, Francisco Cachafeiro, Mauricio Arévalo, Carla Ponce, Tess Núñez, Sonia Maíz, Sandra Reed, Jaime Rogel, Alexis y Melanie Beard, Darío Flota y Vero Moreno.

RAÚL MENDOZA WALDO †
Presidente Grupo Panorama

Fotografías: Freepik.es, Pexels.com.
Fotografía Portada: Polina Kovaleva / Pexels.com.

Anuncia tu producto o servicio en Panorama Turístico

• 55 4510 1116 •

gcontreras@
panorama-turistico.com.mx

Revista Panorama Turístico,
Año XXXIII, No. 5, SEPTIEMBRE 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

Editorial
01

Directorio
04

Creación y desarrollo de los viajes de incentivo
07

La relevancia de los viajes de incentivo
12

Sostenibilidad en los viajes de incentivo, tendencias y prácticas responsables
16

Un incentivo de lujo o pasarla de lujo en un incentivo
23

Creación de experiencias únicas y sostenibles en los viajes de incentivo
29

Israel: el escenario perfecto para turismo MICE
36

Viajes de Incentivo: adrenalina para tu organización
43

Viaje de Incentivo: NY, tenis, gastronomía y experiencias inolvidables

48

Por qué el golf es un producto ideal para el segmento de incentivos en México

55

Cruceros y Segmento MICE

59

84

Tesoros de México Capítulo Puebla celebró la Temporada del Chile en Nogada 2023

Los mejores hoteles para los viajes de incentivos

64

El Sueño Hotel + Spa te invita a dormir en los brazos de tu artista favorita

73

Turismo de Reuniones ¿Se necesitan más centros de convenciones?

92

MBTA celebró cinco años de trayectoria en la Industria de Reuniones

98

EPTUR congregó a 1500 agentes de viajes para conocer la oferta turística de otoño e invierno

102

El Turismo y los valores humanos

106











Imagen: freepik.com

Creación y desarrollo de los viajes de incentivo

POR: NORMA DOMÍNGEZ HERRERA*



Los viajes de incentivos son una de las inversiones más seguras y rentables para las empresas.

Realizar viajes de incentivo tiene como principal objetivo generar experiencias únicas que lleven a cada uno de los participantes del viaje a sentir esa distinción, el reconocimiento a su perseverancia y el logro de sus metas.

Genera un sentido de pertenencia y compromiso en quienes obtienen este reconocimiento tan especial. Además de ser un incentivo por su desempeño, crea lazos fuertes y un sentimiento de permanencia en la empresa.



Para la cadena de valor, el poder crear, desarrollar, construir y ejecutar un viaje de incentivos, es uno de los retos más anhelados en la industria.

La creatividad, innovación, experiencia y el cuidado de cada detalle, son clave para entregar experiencias únicas de vida que perduren en la memoria por siempre.

Para todos nosotros, los prestadores de servicios, el ser elegidos por nuestros clientes para ser parte de



estos viajes de incentivos es un privilegio, puesto que se consideran un reto profesional.

Generar experiencias únicas de vida, sentir que fuiste parte de esos logros y disfrutar de los resultados, alimenta el entusiasmo y la pasión por lo que hacemos.

Hacer un viaje de incentivo, crearlo, experimentarlo y vivirlo, es de las grandes recompensas de nuestra labor.



Norma Domíngez Herrera
ha trabajado en la industria de la hospitalidad por más de 30 años. Es directora regional de Ventas para Amstar DMC. Colabora activamente con Site Global y actualmente es la presidente de Site capítulo México.

ndomingu@amstardmc.com
9988456914

SIGUIENTE

ANTERIOR

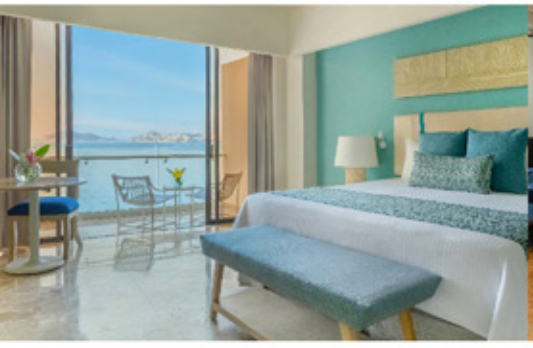
REGRESAR AL CONTENIDO

DREAMS®
Acapulco
RESORT & SPA



Haga que cada momento cuente.

Mejore sus reuniones con *Unlimited-Luxury®* donde todo está incluido.







Reserve al **55 5211 5590** o en *ventas@mapresa.com.mx*

INCLUSIVE COLLECTION

HYATT ZIVA® HYATT ZILARA® ZOETRY® SECRETS® breathless DREAMS® HYATT vivid ALUA® SUNSCAPE®

WORLD OF HYATT.

*Resorts are joining World of Hyatt in phases. Learn more at hyatt.com/new.



LA RELEVANCIA DE LOS VIAJES DE INCENTIVO

POR: DAVID DÍAZ*

Es probable que se piense que todos saben lo que es un viaje de incentivo, de donde nace y su impacto positivo, pero considerando que siempre habrá gente nueva en la industria es valioso poner atención a este segmento y explicar su relevancia.

Hay quienes a pesar de llevar años inmersos en el segmento todavía creen que los incentivos son leisure (turismo convencional) y por ende no son parte de la industria de reuniones.

Es por esto que quisiera comenzar compartiendo que este segmento se conoce como MICE y la "I" corresponde a Incentivos, en ese punto, se da por sentado que los incentivos son parte de la industria.

Además, comparando este segmento con el turismo convencional, los viajes de incentivo tienen un gasto per cápita hasta cinco veces mayor.

Los viajes de incentivo emanan de los corporativos, son utilizados para lograr un cambio en la actitud de las personas para lograr una meta específica que genera rentabilidad para la empresa.

La rentabilidad se obtiene de un incremento en productividad, lo más conocido es en ventas y de ese

incremento se paga el viaje. De ese modo, el viaje no solo tiene un presupuesto considerable, sino que además es autofinanciable.

Los destinos buscan la atracción de estos grupos que llegan en temporada baja (otra diferencia con leisure) con una derrama económica que impulsa la economía de la localidad y que no necesariamente requiere de grandes hoteles, pero si eventos especiales, restaurantes, tours, talleres.



Lo que los destinos necesitan son una serie de experiencias que logren originar una motivación en el participante y generar un valor alto de acuerdo al nivel socioeconómico y cultural del grupo.

Finalmente, para poder tener estas experiencias en los destinos es fundamental que existan DMC´s y proveeduría capacitada para atender este segmento que demanda servicios especializados, una proveeduría local que trabaje en conjunto para lograr que el destino se convierta en la experiencia de destino que el incentive planner busca ofrecer a sus clientes.



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

Sostenibilidad en los viajes de incentivo, **tendencias** y **prácticas** responsables

POR: PAMELA DÍAZ*



En un mundo cada vez más consciente del impacto ambiental, las empresas están adoptando prácticas sostenibles en todas las áreas de sus operaciones, incluidos los viajes de incentivo.

Las tendencias de sostenibilidad están influyendo en la planificación y ejecución de los viajes de incentivo, permitiendo a las empresas no solo recompensar a sus equipos de trabajo, sino también a hacerlo de manera responsable con el medio ambiente.

Tendencias actuales

1. **Elección de destinos responsables:** las empresas están optando por destinos que tienen un compromiso con la sostenibilidad, como aquellos con programas de conservación, prácticas de turismo responsable y esfuerzos para reducir la huella de carbono.

Será importante que los incentive planners generemos alianzas en destinos que cumplan con dichas características.

2. **Alojamiento sostenible:** los hoteles y resorts que siguen prácticas sostenibles, como la gestión



eficiente de energía, el uso responsable del agua y la reducción de residuos plásticos, se están convirtiendo en opciones preferidas por los viajes de incentivo.

Por tanto, habrá que identificar aquellos hoteles con certificados y distintivos oficiales que avalen sus prácticas sostenibles.

3 **Actividades y experiencias ecológicas:** las empresas están incorporando actividades en sus itinerarios que permiten a los participantes interactuar con la naturaleza de manera responsable, como excursiones de senderismo, voluntariado en proyectos de conservación y experiencias culturales auténticas.

Afortunadamente, México tiene mucha riqueza cultural y proyectos locales en más de un destino, la tarea es descubrir este tipo de experiencias en otros puntos geográficos.

Prácticas responsables

1. **Minimización de la huella de carbono:** esto puede consistir en seleccionar proveedores locales o integrar alguna actividad de reforestación.

2. **Consumo consciente:** anima a las empresas a reducir el desperdicio y el consumo excesivo durante el viaje, alentando prácticas como la reutilización de botellas de agua y la minimización de envases de un solo uso.

3. **Apoyo a la comunidad local:** se debe buscar integrar actividades con los pueblos originarios de los destinos, contratar guías locales, incentivar las compras en los negocios de la zona y apoyar proyectos sociales.

Como ves, incluir la sostenibilidad en los viajes de incentivo implica darle un valor agregado a las experiencias. No solo es una tendencia, sino también

una responsabilidad para contribuir al bienestar del planeta y de las futuras generaciones.



Pamela Díaz, Licenciada en Ciencias de la Comunicación, directora de Comunicación y Marketing Digital en Procesa Group. Storyteller en acción.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

LA MORADA
HOTEL
San Miguel de Allende, Gto.



Habita el corazón de SAN miguel de ALLENDE

www.lamoradahotel.com/

La Morada Hotel

info@lamoradahotel.com

415 152 1647

415 156 7374

Correo 10, Centro 37700 San Miguel de Allende, México

UN INCENTIVO DE LUJO O PASARLA DE LUJO EN UN INCENTIVO

POR: FRANCISCO CACHAFEIRO*

Cuando el cliente nos solicita un evento de incentivo para invitar a sus mejores vendedores o promotores de sus productos, siempre quiere un evento de lujo con la mejor experiencia de viaje posible.



El principal objetivo de un viaje de incentivo es motivar a los trabajadores, promotores o vendedores a que sean más rentables en una empresa y gracias a eso lograr ser parte del grupo selecto de la empresa que tiene acceso al beneficio de participar en un viaje de incentivo.

Un día en un viaje del WMF, en Madrid, escuché a un hotelero platicar del concepto de lujo o pasarla de lujo como dicen los españoles y la verdad es que puede parecer lo mismo, pero su significado es completamente diferente.

¿Cuál es la diferencia entre uno y otro?

El cliente tiene en la cabeza que un evento de lujo es un evento en un hotel reconocido muy caro que sea enorme con muchas actividades, centros de consumo para aventar para arriba, grandes albercas, shows nocturnos, etc.

Se me vienen a la cabeza un sinfín de hoteles con esas características, pero eso puede ser un hotel de lujo,

pero no significa que la vas a pasar de lujo, y eso es lo que quiere el consumidor final en un viaje de incentivo. A continuación algunas comparaciones:

Prefieres que tu habitación esté a 20 minutos de cualquier punto de entretenimiento del hotel o que se encuentre a solo cinco minutos dentro del mismo complejo caminando sin calor y sin tener que recorrer largas distancias.

Qué te parecería un hotel enorme con centros de consumo que no tienen la capacidad para atender su número de



habitaciones y que eso provoque hacer fila o que nunca haya espacio en sus centros de especialidades.

Por otra parte, tenemos un hotel boutique con pocos centros de consumo pero con buen espacio y con comida selecta.

Les gustaría tener kilómetros de albercas a 23 °C o tener albercas pequeñas a 30 °C, climatizadas y perfectas para disfrutar a cualquier hora del día.

Elegirían un hotel todo incluido donde solo se aprovecha una parte del paquete, ya que en el incentivo normalmente el 50% del tiempo se disfruta del destino y no del hotel o un paquete sin alimentos que permita invertir más recursos en actividades fuera del complejo hotelero.

Lo anterior, son algunas reflexiones para ayudarnos a entender la responsabilidad del Meeting Planner y cómo identificar las necesidades del cliente, cuál es el propósito del evento, las principales actividades que van a hacer en



el programa de incentivo, el perfil del asistente en cuanto a sexo, edad, giro comercial de la empresa, etc.

Con ese mapa descriptivo sobre el perfil del evento, podemos identificar el mejor destino y hotel para que los asistentes vivan una experiencia de lujo llena de emociones y de momentos inolvidables.

El costo de un producto no es significado de lujo. Pasarla de lujo es encontrar un lugar cómodo con espacios

calculados conforme al número de habitaciones y que se cuente con una variedad de alimentos de buena calidad.

En resumen, nada debe fallar, las albercas tienen que estar climatizadas, deber haber camastros disponibles con una sombrilla, la limpieza de las habitaciones tiene que ser antes de las 13:00, la capacitación del personal es importante y el sentido de pertenencia a la marca.

Cuando pienses en organizar un viaje de incentivo, piensa si quieres hacerlo en un hotel de lujo o quieres que los asistentes la pasen de lujo.



Francisco Cachafeiro,
socio fundador de Corad
Meeting Planner.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO



CREACIÓN DE EXPERIENCIAS ÚNICAS Y SOSTENIBLES EN LOS VIAJES DE INCENTIVO

POR: MAURICIO ARÉVALO*

En la actualidad, los viajes de incentivo se han transformado y ahora la búsqueda de experiencias significativas y sostenibles se ha convertido en una prioridad para las empresas organizadoras pero sobre todo para sus clientes corporativos.

Costa Rica se destaca como un ejemplo de excelencia en el área de la sostenibilidad. En este artículo explicaremos la importancia de la especialización de los proveedores de servicios como clave para la creación de experiencias únicas que visibilicen verdaderas prácticas de sostenibilidad.

Costa Rica, destino verde

Ha ganado renombre mundial por su compromiso con la sostenibilidad y la biodiversidad. Ese enfoque no se



limita solo a la preservación de su entorno natural, sino que se extiende a la industria de viajes de incentivo y el turismo de nicho.

El país ha comprendido que el viaje de incentivo moderno ya no se trata solamente de un alojamiento lujoso y actividades recreativas estándar; se trata de sumergirse en la cultura local y contribuir al bienestar del entorno y la comunidad que se visita.

La especialización es un pilar fundamental

Una de las claves para el éxito de los viajes de incentivo en Costa Rica es la especialización de los proveedores de servicio.

Empresas de transporte, guías de turismo y agencias gestoras del destino (DMC) han perfeccionado su conocimiento y enfocan su producto y experiencias hacia la sostenibilidad y la autenticidad. Esto se traduce en experiencias personalizadas que van más allá de las expectativas ordinarias.

Beneficios de la especialización

1 **Conocimiento local profundo:** los proveedores especializados tienen un conocimiento profundo de la cultura, geografía del destino, flora y fauna locales.

Esto les permite diseñar programas únicos que conectan a los participantes con el entorno inmediato de manera auténtica.

2 **Sostenibilidad integrada:** la sostenibilidad es un principio fundamental en la planificación de viajes de incentivo en Costa Rica. Los proveedores especializados con certificación CST garantizan que cada actividad, proveedor de servicios y alojamiento cumpla con estándares ambientales y de sustentabilidad rigurosos.

3 **Experiencias memorables:** la especialización se traduce en la capacidad de crear experiencias memorables y personalizadas que van más allá de lo convencional, desde una orquesta filarmónica en medio de

GRÁFICOS E ÍCONOS: Freepik.com



la playa selvática hasta encuentros con comunidades locales, como parte de la responsabilidad social empresarial.

Conclusiones

Los viajes de incentivo que ofrecemos en Costa Rica son mucho más que unas simples vacaciones de lujo. Son una oportunidad para conectar a los ganadores y sus acompañantes con la naturaleza, la cultura y la sostenibilidad de una manera única y personal.

La especialización de los proveedores de servicios y la certificación de sostenibilidad CST es el pilar fundamental que permite crear experiencias únicas y significativas que reflejan los principios de sustentabilidad que Costa Rica abraza con pasión.

Al elegir proveedores especializados, las empresas pueden garantizar que sus viajes de incentivo no solo sean inolvidables, sino que también contribuyan al bienestar de la sociedad y el medio ambiente local.

Costa Rica se levanta como una luz de esperanza en la industria de viajes de incentivo, demostrando que es posible fusionar la especialización, la sostenibilidad y la autenticidad para ofrecer experiencias verdaderamente únicas y transformadoras.



Mauricio Arévalo, CITP, DMCP, Presidente Costa Rica DMC Inc.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

Procesa

EVENT MANAGEMENT AND INCENTIVES

ALWAYS TRAVELING







Promovemos y operamos de manera experta los programas y viajes de incentivo, logrando que todos los aspectos de los mismos sean coherentes y vinculados con los objetivos del programa.

Servicios:

- Diseño, planeación y ejecución del viaje
- Diseño de experiencias que generan engagement
- Campaña de comunicación interna
- Generación de estrategias para le medición del ROI



Oaxaca



New York



Toledo

Necesitas un viaje incentivo si lo que quieres es:

- Mejorar el rendimiento de tus empleado
- Motivar a tus empleados
- Fortalecer las relaciones comerciales
- Fidelizar a tus clientes
- Incrementar las ventas
- Retener y atraer talento

ISRAEL:

EL ESCENARIO PERFECTO PARA TURISMO MICE

POR: ANA CARLA PONCE*



Si estás buscando un destino único y emocionante para tu próximo viaje de incentivos o evento corporativo, no busques más allá de Israel. Este país, con su rica historia, paisajes asombrosos y una mezcla única de cultura antigua y moderna, ofrece un entorno ideal para reuniones inolvidables y experiencias de grupo.

Israel se ha convertido en uno de los destinos favoritos para los viajes de incentivos y eventos MICE. ¿Por qué? Aquí hay algunas razones convincentes:

1. **Una Riqueza de Opciones de Alojamiento de Lujo:** Israel cuenta con una amplia gama de hoteles de alta calidad y resorts que son ideales para albergar grupos de cualquier tamaño. Desde modernos hoteles en Tel Aviv hasta resorts de lujo en el Mar Muerto, hay opciones para satisfacer todas las necesidades y preferencias.

2. **Escenarios Impresionantes:** Desde el desierto del Negev hasta las montañas de Galilea y las playas del Mar Mediterráneo, Israel ofrece una variedad de paisajes que pueden servir como telón de fondo para tus eventos. Imagina un cóctel en la terraza con vistas a Jerusalén o una cena en un restaurante flotante en el Mar de Galilea.

3. **Historia y Cultura Fascinantes:** Israel es una tierra de historia bíblica y una rica diversidad cultural.



Organizar visitas guiadas a sitios históricos como Jerusalén, Belén y Masada, permite que tus invitados se sumerjan en la cultura local a través de experiencias culinarias y artísticas.

4 **Actividades y Aventuras Únicas:** Desde paseos en camello por el desierto hasta excursiones de buceo en Eilat, Israel ofrece una amplia gama de actividades emocionantes y únicas para agregar un toque especial a tu evento.

5 **Infraestructura Moderna:** Israel cuenta con una infraestructura moderna, excelentes servicios de transporte y un entorno empresarial amigable, lo que facilita la organización y la logística de eventos.

6 **Soporte Profesional:** Numerosas empresas de organización de eventos en Israel cuentan con experiencia en la planificación y ejecución de viajes de incentivos y grupos MICE, asegurando que tu evento sea un éxito sin complicaciones.

7 **Diversidad Gastronómica:** De los platos tradicionales de la cocina israelí a las opciones internacionales de alta calidad, la gastronomía de Israel



es una delicia para los amantes de la comida. Organiza cenas en restaurantes locales o degustaciones de vinos en las regiones vinícolas de Israel.

8 **Posibilidades de Extensión:** Con su ubicación estratégica, Israel ofrece oportunidades de extender tu viaje para explorar otros destinos cercanos, como Egipto o Jordania.



Descubre el Encanto de Israel para tu Próximo Evento MICE

Israel es un destino que cautiva, inspira y sorprende a quienes lo visitan. Si buscas un lugar excepcional para tu próximo viaje de incentivos o evento MICE, considera a Israel como tu destino. Con su combinación única de historia, cultura, belleza natural y comodidades modernas, garantizamos que tus invitados tendrán una experiencia inolvidable.

Contacta a nuestros expertos en eventos y descubre cómo podemos ayudarte a planificar el viaje de incentivos o evento MICE perfecto en Israel. ¡Esperamos verte pronto en la Tierra Santa!



Ana Carla Ponce de León Leñero es una experta en la industria turística y fundadora de Link by CPS, agencia de representación turística que se ha convertido en el rostro de Nazarene Tours de Israel. Bajo su liderazgo, Link by CPS ha desempeñado un papel fundamental en la promoción y el éxito de Nazarene Tours.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO


ACTIVACIONES • STANDS • EXPOS FERIAS Y CONVENCIONES
MEETING PLANNER • ART & CREATIVITY • EVENT MKT
INTERACTIVE MKT • EXPERIENTIAL MKT • STREET MKT • SPORT MKT
Actnow!
Digital Meeting Planner & Enjoy the Experience
Las experiencias de marca desde una expo, ferias comerciales y patrocinios a experiencias de realidad vistual o aumentada, inteligenciaa artificial son parte esencial de la mezcla de marketing.
1 de cada 3 directores de marketing espera gastar el 50% de su presupuesto en Experiencias, según una nueva investigación de Freeman.
CONECTA CON ACTNOW!
MPI MEXICO CHAPTER
ISO 9001: 2008 SISTEMA CERTIFICADO
AMAPRO
ESR EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE
GREAT PLACE TO WORK
EXPANSION SUPER EMPRESAS 2022

VIAJES DE INCENTIVO:

ADRENALINA PARA TU ORGANIZACIÓN

POR: TESS NUÑEZ.

Septiembre es la víspera de un gran evento deportivo en la Ciudad de México: la Fórmula 1, una carrera que cada vez va ganando más interés



en el público y con el paso del tiempo ha impactado nuestra conducta, elevándonos de simples espectadores a querer formar parte de la acción, salir en la foto y estar en la conversación.

La experiencia genera emociones, ya no solo en quienes están al volante sorteando las curvas a toda velocidad, sino también en las personas que tienen su atención puesta en la pista esperando la vuelta 71, detonando su pasión más allá de su asiento ¡Adrenalina pura!

En el deporte como en las organizaciones, cuando nos sentimos identificados con un piloto, un equipo y una meta, nuestra entrega se desenfrena y si se incluye en la ecuación un elemento que te lleve a dar "todo por el todo" y romper tus propios paradigmas, el resultado trasciende.

Más allá de tener un buen trabajo bien remunerado en una empresa sana, lo más preciado que puede hacer una organización por sus empleados, es valorar su desempeño excepcional a través de un incentivo aspiracional.



Al igual que la Fórmula 1, los viajes de incentivo han ganado terreno como herramientas de motivación y fidelización organizacional. Son consistentes en una experiencia de viaje diseñada para el colaborador, la cual lo sitúa en un ambiente inesperado para disfrutar de los logros en su trabajo.

Otros beneficios es que aumenta su moral y positivismo para atreverse a cambiar patrones habituales de

conducta que lo saquen de su zona de confort y le permita abrazar nuevos retos como oportunidades de desarrollo personal y profesional.

Experiencias atractivas y emocionantes, vacaciones en destinos exóticos, estadías en resorts de lujo, actividades emocionantes, cenas elegantes, eso y más es lo que ofrecen los viajes de incentivo.



Su impacto será visible en el desempeño de los colaboradores, aumento de ventas, retención de empleados talentosos, la mejora del rendimiento y en la creación de una cultura de trabajo positiva.

La planeación y ejecución de viajes de incentivo a menudo se lleva a cabo por empresas especializadas en la organización de eventos profesionales como viajes corporativos. Permítenos encargarnos de todos los detalles, desde la selección del destino, la logística del viaje hasta la medición del impacto entre tus invitados, asegurando en el diseño de la experiencia el elemento clave: ¡Adrenalina pura!



Tess Nuñez, ejecutiva MICE México.
Viajes El Corte Inglés

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

VIAJE DE INCENTIVO: NY, TENIS, GASTRONOMÍA Y EXPERIENCIAS INOLVIDABLES

POR: SONIA MAÍZ*



Los viajes de incentivos han tomado gran popularidad en los últimos tiempos, tanto que hoy en día, somos una gran cantidad de empresas dedicadas a este rubro en México y en el mundo.

Esto se debe a varias razones, entre otras que la inversión en estos viajes es totalmente deducible de impuestos, produce experiencias inolvidables y de acuerdo con varios sondeos, sabemos que los colaboradores, sobre todo los jóvenes, aprecian más las experiencias que los premios materiales.

Las empresas buscan motivar y recompensar a sus colaboradores que han alcanzado resultados sobresalientes, los premian con un viaje diferente, a un lugar deseado, lujoso, único, exclusivo y en donde sucedan actividades muy especiales, deportivas, gastronómicas o culturales.

Lo anterior también genera que los compañeros quieran conseguir buenos resultados y ser parte de los

programas de incentivos que se ofrecen una vez que se logran las metas de trabajo.

Ese tipo de incentivos hace que los colaboradores se sientan reconocidos, que su labor no parezca rutinaria y que los esfuerzos sean recompensados.

Veamos un ejemplo de un viaje de incentivo a Nueva York para asistir al Abierto de Tenis que se juega en Flushing Meadows en Queens.

Es un viaje de cinco días, saliendo de la Ciudad de México un miércoles por la mañana para poder empezar nuestras actividades por la tarde de ese mismo día, después tenemos jueves, viernes y sábado completos y todavía la mañana del domingo antes de volar de regreso a México.

Nos hospedaremos en un hotel de Manhattan y después de descansar un poco iremos a cenar a The View Lounge un restaurante giratorio con una vista espectacular.



Al día siguiente haremos un city tour y comenzaremos en Central Park, el itinerario incluirá la Catedral de San Patricio, Rockefeller Center, después iremos al sur de la isla para hacer un tour en helicóptero para ver a la ciudad de los rascacielos desde el aire.

Por la tarde visitaremos Broadway para comer en el famoso Restaurante Gallagher's y probar exquisitos cortes de carne. Al terminar saldremos con rumbo a Brooklyn, para conocer el famoso puente, cruzarlo a pie y conocer la zona de Wall Street.

Regresaremos a Broadway para ver alguna de las famosas obras musicales y concluir con una cena italiana en el famoso Restaurante Carmine's.

Al día siguiente visitaremos Flushing Meadows para asistir al US Open uno de los cuatro torneos de Gran Slam en el mundo y disfrutar de un día de tenis del más alto nivel.

Después de un descanso iremos a cenar a Tribeca's Grill propiedad del famoso actor Robert de Niro que se localiza en el centro de Downtown Manhattan.

El sábado daremos un paseo en bicicleta por Central Park, al mediodía haremos un picnic en el parque y



después iremos a The Top of The Rock, un mirador que permite apreciar la urbe desde las alturas. El día cerrará con una cena Cajun en The Birdland, uno de los lugares más famosos del mundo para escuchar jazz.

El último día de nuestro viaje haremos un tour que iniciará en la Catedral de St. John el Divino, después iremos a Harlem para asistir a una misa con cantos en

vivo de Gospel. La comida será en el famoso Sylvia's para degustar los sabores sureños y la tradicional Soul Food (comida del alma).

Los viajes de incentivo aumentan la productividad, hacen crecer la fidelidad hacia la empresa y que luzca líder. Aumenta la satisfacción laboral y que gente de fuera quiera trabajar en ella. Sin olvidar que son deducibles de impuestos.

Como pueden ver el tenis es solo un pretexto para hacer un viaje inolvidable, lleno de detalles y experiencias.



Sonia Maíz, directora general Grupos, Convenciones y Viajes de Incentivos. Ex Presidenta de AFEET y primera presidenta de la Asociación Metropolitana de Agencias de Viajes.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO



Por qué El Golf es un producto ideal para el segmento de incentivos en México

POR: SANDRA REED*

Los viajes de incentivo son una herramienta que estimula a los empleados, por ese motivo, los empresarios quieren proporcionar una experiencia que sus colaboradores normalmente no hacen por su cuenta.

El golf es un deporte que atrae a una amplia gama de personas de diferentes edades y género, tan sólo en Estados Unidos atrajo a 500 mil nuevos golfistas en 2019.

Es un deporte que se juega al aire libre en un entorno natural y saludable que se adapta a todas las personas interesadas, ya sean golfistas de mucha experiencia o principiantes.

Por su parte, los programas de incentivos además de ser una experiencia divertida y memorable para un grupo diverso de participantes, debe incluir el componente que permita construir relaciones.

En ese sentido, el golf es un juego social que fomenta la interacción y permite el networking sin esfuerzo.

Como parte del itinerario, se pueden organizar actividades para golfistas de todos los niveles, lo que permite establecer metas alineadas con el crecimiento personal y con el networking. Esa es la base de los programas de incentivos.

México tiene destinos de renombre internacional que ofrecen experiencias de golf, ya sea en campos



de campeonato mundial hasta campos con varias opciones de longitud que se adaptan a los golfistas principiantes.

Cabe destacar, que hay arquitectos de renombre que han diseñado campos de golf con impresionantes

telones de fondo, como vistas al Pacífico, al océano, los manglares del Caribe o belleza del desierto de Baja California. Todas las regiones ofrecen campos de golf famosos y desafiantes.

Como practicante de ese deporte, agregaré, los golfistas recuerdan dónde estaban jugando cuando hicieron un gran tiro de golf y sus invitados se irán a casa presumiendo esa experiencia memorable.

México tiene la infraestructura para promover el golf, ofrece un clima agradable durante todo el año, posee cultura y una deliciosa gastronomía, factores que convierten a los destinos en un elegible para un viaje de incentivos y golf.



Sandra Reed
Directora – Golf Américas.

SIGUIENTE
ANTERIOR
REGRESAR AL CONTENIDO



CRUCEROS Y SEGMENTO MICE

POR: JAIME ROGEL*

En los últimos años el segmento de reuniones ha encontrado en los viajes por crucero una excelente alternativa para lograr una fórmula eficiente y efectiva.

Debemos recordar que los diversos tipos de embarcaciones van desde barcos fluviales hasta grandes barcos oceánicos de gran tonelaje, lo que permite eventos que pueden ser desde 20 hasta 3000 personas.

Las embarcaciones cuentan con auditorios y salones para sesionar con la más alta tecnología audiovisual, soporte técnico y humano para resolver cualquier necesidad a bordo.

La posibilidad de tener una audiencia cautivada en un resort multi destino, conociendo en un solo viaje múltiples ciudades y lugares de interés es una modalidad de viaje única, que de cualquier otra forma sería imposible.



Los cruceros son viajes inspiracionales, pero aunado a todas las amenidades y servicios a bordo, se

vuelven experiencias que motivan a todas las personas sin importar sus gustos o preferencias.



Además, se incluyen programas perfectamente diseñados con conferencias, mesas de trabajo, premiaciones, cenas de gala y un sin fin de actividades a bordo de barcos con la capacidad de adecuarse al tamaño de cualquier evento.

J&E Cruceristas ha logrado una experiencia con más de treinta años, consolidando relaciones comerciales con operadores en destino.



Esa trayectoria nos permite ofrecer de manera paralela servicios de pre y post crucero o bien ayudar a nuestros clientes a dar solución a todas las necesidades.

Además de la estancia en el barco, no podemos olvidar los traslados grupales en tierra, alojamiento y excursiones privadas en español de los puntos que tocan los cruceros.

Desde Alaska hasta la Patagonia, el Báltico o el Mediterráneo, sin importar el itinerario, podemos complementar y hacer un evento memorable para cualquier casa de incentivos que busque un apoyo profesional y con experiencia.



Jaime Rogel, Director Comercial de J&E Cruceristas, tiene más de treinta años de experiencia y una gran pasión por los cruceros. Su trayectoria ha sido una travesía que lo ha llevado a perfeccionar su conocimiento en esta gran industria.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO


WMF
REIMAGINE
Meetings
2023
WMF SUMMIT BAJA CALIFORNIA
21 AL 24 FEBRERO
WMF SUMMIT GUANAJUATO
17 AL 20 ABRIL
WMF CEO SUMMIT MONTERREY
2 AL 5 MAYO
WMF STUDY MISSION EUROPE MADRID
18 AL 21 MAYO
WMF SUMMIT BARRANQUILLA
5 AL 8 JUNIO
WMF SUMMIT SAN LUIS CAPITAL
26 AL 29 JULIO
WMF BUSINESS & PARTNERS COSTA RICA
7 AL 10 AGOSTO
WMF SUMMIT PUEBLA
21 AL 24 AGOSTO
WMF LOS CABOS LUXURY EDITION
1 AL 4 OCTUBRE
WMF GLOBAL CARIBE MEXICANO
6 AL 9 NOVIEMBRE
WMF SUMMIT HERMOSILLO
23 AL 26 NOVIEMBRE
WMF CONNECTIONS CULIACÁN
4 AL 7 DICIEMBRE
Más INFO
HOSTED BUYER
+52 1 55 2653 6322
claudia.hernandezg@wmforum.org
TABLE TOP
+52 1 55 4347 3315
lucero.lopezi@wmforum.org
WWW.WMFORUM.ORG
WorldMeetingsForum
@worldmeetingsfo
@worldmeetingsfo
world-meetings-forum
WorldMeetingsForum

Los mejores hoteles para los Viajes de incentivos

POR: ALEXIS Y MELANIE BEARD*



La motivación y felicidad de todos los elementos que conforman una empresa son claves para el éxito de la misma y los viajes de incentivo son la oportunidad perfecta para fomentar e incentivar un ambiente de respeto, amistad y pasión por metas en conjunto.

El mundo de la hotelería de lujo ha tomado en cuenta la importancia de estas experiencias corporativas al crear espacios que ponen en alto la convivencia. Estos son los mejores hoteles para llevar a cabo los viajes de incentivo en 2023:

Stein Eriksen Lodge, Deer Valley

Su nombre rinde homenaje al campeón mundial y pionero del esquí, Stein Eriksen, así que el hotel tiene actividades invernales diseñadas con los más altos estándares de calidad para satisfacer a grupos de aventureros de todos los niveles.

Deer Valley, en Utah, es uno de los lugares más fascinantes de los Estados Unidos al ofrecer experiencias de nieve y Stein Eriksen Lodge es considerado el mejor hotel cinco estrellas a nivel mundial.

Bello y personalizado, el lodge siempre recibe a sus huéspedes como si estuvieran regresando a casa.
El destino navideño nos transporta a un mundo

de ensueño, donde cada instante está repleto de celebración, convivencia y magia.

Sofitel Santa Clara, Cartagena

El hotel más icónico de todo Colombia, Sofitel Santa Clara es un espacio de lujo y sofisticación donde la magia de los trópicos y el Caribe se entrelaza con las leyendas y el romanticismo de la historia colonial de Cartagena.



Experiencias que giran en torno a la música, la gastronomía y el célebre café colombiano tornan al hotel en un escenario de vivencias codiciadas.

Su restaurante de nombre “1621” fue el antiguo comedor de las monjas Clarisas, el lugar tiene una atrevida y moderna decoración que contrasta con la arquitectura colonial que data de 1621.

El hermoso candelabro que cuelga en medio de la sala fue diseñado por Luz Ángela Lizarazo y Marina Valencia, especialmente para el hotel.

Ritz-Carlton, Okinawa

El hotel es un edén sensorial, un espacio de aventura y relajación. Se encuentra en uno de los destinos vacacionales más populares de Japón, la isla de Okinawa.

Las mañanas comienzan con una divertida jugada de golf, en el Kanehide Kise Country Club y las tardes se saborean con una indulgente ceremonia del té.



Las hermosas playas de agua turquesa ofrecen esnórquel, buceo, kayak y pesca. Yanbaru es un bosque famoso para practicar senderismo y relajarse bajo su ambiente sereno.

Proper Hotel San Francisco

En el alma de San Francisco vemos la combinación de un charm histórico y un ambiente contemporáneo fascinante.

Dentro de ese vibrante lienzo urbano, el San Francisco Proper Hotel brilla con luz propia. Es miembro de Design

Hotels y estratégicamente se ubica en el corazón del Mid-Market District, un oasis de lujo citadino.

La experiencia culinaria en Villon, el restaurante emblemático del hotel, es un pasaje a la elevación gastronómica. Bajo la tutela del aclamado Chef Jason Fox, Villon se convierte en un santuario de ingredientes exquisitos y presentaciones elegantes. El menú celebra el arte de la cocina y redefine la experiencia culinaria.



Suiran, a Luxury Collection Hotel, Kyoto

Durante la Restauración Meiji fue una residencia de verano, ahora transporta a sus huéspedes a tiempos pasados mientras abraza el Japón contemporáneo.

Se ubica en Arashiyama, al noroeste de Kioto, sitio famoso por su bosque de bambú y patrimonio cultural. En el restaurante Kyo-Suiran se sirve una deliciosa cocina washoku con un toque francés. La base son ingredientes locales de primera calidad que se integran a toda la propuesta gourmet.



Los huéspedes disfrutan de las amenidades del hotel y los sabores de su cocina, mientras se maravillan con la vista panorámica hacia las verdes colinas y el sinuoso río de Arashiyama.

Grand Velas Los Cabos

Con sus más de 300 suites con espectaculares vistas y servicio personalizado de excelencia, el resort es una promesa vacacional para disfrutar los atractivos de Los Cabos.

Los Cabos es un destino de lujo, sol y arena que pone en alto el nombre de México y sus bellas playas.

En sus paisajes se cruzan postales de dunas y mar. Grand Velas Los Cabos ofrece lujo, comodidad y variados restaurantes que han ganado premios y reconocimiento internacional.

Los sabores de su cocina van desde el arte culinario francés hasta la elaborada cocina molecular y los



sabrosos platillos de la gastronomía mexicana. Los diversos restaurantes del hotel transportan al comensal a diferentes países, destinos y culturas del mundo.

Alexis y Melanie Beard, ambas cofundadoras y vicepresidentas de Marcas de Lujo Asociadas.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

el sueño
HOTEL + SPA

TE INVITA A DORMIR EN LOS BRAZOS DE TU ARTISTA FAVORITA



Héctor Fernández de Lara, director general y fundador de El Sueño Hotel + Spa nos cuenta en entrevista exclusiva para Panorama Turístico cómo nace el concepto de las soñadoras y su conjugación con la hotelería boutique.

Después de 20 años El Sueño Hotel + Spa se ha convertido en un clásico, es una casona del siglo XVIII que tiene como anfitrionas a Frida Kahlo, Remedios Varo, Tina Modotti, Toña "La Negra" o Leonora Carrington, mujeres que se hacen presentes en frases, imágenes, platillos, colores y se apoderan de la imaginación.

¿Por qué elegiste a Puebla para materializar la idea?

El sueño surgió hace 20 años y en ese momento la oferta hotelera en Puebla no tenía el nicho de hotelería boutique. El centro histórico de Puebla es uno de los más grandes de América Latina y hay muchas casonas abandonadas.

Mi labor ha sido traer la hotelería boutique a Puebla y recuperar construcciones antiguas, de hecho, El Sueño es una casona del siglo XVIII.



El Sueño fue concebido con una energía muy femenina, cuéntanos cómo nació el concepto:

Puebla fue una ciudad soñada durante el virreinato y existía un pretexto fundacional, si un miembro de la iglesia o del gobierno soñaba con un ángel o una virgen, eso ya era motivo para mandar a construir un convento, capilla o iglesia.

Ese es el caso de Puebla, el obispo de Tlaxcala tuvo un sueño donde se le señaló que tenía que fundar una ciudad y al día siguiente partieron a ver el terreno, dijeron 'aquí es' y fundaron Puebla.

Yo tengo influencias de mujeres artistas, literatas y me pareció que el arte de soñar se podía mezclar perfecto con todas esas mujeres, de las cuales me gusta rodearme y fue una manera de traerlas al presente.



¿Cuál es la experiencia que El Sueño ofrece a los huéspedes?

Todas las anfitrionas del hotel le han dado carácter al espacio, tenemos desayunos que ellas tomaban, tratamientos de belleza y masajes que pedían. Ellas fueron dirigiéndome hasta llegar a lo que hoy tenemos y el sueño no se acaba, siempre hay más cosas.

Es un hotel exclusivo para adultos, tenemos 20 habitaciones adaptadas a la arquitectura de la casa,



nuestra principal oferta es el hospedaje y somos Pet friendly.

Ninguna habitación es igual ¡Todo cambia! Los colores, el diseño, los muebles, ya que la personalidad y los gustos de cada anfitriona son únicos y tratamos de reflejar eso para los huéspedes se conecten con su artista favorita.

Tenemos servicio de spa con tres cabinas, una de ellas para parejas; contamos con Temazcal y más de 20 tratamientos de belleza y salud.

Las amenidades del hotel también se enfocan en las necesidades de las parejas y junto a la decoración y atmósfera somos parte de la oferta de turismo romance que tiene Puebla.



Nuestra propuesta gastronómica está basada en una cocina poblana mexicana y tenemos unas vueltas de cara a la cocina internacional para atender a nuestros clientes extranjeros. Siempre buscamos ingredientes de la temporada y consumimos productos locales.

¿Qué ofrecen al turismo de reuniones?

Entre semana recibimos gente de negocios que quiere tomar un tipo de experiencia diferente al estar

cansado del hotel business, así que tenemos cenas bajo ese ambiente romántico para grupos pequeños y para parejas.

Recibimos grupos de máximo 60 personas porque nuestros espacios son reducidos e íntimos y eso nos permite cuidar mucho más los detalles.

Hemos recibido grupos empresariales que buscan un espacio diferente para sesionar y después disfrutar





Las 20 suites de la propiedad cuentan con una temática especialmente femenina, ya que rinden homenaje a mujeres soñadoras que trascendieron en la historia a nivel mundial, ellas son Dolores del Río, Frida Kahlo, Tina Modotti, Antonieta Rivas, Remedios Varo, Nahui Hollín, Alfonsina Storni, Sor Juan Inés de la Cruz, Viridiana, Isadora Duncan, Maria Izquierdo, Miroslava, Tamara de Lempicka, Lucha Reyes, “La Güera” Rodríguez, Catalina de San Juan, La Malinche, Alma Reed, Toña “La Negra” y Leonora Carrington

de la alberca o de alguno de los tratamientos que se ofrecen en el spa. Somos un espacio en el gusto de los clientes que se enfocan en los detalles.

¿Cuál es el reto de la hotelería boutique en Puebla?

Me encanta que el rubro haya crecido significativamente, hace 20 años la gente no entendía muy bien el concepto de hotelería boutique. Hoy está más identificado y ha crecido el grado de exigencia.

No podemos dejar de mencionar que se abren espacios pequeños que no cumplen con los estándares de calidad, entonces uno de los retos es conservar el estándar de la hotelería boutique

Pertenecemos al grupo Tesoros de México y cumplimos con más de 600 estándares que son calificados y revisados con frecuencia, tenemos



sistemas de mejora continua y nuestra clave del éxito es escuchar a los clientes.

El Sueño Hotel + Spa suma muchísimo a la oferta turística de Puebla, porque todas nuestras soñadoras hacen que la estancia en esta ciudad sea más agradable.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO



Tesoros de México
Capítulo Puebla

celebró la Temporada del Chile en Nogada 2023

POR: CORINA TLALI ORTEGA.

En esta octava edición, la sede del evento tuvo lugar en El Sueño Hotel+Spa y la degustación del platillo emblemático estuvo a cargo de los hoteles y restaurantes que forman parte de la asociación.

Tesoros de México nació en el 2007 como un distintivo de calidad, su objetivo es rescatar la cultura, arquitectura y gastronomía de los destinos coloniales del país.

Leobardo Espinosa, presidente de la Asociación Nacional Tesoros en México, nos platica en entrevista exclusiva para Panorama Turístico, sobre la importancia de rescatar el patrimonio artístico y cultural de nuestro país.

¿Cuál es el objetivo de organizar un evento para presentar la temporada del chile nogada?

La principal razón por la que hacemos este tipo de eventos es para preservar la cultura nacional del chile en nogada, ya que es un platillo icónico de la gastronomía mexicana, es el más barroco y un pretexto extraordinario para que medios de comunicación, líderes de opinión



y gente de otros destinos vengan a Puebla.

También es un motivo para dar a conocer esta colección de hoteles y restaurantes que ofrecen la mayor calidad para los clientes y huéspedes que visitan la Ciudad de los Ángeles.

¿Qué características tiene El Sueño Hotel+Spa para ser elegido como sede de la octava edición de tesoros de México en Puebla?

En cada uno de los estados hay un grupo de establecimientos que forman parte de tesoros en México y que están asociados por estado. Cada uno de ellos realiza diferentes eventos sobre gastronomía y arte. Por ejemplo, en Puebla la

El evento constó de una degustación por parte de los integrantes de Tesoros de México Capítulo Puebla, con el fin de dar a conocer las diferentes propuestas del chile en nogada. Los participantes de este año fueron: Alquería de Carrión Hotel Boutique, Hotel Boutique CasaReyna, El Sueño Hotel+SPA, La Purificadora Hotel en Puebla, Mesón Sacristía de la Compañía, Restaurante Casa de los Muñecos, El Mural de los Poblanos y Restaurante La Noria.



gastronomía juega un papel fundamental y uno de sus principales impulsores es el chile en nogada.

Lo que hemos hecho es ir rotando las sedes, este evento se hace una vez al año y va cambiando de establecimiento entre los integrantes que forman parte de Tesoros de México Capítulo Puebla.

Este evento difunde y enaltece la temporada del chile en nogada y es muy importante porque Puebla tiene una vocación gastronómica preponderante.



¿Cuál es el objetivo de Tesoros de México a nivel nacional?

Esta colección de hoteles y restaurantes ofrece la mejor faceta de México para el visitante nacional y para los viajeros extranjeros. En Tesoros de México preservamos el patrimonio arquitectónico, la cultura, la gastronomía, el trabajo artesanal y a toda la gente que preserva nuestro patrimonio.

Se les invita a visitar cualquiera de los destinos de Tesoros de México y van a encontrar que los hoteles boutique y los restaurantes en su mayoría son lugares pequeños.

En el caso de los hoteles, no tienen más de 40 o 50 habitaciones y hacen una labor muy importante alrededor de su comunidad al rescatar recetas de cocineras tradicionales, que si no fuera por ese trabajo, posiblemente se perderían.

Se rescata también parte del patrimonio artístico y arquitectónico, ya que la mayoría de los hoteles y restaurantes están en casonas, haciendas o en sitios históricos que han sido rescatados bajo este concepto.

La preservación de la cultura mexicana es uno de los principales impulsores de Tesoros de México.



¿Cuál es el mensaje para que la industria turística se enfoque en el cuidado de nuestro patrimonio?

Tenemos que seguir reforzando la riqueza gastronómica que tenemos y fomentar la conciencia sobre la riqueza que posee México. Es fundamental que los mismos mexicanos nos sintamos orgullosos de lo que tenemos y seamos nosotros quien lo cuidemos y preservemos e impulsemos responsablemente.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

TURISMO DE REUNIONES

¿SE NECESITAN MÁS CENTROS DE CONVENCIONES?

POR: DARÍO FLOTA*

Por estos días se celebró en la bella ciudad de Saltillo la edición 29 del Congreso Nacional de la Industria de Reuniones, organizado ahora por el Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones (COMIR), la cual agrupa a las asociaciones relacionadas con esta industria.



Desde hace algunos años este Consejo sustituye exitosamente, en la planeación y ejecución del evento, a la Secretaria de Turismo Federal, además, se sumó el apoyo de Coahuila, estado anfitrión.

El programa incluyó conferencias donde sobresalieron temas como bodas de destino, uso de la tecnología, el manejo del big data, inteligencia artificial y sus aplicaciones en el sector.

En mi opinión resalta un tema que en el tiempo actual cobra mayor relevancia, me refiero a la medición de los beneficios que los eventos dejan a sus organizadores, se trate de una boda, una exposición, el desarrollo de campañas, patrocinio de actividades de mercadotecnia o promoción de los destinos.

Cuando los presupuestos para la realización de todo tipo de eventos son cada vez más restringidos o deben cumplir con reglas y restricciones no necesariamente financieras como aspectos religiosos y legales en el

caso de las bodas se hace más difícil determinar los factores costo/beneficio o de retorno de inversión.

Otros aspectos que dificultan la medición de los beneficios son las acciones de sustentabilidad, como consumir productos locales, reducir la huella de carbono, las actividades de responsabilidad social que involucran el voluntariado o las donaciones a sectores necesitados de la región donde se realiza el evento.

Por eso es tan importante para todo el ecosistema que conforma la industria de reuniones capacitarse y conocer los avances tecnológicos, la situación actual y las tendencias que se perfilan en el corto y mediano plazo.

Lo anterior permite a todos desarrollar sus actividades de una manera más eficiente y reducir el nivel de incertidumbre en el que se deben tomar las decisiones de cara a la búsqueda de mejores resultados en las empresas.



El desconocimiento de estos temas o la manera en cómo se interconectan e interactúan los factores de esta industria lleva a errores costosos y a acumular pérdidas que se traducen en dinero y tiempo.

En nuestro país, existen varias muestras de esta situación, como centros de convenciones en desuso que se convirtieron en salones de fiestas sin los servicios que requiere un evento, como el mobiliario, equipo audiovisual, cobertura de internet con un ancho de banda suficiente para la capacidad de asistentes, servicio de alimentos y bebidas, personal y equipo que promueva sus instalaciones y responda a las solicitudes de información.

Además, se debe contar con la capacidad de carga eléctrica suficiente para la realización de exposiciones o conciertos, capacidad de carga en los techos, muros

aislantes de sonido para la subdivisión de salones y realización de actividades simultáneas sin afectarse mutuamente.

Por último, mencionar que se debe contar con suficiente espacio para el estacionamiento, patio de maniobras para la carga y descarga de equipo, habitaciones de hotel cercanas, conectividad aérea y terrestre.

La lista es larga, por eso es triste que se repita la experiencia de que a la alegría del día de la inauguración se vaya acumulando la frustración de ver que no llegan las oleadas de participantes en los eventos proyectados.

En resumen podemos decir que se deben buscar lugares que reúnan las condiciones que permitan la realización de los eventos y asegurar el éxito para todos.

Respondiendo la pregunta que titula esta colaboración, ¿necesitamos más centros de convenciones? Mi respuesta es que necesitamos mejores centros de

convenciones, que correspondan a los requerimientos del mercado y ofrezcan la mayor cantidad de soluciones que esta industria requiere.



Mtro. Dario Flota Ocampo.
Académico, consultor en turismo
y profesional independiente.

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

Mexico Business Travel Association

CELEBRÓ CINCO AÑOS DE TRAYECTORIA EN LA INDUSTRIA DE REUNIONES

Mexican Business Travel Association (MBTA), festejó su primer lustro en compañía de sus socios y reiteró su compromiso a través de la capacitación como clave del éxito.

La asociación se fundó en junio de 2018 en la Ciudad de México y ha crecido constantemente en número de miembros y en influencia.



Rodolfo Macedo, director ejecutivo de MBTA, dio la bienvenida a colaboradores y asistentes, quienes se dieron cita en el Hotel Galería Plaza San Jerónimo, sede del aniversario.

A lo largo de estos cinco años, la asociación ha proporcionado a sus miembros, travel managers y proveedores, capacitación e información para que se desarrollen profesionalmente en el sector de viajes y eventos corporativos, para optimizar sus empresas.

Desde sus inicios, la misión de MBTA ha proporcionado a sus miembros un espacio para relacionarse y ha sido una plataforma educativa que permite el desarrollo profesional en el sector de viajes y eventos corporativos.

Solo se cumplen cinco años una vez y para MBTA este aniversario es un momento para recapitular y reiterar



sus objetivos para consolidarse como la principal asociación de viajes y eventos corporativos en México.

La estrategia de trabajo mantiene vigente el compromiso para expandirse a Latinoamérica y el Caribe, continuar ofreciendo oportunidades de networking, desarrollo personal, profesional y de negocio.

Macedo agradeció la confianza de los miembros y socios comerciales de MBTA, quienes pueden tener la

seguridad de que vendrán más actividades adaptadas a la nueva realidad de los viajes y eventos corporativos, con la idea de acelerar el constante crecimiento de los miembros y la industria en general.

SIGUIENTE
ANTERIOR
REGRESAR AL CONTENIDO

CONGREGÓ A 1500 AGENTES DE VIAJES PARA CONOCER LA OFERTA TURÍSTICA DE OTOÑO E INVIERNO

La Asociación Metropolitana de Agencias de Viajes llevó a cabo la tercera edición de EPTUR, Encuentro Profesional de Turismo, evento de negocios que da a conocer las tendencias de viajes para la segunda mitad del año.

El programa de actividades estuvo conformado por la participación de 120 expositores que dieron a conocer sus productos y oferta turística para la temporada de otoño e invierno.



EPTUR tuvo como países invitados a Uruguay y Perú, recibió a 1500 agentes de viajes y Yucatán fue el estado invitado.

Además de presentar la oferta turística para los próximos meses, se abrieron espacios para la capacitación con cuatro seminarios a cargo de Operadora Concierge con el tema "Expandiendo Horizontes"; Punta del Este Operadora se enfocó en el estado de Yucatán; Brand USA expuso "Descubre los destinos maravillosos de Estados Unidos" y Aeroméxico presentó "Rumbo al futuro con NDC".

"En este tercer encuentro, encontramos que nos acompañan aquellos que estuvieron desde la primera emisión; más todos los que se han ido sumando



a estrechar lazos con cientos de agentes de viajes profesionales que nos visitan de muchas regiones del país", dijo José Luis Medina, presidente de la Asociación Metropolitana de Agencias de Viajes.

Agregó, que las actividades se dan en el marco de una gran demanda de servicios y una gran reactivación que se consolida día a día y los pone en alerta ante las nuevas tecnologías, ya que es es una de las grandes oportunidades que tienen.

"Debemos ocuparnos de incentivar e integrar a nuestro gremio a las nuevas generaciones, ya que

quieren aprender y aportar sus ideas. Y eso nos hace crear alianzas con los jóvenes", agregó.

En la inauguración se dieron cita agentes de viajes, invitados especiales y de honor, entre los que estuvieron el Excmo. Sr. Julio Reinoso, Encargado de Negocios de la Embajada de Perú en México y quién dio la declaratoria inaugural; la Sra. Noelia Martínez, Cónsul General de la República del Uruguay; Lic. Judith Guerra, Presidente de Grupo Mexicano de Asociaciones de Agencias de Viajes y Empresas Turísticas (GMA); Lic. Diana Olivares, Presidente de la Cámara Nacional de Aerotransporte (CANAERO); Lic. Arturo Javier Galicia, Director del Comité Organizador de EPTUR; y el anfitrión Lic. José Luis Medina, Presidente de la Asociación Metropolitana de Agencias de Viajes.

SIGUIENTE
ANTERIOR
REGRESAR AL CONTENIDO

El Turismo y Los Valores Humanos

POR: VERO MORENO*



Los valores... estos universales de los que todos hablan, los que se dice que se tienen o que están perdidos, éstos que están muy valorados en los Otros...pero poco en Nosotros; y los valores de "moda" como Empatía o Resiliencia, (que han existido hace mucho pero desgastados sobretodo en época de pandemia) y de los que a veces no somos conscientes de su uso.

Vivir los valores debería ser Gran Tema y no sólo en la casa o la escuela; sino en todos los ámbitos, sobretodo en el Trabajo y los Negocios.

Todos sabemos que cada empresa (sin importar el tamaño) debe de tener su Misión (qué hace y para quien), su Visón (por qué hace y cómo) y sus Valores (bajo qué principios se rige) pero pocas empresas realmente entienden la importancia de que cada colaborador aprenda y viva cada uno de estos.

En el caso específico de los Valores empresariales, es importante saber que son los que tienen la intención de alinear a cada persona con la empresa, ya que cada colaborador tiene su propia escala de valores, que muchas veces, no coinciden con los de la empresa en orden e importancia. Por ejemplo: Entre los principales valores de una empresa deberían estar



valores como respeto, responsabilidad, honestidad y puntualidad (pueden ser muchos más pero digamos estos); seguramente encontraremos muchos de estos valores en las respuestas de tus colaboradores, pero algunos de ellos dirán otros como amor, amistad, humor, justicia, lealtad, compromiso, etc. Si bien es cierto que son valores, también muy apreciados, como empresa yo requiero que mis colaboradores sean más honestos, respetuosos, responsables y puntuales, que amorosos, amistosos o chistosos! Parece broma pero es anécdota, "Yo llego temprano todos los días" (se cree Responsable y Puntual) pero la verdad es que atiende y empieza su trabajo después del café y el chismecito.

He impartido muchas veces un curso llamado: "Menos verbo y Más acción", y ha sido un gran impacto ver como hasta ese momento, muchos nos damos cuenta que usamos a los Valores como conceptos o a conveniencia (Forma sin Fondo).

Hagamos un ejercicio: hablemos de Respeto (haz un alto y piensa en tu propia definición de respeto)...Ya? Ok, continúa...

Tú siempre miras a los ojos cuando hablas o te hablan, eres prejuicioso, saludas dando la mano francamente, hablas con la verdad, haces lo correcto aunque nadie te esté mirando, (a esto le llamamos autonomía moral), ocupas tu celular mientras estás en una conversación, etc. Ahora pregúntate si realmente eres respetuoso. El punto es, hacer conciencia de nuestras acciones de valor y no sólo de palabras o conceptos. Hablemos de acciones claras a nuestros colaboradores, sin retórica insulsa.

¿Y qué tiene que ver todo esto con el turismo?... Pues todo, la empresa que no sabe de valores, explota, engaña, no es ética, es poco creíble; Los colaboradores al no respetar los valores de la empresa, rotan, roban, descuidan, maltratan,

son groseros o llegan a la violencia... Al no tratar a los clientes con acciones de valor... pronto NO TENDREMOS CLIENTES.



Vero Moreno es Maestra en Desarrollo Humano y Esp. en Habilidades Socioemocionales con 20 años de experiencia en Capacitación Turística a nivel Nacional Tourleader de viajes en México y el Extranjero. Directora de Eduki Travel S.A de C.V, Coord. del Consejo Consultivo de ANTOMEX.

Tel: 52+ 55 4996 1416

SIGUIENTE

ANTERIOR

REGRESAR AL CONTENIDO

ANUNCIA · REACTIVA · COMPARTE · REPOSICIONA



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

Panorama Turístico

Como tú, otras 14,999 personas están viendo este anuncio, y todos tienen en común la misma pasión.

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