

ESPECIAL

ELLOS DIRIGEN CON FIRMEZA Y TENACIDAD EL TURISMO Y LAS REUNIONES

Diversos líderes en México comparten
su estrategia de promoción y destacan
sus proyectos principales.



ADRIANA
VEGA

BERNARDO
CUETO

DANIEL
ALTAFI

DARÍO
FLOTA

LUPITA
ROBLES

MICHELLE
FRIDMAN

MIGUEL
AGUÍÑIGA

MIREYA
SOSA

ROBERTO
MONROY



Por: **Anahí Medrano, Bere Loyola y Nancy Fuentes**

Fotos: **Mad and Math**

Ilustraciones: **Daniel Terán**

El turismo es uno de los pilares para la economía mexicana; también tiene un impacto social y cultural positivo, beneficiando a los integrantes de diversas comunidades donde se ejerce esta actividad profesional. De acuerdo con la Secretaría de Turismo federal, en el 2024 se registró un crecimiento de 15.6% respecto al año anterior, consolidándose como fuente de empleos y actuando como reductor de la pobreza en el país.

Cifras oficiales revelan que, durante el tercer trimestre de 2024, cuatro millones 902 mil personas fueron empleadas en el sector turismo, lo que representa 9.1% del empleo total nacional, y un aumento del 2.9% comparado con el mismo periodo de 2023.

En tanto, la industria MICE generó casi 120 mil millones de pesos en 2023 y aporta el 1.63% al PIB nacional.

En este contexto, destacamos la importante labor que desempeñan algunos de los profesionales más destacados de dichas industrias en cada estado y destino del país, también les otorgamos voz para conocer sus estrategias, proyectos y, sobre todo, para que su pasión y profesionalismo sean fuente de inspiración.

Los animamos a que nos acompañen a leer estas charlas que nos concedieron en el marco del Tianguis Turístico que se llevó a cabo el pasado mes de abril en Rosarito, Baja California.



ADRIANA VEGA VÁZQUEZ MELLADO

SECRETARIA DE TURISMO DEL ESTADO DE QUERÉTARO

Con más de una década en el sector público, su estrategia es integral.

Desde la Secretaría de Turismo, Adriana Vega impulsa una estrategia enfocada en conectar con las emociones del visitante. “Estamos apostando a los sentimientos y las emociones, porque conectar con cada persona que nos visita es dar un servicio distinto”, asegura con el entusiasmo que la caracteriza.

Con más de 15 años de experiencia en el sector público, ha ocupado cargos clave como líder de Proyectos de Promoción Turística. Es licenciada en Administración de Empresas por la Universidad del Valle de México, con especializaciones en género y derechos humanos, una formación que ha enriquecido su enfoque innovador e incluyente.

NEGOCIOS + EXPERIENCIAS

Bajo su liderazgo, Querétaro ha experimentado un crecimiento sostenido en la atracción de congresos, convenciones y eventos corporativos. Su infraestructura incluye un centro de convenciones —con aforo para 1,500 personas— y múltiples espacios en hoteles, venues y zonas vitivinícolas. “Más que atraer un evento, es crear una experiencia, así inicia el intercambio de ideas y se abre la creatividad para vender de una manera distinta”, comparte Adriana.

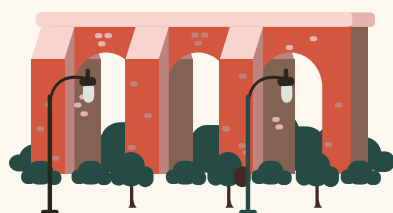
CONECTADO Y SEGURO

El destino se encuentra a dos horas y media de la Ciudad de México y está bien conectado por tierra y aire con el resto del país. Recientemente se anunció un vuelo directo Querétaro-Madrid, lo que refuerza su proyección internacional. “Hoy invertir en Querétaro es invertir de una manera segura”, dice Vega, destacando que el estado ocupa el primer lugar en el World Justice Project.

ROMANCE Y MAGIA

La industria de romance es otro eje estratégico. La entidad ofrece escenarios inolvidables para bodas, como: hoteles boutique, haciendas, bosques, zonas arqueológicas y pueblos mágicos. “Sabemos que es

“Querétaro no es sólo un destino de negocios, es un multidestino con un abanico de oportunidades”, concluye Adriana Vega, haciendo un llamado a los event planners para descubrir un estado que combina infraestructura, tradición, hospitalidad y emoción”.



📍 SANTIAGO DE QUERÉTARO

SAN JUAN DEL RÍO 📍

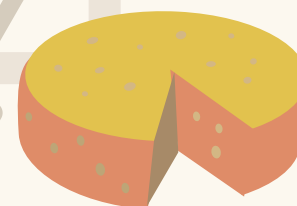
ON THE RECORD



QRO.



📍 TEQUISQUIAPAN



un momento muy íntimo y Querétaro está entendiendo esa intimidad, la respeta y hace mágica”, explica la secretaria.

EMOCIONES + DATA

Adriana apuesta por un modelo de promoción enfocado en la conexión emocional con el visitante, apoyado por el análisis de datos. “La data nos dice quién consume, cómo lo consume y qué busca, con eso podemos hacer un benchmarking global. Esta combinación permite diseñar estrategias más efectivas y personalizadas”, afirma.

QUERÉTARO = MULTIDESTINO

La promoción de experiencias auténticas, como la Ruta Arte, Queso y Vino, el turismo religioso en la Sierra Gorda, el turismo de salud y el próximo Museo Nacional de la Gastronomía, son ejemplos de cómo Querétaro ha diversificado su oferta para todos los gustos y perfiles.



BERNARDO CUETO RIESTRA

**SECRETARIO DE TURISMO DEL ESTADO DE QUINTANA ROO
Y PRESIDENTE DE ASETUR**

Un líder entre líderes en el sector turístico.

Desde su cargo como secretario de Turismo de Quintana Roo, Bernardo Cueto impulsa una agenda estratégica para posicionar la Nueva Era del Caribe Mexicano, en la que se vislumbra a este destino como uno de los polos turísticos más sólidos del continente. Licenciado en Derecho por la Universidad Anáhuac México, con estudios de posgrado en Gobierno y Administración Pública por la Universidad Complutense de Madrid, su labor cruza fronteras.

Como presidente de la Asociación de Secretarios de Turismo de México (ASETUR), ha promovido una relación cercana con el Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones (COMIR), fortaleciendo así los vínculos entre la política pública turística y la industria MICE. “Esta nueva era nos lleva a conocer los 12 destinos del Caribe Mexicano, un paraíso que es reconocido a nivel internacional y en el cual siempre vamos a esperar con los brazos abiertos al segmento de congresos y convenciones, que es también muy importante para nosotros”, afirma.

CONECTIVIDAD Y NUEVA INFRAESTRUCTURA

Uno de los ejes clave en la gestión de Cueto es la conectividad. Con cuatro aeropuertos internacionales —Cancún, Cozumel, Chetumal y ahora Tulum— y con más de 120 rutas aéreas activas, el Caribe Mexicano refuerza su accesibilidad global. “Hoy tenemos también el Tren Maya que recorre de norte a sur el estado de Quintana Roo, con 12 estaciones que fortalecen la conectividad terrestre, complementando la infraestructura aérea”, explica.

EXPERIENCIA DIGITAL PARA EL TURISMO

En Quintana Roo, la digitalización también es una prioridad. “Hoy la Secretaría de Turismo tiene una plataforma virtual mediante la cual todos los visitantes pueden estar a un clic de distancia para la atención que requieren en términos de incidencias, emergencias e información.” Esta estrategia se ha

La sustentabilidad no es un tema menor para Cueto. Bajo su gestión, el estado implementa un plan maestro de turismo sustentable alineado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. “Nuestro turismo incorpora criterios de sustentabilidad. Queremos crecer de manera responsable, con beneficios sociales y respeto a nuestra cultura y medio ambiente”, finaliza el funcionario local.



enfocado en integrar inteligencia artificial, movilidad inteligente y redes sociales en la experiencia del visitante. La apuesta tecnológica no sólo mejora la atención al visitante, sino que también refuerza la promoción del Caribe Mexicano en mercados clave.

NUEVAS RUTAS DE CRECIMIENTO

El Caribe Mexicano ha sabido diversificar su oferta, y el turismo de romance es una industria en plena expansión. “Cada año se realizan más de 100,000 bodas en el estado. Este segmento llegó para quedarse y estamos reforzando su promoción a través del Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo (CPTQ)”, sostiene el secretario de Turismo estatal.

ON THE RECORD





Apuesta por un modelo de turismo inteligente, sustentable y segmentado.



DANIEL ALTAFI VALLADARES

SECRETARIO DE TURISMO DEL ESTADO DE MORELOS

Desde que asumió la Secretaría de Turismo de Morelos, Daniel Altafi ha impulsado una transformación estratégica del sector turístico estatal. Su formación en administración de empresas —en la Universidad Nacional Autónoma de México—, ciencias políticas y alta dirección le ha permitido implementar una visión integral e innovadora que responde a las nuevas demandas del mercado.

Su paso por la Dirección General de Jardines de México y sus habilidades en relaciones públicas y liderazgo han sido fundamentales para fortalecer la infraestructura turística, promover la capacitación de los prestadores de servicios, mejorar la conectividad y dar a conocer las bondades de la “Ciudad de la Eterna Primavera” para todos los segmentos.

PUNTO DE REUNIÓN

Morelos goza de ventajas naturales que lo hacen atractivo para la industria de reuniones: ubicación estratégica en el corazón del país, clima templado todo el año y una amplia infraestructura hotelera. Así, municipios como Cuernavaca, Tequesquitengo y Tepoztlán destacan como sedes para reuniones corporativas, congresos, conferencias y team buildings.

ACCIONES DIRIGIDAS

Bajo la dirección de Altafi, se rediseñó el Fideicomiso de Turismo, a fin de canalizar los recursos hacia campañas específicas de marketing digital. “Identificamos 18 segmentos de turismo presentes en Morelos y en función de ello comenzamos a generar campañas específicas para posicionarnos en segmentos como el de reuniones”, detalla.

+INTELIGENTE Y SOSTENIBLE

Para mejorar la toma de decisiones, Altafi también impulsó la creación del Observatorio Turístico Sostenible del estado, en colaboración con la Universidad Autónoma del Estado de Morelos. “Esta herramienta permitirá recabar datos precisos sobre



las preferencias, comportamiento y perfil de los visitantes, con el fin de diseñar campañas más eficaces y sostenibles en el tiempo”, detalla quien también es un apasionado del golf.

“SÍ, ACEPTO” EN MORELOS

Con alrededor de 5,000 bodas al año, el estado se posiciona como uno de los líderes en este segmento. Más de 15 haciendas catalogadas como patrimonio histórico y una cadena de valor profesionalizada garantizan nupcias memorables en escenarios únicos: desde ceremonias íntimas hasta celebraciones fastuosas.

RUTA DE LA FELICIDAD

Consciente del enorme potencial del mercado del centro del país —específicamente de la Ciudad de México—, Daniel y su equipo crearon una estrategia para reposicionar a Morelos como un destino cercano, accesible y atractivo. “La Ruta de la Felicidad, por ejemplo, es una iniciativa que busca conectar al visitante con experiencias auténticas de naturaleza, bienestar, celebración y descanso, mezclando canales digitales con medios tradicionales”, concluye Altafi.

ON THE RECORD





DARÍO FLOTA OCAMPO

SECRETARIO DE TURISMO DEL ESTADO DE YUCATÁN

Más de tres décadas impulsando el turismo y las reuniones en la Península de Yucatán.

Con una carrera cimentada en la promoción del Caribe Mexicano, Darío Flota se encuentra al frente de Yucatán para potencializar una nueva etapa en la industria turística y MICE.

Su liderazgo es reconocido por una trayectoria de más de treinta años, marcada por resultados y una visión al sector como generador de desarrollo económico, social y cultural.

Ingeniero Industrial por el Instituto Tecnológico de Mérida y con un MBA en Administración y Marketing por la Universidad La Salle Cancún, Darío ha estado al frente de instituciones clave como el Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo y el Fideicomiso de la Riviera. Desde ahí, fortaleció a la industria con la atracción de eventos especializados como Vive MICE, y construyó puentes entre el sector público, los recintos y la iniciativa privada.

TURISMO CON RAÍCES VIVAS

“Además de la oferta reconocida de Yucatán como sus zonas arqueológicas, playas y ciudades coloniales, también se ha ido consolidando en el gusto de los visitantes gracias a los cenotes y las áreas naturales protegidas como Celestún o Río Lagartos”, comenta Darío.

Uno de los proyectos que más entusiasma a su equipo es el catálogo de turismo comunitario creado junto con la UNESCO. “El visitante tiene la oportunidad de conocer la vida cotidiana de una familia en una comunidad maya: ver cómo cocinan, cómo se guardan los vestidos tradicionales, cómo se urde una hamaca o visitar una hacienda. Queremos que la gente vea la evolución de nuestros productos y experiencias.”

INFRAESTRUCTURA QUE SE TRANSFORMA EN CONFIANZA

Mérida, dice Flota, “es una de las ciudades favoritas como destino para reuniones”. Parte de ese posicionamiento se debe a su doble infraestructura de recintos: el Centro de Convenciones y Exposiciones Yucatán Siglo XXI y el Centro Internacional de Con-



gresos de Yucatán. “Este último fue pionero desde su construcción en temas de tecnología”. Además, destaca la existencia de un fideicomiso especializado en la promoción del turismo de reuniones con presupuesto y estrategia propia. “Tenemos una agenda dedicada a la búsqueda de congresos no sólo para los recintos en Mérida, sino también para eventos en todo el estado”.

PROYECTOS QUE SUMAN

Una de las obras con mayor impacto será la ampliación y remodelación del puerto de Progreso, con una inversión superior a los 12 mil millones de pesos. “Se aumentará el canal de navegación, se permitirá el acceso de barcos más grandes y habrá más termina-

les de cruceros. Además, ya se dio el banderazo de salida para el Tren Maya de carga que llegará hasta Progreso”, explica.

Este desarrollo tiene implicaciones más allá del turismo tradicional. “Permitirá que Mérida se consolide todavía más como un centro de negocios y seguramente lo veremos reflejado en el mundo de los congresos”.

ROMANCE Y SOSTENIBILIDAD

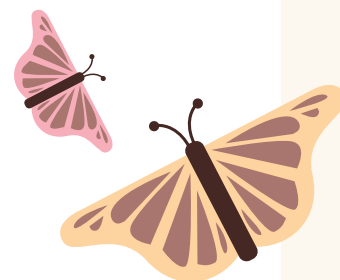
Darío también ha observado un crecimiento constante en las bodas en haciendas. “Cada vez vemos más parejas —incluso de otros países— que eligen celebrar su matrimonio en Yucatán. No sólo buscan un lugar hermoso, sino también la experiencia completa: actividades para sus invitados, espacios espectaculares y la posibilidad de integrar elementos de nuestra cultura”.

PARA CUALQUIER FORMATO

El mapa de Yucatán está lleno de posibilidades para reuniones, no sólo en la capital. “Valladolid, Izamal... son ciudades con espacios espectaculares para tener reuniones y eventos sociales. No se trata sólo de grandes recintos, se trata de conectar con los lugares”.

ON THE RECORD





LUPITA ROBLES LEÓN

**SECRETARIA DE TURISMO E IDENTIDAD
DEL ESTADO DE GUANAJUATO**

Mujer de retos y una de las profesionales más capacitadas en turismo y reuniones.

Hablar de Lupita Robles es hablar de trayectoria, empuje, profesionalismo, actitud y, sobre todo, de carisma. Comunicóloga de profesión, se especializó en relaciones públicas y protocolo internacional. Su incansable deseo de aprender la llevó a estudiar la disciplina que aplica los conocimientos de la neurociencia y la psicología al marketing, para comprender mejor el comportamiento del consumidor. Su conocimiento, vasto y variado, la han llevado a ocupar diversos cargos en la administración pública y en la iniciativa privada. Hoy lleva su expertise a la Secretaría de Turismo e Identidad del estado de Guanajuato; su objetivo: consolidar la promoción del estado.

MUJER QUE SABE LIDERAR

“En Guanajuato tenemos la fortuna de tener una mujer como gobernadora, las mujeres podemos incursionar en cualquier ámbito, tenemos la empatía necesaria para entender las necesidades del mercado, del equipo de trabajo y, sobre todo, de los consumidores. Creo firmemente que la mujer será un factor crucial en la vida de México y del mundo, y Guanajuato no se queda atrás”, dice Lupita.

SU RETO PRINCIPAL

La también Maestra en Innovación de Negocios, Servicios y Experiencias, comparte cuál es su reto más importante actualmente: “el compromiso que tengo con el estado que me vio nacer es un reto que para mí es relevante. La cadena de valor es fundamental para que yo esté aquí, pero, sobre todo, los guanajuatenses, quiero que ellos sientan, vivan y conozcan el beneficio económico y social del turismo y de las reuniones”.



LEÓN

GTO.



ESTADO LÍDER

“Guanajuato ha sido punta de lanza para la industria de reuniones; León siempre ha estado en el Top 5. Para nosotros es fundamental consolidar a este segmento que nos ha traído inversiones y crecimiento económico. León, Irapuato, Celaya, Guanajuato y San Miguel de Allende son destinos clave, pero también queremos impulsar a otros (destinos) para que puedan tener eventos y reuniones. Tenemos infraestructura y capacidad hotelera, pero, sobre todo, proveeduría calificada y con una gran actitud de servicio”, subraya la experta con cuatro certificaciones internacionales como especialista en eventos y turismo.

ESCUCHANDO A LAS EMOCIONES

Lupita, quien también es experta en neuromarketing, dice que la tendencia en eventos son las emociones. “Si quieres que alguien te recuerde tienes que generarle a su memoria un impacto holístico emocional, para lograrlo, hay que cuidar que las interacciones sean tan potentes para que puedan recordarse. Las rutas, los productos turísticos y los eventos que desarrollemos en Guanajuato incluirán actividades que las personas experimenten con sus cinco sentidos”, concluye Lupita Robles, no sin antes invitar a vivir “un México siempre cambiante, porque siempre tendrá una nueva ruta, experiencia o un nuevo producto turístico innovador para ti, para que te sorprendas”.



CELAYA



ON THE RECORD





MICHELLE FRIDMAN HIRSCH

SECRETARIA DE TURISMO DEL ESTADO DE JALISCO

Una de las secretarías más carismáticas del sector que lleva los destinos a otro nivel.

Siempre que buscas entrevistar a Michelle o conversar con ella, es seguro que tienes que formar parte de una larga fila de personas quienes esperan intercambiar algunas palabras o algún punto de vista, preguntarle acerca de las cifras más recientes del sector turismo y de los nuevos proyectos que encabeza, o simplemente estrechar su mano. Sencillamente se convirtió en una de las funcionarias públicas más carismáticas y asediadas dentro del sector turismo.

Por fortuna, concedió compartir con MDC – The Event Planner’s Magazine cómo está trabajando –junto con su equipo– para seguir posicionando al estado de Jalisco en la escena mundial. “Guadalajara es el destino por excelencia para reuniones y eventos, líder en la materia y que ha marcado pauta para otros destinos. Tiene una gran infraestructura aeroportuaria, de movilidad y hotelera, con orgullo comparto que ocupa el segundo sitio, a nivel nacional, en número de cuartos. Destaca Expo Guadalajara, así como otros recintos y venues para albergar grandes eventos”, precisa Michelle.

JALISCO LO TIENE TODO

La también empresaria afirma que “aunque suene a cliché”, Jalisco lo tiene todo. “Esa es la maravilla, tenemos destinos para reuniones de gran calado, pero también otros que ofrecen sol y playa, como Puerto Vallarta, que tiene su propio centro para congresos y una gran oferta hotelera. Por si fuera poco, también hay Pueblos Mágicos con rutas para complementar las grandes reuniones o para viajes de incentivo”.

PROYECTOS EN MARCHA

Para sorpresa de muchos, Michelle también incursionó en la industria musical trabajando en disqueras independientes; en 2008 fundó la agencia de Relaciones Públicas Eme Media Com, y quizá ésta fue la base de lo que hoy se ha convertido en su pasión: crear estrategias para promover el turismo, comenzando en la Secretaría de Fomento Turístico de Yucatán del 2018 al 2024. Así, hoy lidera la

A stylized, light beige map of the state of Jalisco, Mexico, serves as the background. The map is decorated with various cultural and regional icons: a sombrero, a purple guitar, agave plants, and bottles of tequila. Three specific locations are highlighted with location pin icons and labels: 'TEQUILA' in the upper left, 'GUADALAJARA' in the center, and 'SAN JUAN DE LOS LAGOS' in the lower right. A large, faint 'JAL.' is visible on the right side of the map. The text is placed within the map's boundaries, primarily on the left side.

Secretaría de Turismo de Jalisco desde donde está trabajando en planeación estratégica e inteligencia de mercado para lograr “una promoción conjunta y eficiente”. Hoy confirma proyectos por cien millones de pesos para remozar Pueblo Mágicos, además de una inversión privada para construir más de 30 hoteles y así complementar la oferta en esos lugares. “Igualmente estamos desarrollando nuevo producto turístico considerando la sostenibilidad, clave para el estado, que igualmente tiene que ver con la inclusión y el turismo de largo plazo, a fin de que sea de todos y para todos”.

EXPERIENCIA EN MARCHA

Sus 18 años de experiencia en el turismo hoy llevan a Michelle a concretar proyectos importantes para Jalisco. Ejemplo de esto son los más de 15 vuelos inaugurados en lo que va de su administración. Asimismo, trabaja en temas de capacitación y certificación, considerando a la industria MICE con la atracción de eventos nuevos, aprovechando “la grandeza de Jalisco”.

INVITACIÓN PERMANENTE

“Jalisco es México, cualquier tipo de evento que se realice aquí tendrá su esencia. Los invitamos a acompañar una convención con un buen mariachi y tequila. ¡Los esperamos con los brazos abiertos!” Finaliza la experta en relaciones públicas y marketing.



GUADALAJARA

SAN JUAN DE LOS LAGOS

“Jalisco es México, cualquier tipo de evento que se realice aquí tendrá su esencia. Los invitamos a acompañar una convención con un buen mariachi y tequila. ¡Los esperamos con los brazos abiertos!”.

ON THE RECORD





MIGUEL AGUÍÑIGA RODRÍGUEZ

**SECRETARIO DE TURISMO DEL ESTADO
DE BAJA CALIFORNIA**

Estrategia del desarrollo turístico regional para el mundo.

Aguíñiga, secretario de Turismo de Baja California, estudió Administración en el Instituto Tecnológico de Tijuana y una Maestría en Mercadotecnia por el CETYS. Su trayectoria en aerolíneas como Volaris, participando activamente en la apertura de nuevos destinos, lo convierte en uno de los promotores del turismo del norte del país.

Bajo su liderazgo, Baja California se ha consolidado como un punto de encuentro y con proyección para el segmento MICE. “El Tianguis Turístico 2025 demostró que hemos preparado a la cadena de valor para recibir todo tipo de convenciones”, asevera Aguiñiga. “Nuestra posición geográfica, estar en la frontera con San Diego, hace que el turismo de negocios y convenciones sea cada vez más relevante”.

DIVERSIDAD, PRODUCTO Y TERRITORIO

El trabajo del secretario parte de un enfoque integral que conecta a los siete destinos del estado. “Hemos posicionado a Baja California como un destino que vibra, que hace sentir a quien lo visita. Aquí, una convención no se vive sólo en un recinto, se extiende al entorno, a nuestras rutas vinícolas, al mar, a la cultura.” Esa visión se fortalece con datos. “Recientemente trabajamos en el perfil del turista para entender por qué nos visitan. Además, monitoreamos constantemente la calidad del servicio. Sabemos que quien viene, se va contento con lo que se genera en esta frontera norte.”

AL SERVICIO DE LA EXPERIENCIA

Baja California avanza también en los procesos de digitalización. “Actualizamos nuestras plataformas web y redes sociales. Desde allí, los visitantes pueden reservar actividades, conocer rutas y leer blogs interactivos. Queremos que la experiencia inicie desde que planean su visita.”

El impulso a la inversión hotelera no se queda atrás. “Ya se anunció la construcción de un hotel Westin en Tijuana que incluirá una zona corporativa

TIJUANA

MEXICALI

ENSENADA

BC.

ON THE RECORD



Miguel Aguiñiga sabe que el turismo se construye con inversión, pero también con orgullo por la tierra. “Baja California avanza con ritmo propio”



y comercial. También vienen proyectos importantes para Ensenada y el sector vinícola. Además, trabajamos con las líneas de cruceros para incrementar su presencia hacia el 2026.”

ROMANCE A PLENA VISTA

Baja California ha convertido el romance en toda una vivencia. “Tenemos Rosarito con atardeceres espectaculares y el Valle de Guadalupe para escapadas inolvidables. El romance no es sólo bodas, también es ese viaje corto, esa desconexión de fin de semana”, destaca el secretario.

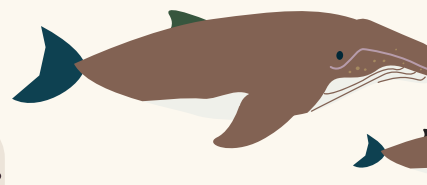
EJE COMPARTIDO

La sustentabilidad no es sólo una obligación para Aguiñiga, sino una corresponsabilidad. “No podemos pensar en turismo sin pensar en responsabilidad. Hemos trabajado en capacitaciones con fundaciones que enseñan a los hoteles a ahorrar agua. Queremos que tanto visitantes como locales entiendan el valor de cuidar lo que tenemos”.

TIANGUIS COMO PLATAFORMA DE CAMBIO

La apuesta funcionó. “Más de ocho mil personas conocieron lo que Baja California puede ofrecer. Y regresaron a sus agencias y mayoristas con una nueva idea de lo que somos. Hoy, la gente busca lugares nuevos, quiere conectar con la naturaleza y con las comunidades. Y eso, lo tenemos.”

Miguel Aguiñiga sabe que el turismo se construye con inversión, pero también con orgullo por la tierra. “Baja California avanza con ritmo propio”, concluye.





MIREYA SOSA OSUNA

SECRETARIA DE TURISMO DEL ESTADO DE SINALOA

Con 15 años de experiencia, hoy es clave para impulsar el turismo en Sinaloa.

Su persistencia, actitud proactiva y orientada a soluciones, son las llaves que le han abierto las puertas a nivel profesional. Así se describe Mireya Sosa Osuna, quien hoy basa su estrategia de promoción turística en un enfoque multifacético. Y para liderar en la industria MICE destaca la decidida participación del destino en ferias especializadas, nacionales e internacionales, como IBTM Américas y Tianguis Turístico.

“Complementamos esto haciendo alianzas estratégicas con asociaciones de organizadores de eventos, la realización de fam trips para meeting planners nacionales y el desarrollo de experiencias personalizadas que integran el rico atractivo cultural, gastronómico y natural de Sinaloa, asegurando que cada congreso o evento represente una vivencia memorable para sus participantes”, explica Mireya, licenciada en Administración de Empresas Turísticas por la Universidad Autónoma de Durango.

La funcionaria federal, quien en su descanso gusta de ir a la playa en familia y viajar, asegura que Sinaloa impulsa proactivamente la atracción de eventos internacionales trabajando de la mano con asociaciones profesionales nacionales e internacionales, cámaras empresariales y operadores especializados. “Elaboramos estrategias personalizadas para cada evento y ofrecemos un robusto paquete de incentivos...además, un equipo técnico acompaña a los organizadores durante todo el proceso para fortalecer su elección por Sinaloa”.

NUEVOS PROYECTOS

Con un diplomado en Business Analytics por la Universidad de Wharton University (Estados Unidos), la estrategia también comparte que para elevar los niveles de competitividad se creó un centro de convenciones en Culiacán y se están invirtiendo más de mil 500 millones de pesos en la expansión y modernización de los aeropuertos, a fin de duplicar la capacidad operativa en Culiacán y mejorar la experiencia en Mazatlán.

LOS MOCHIS

SIN.

NUEVAS RUTAS

Un destino competitivo siempre está bien conectado, por eso, la líder del turismo en Sinaloa informa que en junio se abrieron nuevas rutas clave como: Los Mochis - La Paz y Los Mochis - Chihuahua. “Continuamos trabajando arduamente para establecer más conexiones que unan a Sinaloa con México y el mundo”, dice Mireya, quien prefiere el color blanco porque le transmite serenidad y equilibrio.

UN DESTINO PARA EL AMOR

Sin duda, uno de los destinos que se han consolidado y es elegido para el romance, es Mazatlán, afirma Mireya Sosa, y revela que este segmento “genera un significativo impacto económico para el destino, teniendo una inversión promedio entre 1.5 y 2 millones de pesos en ingresos locales”.

Y es que en Mazatlán hay una amplia gama de escenarios para la celebración de uniones amorosas. El Centro Histórico de Mazatlán brinda un ambiente romántico y pintoresco con su arquitectura colonial restaurada. También hay haciendas coloniales, jardines y terrazas frente al mar con vistas espectaculares. Para celebraciones indoor destacan salones de lujo en resorts, salones históricos restaurados, hoteles boutique y salones de eventos de primer nivel, todos con servicios de calidad para un evento inolvidable.

RETOS = RESILIENCIA Y CREATIVIDAD

Mireya Sosa Osuna ha demostrado su gran capacidad profesional mediante resultados tangibles, y si bien se ha enfrentado a desafíos significativos, aunque nunca por cuestión de género, aclara, dichas experiencias la han convertido en una mujer más resiliente, creativa y eficiente.

CULIACÁN

MAZATLÁN



ROBERTO MONROY GARCÍA

**SECRETARIO DE TURISMO DEL ESTADO DE MICHOACÁN
Y VICEPRESIDENTE DE ASETUR**

Día a día, trabaja para mostrar el potencial de su tierra.

Orgullosamente michoacano, Roberto Monroy García, secretario de Turismo del estado y vicepresidente de la Asociación de Secretarios de Turismo de México (ASETUR), lidera el trabajo conjunto para alcanzar un objetivo: consolidar a Michoacán como un destino atractivo para reuniones, congresos, viajes de incentivo y bodas. Su enfoque combina infraestructura, conectividad, tecnología e identidad cultural con el objetivo de ofrecer una experiencia integral y competitiva.

REACTIVACIÓN MICE

Con la reactivación de la Oficina de Congresos y Visitantes (OCV), en Michoacán se ha logrado un repunte: “Hemos realizado 17 congresos y tenemos al menos 17 más programados para este año, abarcando desde turismo médico hasta tecnología”, detalla Monroy García, quien se preparó en Relaciones Comerciales Internacionales. La estrategia incluye incentivos y trabajo coordinado con organizadores y proveedores para facilitar la realización de eventos no sólo en la capital sino en todo el estado.

UN DESTINO CONECTADO

Hoy, Michoacán está conectado vía aérea con destinos nacionales como Monterrey, Cancún y Tijuana, además de ciudades internacionales como Chicago, Los Ángeles y Houston. A esto se suma su ubicación estratégica en el centro-occidente de México, a pocas horas de importantes urbes como Ciudad de México, Guadalajara y Querétaro.

SPOTS HISTÓRICOS

El estado tiene una importante capacidad hotelera en todos los segmentos, pero la verdadera joya está en sus recintos: desde centros de convenciones modernos hasta espacios históricos como la Casa de la Cultura o el Centro Cultural Clavijero, que hacen de cualquier celebración un recuerdo memorable, comparte con emoción el funcionario público.

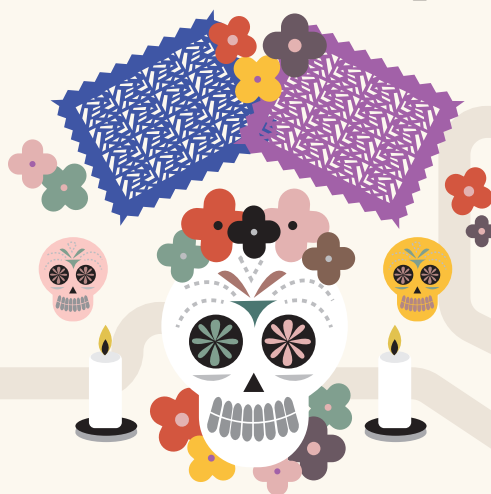




“Queremos que cada visitante se lleve no sólo recuerdos, sino el deseo de regresar. Y lo estamos logrando”

📍 MORELIA

MICH.



SÍ, ACEPTO... EN MICHOACÁN

Roberto ha apostado fuertemente por la industria de romance. “Morelia es una ciudad virreinal, con 1,113 edificios declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO”, destaca. Pero la propuesta va más allá: bodas en Pátzcuaro, Tzintzuntzan y Zamora —con su impresionante Santuario Guadalupeño— o incluso en las playas michoacas.

TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

También, con su expertise, tiene siempre una visión a futuro. “Estamos incorporando Inteligencia Artificial con una nueva plataforma que permite planear eventos, conectando con proveedores y mejorando la experiencia del visitante”. Además, comparte que se están desarrollando nuevas obras de infraestructura turística, como teleféricos en Morelia y Uruapan, así como mercados artesanales; un ejemplo es el recién inaugurado en Pátzcuaro. “Queremos que cada visitante se lleve no sólo recuerdos, sino el deseo de regresar. Y lo estamos logrando”, concluye Roberto Monroy.

ON THE RECORD

