

TURISMO E INDUSTRIA DE REUNIONES

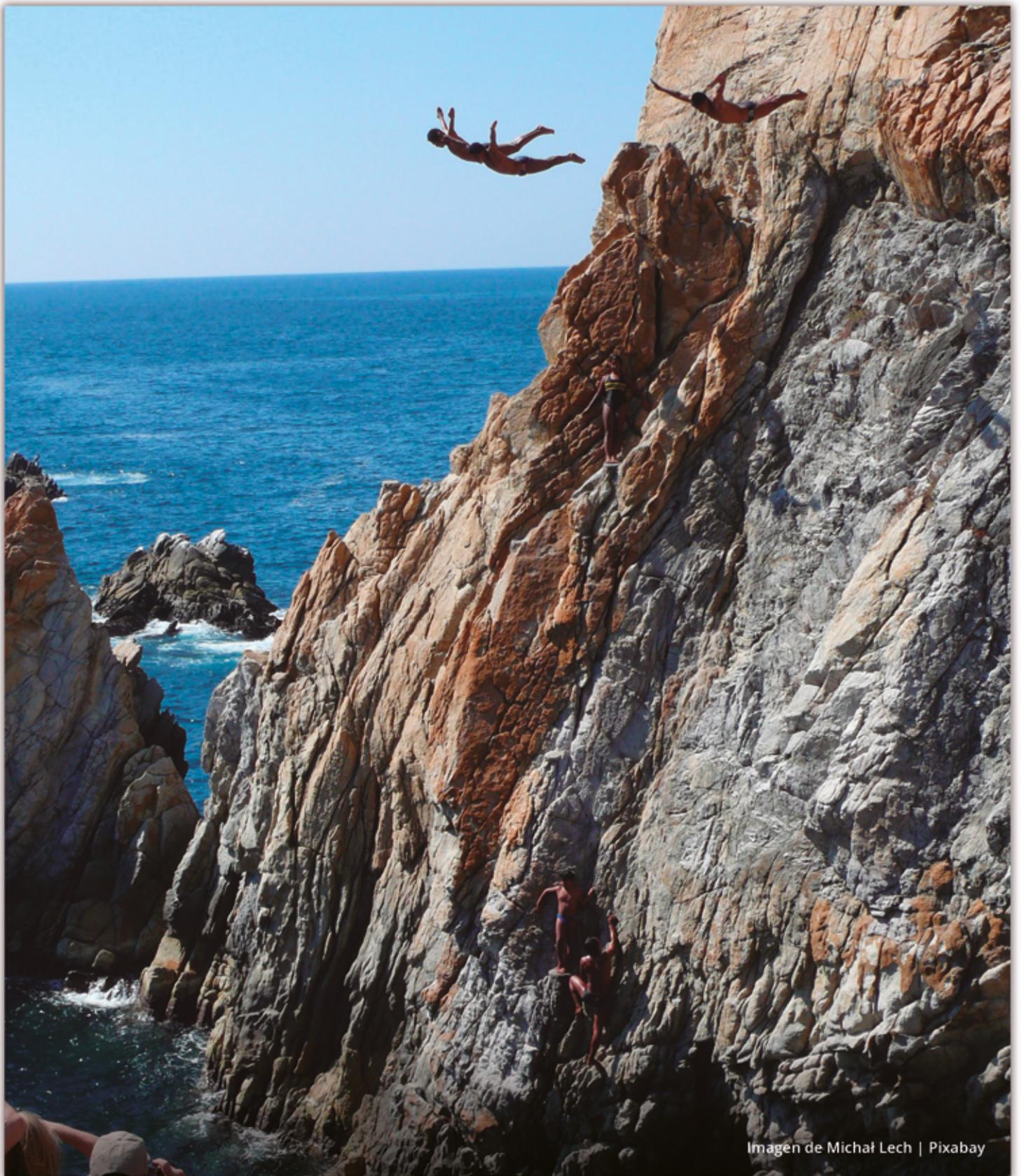
# Panorama *Turístico*

AÑO XXXIII. NO. 6. OCTUBRE 2023.



# DMC's:

## PASIÓN POR LOS DESTINOS



*Acapulco vive en ti.*

**Panorama**  
*Turístico*

Esta edición la dedicamos a visibilizar el papel que tienen los DMC's en la industria de reuniones y su importancia en la cadena de valor.

Los DMC's funcionan como un engranaje que forma parte de una maquinaria compleja y vital para la economía del país.

No se puede prescindir de ninguna pieza, todas son esenciales para mantener el equilibrio y buen funcionamiento de la industria.

A través de estas páginas te invitamos a reflexionar sobre la figura del DMC en el sector y las líneas de negocio que desarrolla.

Esperamos que disfruten de este número, el cual busca generar reflexión y abrir el diálogo entre los profesionales de la industria, el sector público y la iniciativa privada

Unidos somos más fuertes, con ese lema hecho acción, agradecemos a todas las plumas que plasmaron sus saberes y a la alianza con AMDEMAC para la realización de esta edición.

¡Bienvenidos a Panorama Turístico!

*Corina Ortega*  
Editora



# VIVE <sup>TUS</sup> TRADICIONES EN GUANAJUATO

OCTUBRE - NOVIEMBRE • 2023

DESCARGA  
EL PROGRAMA  
AQUI



GUANAJUATO  
200  
AÑOS DE GRANDEZA



GUANAJUATO.MX

# Panorama Turístico

AÑO XXXIII / NO. 6 / OCTUBRE 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:**

Erika Lizama, Francisco Cachafeiro, Guadalupe Villaseñor M; Armando Casares Espinosa, Napoleón Medina Miramontes, Sismondi Esparza Flores, Elda Laura Cerda, Charisse Slight, Alexis y Melanie Beard, Mireya Camarena Arenas, Omar Andrade Camacho, Eliezer Gris Vargas y Eric Alvarez Taylor.

**RAÚL MENDOZA WALDO †**  
Presidente Grupo Panorama

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

**Fotografías Portada:** Pixabay, Jorge Medina, Los Muertos Crew, Alena Darmel, Mikhail Nilov y Oscar García Medina / Pexels.com.

Anuncia tu producto o  
servicio en Panorama  
Turístico

• 55 4510 1116 •

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

Revista Panorama Turístico,  
Año XXXIII, No. 6, OCTUBRE 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



Agradecemos la colaboración  
editorial en esta edición de  
AMDEMAC.



# El Champagne de los aceites

Aceite de Oliva  
extra virgen

— ◆ —  
Recién cosechado

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

— ◆ —  
Exclusiva selección de  
aceitunas Arbequina y  
Coroneiqui



Cómpralo en:



mercado  
libre



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

**Editorial**

01

**El gremio de DMCs en México.  
AMDEMAC de asociados a  
aliados estratégicos**

08

**Directorio**

04

**El sublime  
propósito  
del DMC, un  
verdadero  
apasionado  
de su destino**

15

**Mexico  
Incentives  
and Meetings  
Global DMC**

23

**Estructura  
y funciones  
del DMC**

30

**El DMC es un  
apasionado  
de su destino**

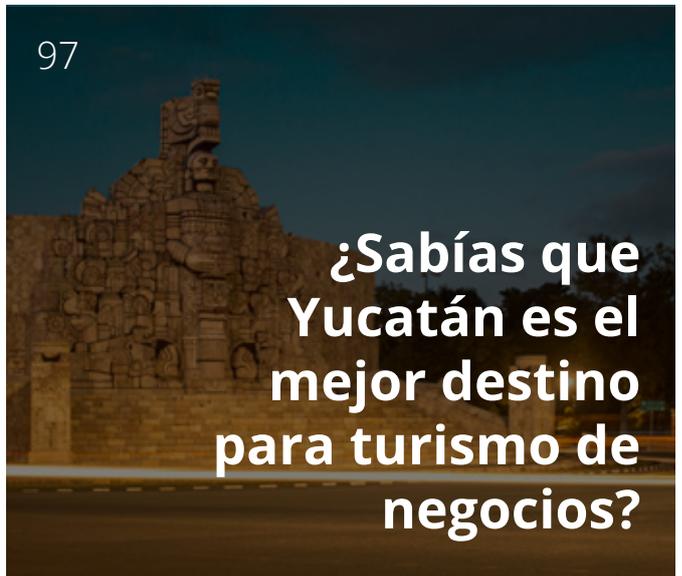
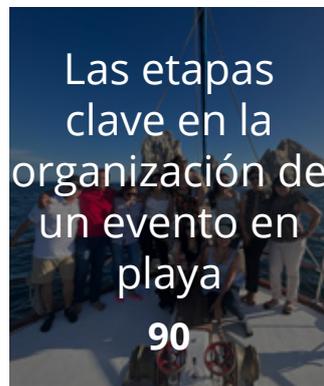
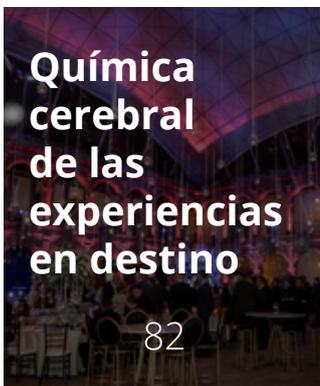
40

**¿Crees que  
trabajar  
con un DMC  
es caro?**

47

**La  
importancia  
de un DMC**

55



El gremio de DMC's en México

# AMDEMAC de asociados a aliados estratégicos

POR: ARMANDO CASARES ESPINOSA\*

*En AMDEMAC, nuestro objetivo es integrar al gremio de DMC's de manera ordenada y reglamentada, para fortalecer los estándares de competitividad y fungir como instrumento conciliador que defiende los intereses de sus agremiados.*

**A** MDEMAC es la Asociación Mexicana de Destination Management Companies (DMC) que representa a los mejores proveedores del país. Somos fuente de capacitación por naturaleza para cada uno de los socios y en general del gremio de DMC's nacional.

Damos acceso a talleres, seminarios o estudios que compartan la visión de la Asociación y coadyuven a la consolidación e incremento de competitividad de las empresas de manejo de destino afiliadas en todo el territorio nacional.

Establecemos una vinculación entre la AMDEMAC y la industria de reuniones, mediante un modelo de alianzas estratégicas con asociaciones especializadas; así como con los organizadores profesionales de congresos, convenciones e incentivos, OCV's y dependencias rectoras.

Los aliados estratégicos son una poderosa fuente de clientes siendo esto una de las principales fortalezas de nuestra asociación, pues mientras un cliente satisfecho nos puede enviar tres o cuatro amigos referidos, un aliado puede exponerlo a cientos de clientes potenciales.

Las alianzas estratégicas no son simples relaciones transaccionales de compra-venta donde se entregan productos y viceversa. Esto sería una relación promocional de carácter puntual. Una alianza busca el desarrollo y beneficio mutuo de las partes, apoyando el cumplimiento de metas e indicadores comunes.

Entre los propósitos más relevantes de AMDEMAC es el networking entre los asociados y siempre se encontrararán las siguientes oportunidades:

Conocer a personas y organizaciones, dar a conocer nuestros productos y servicios, ampliar la cartera de



clientes, entender mejor el mercado, saber en qué se encuentran inmersos nuestros competidores o cuáles son las últimas tendencias entre otros.

Lo anterior representa en un mayor conocimiento del mercado, lo cual permite contar con información de mejor calidad, para tomar decisiones más racionales y descubrir oportunidades de negocio.

Conocer y dialogar con otros socios es parte de la meta, ya que eso permite compartir buenas prácticas e identificar claves en la colaboración. Todo ello se traduce, en definitiva, en sinergias positivas.

Por otra parte, el ser socio AMDEMAC, nos da la oportunidad de poder ofrecer servicios de DMC's en toda la República Mexicana, pues sabemos que donde hay un socio nuestro podemos garantizar el mismo estándar de calidad en todos nuestros servicios.

Entendemos claramente el grado de compromiso adquirido por nuestra contraparte como "Integradores de servicios", pues somos la única asociación de DMC's en México que agremia únicamente a quienes han pasado filtros muy estrictos en cuanto a profesionalismo, seriedad y confiabilidad.

Estando en manos de un socio AMDEMAC, se tiene la seguridad de ser atendido por un profesional que

conoce su destino a la perfección y que cuenta con la capacidad para lograr que la experiencia que quieres reproducir en el destino se cumpla cabalmente.

Déjate llevar por un profesional, por un conocedor y experto del destino y cuando pruebes trabajar con un DMC profesional, nunca más volverás a querer hacer un evento por tu propia cuenta.



**\* Armando Casares Espinosa,**  
Presidente de AMDMAC.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

En esta temporada  
**de Otoño!**

VISITA C D . J U Á R E Z

y **disfruta**

S U S M A R A V I L L O S O S A T A R D E C E R E S



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

+ Información 01 800 TURISMO Paquetes: 01 800 710 0101

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



# EL SUBLIME PROPÓSITO DEL DMC

## UN VERDADERO APASIONADO DE SU DESTINO

POR: ERIC ALVAREZ TAYLOR\*

Un DMC es una compañía apasionada e intrínsecamente ligada al crecimiento de su destino, quizás hasta más que la misma Organización de Mercadotecnia de Destino (DMO por sus siglas en inglés), pues es común que los profesionales que trabajan en las llamadas OCV's (Oficinas de Convenciones y Visitantes) obedezcan

más a los entes que las fondean, muchas veces públicos con intereses finitos dentro de un sexenio.

Si yo te preguntara cuál es el objetivo de un equipo de fútbol, seguramente tu respuesta sería “ganar el partido”. El cumplimiento de esta meta sugiere la nueva pregunta “¿Y después qué?” Y así sucesivamente hasta llegar a satisfacer la pregunta ¿Para qué?

Lo anterior puede detonar respuestas congruentes como ser el mejor equipo o ganar el campeonato, todos ellos objetivos con un fin específico, métricas muy claras y temporalidades definidas. Si yo te preguntara cuál es el objetivo de un DMC, la respuesta se vuelve menos obvia y más compleja.

Pudiéramos contestar: “diseñar experiencias de destino Wow de gran impacto para los participantes” o “lograr un ticket promedio por persona de determinada cantidad”. A lo que tendríamos que preguntar, ¿después qué?

Y continuar con lograr programas más ambiciosos o atraer un mayor número de eventos.

Pero cuando llegamos a la pregunta, ¿para qué? Encontramos la verdadera esencia del DMC, pues su propósito estará siempre ligado al beneficio del destino que representa y de su gente, pues es la única forma de darle a su empresa viabilidad a largo plazo.



Este propósito es natural para el DMC, ser un actor instrumental para el desarrollo de su destino y, como consecuencia, la elevación de la calidad de vida de quienes trabajan en la industria local y, ¿por qué no?, quienes viven en esa área.

Usando esa finalidad como eje focal de su toma de decisiones, el DMC se convierte en un verdadero integrador de servicios locales, por lo que busca constantemente la construcción de alianzas estratégicas locales y foráneas, tanto con organismos públicos como privados y con actores dentro y fuera de la Industria de Reuniones.

Se vuelve pues, no solo en un bróker, sino un motor y catalizador del lugar. El punto de confluencia desde donde parten los esfuerzos de los diversos actores del destino.

Un verdadero DMC, no solo asume ese rol protagónico dentro de su industria local, sino que lo abraza, lo

cultiva y fomenta, pues no solo representa la viabilidad a largo plazo de su modelo de negocio, sino que hace el “pastel” más grande.

Por ende, cada porción que reciben quienes participan es más sustanciosa y se cumple con el propósito de dejar un legado de bienestar en el destino, no sólo en términos de derrama económica.

**“Un DMC debe tener un objetivo a largo plazo y un propósito sublime, que dé claridad a su toma de decisiones”**



El papel de un DMC no se queda sólo dentro del efecto multiplicador de los recursos generados, que ciertamente son extraordinarios, también se refleja en educación, generación de empleos, atracción de inversiones y fomento de la marca-destino y marca-país.

Además la percepción del lugar mejora y se genera el círculo virtuoso que da como resultado crecimiento, no solo para el DMC, sino también para todos sus aliados.

Pudieras estar de acuerdo con la aseveración de que el mayor apasionado de un destino es el DMC o pudieras discordar; pero es innegable que el verdadero motor de un profesional del Destination Management es el amor inagotable por su destino.

Tampoco se puede negar que conviene a sus intereses contagiar ese sentimiento para generar aliados estratégicos que compartan su propósito.

Entonces, te sería imposible negar que el DMC es el aliado indispensable en el diseño y producción de cualquier evento; quitarlo sería eliminar la pasión y perder la oportunidad de maximizar el potencial de conexión emocional significativa entre tus clientes e invitados.



**\* Eric Alvarez Taylor,**  
Presidente, DMS de México.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# CONTROLTUR: ONE STOP SHOP

Ofrecemos soluciones flexibles,  
integrales e innovadores que  
permiten optimizar el tiempo y  
recursos de nuestros clientes.

**CONTROLTUR** 35 AÑOS  
DMC · TOUR OPERATOR

Todas las soluciones para  
tu evento, un solo proveedor



ControlTur DMC



@controltur\_dmc



ControlTur DMC

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

Mérida, Yucatán, México. Teléfono: (999) 926 1644

# Mexico Incentives and Meetings Global DMC



Es una empresa especializada en la gestión de grupos de incentivos, convenciones, congresos, bodas, expos, reuniones corporativas y familiares.



La compañía se basa en los más altos estándares de calidad en el servicio y cultura organizacional. Su enfoque se centra en acciones específicas en beneficio de sus clientes, aprovechando su experiencia, flexibilidad y conocimiento de la industria del turismo de reuniones en diferentes áreas.



Su éxito y expansión se deben a las fuertes alianzas que han establecido con socios comerciales, lo que les ha permitido lograr un mayor

compromiso con la comunidad y colaboradores. Además, apoyan a toda la cadena de valor en cada uno de los destinos donde tienen presencia.

Entre los destinos nacionales en los que operan se encuentran Los Cabos, Cancún, Puerto Vallarta, Huatulco, Valle de Guadalupe y San Miguel de Allende.





También trabajan en ciudades como Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Oaxaca, Mérida, Querétaro, San Luis Potosí, Aguascalientes, Puebla y Zacatecas.

A nivel internacional, ofrecen servicios en Ciudad de Panamá, Santo Domingo, Punta Cana, Lima, Machu Picchu, California, Madrid, España, Colombia y Cartagena.

La empresa continúa trabajando para expandirse a otros destinos y así brindar una mejor oferta a sus clientes. Una de sus principales características es la atención personalizada que ofrecen, así como la eficiencia en la entrega de propuestas e información completa a corto plazo.



El equipo de Mexico Incentives and Meetings Global DMC se destaca por trabajar en colaboración con sus clientes, convirtiéndose en una extensión de ellos en el destino donde operan. Siempre se mantienen fieles a sus valores principales de respeto, honestidad y calidad.

## **CONTACTO:**

**Abigail Almanza**

**Daniel Caraza**

**Facebook**

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

**"Experiences for you, where every detail counts"**



**Mexico Incentives & Meetings**

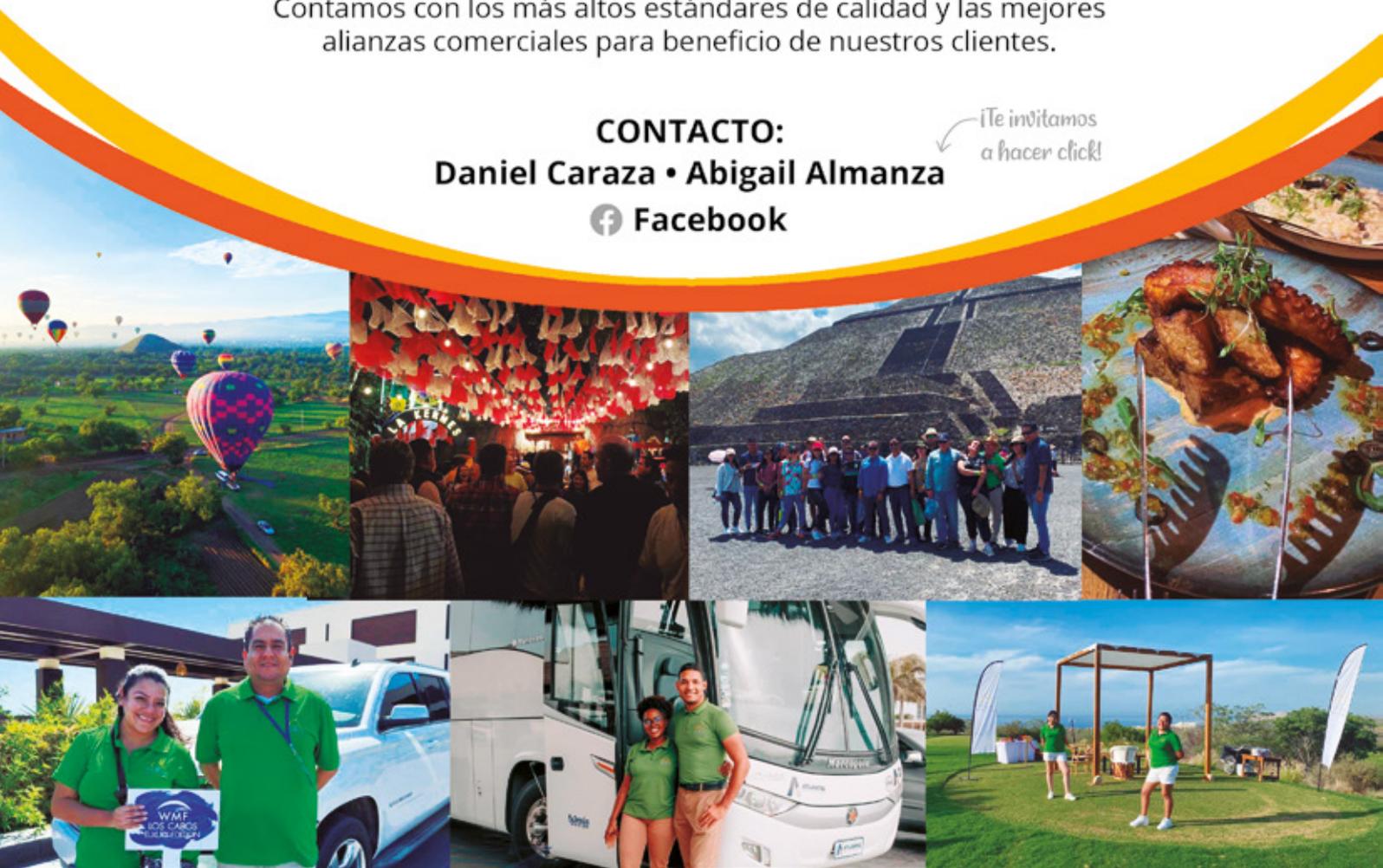
En Mexico Incentives and Meetings DMC global nos especializamos en grupos de incentivo, corporativos, convenciones y congresos. Contamos con los más altos estándares de calidad y las mejores alianzas comerciales para beneficio de nuestros clientes.

**CONTACTO:**

**Daniel Caraza • Abigail Almanza**

 **Facebook**

Te invitamos a hacer click!



# Estructura y funciones del DMC

POR: ELDA LAURA CERDA\*

*Si hablamos del concepto como tal, la Secretaría Federal de Turismo define al DMC como la agencia local integradora de viajes, en otras palabras, la empresa profesional de servicios con un amplio conocimiento y experiencia de las condiciones y recursos turísticos de una región.*

**D**e acuerdo con la Association of Destination Management Executives International (ADMEI) los antecedentes de esta tipología de empresas tienen su origen en los operadores de transporte terrestre. Sin embargo sus servicios han evolucionado para atender las necesidades de un mercado corporativo.

Hoy las DMC's brindan apoyo a los organizadores de eventos para crear experiencias únicas en el destino. Lo anterior comprende la planeación, contratación de servicios y coordinación de actividades, convirtiéndose en un brazo operador del sitio.

También se especializa en el diseño y realización de experiencias; coordinación y desarrollo de eventos; recorridos y circuitos. Toda clase de actividades de gran demanda en segmentos o nichos de alto valor.

El involucramiento de una DMC en la cadena de valor se traduce en:



Ser un importante elemento en los procesos de distribución y comercialización.

Aporta valor como puente y coordinador entre el cliente y los prestadores turísticos.



Facilitar la integración de los servicios.

Garantiza seguridad y confiabilidad a los clientes.



Estimular la calidad de los productos y servicios.

Incrementar los ingresos de los prestadores al canalizar turistas de alto valor.





Es un gestor de experiencias.

Es un promotor activo del destino.



Entre las principales tipologías de una DMC encontramos aquellas que están especializadas en convenciones, incentivos, congresos, eventos Social, Military, Educational, Religious, Fraternal (SMERF) y segmentos de interés especial.

## **Esquema básico del DMC**

De acuerdo con las mejores prácticas definidas por ADMEI y la Asociación Mexicana de DMC's (AMDEMAM), la empresa debe estar legalmente constituida, tener un domicilio fiscal y contar con una estructura interna de al menos tres empleados



de tiempo completo ocupando las posiciones de dirección general, dirección de ventas, dirección de operaciones y dirección administrativa.

Su core business será fácilmente identificable, con documentos rectores como acta constitutiva y contrato de servicios; aunado a herramientas tecnológicas como website, social media, CRM, entre otras.

¿Qué distingue a las mejores DMC's?

- Innovación en el diseño de experiencias
- Seguros de responsabilidad civil
- Procesos de administración de riesgos
- Tecnología
- Herramientas digitales
- Referencias de clientes
- Involucramiento activo en la industria
- Estructura empresarial sólida
- Estabilidad financiera



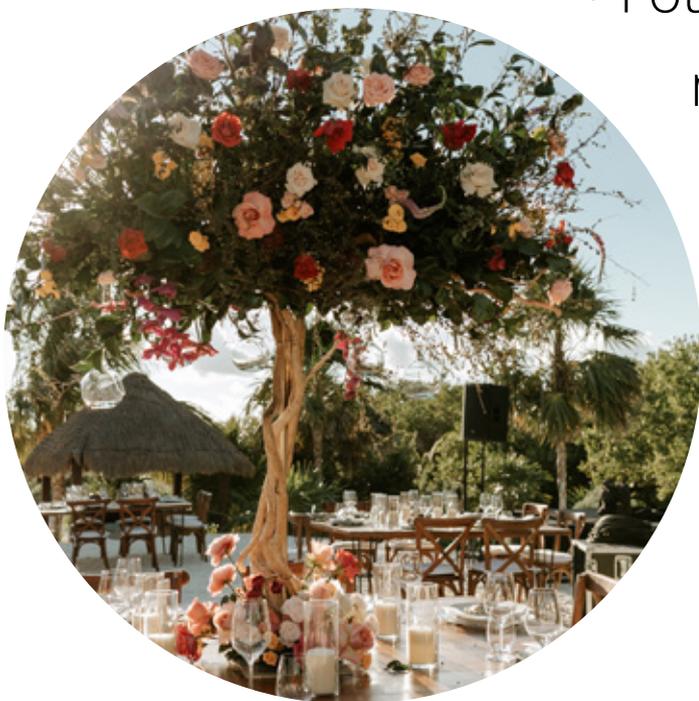
## Servicios de una DMC

El principal valor de una DMC es el conocimiento de su destino “nadie puede vender o promover lo que no conoce”, como tal el DMC deberá estar al día con todo lo que busca un meeting planner, presidente de asociación o cliente del mercado corporativo en el destino, facilitando un abanico de servicios, entre los que destacan:

- Transportación
- Hotelería
- Catering
- Recintos
- Diseño de experiencias
- Programa de actividades turísticas
- Proveedores especializados de la industria de reuniones
- Servicios adicionales, como personal, staff, marketing colateral o floristas



- Fotógrafos, montaje de stands, mobiliario y equipo de oficina
- Actividades deportivas, souvenirs, reconocimientos; seguridad y soporte de tecnología



De tal forma que una DMC debe contar con verdaderas alianzas, proveedores, organismos y asociaciones especializadas para satisfacer las necesidades de la industria de reuniones.



**\* Elda Laura Cerda,**  
CED, Directora General.

+52 (81) 8191 8142 / Cel. +52 (81) 1212 9841  
eldalaura@dmcmonterrey.com  
www.dmcmonterrey.com

DMCMonterrey  
dmc\_monterrey  
dmcmonterrey

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL  
CONTENIDO

## ALWAYS TRAVELING



## ALWAYS CREATIVE



### Te ofrecemos:

- ▣ Viajes de incentivo
- ▣ Convenciones
- ▣ Team building
- ▣ Coordinación de traslados
- ▣ Fiestas tema
- ▣ Tours personalizados
- ▣ Cenas de gala
- ▣ Recepción en el aeropuerto
- ▣ Logística de eventos
- ▣ Renta de equipo audiovisual

Generamos **experiencias** que **conectan**

### 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



# El DMC es un apasionado de su destino

POR: NAPOLEÓN MEDINA MIRAMONTES\*

*Los DMC's tenemos un conocimiento profundo del destino y sus recursos. Trabajamos con nuestros clientes para crear experiencias personalizadas que cumplan con sus objetivos.*

.....

**U**n DMC o compañía de gestión de destinos, somos empresas que nos especializamos en la

planificación, diseño y ejecución de eventos y viajes corporativos en un destino en específico.

Somos apasionados por nuestros destinos. Nos tomamos el tiempo para aprender todo lo que podemos sobre la cultura, historia y las atracciones de nuestra región. Esto nos permite crear experiencias que sean auténticas y memorables para nuestros clientes.

También estamos comprometidos con el éxito y la excelencia de cada evento de nuestros clientes. Trabajamos duro para comprender las necesidades, brindar las mejores experiencias y superar las expectativas, incluso siempre buscamos nuevas formas de mejorar una propuesta.

Un DMC apasionado es un experto local, conocemos el destino como la palma de nuestra mano y podemos ofrecer consejos y recomendaciones personalizadas.

Somos embajadores de cada uno de nuestros destinos, estamos orgullosos de mostrar nuestra ciudad o región a los visitantes y queremos que siempre se vayan con una buena impresión.

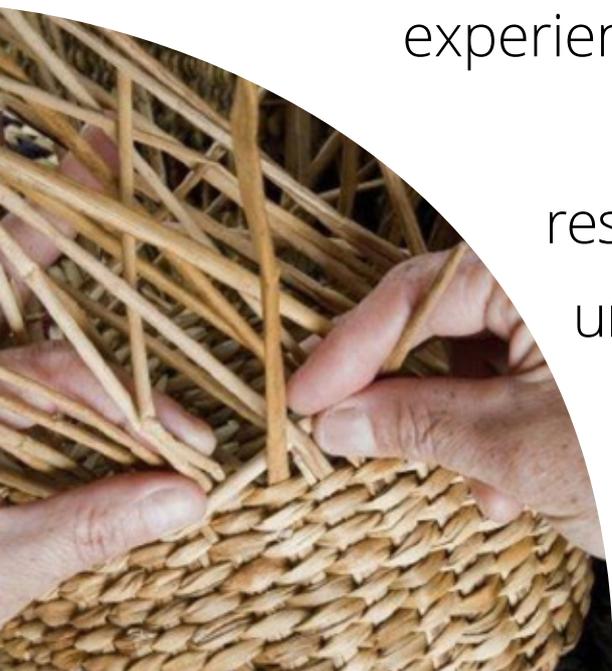
Somos parte esencial de la industria turística. Ayudamos a promover el destino y crear experiencias memorables para los visitantes.



Algunos ejemplos de la pasión que mostramos por nuestro destino:

- Podemos diseñar y organizar un evento o un viaje que destaque la historia o cultura de nuestra región. Por ejemplo, una visita a un pueblo originario donde se nos brinde una limpia con salvia y escuchar sus cantos y danzas tradicionales, elaborar una manualidad o un atole de bellota. Así se conoce la historia y costumbres de nuestros antepasados.

- Trabajar con proveedores locales para crear experiencias únicas y auténticas, ejemplo: organizar un cóctel o cena en un restaurante local, ya sea al aire libre o una cena bajo las estrellas en medio de un viñedo con un menú de productos de temporada.





- Ofrecemos atención personalizada y asistencia a nuestros clientes, nuestro compromiso es proporcionar consejos sobre el lugar a visitar, clima, moneda, costumbres y vestimenta.
- Asesoramos sobre qué cosas hacer en el destino, como lugares para hacer tu propio vino y dar un paseo en carreta entre viñedos; hacer un tour en velero a la luz de la luna o bajo un cielo estrellado guiados por un astrónomo. O simplemente recomendar un hospedaje auténtico y experiencial.

Los DMC's somos un recurso valioso, somos el brazo experto en destino para las empresas que buscan organizar un evento o un viaje corporativo en un lugar específico.

Al trabajar con un DMC las empresas pueden estar seguras de que obtendrán una gran experiencia personalizada que se adecue a sus necesidades y filosofía para cumplir con los objetivos.



---

**\* Napoleón Medina Miramontes,**

empresario Tijuanaense con más de 20 años de experiencia en el destino, fundador de Cucapah DMC, especializado en programas de eventos y viajes personalizados para mercado corporativo. certificado por la Asociación Mexicana de Destination Management Companies (AMDEMAC) y acreditado por la Secretaría de Turismo de Baja California.



**SIGUIENTE**



**ANTERIOR**



**REGRESAR AL  
CONTENIDO**



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



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



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



La Morada Hotel



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



415 152 1647



415 156 7374

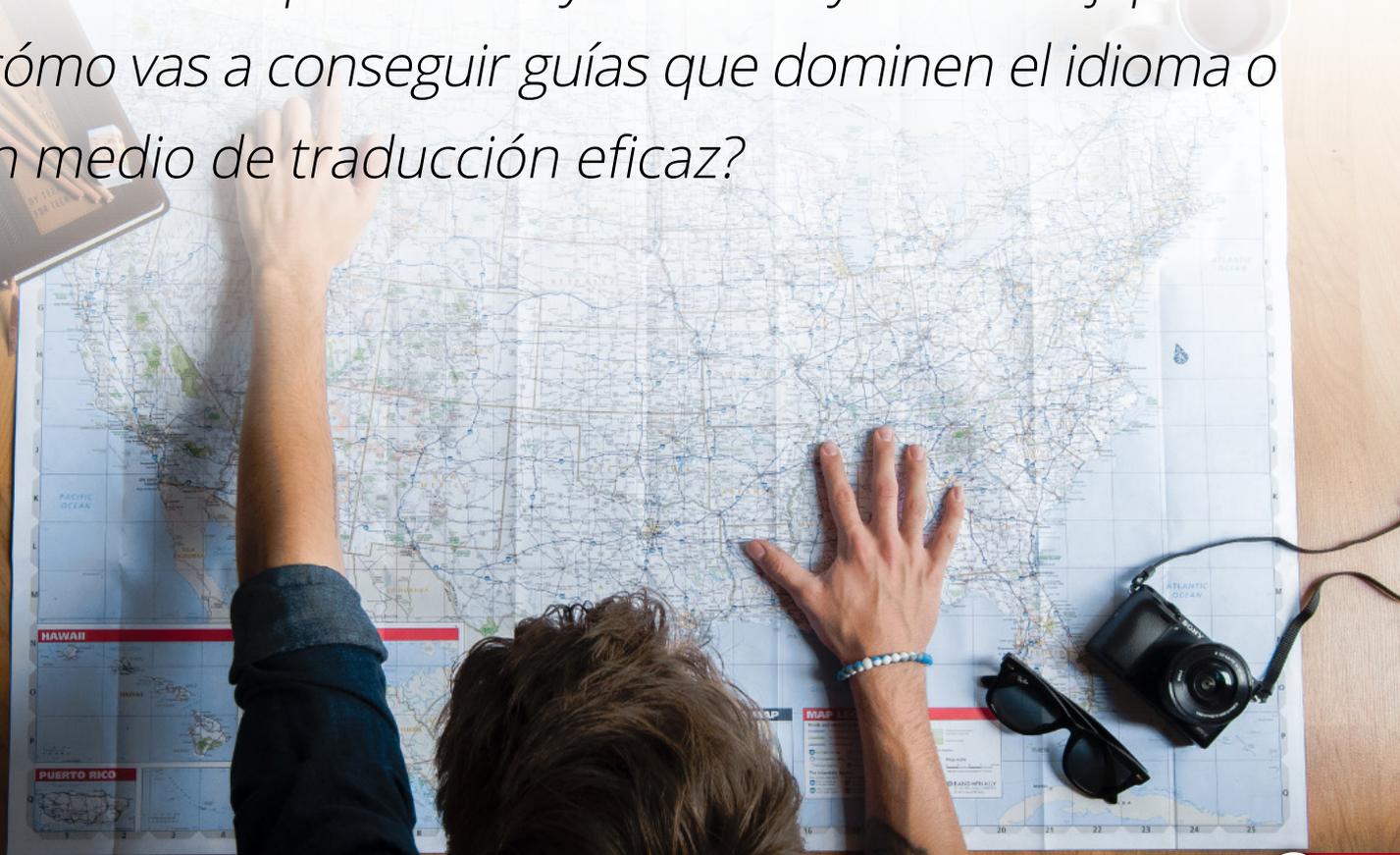
Correo 10, Centro 37700 San Miguel de Allende, México

# ¿Crees que trabajar con un DMC es caro?

## Espérate a hacerlo sin uno

POR: GUADALUPE VILLASEÑOR M.\*

*¿Cuáles son los beneficios al contratar a un DMC?  
Imagina que tienes un viaje de incentivo en Guadalajara  
y el cliente requiere un city tour de leyendas en japonés  
¿cómo vas a conseguir guías que dominen el idioma o  
un medio de traducción eficaz?*



He ahí la importancia de un DMC (Destination Management Company). Si decides investigar y contratar los servicios por tu cuenta, seguramente vas a invertir largas horas de investigación, posiblemente por internet o por recomendación de alguien no relacionado con la industria.

No hay nada más desgastante y riesgoso que aventurarse a contratar servicios de proveedores aleatoriamente y el costo de su operación puede ser muy caro o incluso se puede perder a un buen cliente.

Es muy común encontrar empresas o meeting planners que deciden omitir la contratación de una DMC y resolver los servicios que éstos prestan de manera directa, sin considerar que existen diversos imprevistos que un DMC puede resolver de forma inmediata y con los proveedores indicados.

En Procesa Group hemos enfrentado algunos retos como incentive planners que no habríamos podido sortear sin el apoyo de una DMC, como estar con un grupo en los atentados de París; un servicio de transportación terrestre desde varias ciudades de la República Mexicana al aeropuerto de Ciudad de México con el fin de alcanzar un vuelo internacional; resolver la atención de un grupo en 1° de mayo durante la huelga de una línea aérea o la ausencia de personal para tener las habitaciones del grupo listas.



Sin duda, uno de los servicios más valiosos que encuentras en un DMC no es proporcionar los servicios requeridos y esperados por el meeting planner o el incentive planner, sino resolver con prontitud, serenidad y eficiencia los imprevistos que se pueden suscitar.

Al seleccionar un DMC, hay varios aspectos importantes a tener en cuenta. Aquí hay algunos de ellos:

 **01 Experiencia y reputación:** investiga la experiencia y la reputación de la empresa. Busca reseñas, testimonios y referencias de otros clientes que hayan utilizado sus servicios en el pasado. Una empresa con una sólida trayectoria y buenas referencias es más probable que pueda cumplir tus expectativas.

 **02 Especializada en el destino:** asegúrate de que el DMC tenga experiencia en el destino en el que planeas realizar tu viaje de incentivo. Deben tener un profundo conocimiento local,

conexiones con proveedores confiables y la capacidad de organizar actividades y eventos únicos en el área.



**Servicios ofrecidos:** verifica los servicios que ofrece el DMC. Algunos servicios comunes

incluyen transporte, alojamiento, planificación de eventos, excursiones, actividades recreativas, servicios de restauración y servicios de traducción. Asegúrate de que la DMC pueda proporcionar los servicios que necesitas para tu viaje de incentivo.



**Creatividad y personalización:**

elige un DMC que sea conocido por su creatividad y capacidad para personalizar los programas según tus necesidades. Un viaje de incentivo exitoso debe ser único y adaptado a los objetivos de tu empresa. La DMC debe ser capaz de ofrecer opciones innovadoras y adaptarse a tus requerimientos específicos.



**Gestión logística:** El DMC debe tener una sólida capacidad de gestión logística para garantizar que todas las actividades y eventos se desarrollen sin problemas. Esto incluye la coordinación del transporte, la gestión de alojamientos, la organización de actividades y excursiones, así como la supervisión general de todos los aspectos del viaje.



**Presupuesto y transparencia de costos:** discute las expectativas de presupuesto con el DMC y asegúrate de que sean transparentes en cuanto a los costos. Una buen DMC te proporcionará un desglose detallado de los costos y te ayudará a maximizar el valor dentro de tu presupuesto.



**Servicio al cliente:** la calidad del servicio al cliente es crucial. El DMC debe ser receptivo, comunicarse de manera efectiva y estar disponible para responder a tus preguntas o inquietudes

en todo momento. Un buen servicio al cliente garantizará una experiencia positiva durante todo el proceso.



**Capacidad financiera:** investiga y asegúrate de que el DMC pueda hacer

frente a una emergencia económica, que tenga la capacidad para cubrir el flujo de la operación del evento mientras se dan todas las gestiones financieras.

Recuerda que elegir el DMC adecuado puede marcar la diferencia en la calidad e inversión de tu evento o viaje de incentivo. Tómame el tiempo necesario para investigar y seleccionar una empresa confiable y experimentada que pueda cumplir con tus expectativas y brindarte una experiencia excepcional.



**\* Guadalupe Villaseñor Mendez.**

Directora de Operaciones de Procesa Incentives, DMC and Incentive Planner.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL CONTENIDO**

video  
MIEMBRAS DONDE QUIERAS

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 visual o aumentada, inteligencia 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!





# La importancia de un DMC

POR: CHARISSE SLIGHT\*

*Para los meetings planners, los DMC 's somos sus más leales aliados, porque les damos la oportunidad de hacer experiencias en Dubai y al mismo tiempo, ellos pueden estar con un grupo en la Patagonia Chilena.*



Los DMC 's apoyamos a gestionar el destino elegido, para hacer el congreso, la convención, el viaje de incentivo o la expo.

Tenemos conocimiento, experiencia y proveedores locales, para trabajar en conjunto con el diseño e implementación de las experiencias, actividades, recorridos, transporte y logística del programa.

Al ser nosotros los especialistas en el destino, integramos todos los servicios necesarios para la industria MICE; trabajamos con staff y tecnología local y eso genera grandes ahorros para los clientes extranjeros y foráneos.

¿Pero cómo elegir un buen DMC? Sencillo, al ser miembro MPI tienes acceso a una red confiable mundial de DMC 's en nuestra línea de negocios de meetings planners.

Usamos la red y las recomendaciones de nuestros colegas MPI, ellos sugieren a los mejores DMC 's,

“Los verdaderos  
superhéroes de  
los meetings  
planners mundiales,  
somos los DMC’s  
(Destination  
Management  
Company)”



investigamos su trayectoria, vemos todas sus redes sociales y los contactamos vía virtual o presencial.

Otra ventaja de ser DMC por casi de 20 años, es que nuestros clientes nos tienen mucha confianza y ya no necesitan hacer viajes de inspección y eso también es ahorro de tiempo y dinero.

Si haces un evento en alguna parte del mundo, te recomendamos que confíes en tu meeting planner, ellos evaluarán al mejor DMC para ti o mejor dicho a un superhéroe del destino.



**\* Charisse Slight,**  
fundadora y CEO de Grupo  
Mesarosa. DMC México y  
Meetings Planner.

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL  
CONTENIDO



EXPO TURISMO  
**VERACRUZ**  
**2023**  
PASIÓN POR EL TURISMO

## INVITACIÓN

TENEMOS EL PLACER DE INVITARTE A LA  
SEGUNDA EDICIÓN DE

### "EXPO TURISMO VERACRUZ 2023",

UN EVENTO QUE PROMETE SER UNA EXPERIENCIA ÚNICA  
Y EN LA QUE PODRÁS HACER CRECER TU RED DE  
CONTACTOS EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA.

EN LA EXPO TURISMO VERACRUZ 2023, ENCONTRARÁS  
UNA AMPLIA GAMA DE OPORTUNIDADES:

CITAS DE NEGOCIOS  
CONFERENCIAS Y COLOQUIOS  
ÁREA ARTESANAL  
ÁREA GASTRONÓMICA

**7,8 Y 9**  
**DE NOVIEMBRE**

WORLD TRADE CENTER  
BOCA DEL RÍO, VER.

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

**PÚBLICO EN GENERAL, ACCESO GRATUITO**



# *Diseño de experiencias de destino*

POR: ELDA LAURA CERDA\*

*Si bien es cierto, la razón de ser de un DMC es crear experiencias que pongan en valor la singularidad del destino, y por consecuencia, logren la diferenciación, la significancia y satisfacción de sus clientes.*

Resulta evidente que las tendencias de la industria de reuniones han generado nuevos patrones de comportamiento, hoy nos encontramos con clientes ávidos de explorar nuevos destinos y de recorrerlos de diferente forma.

Los valores y atributos de los sitios o productos turísticos deben contar con significado para cada uno de los asistentes, de acuerdo a su estilo de vida; lo cual representa un gran reto para los gestores y empresarios locales al momento de crear un experiencia turística, es decir, la construcción de valor en cada una de las etapas del viaje, desde la concepción de la idea hasta el regreso a su entorno habitual, generando efectos emocionales y significativos entre quienes viven la experiencia.

Al respecto es importante destacar las consideraciones generales que debemos tomar en cuenta en la construcción de la experiencia turística en el destino, honrando el legado de muchos autores que durante

décadas han plasmado en diversas publicaciones, las cuales podemos encuadrar en los siguientes puntos:

**01**  La persona es el centro principal para el diseño y desarrollo de experiencias, por ello debemos empatizar con ella, conocer sus necesidades, motivaciones y estilos de vida.

**02**  Activar sensorialmente al visitante, poner en funcionamiento los sentidos mediante sabores, aromas y colores para elevar el disfrute de la actividad y el grado de retención en la mente.

**03**  Conectar al visitante con el entorno, sus atractivos y recursos; generar un aprendizaje.

**04**  Buscar la participación, generando actividades con un contenido emocional para lograr una mayor inmersión del visitante en el viaje, pasando del espectador contemplativo al participativo,

generador de su propia experiencia, para asegurar un mayor disfrute, emoción y grato recuerdo.

- 05**  Generar una vivencia significativa, envolviendo al visitante en una historia auténtica: las experiencias más recordadas y valoradas son aquellas que logran una memoria positiva, sin olvidarnos que la accesibilidad al lugar es fundamental.

## **Metodología para generar experiencias turísticas**

Existen diversas metodologías y mejores prácticas para generar experiencias turísticas, entre ellas, me permito destacar la sugerida por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, la cual se desdobra en nueve pasos:

- 01**  Investiga al viajero: Conoce al turista actual en el destino, identifica los segmentos reales y potenciales.

**02**  Explora el entorno: Identifica los atractivos y recursos turísticos, describe los elementos movilizadores de los viajeros, analiza la situación actual del sitio, producto o destino turístico.

**03**  Analiza tu competencia o coopetencia, esa combinación de cooperación y competencia para la creación de valor.

**04**  Conceptualiza tu experiencia turística: Selecciona tu segmento a atender y define la experiencia.

**05**  Diseña un guión experiencial: Identifica los elementos de la experiencia turística y estructura la narrativa del guión experiencial.

**06**  Implementa una escenografía y ambientación: Ejecuta las acciones previstas relacionadas, instalaciones, equipamiento y elementos de apoyo.

**07** Define a tu “elenco experiencial”: Organiza al recurso humano calificado de tu organización, incluye a tus proveedores, aliados y socios estratégicos.

**08** Promociona tu experiencia turística y articula con el mercado: Define cómo vas a dar a conocer tu experiencia turística, qué medios o canales vas a utilizar para llegar a tu segmento y qué herramientas debes aplicar para atraer su atención.

**09** Finalmente, evalúa tu experiencia turística.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**



**\* Elda Laura Cerda,**  
CED, Directora General.

 +52 (81) 8191 8142 / Cel. +52 (81) 1212 9841

 [eldalaura@dmcmonterrey.com](mailto:eldalaura@dmcmonterrey.com)

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

 [DMCMonterrey](https://www.facebook.com/DMCMonterrey)

 [dmc\\_monterrey](https://www.instagram.com/dmc_monterrey)

 [dmcmonterrey](https://www.linkedin.com/company/dmcmonterrey)



**WORLD TOURISM  
TRENDS SUMMIT**  
MORELIA, MICHOACÁN  
28 y 29 • NOVIEMBRE • 23



# EL EVENTO

MAS IMPORTANTE EN MÉXICO DE  
TURISMO Y TECNOLOGÍA

## AGENDA



**2  
DÍAS**

**15 Conferencias**

**1,000 Asistentes**

**500 Presenciales / 500 Virtuales**

**[www.congresowtts.org](http://www.congresowtts.org)**





LA PREPARACIÓN PARA LO  
INESPERADO,  
**LA INVERSIÓN QUE  
TODO DMC DEBERÍA  
CONSIDERAR**

POR: LUPITA VILLASEÑOR\*

*La experiencia y conocimiento de los DMC's locales es invaluable para garantizar que los clientes tengan experiencias sin inconvenientes. Sin embargo, en un mundo cada vez más volátil e impredecible, la importancia de contar con un sólido plan de contingencia y manejo de riesgos se ha convertido en un factor crítico para el éxito de un DMC.*

La industria del turismo de reuniones es altamente vulnerable a una serie de factores impredecibles, que incluyen desastres naturales, epidemias, conflictos políticos, problemas de seguridad y cambios en las regulaciones gubernamentales.

Estos eventos pueden tener un impacto devastador en la planificación y ejecución de eventos y viajes. Aquí es donde entra en juego la importancia de un plan de contingencia y manejo de riesgos sólido.

Los Destination Management Companies (DMC), desempeñan un papel fundamental en la planificación y ejecución de eventos y viajes en destinos turísticos de todo el mundo.

## **La importancia de un plan de contingencia**

Un plan de contingencia bien diseñado es esencial para abordar situaciones inesperadas que puedan

surgir durante la planificación y ejecución de un evento o viaje. Algunos de los elementos clave de un plan de contingencia de un DMC incluyen:



**Evaluación de riesgos:** identificar los posibles riesgos que pueden afectar el evento o viaje, desde problemas climáticos hasta problemas de seguridad o cancelaciones de vuelos.



02

**Medidas preventivas:** establecer protocolos y procedimientos para minimizar el impacto de los riesgos identificados. Esto puede incluir la contratación de seguros específicos, diversificación de proveedores o alternativas de ubicación.

03

**Comunicación efectiva:** establecer canales de comunicación claros y un equipo de respuesta a emergencias bien capacitado para garantizar que la información fluya de manera eficiente en caso de un incidente.

04

**Flexibilidad y adaptabilidad:** mantener la flexibilidad en la planificación y la capacidad de adaptarse rápidamente a las circunstancias cambiantes.

## El rol del manejo de riesgos

El manejo de riesgos va más allá de la preparación para lo inesperado. Implica una gestión activa de los



riesgos identificados a lo largo de la ejecución del evento o viaje. Algunas prácticas clave de manejo de riesgos en la gestión operativa de un DMC incluyen:



**Supervisión continua:** monitorear de cerca las condiciones en el destino antes y durante el evento o viaje para tomar decisiones informadas en tiempo real.



02

**Plan de comunicación:** mantener una comunicación constante con los clientes y proveedores para mantenerlos informados y tranquilos en situaciones desafiantes.



03

**Capacitación del personal:** asegurarse de que el personal esté bien capacitado y preparado para lidiar con situaciones de crisis.



04

**Aprendizaje continuo:** después del evento o viaje, realizar una revisión exhaustiva para identificar áreas de mejora y ajustar el plan de contingencia y manejo de riesgos según sea necesario.

En un mundo tan volátil como lo es la industria del turismo de reuniones, un DMC no puede subestimar la importancia de contar con un sólido plan de contingencia y manejo de riesgos.

Esto no solo garantiza la seguridad y la satisfacción de los clientes, sino que también protege la reputación y la viabilidad a largo plazo de la empresa.

Un DMC que demuestra su capacidad para abordar los desafíos inesperados se convierte en un socio confiable y valioso en la planificación de eventos y viajes en cualquier destino.

La inversión en la preparación para lo inesperado es, sin duda, una inversión inteligente para un DMC.



**\* Lupita Villaseñor,**  
directora de Operaciones Procesa  
Incentives. DMC en Guadalajara e  
Incentive Planner.

 **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](http://WWW.WMFORUM.ORG)

WorldMeetingsForum

@worldmeetingsfo

@worldmeetingsfo

world-meetings-forum

WorldMeetingsForum



# ¿Por qué me gusta ser un agente DMC?

POR: MIREYA CAMARENA ARENAS\*

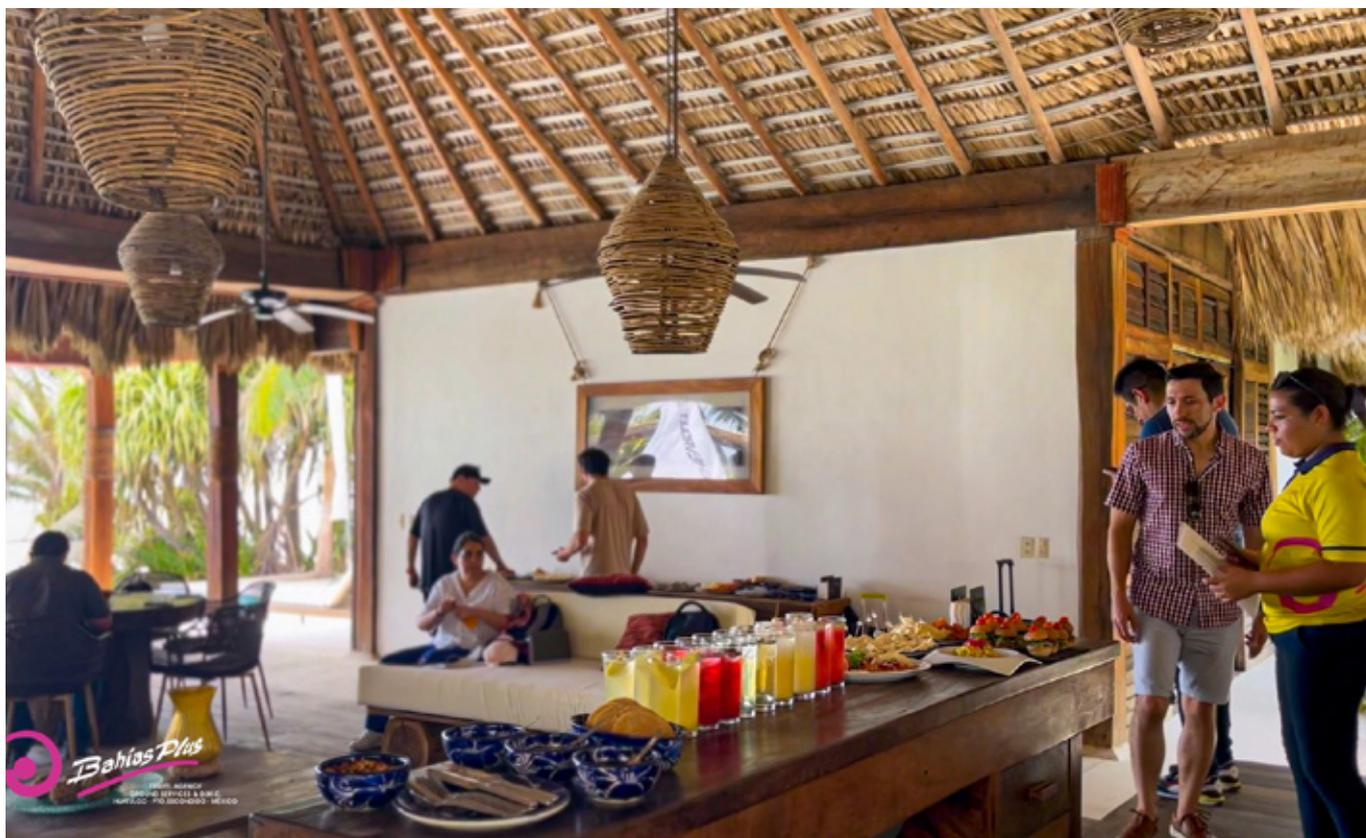
*Me gusta ser un agente DMC porque mi trabajo consiste en ser el mejor anfitrión de mi destino. Me encargo de recibir a los visitantes en mi lugar de especialización y mostrarles las bondades y el potencial que el destino ofrece.*

Es interesante conocer a cada cliente y comprender sus necesidades para poder satisfacer sus expectativas. Basándome en los requerimientos de mis clientes, desarrollo un plan de recepción y un programa de actividades que se adecúen a sus intereses.

Lo primero que hago es escuchar atentamente, luego traduzco sus necesidades al entorno y finalmente elaboro una agenda de trabajo que incluye las opciones que el cliente busca.

Es importante ser honesto y decirles qué es posible y qué no, esto genera confianza con el cliente. Creo firmemente que hablar con la verdad es siempre el mejor aliado.

Nosotros, como agentes DMC, somos los intermediarios entre nuestros clientes y las autoridades locales. Nos encargamos de gestionar permisos y facilitar los eventos y apoyos al grupo.



Mi recomendación es mostrar la autenticidad del lugar, lo que nos identifica y asegurarnos de que los pasajeros tengan una experiencia inolvidable. Siempre recomiendo estimular los sentidos de los viajeros.

Esto se logra al permitirles probar los sabores de la región, disfrutar de los aromas del destino, visitar los lugares icónicos y permitirles sentir, tocar y participar en actividades propias de la región.

Para crear un cierre memorable, es importante buscar que el momento “Wow” se adapte al perfil del cliente. Sorprenderlos y reafirmar que las nuevas experiencias siempre son parte de nuestro trabajo.

Como agentes DMC, debemos ser considerados como los consultores oficiales y valorados en la cadena de valor del sector turístico. Nuestro enfoque es similar al de un asesor fiscal o legal.





Cuando un cliente acude a nuestros servicios, siempre saldrá con una respuesta profesional y diferente a la que tenía en mente, ya que nos especializamos en el tema y es importante que nos reconozcan monetariamente por este servicio.

Es importante valorar nuestro trabajo y hacer que sea valorado por nuestros clientes. Nuestra asesoría debe ser incorporada como parte fundamental de la actividad económica turística.

Debemos dejar de ofrecer nuestros servicios de forma gratuita. Los cambios que se están produciendo en el sector turístico nos obligan a adaptarnos y aprovechar nuestras habilidades y conocimientos para enriquecer la experiencia de los visitantes.



**\* Mireya Camarena Arenas,**  
directora de Bahías Plus DMC.

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL  
CONTENIDO



# OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

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

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

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



Los eventos virtuales jamás sustituirán a las experiencias personales

# Química cerebral de las experiencias en destino

POR: ERIC ALVAREZ TAYLOR\*

*Es del conocimiento popular que los eventos virtuales han llegado para quedarse al tener un valor evidente y hay quienes se han atrevido a pronosticar que llegarán algún día a sustituir a los presenciales debido a su reducido costo y facilidad para lograr interacción entre participantes, sin embargo, la ciencia, la condición humana y el ritmo de evolución de nuestra especie dicen lo contrario.*

Empecemos por el principio, muy al principio, hace más de 40 mil años cuando el Hombre de Neandertal era el que poblaba la tierra y alzaba la mano como el primer Homo Sapiens. Estos humanos no eran ni los más fuertes, ni los más rápidos ni los más físicamente aptos, comparados con otras especies que habitaban el planeta, pero el desarrollo de su cerebro y su capacidad de actuar en comunidad les ayudó a sobrevivir y les dio hegemonía en la pirámide alimentaria.

De esta forma, el “cerebro reptiliano” de los primeros humanos, al estar cazando o recolectando y encontrarse con un tigre dientes de sable, segregaba de inmediato dos neurotransmisores: norepinefrina (también conocida como adrenalina) y cortisol, ambos excitadores del sistema nervioso que generan un estado de alerta.

Bajo ese estado, en una fracción de segundo se adoptan reacciones como pelear, huir e incluso congelarse (fight or flight response, en Inglés);



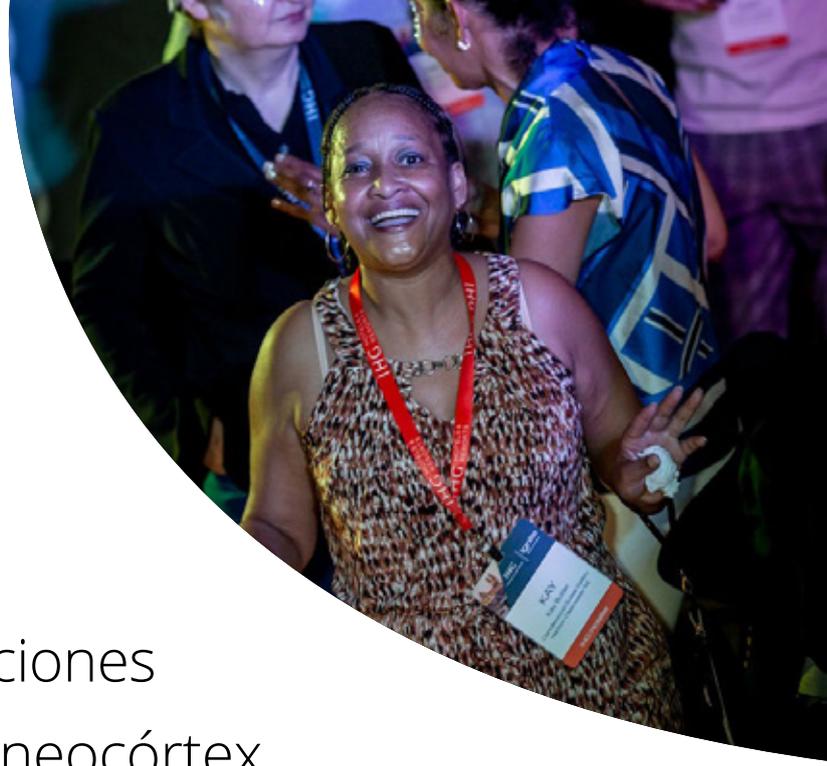
independientemente de la reacción, el evento terminaría en algunos segundos o minutos.

Si nuestro amigo el Neandertal tenía la fortuna de regresar a su cueva con vida, después requería relajarse hasta lograr el equilibrio y se valía de neurotransmisores como la oxitocina, una hormona maravillosa que tiene la función de relajar, elevar las defensas, regular la respiración y ritmo cardiaco, también genera confianza

y ayuda a procesar situaciones sociales dentro de la tribu.

En ese estado de “homeostasis” el cerebro se permite acceder a funciones avanzadas alojadas en el neocórtex prefrontal, justo detrás de la frente, las cuales le permitieron al Hombre de Neandertal resolver situaciones complejas y lograr grandes avances como la agricultura y el sedentarismo que posteriormente dio paso a los primeros asentamientos humanos.

En el gran diseño del universo y la evolución, vino la aparición del Homo Sapiens Sapiens, conocido generalmente como el Hombre de Cromañón. El cerebro de la humanidad actual aún cuenta con su parte reptiliana, se llama así por ser la menos evolucionada.



Ahora, ya no existen tigres dientes de sable y la manera en que se amenaza nuestra supervivencia es a través de cuotas, fechas de pago, objetivos mensuales y plazos fatales para entregar cotizaciones. El gran problema aquí es que, mientras un encuentro con tigre dientes de sable duraba minutos, un encuentro con un jefe o cliente puede durar meses. Esto es lo que conocemos como estrés.

Es obvio que cualquier organizador de eventos desearía que sus invitados estén en un estado de equilibrio y relajación, de modo que puedan acceder a su neocórtex prefrontal y tengan las maravillosas ideas que cambian el mundo.

Es necesario fomentar la producción de oxitocina e inhibir la norepinefrina que produce tanto estrés. Y, aunque puede producirse en menores cantidades por ciertos alimentos o por exponerse al sol, la única manera de producir oxitocina es mediante el contacto



físico con otro humano, las situaciones sociales positivas, incluso potenciadas con un poco de alcohol y también por medio de actividades de wellness o altruistas.

Una pantalla no logra producir oxitocina en quien la mira, es imposible.

En conclusión, es evidente que los eventos virtuales cumplen una función importante, sobre todo en

situaciones en las que solamente se busca impartir conocimiento o transmitir un mensaje sin que este provoque una reacción emocional y comprometida en quien lo recibe.

Si lo que se busca con un evento es crear conexiones, complicidades, networking, motivación o generar ideas y estrategias que impacten de fondo a una organización, el evento presencial y la experiencia en destino, son imprescindibles.



Aunque la tecnología y la disrupción sean la tendencia en el mundo moderno (tendencia que llegó para quedarse), no nos confundamos, somos humanos, y esa condición durará miles de años después de que el más longevo de nosotros camine por la tierra.

Mientras sigamos teniendo humanidad, los eventos en destino no solo seguirán siendo ampliamente socorridos, sino que mantendrán su tendencia ascendente en cuanto sepamos cómo producir experiencias que favorezcan la producción de oxitocina ¿O no mi Cromañón?



**\* Eric Alvarez Taylor,**  
Presidente, DMS de México.

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL  
CONTENIDO

# Las etapas clave en la organización de un evento en playa

POR: ERIKA LIZAMA\*

*Cuando uno de nuestros clientes elige un destino de playa para llevar a cabo un evento, una convención o un viaje de incentivo, el destino de playa se convierte en el lugar aspiracional por excelencia, un lugar mágico en el cual cada uno de los participantes experimentará en su totalidad.*



Nuestra labor consiste en crear una experiencia positiva y unida de inicio a fin; es decir desde la experiencia de llegada al aeropuerto, el traslado hacia el hotel seleccionado, las actividades durante el evento y traslado de regreso hacia el aeropuerto.

Somos un eslabón clave dentro de la cadena de valor en la organización de cualquier evento en la industria de reuniones, es por ello, que al seleccionar un destino de playa para tu próximo evento hay que considerar los siguientes puntos dentro de estas etapas:

**Experiencia de Llegada:** Cuando seleccionas un destino de playa también seleccionas el aeropuerto al cual llegarán los participantes del evento, por lo que es muy importante comunicar el lugar exacto donde será nuestro punto de encuentro para poder trasladarlos al hotel seleccionado.

Hay que considerar el tiempo de traslado del aeropuerto hacia el hotel, la experiencia de llegada se inicia desde el aeropuerto, el staff que te da la bienvenida así como el vehículo y chofer que los acompaña.

Como DMC tenemos la gran responsabilidad de ser la primera impresión que tiene el participante, por lo que contar con un DMC que tenga la experiencia y conozca la



logística desde el aeropuerto, brindará dará mayor confianza y tranquilidad para que la primera impresión del participante sea increíble. Desde un mariachi a la bienvenida, una margarita a bordo del vehículo y la llegada al hotel, somos capaces de crear una experiencia de llegada inolvidable.

**Durante el Evento:** Al momento de realizar un evento como una convención o un incentivo en una playa, nosotros como DMC creamos la actividad que les permita conocer, explorar y disfrutar el destino, desde una cena a bordo de un catamarán al atardecer, un teambuilding en la playa, unas clases de surf o manejar un ATV en la playa.

Es importante considerar la fecha del evento para valorar el clima y la temperatura para lograr que la actividad diseñada sea una grata experiencia. Cada destino debe contar con locaciones increíbles para lograr un evento exitoso.



Como DMC ayudamos a diseñar eventos desde seleccionar la locación, la música, la bebida insignia de bienvenida, la mejor opción para el banquete, el tema para que en su conjunto puedan lograr con éxito un evento memorable para los participantes.

Nuestra labor como DMC es de inicio a fin, iniciamos el acompañamiento para la visita de inspección, la planeación y la ejecución del evento. El evento

inicia desde organizar la logística para trasladar a los participantes del hotel seleccionado al lugar de las actividades, así como todo lo que sucede dentro de la convención, hasta su traslado de regreso al hotel.

Un componente importante dentro de un evento es todo lo que sucede dentro de un salón, nosotros apoyamos en la coordinación y logística del audio, video, fotografía y la traducción simultánea.

Además, contamos con proveedores de la más alta calidad para que los eventos se lleven a cabo sin contratiempos.



### **Experiencia de Salida:**

La experiencia de salida es un componente importante cuando se termina la convención o el

incentivo, nuestra función como DMC es coordinar toda la logística con los vehículos y el tiempo de traslado hacia el aeropuerto, damos asistencia a los participantes desde el hotel hasta el aeropuerto. El éxito se logra en conjunto con el organizador, el hotel seleccionado y el DMC.



---

**\* Erika Lizama, CIS, CMS.  
Licenciada en Hotelería.**

Actualmente es Directora de Ventas en México Planners DMC Los Cabos. Representa a la empresa en el Cluster de Reuniones del Fideicomiso de Turismo de los Cabos, cuenta con 20 años de experiencia en la industria habiendo laborado en diferentes DMCS de Los Cabos y Riviera Maya.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# ¿Sabías que YUCATÁN es el mejor destino para turismo de negocios?

POR: ARMANDO CASARES ESPINOSA\*

*Mérida, Yucatán, también conocida como la "Ciudad Blanca", es uno de los centros turísticos de México más reconocidos para celebrar eventos del segmento MICE, se ubica en un lugar privilegiado del país y cuenta con todo lo necesario para que el turismo de negocios se sienta como un viaje de placer.*

**M**érida es una de las pocas ciudades en el país que cuenta con la infraestructura necesaria para recibir grupos de Incentivos, Congresos y Convenciones al ofrecer una muy buena oferta hotelera, conectividad aérea y terrestre, gastronomía, centro de convenciones, exposiciones para el turismo de reuniones y eventos empresariales.

El destino posee una gran diversidad de experiencias hechas a la medida del cliente en zonas arqueológicas, haciendas, cenotes, antiguas casonas, ciudades coloniales, Pueblos Mágicos y reservas ecológicas.

Quiero resaltar la cocina tradicional yucateca que se deriva básicamente de la cultura hispana y la cultura maya, y destaca por la variedad de sabores y aromas, gracias a los condimentos y especias características de esta región.



Dentro de sus platillos típicos encontramos la cochinita pibil, salbutes, panuchos, papadzules, sopa de lima, así como el tradicional poc-chuc y el pescado tikin xic.

Las bebidas típicas son la horchata de arroz, agua de chaya con limón, lima, naranja agria o de pitahaya.

Tras convertirse en tendencia en materia de turismo gastronómico y sumarse a la lista de grandes eventos que se realizan en la entidad, Yucatán se convierte una vez más en el epicentro gastronómico del mundo, con la segunda edición del Festival Sabores de Yucatán.

La entidad nuevamente será anfitriona de tres grandes eventos de la escena culinaria, The Best Chefs Awards, México Selection by Concours Mondial de



Bruxelles y la Barra México, y se darán cita del 16 al 20 de noviembre próximo en Mérida, la capital del estado. Mérida ofrece escenarios únicos para todo tipo de eventos, altos estándares de servicio y atención, tanto en hoteles como en los recintos de congresos, restaurantes, DMCs expertos en el destino.

Por lo anterior, nuestra ciudad ha sido anfitriona de importantes eventos nacionales e internacionales y un factor determinante es que es una de las ciudades más seguras del país.

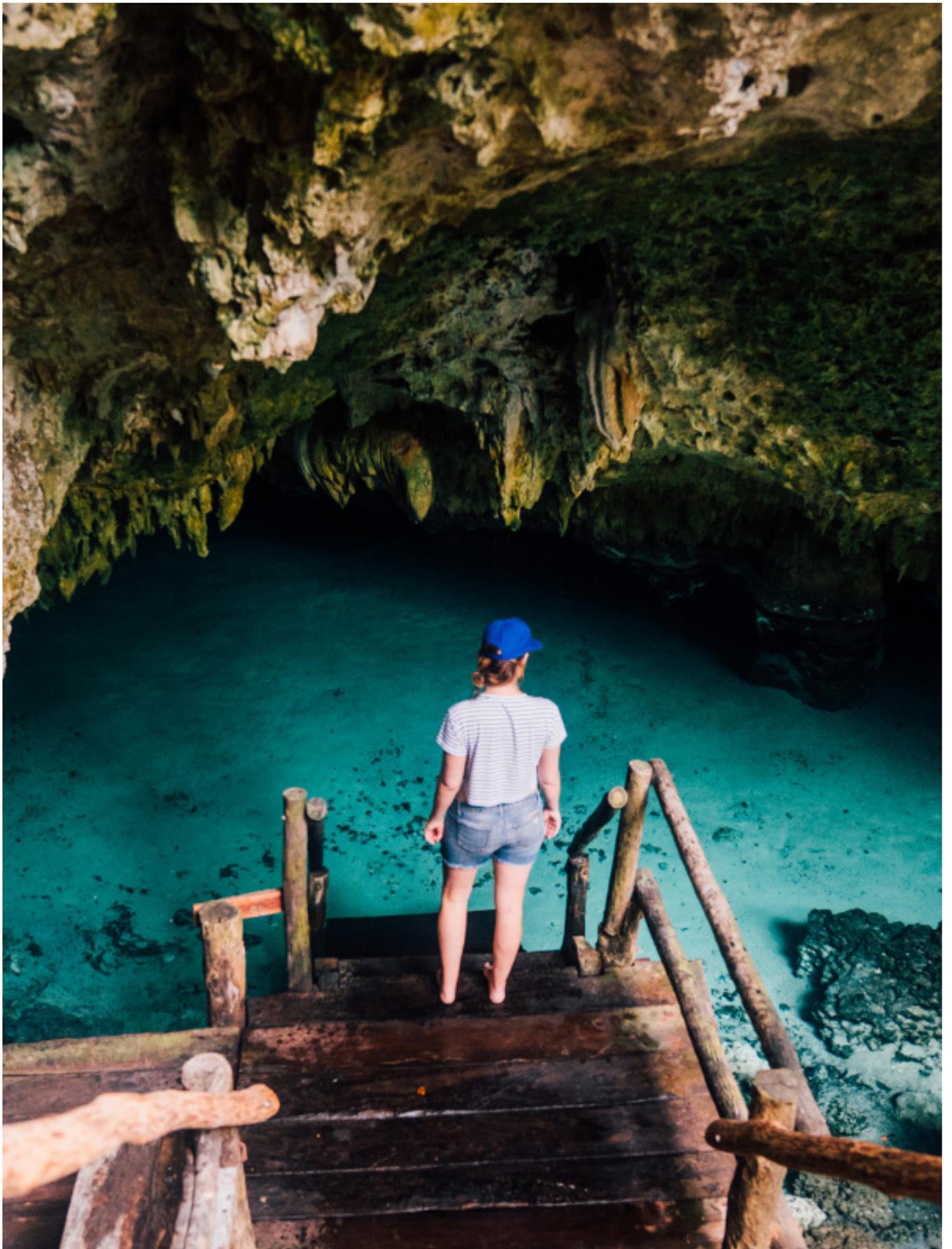
Durante la séptima edición de los Premios Heel que organiza Meeting Professionals International (MPI) Chapter México, se reconoció a Yucatán como destino selecto y destacado de la industria en México.

Los Premios Heel, cuyo nombre proviene de una palabra de origen maya que hace referencia a la transformación, el cambio y la renovación, se

consideran los premios más importantes de la industria del turismo de reuniones en México.

Acércate a nosotros y saca todo el provecho de tu viaje de negocios en este hermoso destino, no tendríamos inconveniente en enseñarte los principales puntos de encuentro, porque todo está perfectamente planeado para que tu estancia sea la más placentera y productiva para ti y tus colaboradores.





Mérida es un destino para celebrar los éxitos de tus clientes, quienes mercedamente buscan un destino que lo tenga todo a la vez.



**\* Armando Casares Espinosa,**  
presidente de AMDEMAC y CEO  
Control Tur, DMC.

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL  
CONTENIDO

# Huatulco:

## Destino para eventos con un enfoque sustentable

POR: ELIEZER GRIS VARGAS\*



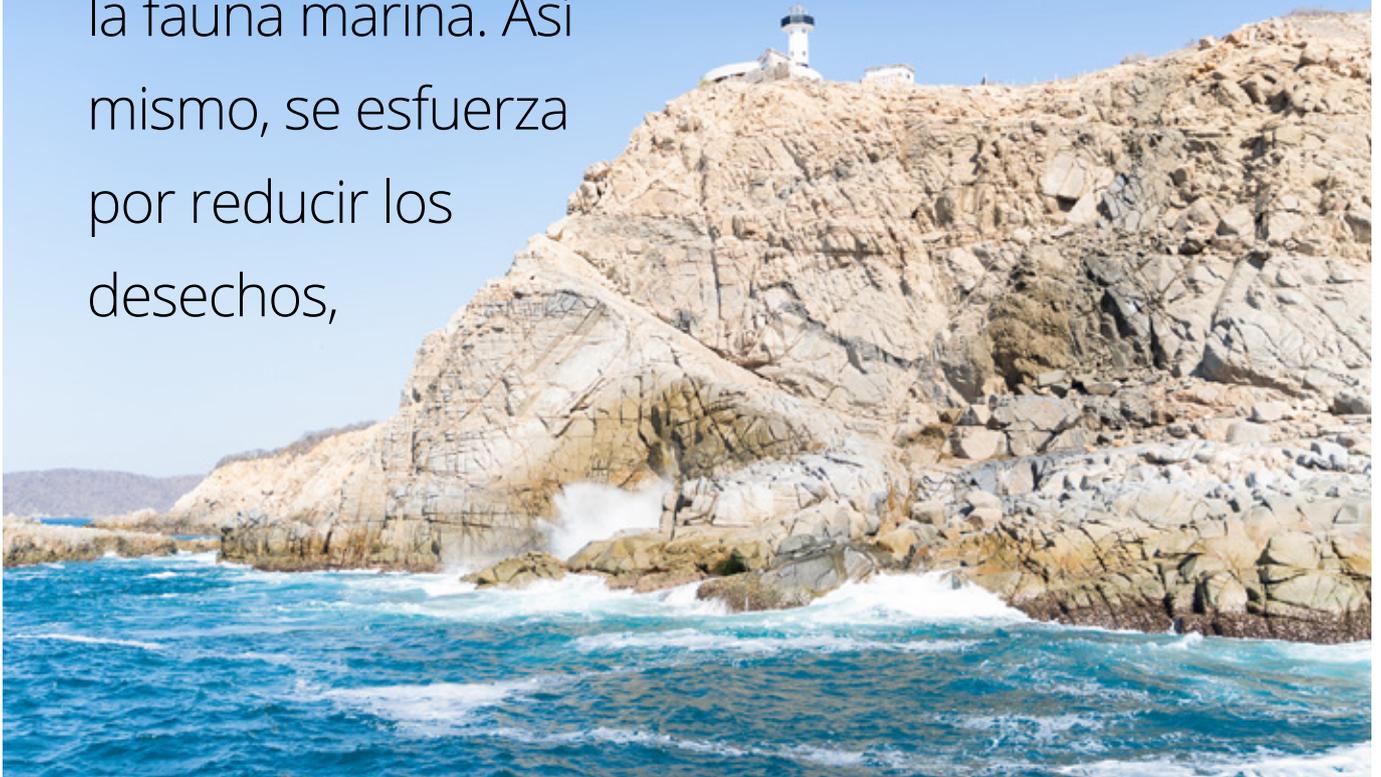
**B**ahías de Huatulco, en la costa del Pacífico mexicano, emerge como un destino turístico de playa que combina belleza natural y fuerte compromiso con la sustentabilidad. Déjame contarte de las bondades de este complejo y cómo su enfoque lo convierte en una elección excepcional para eventos íntimos y de bajo impacto.

No es novedad para quienes nos dedicamos a esta industria que los clientes demandan cada vez más propuestas de sedes novedosas que no solo sean hermosas y que ofrezcan mucho más que recintos bonitos.

Bahías de Huatulco es conocido por sus impresionantes paisajes naturales, playas vírgenes de arena bronceada y aguas cristalinas, pero lo que realmente lo hace destacar es su compromiso con la sustentabilidad.

Tras una trayectoria de casi 20 años de esfuerzos ininterrumpidos, se enorgullece de haber obtenido la certificación EarthCheck Master, que reconoce su dedicación a la gestión sostenible de recursos y la reducción de su huella ambiental durante todo este tiempo.

Se han implementado medidas para preservar su biodiversidad única, incluyendo áreas de conservación y programas de protección de la fauna marina. Así mismo, se esfuerza por reducir los desechos,





promover el reciclaje y la reutilización, contribuyendo al cuidado del medio ambiente.

Este compromiso lo ha llevado a recibir otros galardones importantes como Reserva de la Biósfera (MAB), Blue Flag, Playa Limpia Sustentable, Sitio RAMSAR, Distintivo S, Parque Nacional, por mencionar solo algunos.

Un gratio de arena, la experiencia que te conecta con la conservación.

Imagina volver a sentir las cosas simples que encontramos en la naturaleza y amar el proceso, eso es “Un granito de arena”.

En esta experiencia se admira la inmensidad del océano desde un imponente mirador, al cerrar los ojos podrás escuchar el bramido del mar con sus imponentes olas.



Nos recuerda su misterio, su poder, su preciosa faz siempre cambiante, la fluidez, la conexión que sientes cuando estás cerca de él.

Si conoces la playa El Órgano, entonces ya has visto el paraíso. Está certificada como “Playa Limpia Sustentable”, donde puedes disfrutar de la tranquilidad, agua cristalina, arenas bronceadas, flora y fauna abundante.

Para llegar a ella harás una caminata a través de un sendero de interpretación ambiental, prepárate para reencontrarte con la naturaleza.



Antes de ingresar a este santuario, un chamán te guiará por un ritual ancestral zapoteca para agradecer a la madre naturaleza sus bondades.

No hay mejor manera de expresar gratitud a la madre tierra, sino aportando un granito de arena a la limpieza de sus playas, levantando los residuos microplásticos que encuentres a la orilla.

De esta forma la abrazas y le devuelves un poquito de todo lo que ella te da sin condición.





Así que, si estás buscando un destino diferente, que sume valor a tu evento y pueda tener un impacto positivo en la comunidad y el planeta, Huatulco es tu próximo lugar favorito.



**\* Eliezer Gris Vargas.**  
Director General en Operadora  
Paraíso Huatulco S.A. de C.V.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# La responsabilidad como DMC en Querétaro

¡En Querétaro encontré México!

POR: OMAR ANDRADE CAMACHO\*

*Como DMC es fundamental estar conscientes de que aunado a las experiencias que creamos para nuestros socios y amigos debemos tener en cuenta que el turismo debe responder a la sustentabilidad siendo obligatorio ofrecer nuestros servicios, pero sin comprometer los recursos naturales, culturales y humanos de la zona.*

Querétaro cuenta con semidesierto, bosque, la Sierra Gorda y una ciudad creativa y moderna que convive armónicamente con la herencia colonial. La flora, fauna y grupos étnicos que podemos encontrar en cada sitio te cautivarán.

No podemos dejar de lado los Pueblos Mágicos: San Joaquín, Jalpan, Pinal de Amoles, Cadereyta, Bernal, Tequisquiapan y Amealco, zonas que ofrecen espacios ideales para actividades ecoturísticas, culturales y de responsabilidad social.

Como DMC es una gran responsabilidad no pasar por desapercibido ningún producto o ruta turística que encarne y luzca los grandes atributos de este histórico estado. Desde el primer cuadro de la ciudad con sus pintorescas calles, casonas con fachadas lujosas y recintos que abren sus puertas a grupos y congresos que eligen el destino como sede.

Entre los atractivos turísticos que Querétaro posee, se encuentran los 38 viñedos que rodean la capital, sitios en los que se pueden vivir momentos especiales y guardar memorias fotográficas para toda la vida.



En conjunto, los viñedos y las queseras que conforman la Ruta del Queso y Vino de Querétaro, captan el mayor número de visitantes a nivel nacional y como DMC tenemos una gran responsabilidad con nuestros socios, amigos e invitados que buscan celebrar un evento corporativo o un viaje de incentivo.

Todo lo que describo se acompaña de un servicio de calidad y excelencia, con el nivel para atender a



cualquier referente mundial del turismo de reuniones. Y lo interesante es que los participantes del sector regresan para disfrutar y vivir cada rincón de Querétaro.

Sin embargo, el crecimiento de nuestra industria no debe olvidar el cuidado de los recursos, para que las futuras generaciones tengan el acceso a lo equivalente que se nos ha heredado.

Las sugerencias para lograrlo son, el consumo local, promover el turismo entre los visitantes. Respetar las reglas y normas de las comunidades que se visitan; así como reducir el impacto ambiental a lo mínimo posible por evento.

Con toda la riqueza, atractivos, naturaleza, paz, cultura, personas únicas, recintos espectaculares y toda la cadena de prestadores de servicios con las que se cuenta en Querétaro, es una responsabilidad enorme la que tenemos los DMC's.



Debemos conservar nuestros recursos, generar condiciones de igualdad y equidad para los actores locales y que todo aquel que opte por Querétaro para su próxima sede o destino se lleve una experiencia humana, cálida y llena de alegría por su elección.

De inicio a fin, será un placer recibir a todo aquel que seleccione a Querétaro, que en otomí quiere decir “gran juego de pelota”, para su próxima visita.

Es una gran tarea y responsabilidad, pero sobre todo nos provoca gusto y ánimo la posibilidad de generar experiencias y emociones únicas, proporcionar servicios más allá de la logística, aportando ideas innovadoras, creativas y únicas para hacer de ese momento algo inolvidable.

Combinamos creatividad, profesionalismo y responsabilidad social, sin olvidar cumplir con los

objetivos encomendados y para los cuales fuimos contratados. Responsabilidad que asumimos con gusto.

Es así como después de algunos párrafos queremos demostrar un poco de lo que es Querétaro ...

Entonces encontré México.



---

**\* Omar Andrade Camacho,**  
dirección comercial / PlayTrip DMC.

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**

# Los 10 KPI Fundamentales para medir a un DMC Sostenible

POR: FRANCISCO CACHAFEIRO\*



Los DMC's son fundamentales para el desarrollo de un evento al ser los especialistas en manejar el destino y por eso es importante que se sumen de forma conjunta al desarrollo de acciones sostenibles.

Dentro de los 17 ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible), que marca la Agenda 2030 de la ONU existe el 17 (alianzas para lograr los objetivos) y consiste en fomentar la colaboración con empresas cuyo ADN sea ético y realmente sostenible.

Los Principales 10 KPI de un DMC Sostenible.



Que genere beneficios económicos en descuentos de sus servicios a los clientes comprometidos en tener sus eventos sostenibles.



Que usen tabletas electrónicas para el contacto de pasajeros en los aeropuertos.

Que las amenidades que se entregan en las unidades terrestres sean con materiales y productos ecoamigables.



.....

Que fomenten el uso de los traslados grupales más que los individuales.

.....



Que todo tipo de regalo y amenidades que den del destino sean comprados a pequeños comerciantes de la comunidad.

.....



Que procuren que todas sus compras referentes al evento sean con proveedores locales y así fomentar las compras Kilómetro Cero.

.....



Que propongan y trabajen con restaurantes que mantengan la cultura de banco de alimentos sobrantes para comunidades vulnerables.



Que tengan políticas internas de Igualdad de Género y que garanticen condiciones de trabajo decentes y bien remuneradas a sus trabajadores.

---



Que demuestren que tienen un programa de capacitación continua sobre acciones sostenibles entre sus colaboradores.

---



Que tengan relación con comunidades vulnerables para el desarrollo de dinámicas de integración con carácter de responsabilidad social.

---



Que usen y fomenten la tecnología electrónica para funciones de registros, códigos QR, manuales de operación, folletos, etc. Así se elimina al máximo el uso del papel.



Con estos 10 sencillos KPI puedes identificar qué tan sostenible es tu DMC y con esto alinearse directamente a uno de los 17 ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) que marca la Agenda 2030 de la ONU.



**\* Francisco Cachafeiro (CACHA)**

Socio Fundador  
Corad Meeting Planner.

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL  
CONTENIDO

# Voluntad y empatía, palabras clave para la inclusión de personas con discapacidad

POR: SISMONDI ESPARZA FLORES\*

*Este artículo está inspirado en una historia real, soy usuario de silla de ruedas y no puedo caminar, comento esto porque hay muchos tipos de discapacidad motriz y las necesidades de cada persona son diferentes en función del tipo de lesión o la causa de su falta de movilidad.*

El miércoles 5 de julio del 2023, tomé el vuelo Y4795 de la aerolínea Volaris procedente de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez con destino a la Ciudad de México. El vuelo salió muy cerca de las diez de la noche y llegó sin contratiempos poco más de una hora después.

Los pasajeros fueron bajando y yo debía esperar hasta el final de acuerdo al protocolo de desembarque, ya que a las personas que no podemos caminar nos facilitan una silla especial, que con la ayuda de otra persona capacitada en el manejo de la misma, se desplaza por el pasillo central de la cabina de pasajeros, es muy angosta y por la misma razón recibe el nombre de “silla pasillera”.

Faltaba ya menos de media hora para la media noche y noté que la “pasillera” (así se le conoce en México a este tipo de sillas) no llegaba. Para hacer menos pesada la espera, hice plática con una de las sobrecargos y me comentó que ella y el resto de la tripulación venían de un vuelo de Costa Rica a la Ciudad de México, de

donde habían salido hacia Tuxtla Gutiérrez y estaban nuevamente de regreso para culminar su jornada del día. Aún con la sonrisa en sus rostros, era notable el cansancio propio de tantas horas de viaje.

Toda la tripulación y su servidor estábamos esperando que llegara el personal de apoyo para que yo pudiera salir del avión, me comentaron que lo habían solicitado desde la llegada de la aeronave a la plataforma del aeropuerto, pero por alguna razón ajena a ellos, no sucedió así.



Con tantos años viajando en esas circunstancias, honestamente la situación no me extrañó y no era la primera vez que me sucedía algo así, de tal suerte que me pareció más prudente tener paciencia y ser optimista en esos momentos, en vez de enojarme o hacer algún reclamo.

El personal de apoyo y estas sillas especiales, no siempre pertenecen a la plantilla laboral de las aerolíneas y muchas veces forman parte de los servicios adicionales que brindan los aeropuertos, muy similar al de las personas que nos ayudan a mover nuestros equipajes de forma voluntaria a cambio de una propina, mejor conocidos como maleteros.

Pero como pasaba el tiempo, amablemente les dije a las sobrecargos, al capitán de la aeronave y a su primer oficial, que se fueran a descansar, que ya era muy noche y que las distancias en la ciudad eran considerables, seguramente sus familias ya los estaban esperando,

pero en respuesta a mi sugerencia, con una sorprendente amabilidad y una cálida sonrisa, todos me dijeron que no me preocupara, que no me podían dejar solo y que me podían esperar hasta que llegara la asistencia.



Pero mi asombró no quedó ahí, observé que hacían llamadas y una persona del área técnica pedía nuevamente el apoyo por radio. Motivo por el cual les insistí en que se fueran a descansar y me dejaran con su compañero que tenía el radio, como mencioné líneas antes, no era la primera vez que me sucedía algo así. En otras aerolíneas la tripulación no se hace cargo de esos temas y dejan todo en manos del personal técnico.

En ese lapso de espera observé que el capitán salió del avión, no le di importancia porque ellos también tienen que cumplir con actividades propias de su trabajo y demás procedimientos.

Al cabo de unos minutos regresó el capitán con la famosa silla, no sé de dónde la fue a sacar o a conseguir, pero él personalmente y con la ayuda de sus compañeras sobrecargos me instalaron en ella y me ayudaron a salir del avión para poder pasarme a mi silla de ruedas habitual y continuar con mi viaje.

De verdad estuve a punto de llorar ante un gesto tan grande de solidaridad como el que me brindó toda la tripulación de ese vuelo. Si bien es cierto que hoy día existen manuales y normas sobre la atención a las personas con discapacidad, pocas personas y empresas realmente ponen atención en ello y lo más importante aún, son contadas las que lo llevan a la práctica.

¿Cuántas personas, por ejemplo, ocupan de manera innecesaria los espacios de estacionamiento para personas con discapacidad? Y todavía se enojan y hasta te agreden si les reclamas su mal proceder.

Hice toda la narrativa de esa vivencia para poner en su justa dimensión la muestra tan grande de empatía que recibí de parte de los colaboradores de esta aerolínea y que sea un ejemplo de lo valioso que es la voluntad para ayudar, tanto en esta circunstancia como en cualquier otra.

Hagamos de la empatía y la voluntad, herramientas de nuestra realidad y vida diaria para tratar con respeto y dignidad a las personas con discapacidad y llevar a los hechos lo que tanto se menciona en los códigos y tratados sobre estos y otros derechos.



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

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL  
CONTENIDO

Pasión por los destinos:  
**¡Descubriendo el  
¡Medio Oriente**

POR: ALEXIS Y MELANIE BEARD\*



*Existen los turistas y existen los viajeros. Existen los tours y existen las vivencias, las experiencias, las aventuras y las sumersiones completas en la cultura y la historia de los países que visitamos.*

Los hedonistas y exploradores apasionados buscamos siempre lo mejor, lo auténtico y lo más exquisito de cada destino, buscamos enamorarnos del alma y la magia de cada lugar: es justamente esto lo que se vive con Travel Plus en Egipto y Tropicana Tours en Jordania.

## **Egipto - Travel Plus**

Travel Plus se estableció desde 1991, cuando el creativo Gamal Abouseif decidió, después de haber adquirido experiencia durante más de 16 años, abrir su propia empresa. Su propuesta única de venta era la personalización y la confección de cada itinerario según el cliente y ese fue el comienzo de una gran historia de merecido éxito.

Con el liderazgo de Gamal Abouseif y las innovadoras ideas de sus hijas, Travel Plus ha refinado y perfeccionado la definición de la palabra 'bespoke' en el país, enamorándonos de manera profesional, original y pasional de su magia y sus tesoros.



Con Travel Plus tuve el gran placer de explorar y enamorarme profundamente de Egipto y todos sus encantos. Ese país es un tesoro, su historia no solo tiene más de 7 mil años, con una civilización asombrosa, sino que, durante las últimas dos décadas, Egipto ha sido testigo de muchos eventos que cambiaron drásticamente la cultura egipcia moderna, haciendo que la experiencia de viaje sea como ninguna otra.

Sus itinerarios nos llevan de manera experta desde el hermoso Templo de Karnak, hasta el magnífico Templo de Luxor, creado por Amenhotep II y el legendario Valle de los Reyes, cuya fama mundial lo ha vuelto uno de los lugares más visitados de Egipto.

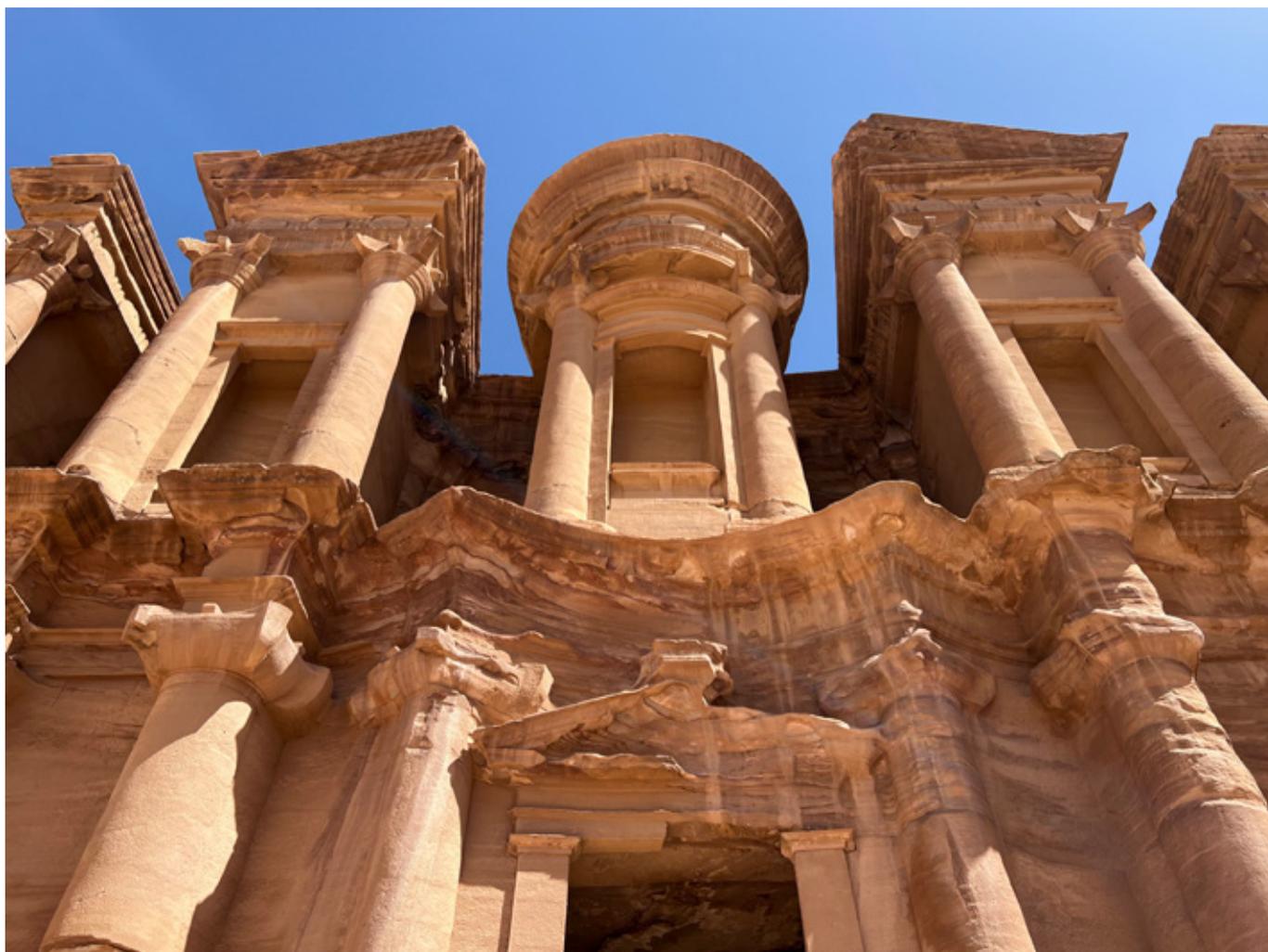
Con Travel Plus tenemos la oportunidad de visitar el Templo de Hatshepsut, las Tumbas de los Nobles y las dos enormes estatuas de los Colosos de Memnón.

Entre los highlights está también el Temple de Horus en Edfu y el templo compartido por los dioses Sobek y Haeroris en Kom Ombo. Uno de los templos más impactantes de Egipto es el Templo de Isis en Philae.

Otro lugar que emana historia, que nos transporta al pasado y que nos roba el aliento con su majestuosa belleza es Abu Simbel, un sitio histórico que comprende dos enormes templos excavados en la roca. En el área llamada Alto Egipto, cerca de la frontera con Sudán, está situado en la orilla occidental del Lago Nasser y es una de las joyas arqueológicas de Egipto.

## **Jordania - Tropicana Tours**

Tropicana Tours se estableció en Amman en 1996 para servir a la industria internacional de viajes y turismo con una gama completa de servicios profesionales en línea con las nuevas tendencias de los viajes globales.



Jordania siempre ha sido la puerta de entrada a la región de la Tierra Santa, en Jerusalén y Belén; en la última década también ha sido un destino en la mira de los viajeros conocedores.

Tropicana Tours se especializa en organizar recorridos personalizados con un énfasis particular en las vivencias 'bespoke' y de interés especial, entre estas



experiencias nos encontramos con paseos en camello y caballo, safaris por el desierto, caminatas, hikes por la montaña o paseos en trenes de vapor en la tierra de Lawrence de Arabia.

Además, se puede disfrutar de suntuosos banquetes en ciudades medievales y castillos árabes; bucear y hacer esnórquel en las cálidas y cristalinas aguas del Mar Rojo.

Otra opción es explorar ciudades bíblicas en el punto más bajo de la tierra y pasear por decenas de monumentos antiguos. También se pueden visitar ciudades grecorromanas como Jerash, Pella, Gadara y Petra.

Sus estrechos vínculos con las principales empresas hoteleras y de transporte de Jordania les permite organizar paquetes a medida para satisfacer los



intereses específicos de los viajeros y operadores turísticos internacionales.

Planeado minuciosamente cada momento para que los viajeros no tengan la menor preocupación, la empresa se ha dedicado a asegurar que todo viaje a esa hermosa zona del mundo sea inolvidable.

Con Tropicana Tours también podemos explorar el impresionante Mar Muerto, sitio reconocido como una de las maravillas naturales del mundo, con admiradores famosos tan notables como el Rey Herodes y Cleopatra, ese lugar sigue atrayendo a visitantes que buscan una mejor salud, restauración de la juventud y una ubicación geográfica para la relajación física.

Desde las majestuosas formaciones rocosas del desierto de Wadi Rum hasta las icónicas ruinas de la antigua ciudad de Petra, el destino es una intrigante colección de maravillas, cuya autenticidad y alma nos atrae, enamora y sorprende.



---

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

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL  
CONTENIDO

# TORNEO DE GOLF

## FUNDACIÓN MI CHANTE

### EVENTOS DEPORTIVOS CON ESPÍRITU GANADOR

*Fundación Mi Chante tiene como objetivo apoyar a jóvenes atletas con talento a cumplir sus sueños como deportistas profesionales, manteniendo su educación escolar para formar ciudadanos de bien, además de fomentar la actividad física para tener una comunidad más sana a través de la realización de eventos con causa.*

El 16 de mayo del 2024 se celebrará la 4ª Edición del Torneo de Golf de Fundación Mi Chante y se rendirá homenaje a la legendaria carrera del campeón pugilista Erik “El Terrible” Morales.

Se espera una gran asistencia el próximo año, cabe destacar, que en ediciones anteriores se ha hecho homenaje al gran campeón mexicano, Julio César Chávez y anteriormente a Victor Regalado, el único mexicano en ganar dos torneos de la PGA.

La fundación fue creada por Abelardo Peña Madrigal, el 15 de octubre de 2018 y desde ese momento se ha buscado apoyo constante y sólido por parte de diversos patrocinadores de todo el país que estén interesados en la causa.

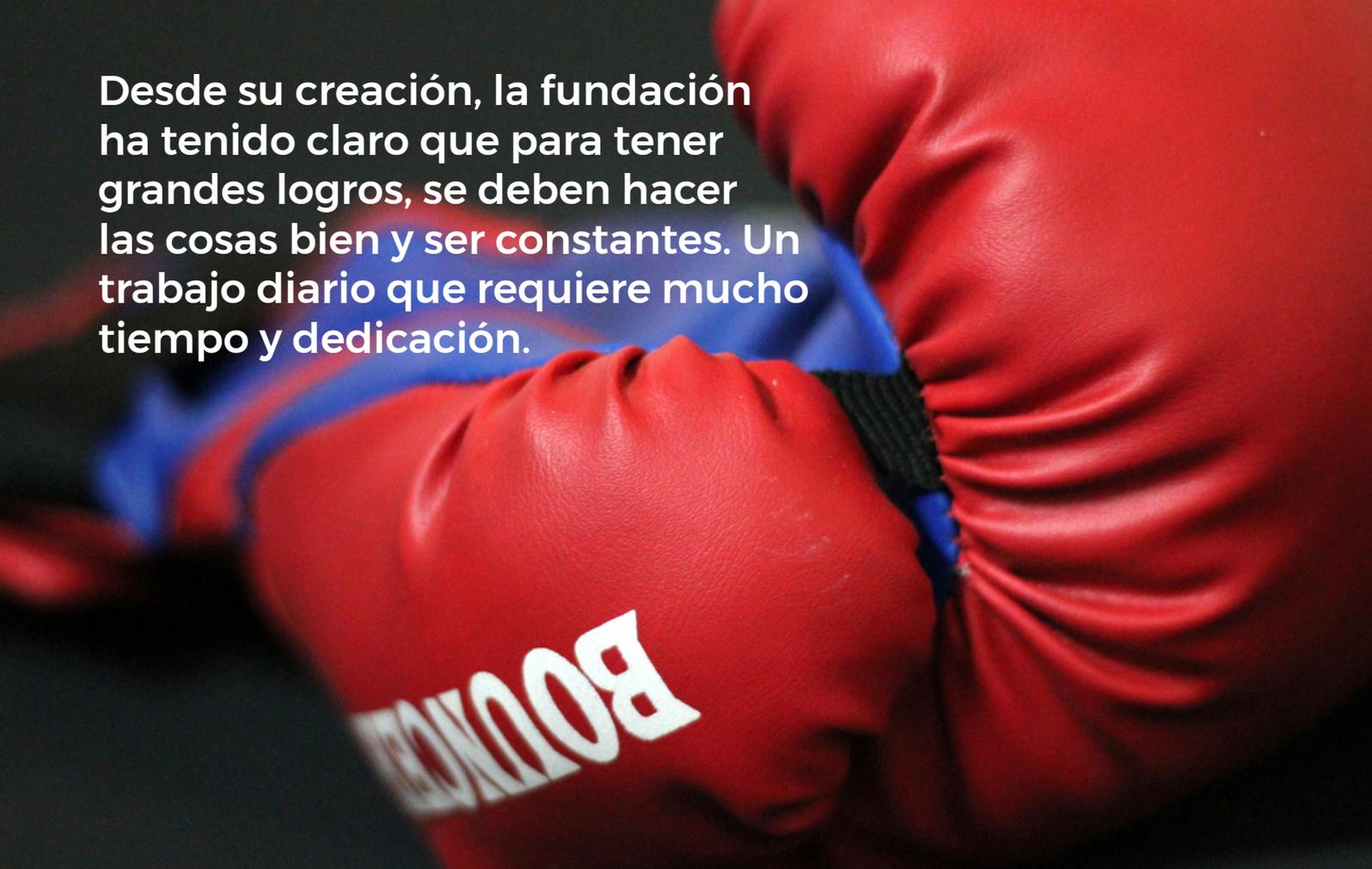
Gracias a su pasión por el deporte y por las ganas de hacer un cambio en la vida de jóvenes deportistas con potencial y talento innegable, se logra mejorar el

entorno social e inculcar el deporte para alejar a la juventud de los vicios que pudiesen presentarse en esa etapa de la vida.

En ese sentido, los torneos de golf se han caracterizado por ser todo un suceso desde que comienzan, ya que los jugadores pueden disfrutar de alimentos y bebidas en todo el campo y con excelentes amenidades para acompañantes y una premiación sin igual.

Las labores de la fundación van más allá de organizar los mejores torneos de golf con los mejores premios, sino que requiere mucho trabajo de campo, al visitar las empresas de los patrocinadores para formar alianzas y consolidar los apoyos para hacer una diferencia en la carrera de los atletas.

Actualmente, gracias al apoyo de sus patrocinadores y equipo interno, es posible impactar las carreras de muchos jóvenes, entre ellos Bryan Luna (boxeador),



Desde su creación, la fundación ha tenido claro que para tener grandes logros, se deben hacer las cosas bien y ser constantes. Un trabajo diario que requiere mucho tiempo y dedicación.

Andrea García (tenista), Mariana Guzmán (esgrimista), Swami Rizzi (breaking), Alejandra Guzmán (boxeadora) y Yazmin Jauregui (UFC), entre otros atletas destacados.

La misión consiste en desarrollar talento mexicano mediante el apoyo integral que cada atleta requiere y así mantenerlos enfocados en sus metas, sin descuidar su formación académica, logrando una total transformación de prospecto a campeón.

Con eso en mente, Abelardo comenzó su labor de buscar apoyo entre empresarios de todos los sectores económicos para dar a conocer sus intenciones y objetivos, logrando así organizar sus ya popularizados torneos de golf a nivel nacional en el Club Campestre de Tijuana.

Los atletas interesados en impulsar su carrera deportiva pueden solicitar más información en el siguiente enlace:

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

 **SIGUIENTE**

---

 **ANTERIOR**

---

 **REGRESAR AL  
CONTENIDO**



**D**escubrimos una gran necesidad en el mercado de acercar al usuario final con los creadores de experiencias, ya que hay influencers que dan datos o información de viajes y medios que dan noticias de eventos turísticos. Pero no ese acercamiento directo de los destinos.

Consideramos para ellos dos factores:

- El podcast es la “Nueva Radio” y llegó “para quedarse”; es un medio lleno de oportunidades.
- Un espacio para todos aquellos que buscan experiencias inolvidables, hecho por amantes de los viajes y aquellos que las crean.

## ¿Cómo lo hacemos?

Producimos episodios semanales de 30 a 40 minutos con contenido propio, resultado de experiencias personales que compartimos en formato de tips detallados de las mismas.

Cada episodio cuenta con la presencia a través de entrevistas, de un creador de experiencias únicas o experto en ellas. O bien el personaje encargado de la política turística de los estados o países.

Desarrollamos temporadas de 15 episodios cada una con gran sentido y con el foco de hacer sentir

al travelero que tiene una herramienta de consulta para armar el viaje de sus sueños.

Hoy estamos comenzando con gran éxito nuestra 3er. temporada. Contamos ya con varias empresas interesadas en transmitir sus servicios a todos los usuarios que les gusta viajar.

El camino: Investigación, información, análisis, datos, opinión, entrevistas, experiencias, propuestas, resultados, amistad, respeto y muchas risas.

El sueño: Ser el espacio de turismo en formato podcast, con las más recientes historias y las mejores recomendaciones de experiencias de viaje en México y el mundo.

Un espacio actual de acompañamiento para las mejores decisiones de cultura, esparcimiento, gastronomía y negocios.

El conjunto de gran experiencia en comunicación de Claudia y los mas de 30 años en el mundo turístico de Benjamín es lo que nos hace fuertes:

### **Mtra.Claudia Córdova**

Experimentada comunicóloga, concedora de los medios de información, experta en “poner en común” a las marcas con sus públicos, amante de los viajes y de crear experiencias para recordar. Forma parte del equipo de Beyond Expectations Relaciones Públicas.

### **Mtro.Benjamín Izquierdo**

Apasionado agente de viajes, productor de eventos corporativos y convenciones, coach de viajes de placer y de negocios, director de Forza Travel. Mantiene su enfoque en la promoción de mejores prácticas para el fortalecimiento del turismo en México.

Sabemos y tenemos muy claro que nuestra responsabilidad es llevar los mejores tips de los

destinos a los usuarios y sabemos que la confianza de quienes nos siguen en nuestras redes sociales y plataformas esta en las experiencias transmitidas en cada capitulo de **@TIPTRAVELTOP**

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