

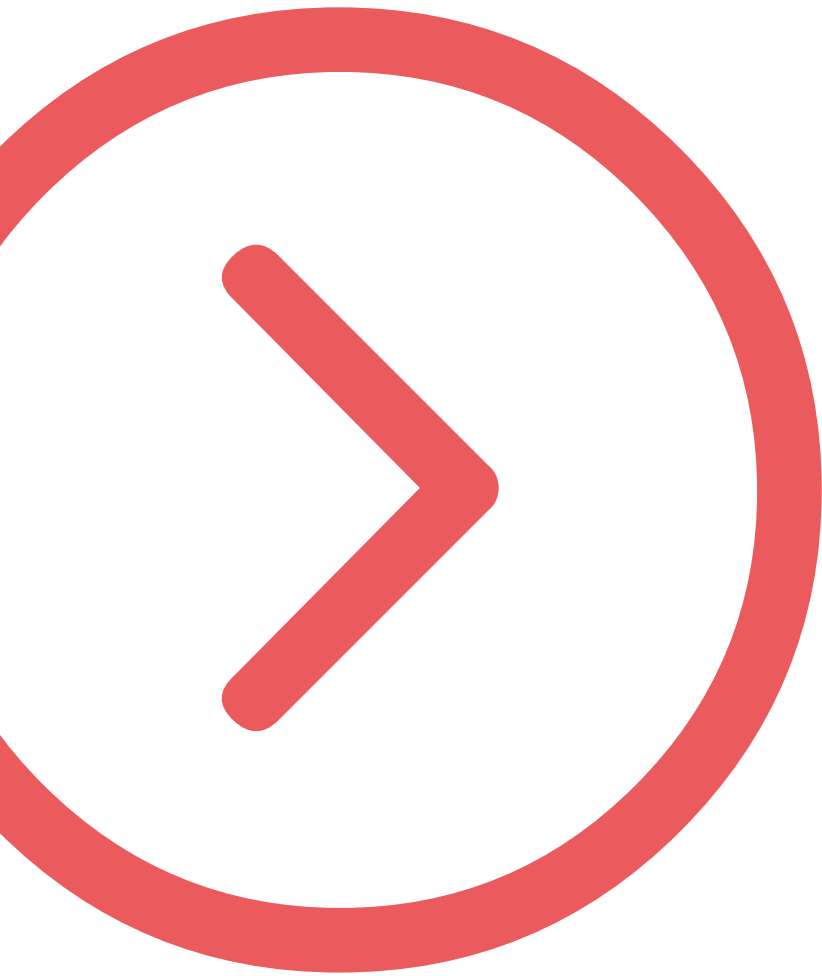
# TOURISM NOW



TURISMO  
GASTRONÓMICO  
Y ENOLÓGICO

Una tendencia en auge

 **SKÅL**  
INTERNATIONAL  
Connecting Tourism Globally



**EDITORA**

**Annette Cardenas**

Vicepresidenta Senior de Skål International  
Relaciones Públicas, Comunicación, Redes Sociales



**Skål International**

Edificio España | Avda. Palma de Mallorca 15, 1º  
29620 Torremolinos | Málaga, Spain  
+34 952 389 111 | communication@skal.org

# #TOURISMNOW290 CONTENIDOS

## EDITORIAL

MENSAJE DEL PRESIDENTE DE SKÅL INTERNATIONAL Y DE LA EDITORA DE #TOURISMNOW.

➤ Página 5.

## CONOCE SKÅL INTERNATIONAL

UNA NUEVA ERA PARA SKÅL INTERNATIONAL. ALFRED MERSE: SKÅLEGA DEL AÑO. CONCURSO FOTOGRÁFICO DE SKÅL INTERNATIONAL 2023. SKÅL INTERNATIONAL CLUB DEL AÑO. CLUBES NUEVOS Y REACTIVADOS EN 2023.

➤ Página 7.

## TURISMO GASTRONÓMICO Y ENOLÓGICO

TEMÁTICA #TOURISMNOW290

➤ Página 26.

## CONOCE A LOS LÍDERES DEL SECTOR

MORENA ILEANA VALDEZ VIGIL, MINISTRA DE TURISMO DE EL SALVADOR

➤ Página 28.

## RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

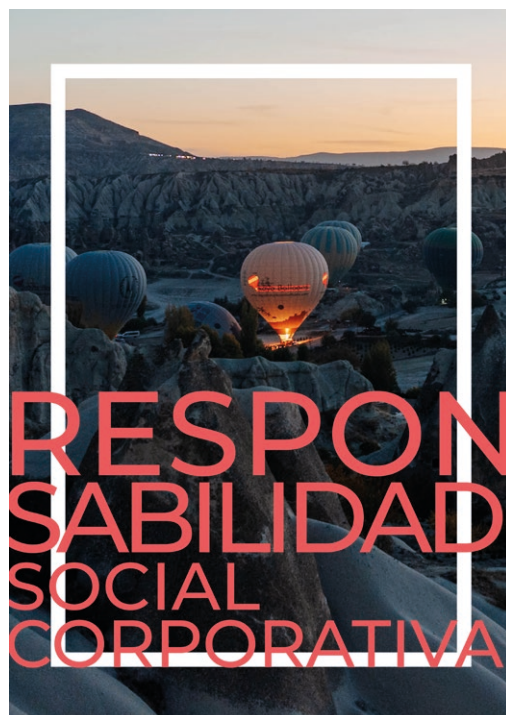
FONDO DE AYUDA A TURQUÍA. GANADORES DE LOS PREMIOS SKÅL INTERNATIONAL SUSTAINABLE TOURISM AWARDS 2023. BIOSPHERE: ¿PUEDE LA SOSTENIBILIDAD IMPULSAR EL ÉXITO EMPRESARIAL?

➤ Página 32.

## EVENTOS DEL SECTOR

ÚLTIMAS NOTICIAS SOBRE EVENTOS DEL SECTOR.

➤ Página 43.



*Impulsa tu marca con espacios publicitarios en la revista Tourism Now.*

Más información: [skal@skal.org](mailto:skal@skal.org).

# **IMPULSA TU MARCA CON SKÅL INTERNATIONAL**

Esríbenos a [skal@skal.org](mailto:skal@skal.org)  
para promocionar tu negocio  
en la revista Tourism Now y  
en otros canales de  
Skål International.



**ANNETTE CARDENAS**  
Vicepresidenta Senior de Skål International

## A MEDIDA QUE EL AÑO LLEGA A SU FIN...

...surgen sentimientos de felicidad por las tareas realizadas, nostalgia por los momentos vividos con la esperanza de que continúen o se repitan y, sobre todo, entusiasmo y expectación por lo que nos deparará el nuevo año.

**Trabajar con la cartera de Relaciones Públicas, Comunicación y Redes Sociales** ha sido para mí una experiencia maravillosa, muy satisfactoria y, sin duda, una trayectoria de aprendizaje positiva y gratificante que pasará a manos de una nueva dirección que, estoy segura, implantará contenidos apasionantes y oportunidades maravillosas para todos nuestros lectores.

En esta, nuestra última revista del año, esperamos traeros un poco de lo que ocurrió durante 2023 y novedades sobre nuestros dos proyectos: **El Concurso de Fotografía y el Libro de Recetas del Mundo de Skål International**. Ambos se han puesto en marcha como una forma sencilla y divertida de acercarnos y ayudarnos a aprender un poco más sobre las culturas y los destinos de los demás.

Espero que disfrutéis de los resultados y que nos enviéis vuestros comentarios para seguir mejorándolos.

Ahora que asumo nuevas responsabilidades, quiero expresar mi agradecimiento por todo el apoyo prestado a nuestro Comité de Medios de Comunicación y Relaciones Públicas, a nuestra agencia MyRed y, por supuesto, a todo nuestro personal de la sede central. Habéis sido aliados estratégicos y una parte importante de nuestro éxito.

De parte de todos nosotros, un cálido deseo de felicidad y alegría durante las próximas fiestas - que vosotros y vuestras familias construyáis recuerdos maravillosos y que el espíritu Skål esté siempre presente durante estas fechas.



**ANNETTE CARDENAS**  
Vicepresidenta Senior de Skål International

# EDI TOR IAL



**JUAN I. STETA**  
Presidente de Skål International 2023

# EDI TOR IAL

## NOSOTROS, LOS PRESIDENTES DE SKÅL INTERNATIONAL, SOMOS COMO LOS AÑOS QUE PASAN

Nos alegramos cuando llega la víspera del año nuevo y evaluamos y reflexionamos sobre lo ocurrido en el año que está a punto de terminar.

Obviamente, el año, como todo, tiene sus momentos de alegría y consternación, momentos de viajes y encuentros con grandes Skålegas, momentos de mucho trabajo y poco descanso, momentos de sorpresas y frustraciones, pero puedo asegurarles que no lo hubiera cambiado por nada.

Trabajar con mis compañeros de la Junta Ejecutiva, con las chicas de la Oficina y, en este año de transición, con los diferentes Comités, especialmente, con los Copresidentes del Comité de Transición y del Comité de Estatutos y Reglamentos ha sido más que gratificante. Mención especial merecen mis tres mosqueteras: La ex Presidenta Hulya Aslantas, el ex Presidente Burcin Turkkan y la Vicepresidenta Annette Cárdenas, que me han brindado su apoyo incondicional.

Como he reiterado, este ha sido un año de **“Transición hacia una renovada continuidad”**. El nuevo modelo de gobernanza ya está en marcha. Sí, algunas partes tendrán que perfeccionarse, pero hemos conseguido cruzar el puente. Los resultados de la AGA 2023 así lo reflejan: Se ha votado la nueva Junta Directiva, se han aprobado las 10 enmiendas a los Estatutos y las 62 enmiendas a los Reglamentos necesarias para implementar la nueva estructura de gobierno, ahora tenemos un sistema

de Directores Adjuntos que garantiza que a la Junta Directiva no le faltarán miembros, los 12 Comités que se han incorporado nos llevan a aumentar nuestro movimiento para cumplir nuestra visión y misión.

Se han incorporado más Miembros Activos y Jóvenes Profesionales Skål. Ahora tenemos 7 nuevos Clubes y 15 más están en proceso de completar los requisitos.

Mi más sincero agradecimiento a todos aquellos Clubes de Skål International que me dieron la oportunidad de visitarles alrededor del mundo: Panamá, Santa Cruz - Bolivia, Málaga - Costa del Sol, Lanzarote, Bali, Hawaii, Los Ángeles, Buenos Aires y Costa Azul; y dentro de México: Huatulco, Querétaro, Monterrey, Manzanillo, Los Cabos, Ixtapa - Zihuatanejo, Guanajuato, Puebla, Mazatlán, Rivera Maya y Puerto Vallarta.

Disfruté mucho conociendo a tantos Skålegas comprometidos. La amistad y el sentimiento de pertenencia a los Clubes reflejan el verdadero espíritu Skål.

**Gracias... Gracias por permitirme servirlos en este 2023.**

Os deseo a todos vosotros y a vuestros seres queridos lo mejor en estas fiestas y para 2024.

**“Con un fuerte abrazo Skål”**



**JUAN I. STETA**  
Presidente de  
Skål International 2023



CONOCE O  
**SKÅL**  
INTERNATIONAL



**SKÅL**  
INTERNATIONAL  
Connecting Tourism Globally

Nuestro deseo de paz, alegría y  
prosperidad en estas fiestas  
y en el próximo  
Año Nuevo 2024.

Secretaría General y Comité Ejecutivo  
Skål International



# UNA NUEVA ERA

# PARA

# SKÅL

# INTERNATIONAL

HÜLYA ASLANTAS

Asesora del Comité de Transición  
de Skål International

HOLLY POWERS

Copresidenta del Comité de Transición  
de Skål International

El 82º Congreso Mundial de Skål International, celebrado en Málaga, España, del 1 al 5 de noviembre, será recordado como un hito en nuestra historia, ya que nos hemos embarcado en una nueva era de crecimiento y desarrollo con el nuevo plan de Gobernanza que revolucionará el modo de funcionamiento de Skål International.

El nuevo plan de Gobernanza tiene como objetivo mejorar la transparencia, la responsabilidad y la eficacia dentro de Skål International. Está diseñado para agilizar los procesos de toma de decisiones, reforzar los canales de comunicación y garantizar que la organización se mantenga a la vanguardia de la industria del turismo.

Uno de los aspectos clave del nuevo plan de Gobernanza es la introducción de una estructura de liderazgo más inclusiva y representativa. Una **Junta Directiva con 14 Miembros elegidos por los Clubes de 14 Regiones**, garantizará que todos los miembros del mundo tengan voz y la oportunidad de contribuir al proceso de toma de decisiones.

Otro cambio significativo introducido por el nuevo plan de Gobernanza es el establecimiento de funciones y responsabilidades claras y definidas para los 12 Directores (además del Presidente y el Presidente Electo) que están asignados a 12 Comités que formarán todos juntos el equipo de liderazgo de Skål International. Esto

permitirá una delegación eficaz de las tareas, mejorará la eficiencia y fomentará una cultura de responsabilidad.

La puesta en marcha del nuevo plan de Gobernanza marca un emocionante punto de inflexión para Skål International. Demuestra el compromiso de la organización para adaptarse y evolucionar en una industria en constante cambio. Skål International está decidida a permanecer a la vanguardia del sector turístico adoptando la innovación, fomentando la colaboración y empoderando a sus miembros.

A medida que Skål International entra en esta nueva era, invita a los profesionales del turismo de todos los rincones del planeta a unirse a su red global y contribuir a los esfuerzos colectivos de reconstrucción y reimaginación del futuro de los viajes.

Juntos, podemos crear una industria turística más fuerte, resistente y sostenible para las generaciones venideras.

CONOCE LA JUNTA DIRECTIVA 2024



# JUNTA DIRECTIVA 2024 DE SKÅL INTERNATIONAL

## PRESIDENTA 2024

**ANNETTE CARDENAS**

REGIÓN 4: ARGENTINA, BOLIVIA, BRASIL, COLOMBIA, ECUADOR, PANAMÁ, PARAGUAY, PERÚ, URUGUAY, VENEZUELA.



## VICE PRESIDENTA 2024 & PRESIDENTA ELECTA 2025

**DENISE SCRAFTON**

REGIÓN 12: AUSTRALIA.



### REGIÓN 1

(EE.UU.)

DIRECTOR:

**ANDRES HAYES**

DIRECTOR SUPLENTE:

**RICHARD SCINTA**

### REGIÓN 2

(CANADÁ, BAHAMAS)

DIRECTOR:

**MARC RHEAUME**

DIRECTOR SUPLENTE:

**JEAN-FRANÇOIS COTÉ**

### REGIÓN 3

(MÉXICO)

DIRECTOR:

**ENRIQUE FLORES**

DIRECTOR SUPLENTE:

**RICARDO CORDOVA**

### REGIÓN 5

(ALEMANIA)

DIRECTOR:

**TONI RITTER**

DIRECTORA SUPLENTE:

**FRANZISKA DÜRING**

### REGIÓN 6

(SUIZA)

DIRECTORA:

**SONIA SPINELLI**

DIRECTOR SUPLENTE:

**JORGE DE LA TORRE KOCH**

### REGIÓN 7

(AUSTRIA, BÉLGICA, FINLANDIA, FRANCIA, IRLANDA, LUXEMBURGO, PAÍSES BAJOS, NORUEGA, SUECIA, REINO UNIDO)

DIRECTOR:

**BERTRAND PETYT**

DIRECTOR SUPLENTE:

**KARI HALONEN**

### REGIÓN 8

(ANDORRA, CROACIA, REPUBLICA CHECA, ESTONIA, HUNGRÍA, ITALIA, MÓNACO, RUMANÍA, RUSIA, ESPAÑA)

DIRECTOR:

**JOSÉ LUIS QUINTERO**

DIRECTORA SUPLENTE:

**IRENA PERSIC ZIVADINOV**

### REGIÓN 9

(TURQUÍA)

DIRECTORA:

**ASUMAN TARIMAN**

DIRECTORA SUPLENTE:

**DENIZ ANAPA**

### REGIÓN 10

(INDIA)

DIRECTOR:

**MOHAN NSN**

DIRECTOR SUPLENTE:

**SANJAY DATTA**

### REGIÓN 11

(AZERBAIYÁN, BAHRAIN, GUAM, HONG KONG, INDONESIA, ISRAEL, JAPÓN, COREA, MACAU, MALASIA, NEPAL, FILIPINAS, SINGAPUR, SRI LANKA, TAIWAN, TAILANDIA)

DIRECTORA:

**KITTY WONG**

DIRECTOR SUPLENTE:

**KEVIN SYDNEY RAUTENBACH**

### REGIÓN 13

(FIJI, NUEVA ZELANDA, PAPA NUEVA GUINEA, VANUATU)

DIRECTOR:

**BRUCE GARRETT**

DIRECTOR SUPLENTE:

**GRAHAM MANN**

### REGIÓN 14

(ETIOPÍA, GHANA, KENIA, MAURICIO, NIGERIA, SUDÁFRICA, UGANDA, ZIMBABUE)

DIRECTORA:

**OLUKEMI SOETAN**

DIRECTORA SUPLENTE:

**FIONA ANGELICO**

# PRÓXIMAMENTE

DE SKÅLEGAS  
PARA SKÅLEGAS



## LIBRO DE RECETAS DEL MUNDO

EDICIÓN 2023

SABORES, AROMAS Y TÉCNICAS QUE  
REFLEJAN LA DIVERSIDAD DE LOS  
CLUBES DE SKÅL INTERNATIONAL

# SKÅLEGA DEL AÑO

## ALFRED MERSE

**HÁBLANOS DE TI, ¿CUÁNTO TIEMPO LLEVAS SIENDO MIEMBRO DE SKÅL INTERNATIONAL Y CUÁL ES TU EXPERIENCIA EN LA INDUSTRIA DEL TURISMO?**

Me uní a Skål International Hobart en 2007 y participé activamente en los comités antes de ser elegido Presidente del Club en 2013, cargo que ocupé durante 3 años. En 2017, fui elegido miembro de la Ejecutiva de Skål International Australia, donde me centré en el desarrollo de la membresía. En 2019, fui elegido Presidente Nacional de Skål International Australia. Me incorporé al mundo laboral en 1973 cuando Wrest Point Hotel & Casino, el primer casino legal de Australia, abrió sus puertas en Hobart, Tasmania. A lo largo de mi carrera laboral de más de 50 años, 41 han sido en el sector de los viajes y el turismo en áreas que incluyen operaciones hoteleras, contabilidad, marketing de destinos y mi puesto actual como Director de Congresos para Grupo Federal, una empresa privada con 5 propiedades en Tasmania.

En 2011, mi pareja y yo creamos **Harmony Hill**, un santuario de bienestar/retiro spa en nuestra propiedad de 17 hectáreas a 30 minutos de Hobart, que sigue creciendo con éxito.

Durante mi mandato como Presidente de Skål International Hobart, el Club se transformó alentando a una generación de miembros más jóvenes y fomentando el equilibrio de género (desde entonces, hemos tenido dos Presidentas y una socia de Skål International Hobart ha sido elegida Vicepresidenta del Ejecutivo Nacional).

Dada la reputación de Tasmania como uno de los entornos naturales más vírgenes del mundo (el 48% de Tasmania está protegido para la eternidad como Patrimonio de la Humanidad), y el rápido crecimiento de los operadores de ecoturismo en Tasmania que ofrecen experiencias de primer nivel, animé a uno de nuestros miembros, Pennicott Wilderness Adventures, a presentarse a los Premios Mundiales de Sostenibilidad de Skål International y fueron galardonados en la categoría Turismo Marino en 2014-2015.

Me alegré mucho cuando Skål International Hobart fue reconocido por estas iniciativas al ser declarado Club Skål International del Año en 2014-2015.

He asistido a 10 Congresos Mundiales de Skål International, el primero en Budapest en 2015 (mi ascendencia es húngara) y eso realmente me abrió los ojos sobre cómo la afiliación a Skål International puede ayudar a hacer crecer los negocios, pero también sobre cómo Skål International puede tener un impacto positivo en la industria de los viajes y el turismo a través de su red global.

En 2022, me invitaron a formar parte del Comité de Promoción, Colaboraciones a nivel mundial y Ferias Turísticas, donde pude centrarme en uno de mis principales intereses, una industria turística sostenible, y continué formando parte de dicho comité que ha llevado a cabo con éxito diversos proyectos.

A principios de 2023, me invitaron a formar parte del Comité de Transición como copresidente para trabajar en el plan de implantación del nuevo modelo



**ALFRED MERSE**  
Skål International Hobart.

de gobernanza, una tarea de gran envergadura que absorbió gran parte de mi tiempo 'libre' durante 2023.

## ¿QUÉ LE APORTA SKÅL INTERNATIONAL COMO PROFESIONAL DEL TURISMO?

Skål International es una red mundial de profesionales de la industria que pueden proporcionar asesoramiento, tutoría y conexiones y oportunidades de negocio en un espíritu de compañerismo y amistad.

Cuando viajo al extranjero, encuentro que la red es muy valiosa y recuerdo haber sido muy bien recibido y ayudado en Cochin (India), Helsinki (Finlandia), Bali (Indonesia) y Budapest, simplemente poniéndome en contacto con los Clubes de esas ciudades que me han ayudado a concertar citas, reservar alojamiento o simplemente aconsejándome sobre qué ver y hacer.

Este es un beneficio inestimable de la afiliación a Skål International que pocos miembros aprovechan.

A medida que Skål International continúa evolucionando y creciendo bajo el nuevo modelo de gobierno, veo que el perfil de Skål International aumentará considerablemente en el mundo

de los viajes y el turismo, lo que en última instancia hará que la afiliación a Skål International se convierta de nuevo en un distintivo muypreciado.

### ¿QUÉ SIGNIFICA SER NÓMBRADO SKÅLEGA DEL AÑO 2023?

Ser nombrado 'Skålega del Año' ha sido un gran honor, completamente inesperado pero muy apreciado... especialmente cuando veo el calibre de aquellos que han recibido honores similares en años anteriores.

Sin duda, ha elevado mi perfil en la industria y me ha animado a seguir contribuyendo al futuro crecimiento y desarrollo de Skål International.

### SABEMOS QUE LA SOSTENIBILIDAD ES UNA DE LAS CLAVES DE LOS PROYECTOS EN LOS QUE PARTICIPA. ¿QUÉ PROYECTOS TIENES EN MENTE A CORTO Y MEDIO PLAZO?

Sí, desde hace varios años me dedico a promover la sostenibilidad. Mi interés por este tema se despertó cuando, creo que fue en el Congreso Mundial de Seúl, el Director de Sostenibilidad de Diversey (cuando Diversey era uno de los principales patrocinadores de Skål International) hizo una presentación sobre los diversos proyectos en los que participaban en el mundo en vías de desarrollo. Al volver a casa, me sentí inspirado para abordar en mi empresa el tema del reciclaje del jabón para reducir el volumen de residuos y también para ahorrar recursos... y me alegré mucho cuando la empresa se unió al proyecto Soap Aid.

También me sentí motivado para animar a nuestro Club Skål International Hobart a emprender un proyecto de sostenibilidad y, tras considerar varias opciones, nos decidimos por un proyecto de limpieza de una playa, ya que las vías fluviales que rodean nuestra Isla-Estado de Tasmania son una parte vital de nuestra infraestructura turística. Durante un periodo de 5 años, nuestro día anual de limpieza atrajo a unos 45

miembros del Club y sus familias, y se retiró un importante volumen de basura/detritus de las playas de los alrededores de Hobart.

Nuestro Club está planeando ahora un proyecto de plantación de árboles para rehabilitar terrenos degradados próximos a algunas de nuestras principales atracciones turísticas.

A nivel nacional e internacional, veo grandes oportunidades para que los Clubes animen a sus miembros a participar en los **Sustainable Tourism Awards de Skål International** y se hermanen con otros Clubes para inspirar y apoyar iniciativas de sostenibilidad. Me gustaría que todos los Clubes tuvieran al menos una participación en el programa anual de los Premios. También soy un defensor del proyecto 'Campeones de la Sostenibilidad' de Skål International y me gustaría que cada Club nombrara a un campeón que impulsara las iniciativas de sostenibilidad. También me gustaría que cada una de las 14 regiones de Skål International en todo el mundo tuviera al menos un miembro activo nominado para formar parte del nuevo Comité de Turismo Sostenible bajo el nuevo modelo de gobernanza que entrará en vigor en enero.

También veo una gran oportunidad para fortalecer la relación entre Skål International y el **Instituto Internacional para la Paz a través del Turismo (IIPT)**. Australia cuenta actualmente con 5 Parques de la Paz y no veo ninguna razón por la que todos los Clubes no puedan adoptar un proyecto de Parque de la Paz. Después de todo, el turismo es la mejor manera de promover la paz en el mundo.

### ¿CÓMO PUEDE AYUDAR EL RESTO DE SKÅLEGAS O LOS INTERESADOS EN ESTAS INCREÍBLES INICIATIVAS?

La respuesta es sencilla: ¡motivarse y pasar a la acción! Un buen punto de partida para todos los Clubes es acceder al **Manual de Sostenibilidad de Skål International**, que contiene

multitud de sugerencias, ejemplos y estudios de casos de lo que se puede hacer, y de lo que se está haciendo en todo el mundo Skål International...

Esto representa una gran oportunidad para atraer a nuevos miembros jóvenes al Club que se preocupan por el futuro de nuestro planeta, por reducir los gases de efecto invernadero y las emisiones de carbono, por apoyar a los países en vías de desarrollo y mejorar los medios de subsistencia de sus gentes y preservar sus culturas.

Hay una amplia gama de recursos disponibles para ayudar a poner en marcha un proyecto.

Mi frase favorita es "Si tiene que ser, depende de mí"... ¡así que animo a todos los Skålegas a actuar para que nuestra industria sea más sostenible!

### ¿CÓMO CREES QUE EVOLUCIONARÁ EL SECTOR TURÍSTICO EN 5 AÑOS?

El sector turístico seguirá creciendo a escala mundial, impulsado en parte por el rápido crecimiento de las clases medias en China e India. Esto planteará muchos retos a los destinos que se verán expuestos a lo que se ha dado en llamar 'sobreturismo'. En ciudades como Venecia, en algunas de las islas turísticas de Tailandia e Indonesia, y en países como Bután, ya se observan reacciones en contra.

El énfasis en la sostenibilidad seguirá creciendo y se convertirá en un factor de decisión aún más importante para ayudar a la gente a decidir dónde viajar y dónde gastar sus tan necesitados dólares del turismo.

Veo una creciente demanda de productos y experiencias que sean auténticos y encarnen la cultura de un lugar o comunidad, y que lo que se denomina 'turismo de intereses especiales' siga creciendo con fuerza. A medida que crezca la necesidad de más infraestructuras turísticas, habrá aún más presión para preservar nuestro medio ambiente, nuestros bosques naturales y vías fluviales, así como la flora y la fauna.

# CONCURSO FOTOGRAFICO DE SKÅL INTERNATIONAL 2023

Presentamos a los ganadores de nuestra segunda edición del concurso de fotografía de Skål International para Skålegas en las siguientes categorías:

- Imagen de Destino.
- Momento Skål International.

El Comité de Comunicación y Relaciones Públicas de Skål International ha seleccionado las **10 fotografías ganadoras capturadas por nuestros miembros** y Tourism Now se complace en compartirlas con nuestros lectores.

**Gracias a todos los que han participado y enhorabuena a los ganadores.**



CATEGORÍA IMAGEN DE DESTINO

#1

**AUTOR: MICHAEL GRUENDEL**

SKÅL INTERNATIONAL TAMPA BAY | EE.UU.



**MEZQUITA DE DUBAI.**

CATEGORÍA IMAGEN DE DESTINO

#2

**AUTOR: ANDREW STEWART**

**SKÅL INTERNATIONAL NELSON MANDELA BAY | SUDÁFRICA**



**FARO AL ATARDECER.**



CATEGORÍA IMAGEN DE DESTINO

#3

**AUTORA: VIJVER JONCK**

SKÅL INTERNATIONAL GARDEN ROUTE | SUDÁFRICA



**REY DE LA JUNGLA.**

CATEGORÍA IMAGEN DE DESTINO

# 4

**AUTORA:** MARGARITA ARROYO SPAMER  
SKÅL INTERNATIONAL BAHÍAS DE HUATULCO | MÉXICO



**LA PEÑA MÁGICA DE BERNAL.**

CATEGORÍA IMAGEN DE DESTINO

#5

**AUTOR: LLOYD EDWARDS**

**SKÅL INTERNATIONAL NELSON MANDELA BAY | SUDÁFRICA**



**DELFIN MULAR DEL INDOPACIFICO, DUNAS DE ALEJANDRIA, BAHIA DE ALGOA.**

CATEGORÍA MOMENTO SKÅL INTERNATIONAL

#1

**AUTORA: TANIA HERRERA SALAS**

**SKÅL INTERNATIONAL ISLA MUJERES - PUERTO MORELOS | MÉXICO**



**MÉXICO, PERÚ & CROACIA. CONGRESO INTERNACIONAL.**

CATEGORÍA

MOMENTO SKÅL INTERNATIONAL

# 2

**AUTOR:** PREETISH MUTHA

SKÅL INTERNATIONAL PUNE | INDIA



**LA UNIÓN HACE LA FUERZA.**

CATEGORÍA MOMENTO SKÅL INTERNATIONAL

# 3

**AUTORA:** MAGADA HAILY MIRIAM  
SKÅL INTERNATIONAL KAMPALA | UGANDA



**RECLUTAMIENTO DE JÓVENES SKÅLEGAS.**

CATEGORÍA

MOMENTO SKÅL INTERNATIONAL

# 4

**AUTOR: HUBERT NEUBACHER**  
SKÅL INTERNATIONAL HAMBURG | ALEMANIA



**SKÅL INTERNATIONAL HAMBURG SE REÚNE CON SKÅL INTERNATIONAL NEW YORK CITY Y SKÅL INTERNATIONAL NEW JERSEY.**

CATEGORÍA MOMENTO SKÅL INTERNATIONAL

# 5

**AUTOR: JOSÉ MARÍA MANZANARES TENDILLA**  
SKÅL INTERNATIONAL CIUDAD DE MÉXICO | MÉXICO



**DÍA MUNDIAL SKÅL. SALUD, FELICIDAD, AMISTAD, LARGA VIDA.**



# SKÅL INTERNATIONAL

## NAIROBI

# CLUB DEL AÑO

La Presidenta de Skål International Nairobi, Liz Tapawa, comenta cómo el Club ha conseguido alcanzar sus objetivos y sobresalir para convertirse en el mejor Club Skål International en 2023.

### ¿CUÁL ES LA RECETA DEL ÉXITO?

Consigo que todo el mundo participe. Sé en qué es bueno cada miembro del Comité, por lo que les doy la oportunidad de desarrollarse en sus áreas de especialización. Así les resulta más fácil completar las tareas y divertirse mientras lo hacen.

### ¿CÓMO ATRAE SU CLUB A NUEVOS MIEMBROS Y CÓMO LOS RETIENE?

Invitamos a visitantes a todos los actos y luego recopilamos los contactos, de cuyo seguimiento se encarga el miembro del comité encargado de la afiliación. Yo también hago un seguimiento personalizado como presidenta. Así nos aseguramos de que nuestros visitantes puedan convertirse en miembros a la tercera visita.

### ¿QUÉ MÉTODOS APLICA EN EL CLUB PARA FOMENTAR LA ASISTENCIA A LOS EVENTOS MENSUALES Y MANTENER VIVO EL ENTUSIASMO Y LA PARTICIPACIÓN?

Nos hemos dado cuenta de que nuestro club tiene una gran diversidad de edades. A principios de 2023, decidimos introducir eventos nocturnos que atraerán a nuestra generación más joven y esto ha hecho que nuestros eventos sean realmente animados. En algunas ocasiones hemos organizado cócteles. En abril celebramos la cena Iftar de Ramadán, que contó con la presencia del entonces Ministro de Turismo, y nuestros almuerzos se han convertido en actos muy corporativos que organizamos cuando queremos atraer a ejecutivos de empresas. Es importante asegurarse de que un club organice eventos que satisfagan todas las necesidades de sus miembros.

### ¿TIENE EL CLUB ALGÚN PROYECTO EXTRAORDINARIO EN EL QUE ESTÉ TRABAJANDO ACTUALMENTE?

Sí, estas fiestas colaboramos con la Fundación Pureza, embajadores de la dignidad para los ancianos de Kenia. Estamos donando paquetes de asistencia que contienen alimentos y una manta. Como es sabido, muchos ancianos de nuestra sociedad están confinados en casa debido a las fuertes lluvias que azotan actualmente el país. Algunos incluso están abandonados por falta de recursos.

Skål International Nairobi tiene como objetivo entregar 100 paquetes de asistencia a través de la fundación.

### ¿CÓMO PROMUEVEN LAS NUMEROSAS VENTAJAS QUE OFRECE LA AFILIACIÓN A SUS MIEMBROS Y FUTUROS MIEMBROS?

Cuando conmemoramos nuestro 73º aniversario en mayo de 2023, creamos nuestro folleto "10 razones para afiliarse a Skål International Nairobi, Kenia". Compartimos este folleto con todos los miembros potenciales y también realizamos llamadas personales a todos ellos.

### ¿CÓMO CONTRIBUYE SU CLUB A LA INDUSTRIA TURÍSTICA LOCAL Y A LA RED SKÅL INTERNATIONAL?

Colaboramos con la Oficina de Turismo de Kenia para promover nuestra 'Kenia Mágica' a través de eventos turísticos. La Exposición Regional de Turismo de África Oriental que acaba de concluir es uno de estos eventos, y tuve el honor de asistir a la ceremonia de entrega de premios organizada en el KICC por el Presidente de la Oficina de Turismo de Kenia, el Sr. Francis Gichaba.

Todos los años, nuestro Club está en primera línea contribuyendo al Fondo Florimond Volckaert. También hemos sensibilizado a nuestros miembros sobre las ventajas de descargar la nueva aplicación de Skål International, que cuenta con numerosos podcasts que proporcionan un buen material de aprendizaje.

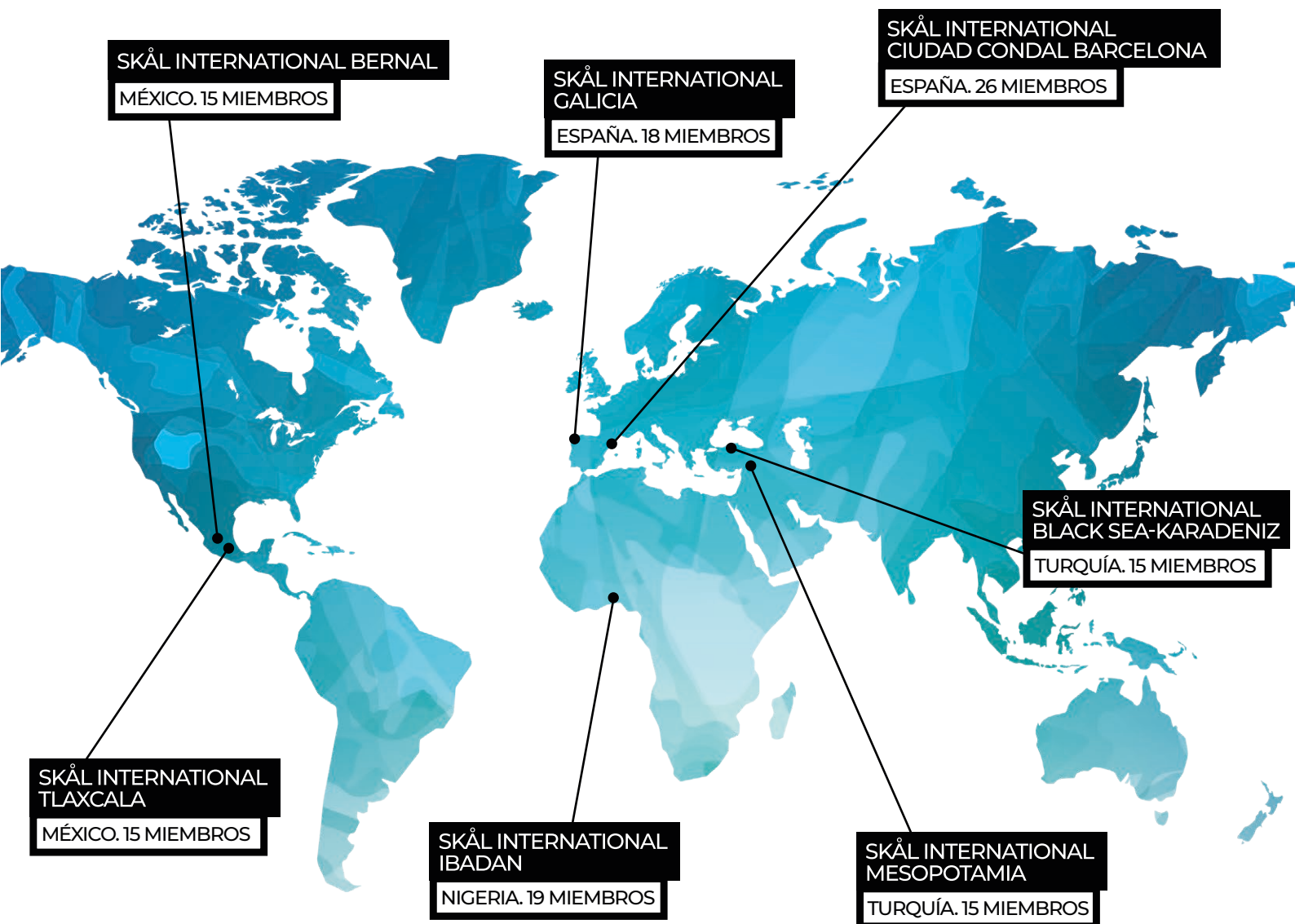


Skål International Nairobi President  
Liz Tapawa with Trophy.

# NUEVOS Y REACTIVADOS CLUBES EN 2023

Durante 2023, se han creado o reactivado **7 Clubes** alrededor del mundo, enriqueciendo la membresía de Skål International con **123 nuevos miembros**.

Desde México a Turquía, desde España a Nigeria, Skål International continúa creciendo con grandes profesionales de la industria del turismo.





# TURISMO GASTRONÓMICO Y ENOLÓGICO

# TURISMO

## GASTRONÓMICO

## Y ENOLÓGICO

El turismo gastronómico y enológico son dos modalidades de turismo que han cobrado gran relevancia en los últimos años, tanto por su creciente demanda como por su reconocimiento constante por parte de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Estas tipologías turísticas se basan en el disfrute de la comida y el vino como elementos culturales, identitarios y sostenibles de los destinos.

La OMT ha impulsado diversos eventos mundiales para promover el desarrollo y la innovación del turismo enológico y gastronómico, como el **8º Foro Mundial de Turismo Gastronómico** y la **7ª Conferencia Mundial de Enoturismo**, celebrados en 2023 en España. Estos eventos han servido para compartir buenas prácticas, generar alianzas estratégicas y crear oportunidades de negocio entre los actores del sector.

El turismo gastronómico y enológico supone una **propuesta de valor para los destinos**, ya que les permite diversificar su oferta, diferenciarse de la competencia, atraer a segmentos de mercado de alto poder adquisitivo y fidelizar a los visitantes. Además, el turismo enológico y gastronómico contribuye a la integración, la preservación y la valorización de los recursos locales, como el patrimonio cultural, el paisaje, la biodiversidad, los productos agroalimentarios y las tradiciones culinarias.

En conclusión, **el turismo gastronómico y enológico es una tendencia al alza que ofrece múltiples beneficios para los destinos**, siempre que se gestione de forma responsable y sostenible. Por ello, es necesario seguir apostando por la calidad, la innovación, la cooperación y la formación en este ámbito, con el apoyo de la OMT y otras entidades relevantes.



A MEDIDA QUE CRECE  
EL TURISMO MUNDIAL  
Y AUMENTA LA  
COMPETENCIA ENTRE  
DESTINOS, EL PATRIMONIO  
CULTURAL INMATERIAL,  
LOCAL Y REGIONAL, SE  
CONVIERTE CADA VEZ  
MÁS EN EL FACTOR  
DIFERENCIADOR PARA  
ATRAER A LOS TURISTAS.

MÁS INFORMACIÓN 





# CONOCE A LOS LÍDERES DEL SECTOR

# ENTREVISTA

## MORENA ILEANA VALDEZ VIGIL

MINISTRA DE TURISMO.  
EL SALVADOR.



### **SOBRE MORENA ILEANA VALDEZ VIGIL**

Investigadora académica, administradora de empresas, comunicadora y relacionista pública que ha consagrado su vida al estudio profundo del marketing y la publicidad, pero orientado, sobre todo, a exaltar la imagen de El Salvador tanto nacional como internacionalmente.

Valdez Vigil es administradora de empresas de profesión,

con especialidad en gestión de proyectos, marketing, publicidad y comunicación institucional, comprometida con la formación de las nuevas generaciones a través de la docencia universitaria, así como el acompañamiento y evaluación de trabajos de investigación académica.

En 2017 fue nombrada Directora Nacional de Marca País El Salvador, y desde 2019 dirige el Ministerio de Turismo de la República de El Salvador.

En 2023, El Salvador se posiciona dentro de los cinco destinos receptores de turismo con más crecimiento anual en comparación con 2019 y los registros prepandemia. Según la edición de noviembre 2023 del **Barómetro del Turismo Mundial** publicado por la **Organización Mundial del Turismo (OMT)**, El Salvador registró un +35% en las llegadas de enero a septiembre de 2023 en comparación con los mismos meses de 2019.

**EL SALVADOR LLEVA VARIOS AÑOS POSICIONÁNDOSE COMO UN MERCADO COMPETITIVO Y UNO DE LOS DESTINOS MÁS ATRACTIVOS A NIVEL REGIONAL GRACIAS A UNA AMBICIOSA ESTRATEGIA PARA ATRAER INFRAESTRUCTURAS Y MAYOR INVERSIÓN TURÍSTICA PRIVADA AL PAÍS. ¿QUÉ NOS PUEDE CONTAR DE ELLO?**

Desde junio 2019, con el Gobierno del presidente Nayib Bukele, El Salvador inició una transformación histórica que el mundo entero está reconociendo.

La seguridad ha sido clave para alcanzar los objetivos de país. Sin seguridad no hay turismo, no hay inversión.

Así que se ha apostado fuertemente en el tema. Luego, se apostó a transformar los espacios públicos en destinos dignos, de primer nivel para nacionales e internacionales.

A través de 'Surf City El Salvador', como un ancla para atraer turismo, hemos logrado promover el país a través de sus olas, pero también demostrar que tenemos la capacidad logística para atender grandes eventos mundiales como los torneos de surf y Miss Universo, por ejemplo.

**¿QUIÉNES SON LOS PRINCIPALES ACTORES DE ESTE CAMBIO Y EN QUÉ SE TRABAJANDO PARA LOGRARLO?**

El liderazgo del Presidente Nayib Bukele y su visión de poder convertir a El Salvador en un país nuevo, ha sido clave para lograr lo que el país es ahora. Ese liderazgo ha permitido que todas las instituciones

del Gobierno trabajen de manera articulada, como nunca se había hecho con el sector privado y la sociedad salvadoreña.

**¿ES EL TURISMO PARA EL SALVADOR UN MOTOR DE DESARROLLO?**

Definitivamente sí. Así lo ha expresado el Presidente de la República, Nayib Bukele, quien en 2022 anunció el segundo impulso para hacer crecer la economía, que se centra en el fortalecimiento del turismo en el país, lo que permitirá llevar desarrollo a los sectores.

Lo anterior, teniendo como punto de partida

que el turismo es un dinamizador económico muy grande que beneficia a toda la cadena de valor de todo el sector y otros complementarios.

**¿CUÁLES SON LAS METAS U OBJETIVOS MARCADOS A NIVEL TURÍSTICO EN EL PAÍS?**

**El fortalecimiento del tejido productivo, la especialización del recurso humano,**

y como principal reto la **atracción de inversión extranjera** que genere empleos de calidad y mejore la vida de la población que se encuentra en los destinos turísticos del país.

**¿CUÁLES SON LOS RETOS A LOS QUE SE ENFRENTA EL SALVADOR PARA POSICIONARSE COMO UN DESTINO TURÍSTICO DE CALIDAD?**

El reto que tenemos es fortalecer al recurso humano. El país está atrayendo a turistas especializados, con experiencias en viajes y la calidad debe ser prioridad. Por ello, como Gobierno estamos enfocados en

incentivar la formación profesional en varios rubros como guías turísticos, servicio al cliente, idiomas, sistemas de gestión de calidad, entre otros.

**¿CUÁLES SON LAS FORTALEZAS DE EL SALVADOR Y SUS POTENCIALIDADES?**

El Salvador se ha convertido en un destino seguro para visitar, invertir y vivir. Tenemos un entorno natural de olas de alta calidad a nivel mundial para realizar torneos internacionales como lo hacen países líderes del sector turístico como Portugal, España, Brasil y México.

Otras de las fortalezas del país son sus distancias cortas. El turista nacional e internacional puede disfrutar de sol y playa en la mañana, escalar un volcán al mediodía y recorrer su renovado Centro Histórico por la noche.

**¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES PRODUCTOS TURÍSTICOS DE EL SALVADOR? ¿SE POSICIONA EL SALVADOR EN ALGUNO EN ESPECIAL?**

Las olas, los volcanes y el café. 'Surf City El Salvador', es el producto principal que estamos promoviendo: tenemos olas constantes todo el año, agua tibia, sin tiburones, y al igual que en otros destinos turísticos, no importa si te gusta el surf o no, sol y playa conectado con la naturaleza, aventura y gastronomía, cierran el círculo virtuoso que El Salvador ofrece en un verano eterno que ofrece durante todo el año. Todo esto en corto tiempo para disfrutar los destinos turísticos del país.

**¿CUÁL ES EL PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA EL SALVADOR?**

Los principales países de residencia de los turistas que nos visitan son Estados Unidos, Guatemala,

**“**  
**EL 43% DE NUESTROS VISITANTES PROCEDEN DE ESTADOS UNIDOS, EL 23% DE GUATEMALA Y EL 15% DE HONDURAS.**

Honduras y Canadá. Más del 60% rondan entre los 25 y 44 años.

De acuerdo con nuestras estadísticas, el 40% elige el país por sus playas; el 10%, por su naturaleza; y otro 10% por sus pueblos y ciudades.

### ¿QUÉ NACIONALIDADES DEMANDAN EL DESTINO TURÍSTICO DE EL SALVADOR HOY POR HOY? ¿SE PREVEN CAMBIOS?

El 43% de nuestros visitantes proceden de Estados Unidos, el 23% de Guatemala y el 15% de Honduras.

Es importante destacar que desde 2021, post pandemia, **El Salvador ha cambiado su compartimiento de mercado y además, ha dado la vuelta al tipo de turista que nos visitan.**

Antes de la pandemia, la mayoría ingresaban vía terrestre provenientes de nuestros hermanos de Guatemala, Honduras y Nicaragua.

En la actualidad, el porcentaje ha cambiado: el 56% ingresan vía aérea, proveniente de Estados Unidos y Canadá. El resto, es decir, 44%, provenientes de Guatemala y Honduras.

Según nuestras proyecciones, estaremos recibiendo mayor porcentaje de visitantes de Suramérica, Europa y Asia con el objetivo de superar no solo el ingreso de visitantes entre turistas y excursionistas al país y lograr que dichos turistas gasten y se queden más en el país.

### ¿CUÁL SERÍA EL ESCENARIO TURÍSTICO EN EL QUE LE GUSTARÍA QUE SE CONVIRTIERA EL SALVADOR EN LOS TRES PRÓXIMOS 5 AÑOS?

Convertir al sector turístico en un pilar fundamental del Producto Interior Bruto de El Salvador, generando más empleos de calidad y pasando

del destino emergente que somos actualmente a un país líder en la región latinoamericana desde el sector turismo.

### ¿CÓMO PREVE QUE SE COMPORTARÁ EL DESTINO TURÍSTICO REGIONAL ANTE EL AUGE DEL TURISMO Y LA ECONOMÍA EN EL SALVADOR?

A través del turismo, los países de Centroamérica puedan lograr un mayor desarrollo de sus respectivas poblaciones.

Desde El Salvador estamos impulsando cada uno de los destinos de los demás países centroamericanos, convencidos de que los turistas más jóvenes prefieren el multidestino amigable con el medio ambiente, respetando las culturas y disfrutando de la gastronomía de los destinos que visitan. Y la región centroamericana es un

multidestino que ofrece sol, playa, montaña, volcanes, cultura, historia, y pueblos, en un clima favorable para viajar.

### INVITE A NUESTROS LECTORES A CONOCER EL DESTINO EL SALVADOR. ¿CÓMO LO HARÍA?

Bienvenidos a La Tierra de Anfitriones.

Aquí somos los campeones del mundo en hacerte sentir especial, desde que llegas, hasta que te vas, si es que algún día te vas...

Te compartimos olas, volcanes, pueblos históricos, y te aseguramos una experiencia de cinco mil estrellas. Porque esta tierra tiene más anfitriones por kilómetro cuadrado que cualquier otro país del mundo.

**El Salvador, Tierra de Anfitriones.**







# RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

# FONDO DE AYUDA A TURQUÍA

En nombre de todos los Skålegas de Turquía, nos gustaría transmitir una vez más nuestro más sincero agradecimiento a todos y cada uno de los miembros y Clubes de todo el mundo por sus valiosas donaciones para ayudar a las víctimas del terremoto que asoló el sureste de nuestro país en febrero de 2023.

Estamos en deuda con el Presidente Juan I. Steta y el Comité Ejecutivo de Skål International por compartir nuestro dolor e iniciar inmediatamente una campaña de ayuda. Hemos recibido ayudas de varios miembros individuales de Skål International, algunos de los cuales han querido permanecer en el anonimato. Los Clubes también han contribuido individualmente o a través de sus Comités Nacionales con sumas considerables que alcanzaron aproximadamente los 24.000 Euros.

Tenemos que nombrar y elogiar a Skål International México que por sí solo contribuyó con 8.474 Euros, por lo que estamos muy agradecidos y conmovidos.

Como no se recibieron todos los pagos al mismo tiempo, tuvimos que esperar para hacer una donación significativa que ayudara a la recuperación.

Nos complace compartir que **hemos destinado 1/3 del fondo a una Escuela de Turismo de la zona**, al 'Liceo de Turismo Ulucinar' de Arsuz, para dotarles del equipamiento dañado en el aula de servicios y en el centro de informática. Con esta donación, hemos comprado 5 ordenadores nuevos y varios equipos de servicio de bar y restaurante, incluyendo máquina de hielo, cafetera, cubiertos, platos, utensilios de bar, mesas de cóctel, etc. Hasta hace poco, como los edificios de la escuela estaban dañados, los alumnos cursaban sus estudios online. Mientras tanto, 50 estudiantes tuvieron la oportunidad de realizar sus prácticas en Aqua World Belek Resort, cuyo Director General es el Sr. Cuneyt Kuru, SG de SI Türkiye NC. Los miembros hoteleros de Skål Internacional también han expresado su compromiso de ayudar a los graduados a encontrar trabajo en sus propiedades.

Tras la restauración, los estudiantes regresaron para continuar su educación en noviembre. El Presidente de Skål International Turquía, Orhon Atameriç, junto con la Vicepresidenta Cüneyt Kuru, el Presidente de Skål International Çukurova, Gökhan Kardeş, y el Pasado Presidente Yasar Atesoglu,

asistieron a una ceremonia en la escuela el 27 de noviembre para presentar las dos placas de Skål International que fueron colocadas en la entrada de ambas aulas. A la ceremonia asistieron los estudiantes, miembros del profesorado y el Director de Educación de la Provincia. Todos expresaron su sincero agradecimiento a Skål International y a sus miembros por su contribución.

**Esta donación es una inversión a largo plazo que ayuda a 540 estudiantes de turismo**, con edades comprendidas entre los 14 y los 18 años y Skål International siempre será recordado con gratitud. En cuanto al fondo restante, estamos trabajando con la dirección de la escuela para identificar sus necesidades adicionales y seguir invirtiendo para que esta institución vuelva a funcionar plenamente.

La solidaridad de Skål International es insuperable, gracias queridos Skålegas.

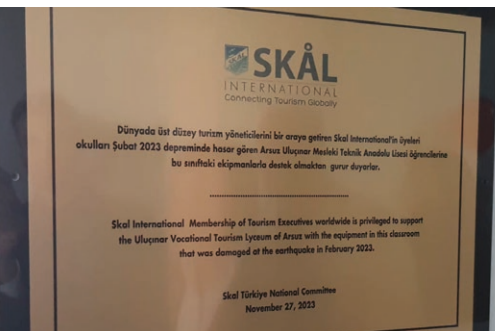


**HULYA ASLANTAS**

Copresidenta del Fondo de Ayuda a Turquía

**ORHON ATAMERIC**

Presidente de Skål International Turquía



# GANADORES DE LOS PREMIOS SKÅL INTERNATIONAL SUSTAINABLE TOURISM



**Tenemos el placer de presentar a los ganadores de los Sustainable Tourism Awards de Skål International y del premio especial Skål-Biosphere 2023.**



Es alentador ver empresas y organizaciones comprometidas a generar un impacto positivo tanto en la industria turística como en nuestro planeta por medio de prácticas sostenibles. Conozcamos mejor a nuestros ganadores a través de una entrevista en la que comparten con nosotros su contribución a la sostenibilidad.

Felicitamos de nuevo a nuestros ganadores y les agradecemos su pasión, su contribución y su dedicación a nuestro sector.

## GANADOR DE LA CATEGORÍA 'PROYECTOS COMUNITARIOS Y GUBERNAMENTALES'

TE PAE CHRISTCHURCH CONVENTION CENTRE  
NUEVA ZELANDA

WEB

**¿Cuál es tu misión para hacer de este mundo un lugar mejor?**

El Centro de Convenciones Te Pae Christchurch se encuentra en el corazón de Ōtautahi Christchurch, en el centro de la Isla Sur de Aotearoa Nueva Zelanda. Algunos de los paisajes naturales más espectaculares del mundo son parte de lo que hace que una visita a nuestra región sea tan memorable. Tenemos la obligación absoluta de garantizar que siga siendo así para las generaciones venideras; las operaciones sostenibles son sencillamente lo que hay que hacer. Te Pae Christchurch es un proyecto clave en la regeneración urbana de nuestra ciudad, por lo que para nosotros, la sostenibilidad va más allá de medir los residuos y compensar las emisiones de carbono. Trabajamos en estrecha colaboración con clientes y proveedores para minimizar el impacto de los eventos que organizamos. Se trata del legado: lo que dejamos a las generaciones futuras y cómo inculcamos valores que garanticen que no solo somos respetuosos con el medio ambiente, sino que marcamos el camino a seguir en los años venideros

**Si tuvieras que elegir un ODS como objetivo principal, ¿cuál sería y por qué?**

Es difícil elegir un solo ODS, pero sin duda nuestra gente es importante para Te Pae Christchurch. Aunque el galardonado edificio es uno de los centros de convenciones más bellos del mundo, es nuestra gente la que marca la diferencia.

Te Pae Christchurch es el punto de encuentro de la ciudad. Construido en un lugar de importancia cultural e histórica, la ubicación de nuestra sede ha sido un punto de encuentro

desde los primeros asentamientos de la región. Te Pae Christchurch es un lugar que crea vínculos sociales, culturales y económicos duraderos entre la región y el mundo. De este modo, representamos el ODS 'Hacer que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles'.

Todo gira en torno a nuestra hospitalidad, que en Nueva Zelanda llamamos 'manaakitanga'. Queremos que los visitantes experimenten nuestra forma especial de hacer que la gente se sienta bienvenida y segura en nuestra sede y en nuestra ciudad, y juntos podemos crear experiencias impactantes.

**¿Cuál es el mayor impacto que ha creado tu empresa en relación con la sostenibilidad?**

En Te Pae Christchurch vemos todas las decisiones importantes a través de una lente medioambiental, equilibrando las necesidades comerciales con el efecto medioambiental de nuestras acciones.

Aplicamos políticas sostenibles en toda nuestra empresa para garantizar que utilizamos envases respetuosos con el medio ambiente, tecnologías eficientes desde el punto de vista energético, proveedores locales, deshidratamos los residuos alimentarios para convertirlos en alimentos para el suelo y transformamos el agua en una solución de limpieza sin productos químicos. Nos esforzamos por ser líderes del sector en la organización de conferencias impactantes y nos apasiona colaborar con los clientes en eventos ecológicos para cumplir los objetivos de sostenibilidad.

Te Pae Christchurch cuenta con la certificación Toitū Enviromark

Gold, la máxima acreditación de Nueva Zelanda, y sigue trabajando en nuestros sistemas de control implantados y fijando objetivos que nos permitan dirigir una empresa más sostenible y concienciada con el medio ambiente. El programa Enviromark ha reconocido el sólido sistema de gestión medioambiental implantado en Te Pae Christchurch y seguirá ayudándonos a gestionar los riesgos para lograr el éxito a largo plazo.

**¿Cómo te inspira el premio Skål International Sustainable Tourism para tus proyectos futuros?**

Te Pae Christchurch está increíblemente orgulloso de haber sido galardonado con el Premio Skål International Sustainable Tourism 2023 en la categoría de Proyectos Comunitarios y Gubernamentales. Esta distinción internacional es un reconocimiento a todo el equipo de Te Pae Christchurch y a nuestro compromiso por fomentar una cultura de excelencia medioambiental.

Este premio reafirma que el trabajo que estamos realizando en nuestro viaje hacia la sostenibilidad no sólo merece la pena, sino que también marca la diferencia. Ser reconocidos en la escena mundial sirve de inspiración a nuestro equipo para continuar nuestro viaje y por eso estamos decididos a conseguir que nuestras operaciones sean neutras en carbono para finales de 2024.

Nos centramos en la mejora continua de nuestro camino hacia la sostenibilidad, para enriquecer la experiencia de los delegados y hacerles sentir orgullosos de estar creando un cambio significativo para las generaciones futuras.

## GANADOR DE LA CATEGORÍA 'NATURALEZA Y BIODIVERSIDAD'

## ECOGUERREROS SC DE RL DE CV MÉXICO

WEB 

### ¿Cuál es tu misión para hacer de este mundo un lugar mejor?

Nuestra misión es la conservación del patrimonio biocultural de México a través creación de un modelo de transición sostenible en las áreas rurales de México. Desde un enfoque de diversificación económica, desarrollamos proyectos que impulsan la conservación de áreas naturales y logran un desarrollo económico y social en áreas rurales.

### Si tuvieras que elegir un ODS como objetivo principal, ¿cuál sería y por qué?

Para el proyecto, el objetivo principal es el #8: trabajo decente y desarrollo económico. Buscamos generar actividades económicas sostenibles y nuevas oportunidades laborales para todas las personas de las comunidades que, actualmente, forman el proyecto de Camino del Mayab.

De igual manera se ha hecho un esfuerzo importante por impulsar el consumo local y generar redes de microeconomía en la región en donde se lleva a cabo el proyecto. Queremos que estos sitios sean un modelo de prosperidad social, ambiental y

económica para las personas que habitan el territorio.

### ¿Cuál es el mayor impacto que ha creado tu empresa en relación con la sostenibilidad?

Hoy en día el proyecto se conforma por 37 organizaciones de base comunitaria y un equipo técnico, siendo un total de 249 personas involucradas en el proyecto de manera directa.

Se creó un Consejo Consultivo Regional del Camino del Mayab para la toma de decisiones participativa y gobernanza del territorio.

Hemos creado un mecanismo de conservación que asegura más de 4.000 HA como un Área Natural Protegida.

Se han brindado capacitaciones y donado equipo especializado para que habitantes del territorio puedan hacer monitoreo ambiental y control adecuado de incendios.

Se ha compartido sobre temas de educación ambiental a más de 2.000 visitantes.

Se han generado diagnósticos y protocolos de resiliencia para impulsar

mejores prácticas medio ambientales y mitigar efectos de desastres naturales y cambio climático.

Se han impulsado 6 apiarios y 9 huertas comunitarias.

De manera activa, dentro de recorridos o eventos, se impulsa la conservación y recuperación de tradiciones y cultura maya.

### ¿Cómo te inspira el premio Skål International Sustainable Tourism para tus proyectos futuros?

El premio otorgado nos llena de orgullo y nos demuestra que el proyecto está llevando un buen camino. Poder formar parte de un ecosistema internacional que impulsa las acciones que realizamos es invaluable y nos motiva a seguir nuestro andar, de manera colaborativa, justa entre todas las partes y respetuosa con las especies con las que compartimos este planeta. Esto permitirá que la propuesta comercial se fortalezca y podamos replicar el modelo en otras regiones.

A toda la comunidad de Skål International, ¡gracias por esta gran oportunidad!



## GANADOR DE LA CATEGORÍA 'PROGRAMAS COMUNITARIOS Y EDUCATIVOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN'

## MANKIND DIGITAL AUSTRALIA

WEB 

### ¿Cuál es tu misión para hacer de este mundo un lugar mejor?

Al promover un turismo y unos viajes sostenibles, responsables y regeneradores, estamos creando un futuro más brillante y justo para las comunidades, el medio ambiente y el sector turístico en general. Nuestro objetivo es transformar el panorama turístico educando, inspirando e influyendo en las personas, las organizaciones y los organismos públicos para que adopten experiencias turísticas y de viajes respetuosas con el medio ambiente, la cultura y la economía de las comunidades y los destinos locales. Todos los aspectos de nuestras operaciones empresariales se

han diseñado para apoyar al sector turístico hacia un futuro más sostenible y regenerador. Estamos especializados en ofrecer educación y formación eficaces, desarrollar programas de marketing y comunicación y crear contenidos. Utilizamos estas estrategias para desbloquear las barreras que impiden a los profesionales del turismo y a los visitantes avanzar hacia un turismo y unas opciones de viaje más responsables. También nos asociamos con organizaciones y destinos afines para promocionar sus productos y servicios porque entendemos que esta es la clave para impulsar un cambio significativo que afectará al futuro de nuestro planeta.

A través de nuestras alianzas estratégicas, asociaciones y clientes, seguimos educando e inspirando a los viajeros para que elijan los productos, servicios y experiencias de turismo y viajes sostenibles, responsables y regenerativos que generarán cambios positivos y duraderos para las comunidades, los destinos y el medio ambiente.

### Si tuvieras que elegir un ODS como objetivo principal, ¿cuál sería y por qué?

Objetivo 4: Educación de calidad. Garantizar una educación de calidad inclusiva y equitativa y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos. No se puede subestimar el poder de la educación



para impulsar un cambio positivo para las personas, las comunidades, los destinos, las empresas y el planeta. Nuestros productos educativos para la industria y los consumidores crean una fuerte demanda de experiencias, servicios y productos turísticos sostenibles y regenerativos que se ofrezcan de forma más responsable, lo que sustenta todo lo que hacemos y, a su vez, beneficia a todos.

Para demostrar nuestro compromiso con la educación y el fomento de la sostenibilidad en el turismo, hemos diversificado el apoyo que ofrecemos a nuestros clientes y socios, y ahora tenemos una sede internacional. En los últimos 12 meses, los nuevos servicios de nuestra cartera incluyen formación personalizada, cursos y talleres sobre turismo sostenible y regenerativo para complementar nuestras actuales soluciones de formación en marketing digital.

A través de nuestras alianzas estratégicas, asociaciones y clientes, seguimos educando e inspirando a los viajeros para que elijan los productos, servicios y experiencias de turismo y viajes sostenibles, responsables y regenerativos que generarán cambios positivos y duraderos para las comunidades, los destinos y el medio ambiente. También apoyamos a las empresas y destinos turísticos que han completado la certificación y acreditación de sostenibilidad, desarrollando recursos, guías y kits de herramientas para ayudarles a contar sus historias de sostenibilidad con eficacia. En Mankind Digital, nuestra propia estrategia de marketing y mejora de la marca se centra en educar al sector turístico. Para ello, desarrollamos contenidos educativos que compartimos a través de nuestras páginas web, redes sociales y medios de difusión para radio y podcasts, además de promocionar los contenidos que creamos para nuestros clientes.

### ¿Cuál es el mayor impacto que ha creado tu empresa en relación con la sostenibilidad?

Mankind Digital se creó como proveedor especializado en marketing turístico y apoyo a las comunicaciones para organizaciones y destinos turísticos sostenibles, responsables y regenerativos. Hemos demostrado que un negocio basado en estos principios puede prosperar, además de tener ventajas inherentes y beneficios transformadores para las personas, el planeta y el lugar. La promoción de organizaciones y destinos turísticos sostenibles, responsables y regenerativos en todo el mundo constituye la base de nuestro modelo de negocio organizativo y de nuestra oferta de servicios. Aunque somos una empresa, Mankind Digital se centra en el propósito por encima de los beneficios. Seguimos influyendo positivamente en el sector turístico, al tiempo que contribuimos al medio ambiente, las comunidades y las economías locales de las regiones en las que operamos. Nuestra identidad de marca lo refleja a todos los niveles y atribuimos nuestro éxito a que somos una organización impulsada por un propósito.

Con más de un siglo de experiencia colectiva, nuestro equipo está altamente cualificado en turismo, educación y formación, marketing digital y creación de contenidos. Este profundo conocimiento y experiencia práctica nos ha posicionado como catalizadores del cambio en el sector turístico. Nuestra experiencia y punto de diferencia con respecto a otras empresas de marketing turístico radica en comunicar eficazmente la sostenibilidad en el turismo tanto al sector turístico como a los viajeros, de forma que resulte fácil de entender y aplicar.

### ¿Cómo te inspira el premio Skål International Sustainable Tourism para tus proyectos futuros?

Obtener el reconocimiento del sector por nuestros esfuerzos por segundo año consecutivo es la confirmación de que lo que hacemos y cómo lo hacemos, funciona. Nuestras victorias consecutivas en los Premios Skål International Sustainable Tourism confirman que las empresas éticas y orientadas a un fin pueden prosperar: somos la prueba de que las organizaciones de turismo sostenible pueden impulsar un cambio positivo para crear un mundo en el que prosperen la naturaleza, las comunidades y las economías.

Durante el próximo año, Mankind Digital se centrará, por tanto, en seguir reforzando las asociaciones y relaciones a largo plazo con nuestras principales partes interesadas para alcanzar mejor nuestros objetivos comunes. También estamos desarrollando y ampliando nuestra red internacional de facilitadores de talleres que imparten formación, talleres y cursos bajo la marca Mankind Digital y a través de nuestras alianzas de socios en todo el mundo. Para orientar mejor nuestra oferta de educación y formación, seguiremos desarrollando asociaciones estratégicas de contenidos con quienes gozan de una sólida reputación en el mercado. Mantendremos nuestra estrategia de colaboración con otros profesionales del sector que compartan nuestros valores, y tenemos previsto ampliar nuestra red de embajadores de marca a escala internacional. Con ello, prevemos un crecimiento positivo y continuado de la influencia de nuestra marca en el sector turístico, y los consiguientes cambios positivos que ello traerá consigo.

GANADOR DE LA CATEGORÍA 'ATRACCIONES TURÍSTICAS IMPORTANTES'

## THE SOUTH AFRICAN ANIMAL SANCTUARY ALLIANCE SUDÁFRICA

WEB



### ¿Cuál es tu misión para hacer de este mundo un lugar mejor?

Nuestra misión es hacer de este mundo un lugar mejor educando al público visitante sobre las amenazas y los retos a los que se enfrenta la fauna salvaje y sobre cuestiones de

conservación en general y cómo pueden contribuir. Nuestras visitas guiadas a pie son un vehículo para educar a la gente sobre los efectos adversos de la tenencia de animales salvajes como mascotas, en los animales individuales pero también en la seguridad de la especie.

Nos esforzamos por fomentar la comprensión y el compromiso con la conservación de los animales salvajes. También pretendemos ayudar a la gente a tomar decisiones informadas sobre el uso prudente de los recursos naturales en su vida cotidiana.



### Si tuvieras que elegir un ODS como objetivo principal, ¿cuál sería y por qué?

El mundo se enfrenta actualmente a la mayor extinción de especies desde la era de los dinosaurios.

En todas nuestras visitas educativas a pie nos esforzamos por concienciar al público de las amenazas que el cambio climático, el comercio de mascotas y la deforestación suponen para la fauna salvaje.

### ¿Cuál es el mayor impacto que ha creado tu empresa en relación con la sostenibilidad?

Trabajamos duro para contribuir a varios de los ODS.

Nuestra contribución al Objetivo 15 se menciona más arriba.

Empleamos principalmente a personas de nuestras comunidades locales y les ofrecemos formación especializada, por ejemplo, para que se conviertan en guías de santuario. Estas oportunidades de formación y empleo contribuyen directamente a los ODS 1, 2 y 8.

Además, reciclamos plásticos, cartón y vidrio en nuestros santuarios y ofrecemos instalaciones para que los visitantes hagan lo mismo.

También utilizamos energía solar y agua de lluvia.

### ¿Cómo te inspira el premio Skål International Sustainable Tourism para tus proyectos futuros?

Seguiremos esforzándonos por ser lo más sostenibles posible en todos nuestros proyectos actuales y futuros.

Nuestro Premio Skål International Sustainable Tourism nos inspirará para referirnos directamente a los ODS con cualquier nuevo proyecto para asegurarnos de que estamos haciendo todo lo posible para maximizar nuestra sostenibilidad y contribuir a la consecución global de los ODS.

## GANADOR DE LA CATEGORÍA 'ACTIVIDADES MARINAS Y COSTERAS'

### SIX SENSES LAAMU MALDIVAS

WEB



### ¿Cuál es tu misión para hacer de este mundo un lugar mejor?

Mi misión es lograr un impacto positivo duradero en la conservación de nuestros océanos, creando oportunidades para que las personas se conecten con ellos. Una de mis citas favoritas es de Baba Dioum (1968): *“Al final, conservaremos sólo lo que amemos; amaremos sólo lo que comprendamos, y comprenderemos sólo lo que nos enseñen”*. En última instancia, me encantaría poder forjar un futuro en el que el turismo esté intrínsecamente ligado a la educación y la sostenibilidad, instando a todos a aceptar el reto de convertirse en administradores de los océanos, esforzándose por dejar esta hermosa y única parte del mundo mejor que como la encontramos.

### Si tuvieras que elegir un ODS como objetivo principal, ¿cuál sería y por qué?

Si tuviera que elegir uno, sería el ODS 14: Vida bajo el agua. Este objetivo resuena profundamente en mí, dado mi profundo respeto por el océano y su papel crucial como sustento de la vida en la Tierra.

Hace años, cuando empecé a bucear, el océano se convirtió en un santuario frente a todas las tensiones del mundo, una especie de espacio meditativo. Desde entonces, a través de la comunidad de buceadores, me he embarcado

en innumerables inmersiones en lugares inolvidables y he conocido a notables fotógrafos submarinos y conservacionistas, a los que ahora considero amigos. Estas amistades y experiencias han aumentado mi respeto por la increíble diversidad de la vida bajo la superficie del agua.

El ODS 14, que se centra en la conservación de los océanos y los recursos marinos, coincide con mi pasión por la preservación de los ecosistemas marinos, como demuestra el trabajo realizado por la Maldives Underwater Initiative de Six Senses Laamu en el atolón de Laamu. Defendiendo el ODS 14, mi objetivo es contribuir a liderar el sector turístico para salvaguardar la vida marina. Esto implica abogar por la pesca sostenible, promover la conservación marina y concienciar sobre la interconexión de nuestras acciones con la salud de los océanos. El bienestar de la vida bajo el agua no es una preocupación lejana; nos afecta a todos. Si damos prioridad al ODS 14, creo que podemos tener un impacto positivo y duradero en el futuro de nuestro planeta.

### ¿Cuál es el mayor impacto que ha creado tu empresa en relación con la sostenibilidad?

El impacto más sustancial que Six Senses Laamu ha tenido en términos de sostenibilidad es sin duda el desarrollo y establecimiento de la Iniciativa Submarina de las Maldivas (MUI). La MUI,

la primera de este tipo en las Maldivas, representa un esfuerzo de colaboración en el que participan biólogos marinos del complejo y tres ONG: Manta Trust, Blue Marine Foundation y Olive Ridley Project. Lo que empezó con un solo biólogo marino empleado por el complejo turístico se ha convertido en MUI, líder en investigación y educación marina nacional, dedicado a impulsar esfuerzos de conservación significativos para este magnífico país.

A través de alianzas de larga duración, me enorgullece destacar que MUI se ha posicionado como un actor clave en la investigación marina de Maldivas, fomentando múltiples colaboraciones internacionales con destacados investigadores de todo el mundo. En 2022, el atolón de Laamu recibió la estimada designación de Hope Spot de Mission Blue, un reconocimiento obtenido gracias a la recopilación de datos ecológicos, la obtención del apoyo de la comunidad, la colaboración con el gobierno local y el establecimiento de medios de vida sostenibles y rentables para las islas circundantes.

Desde mi punto de vista, el MUI ha desempeñado un papel decisivo a la hora de demostrar que la sostenibilidad y el turismo no sólo pueden coexistir, sino prosperar juntos. Sin duda, el MUI destaca por tener el impacto más significativo en la sostenibilidad.

## ¿Cómo te inspira el premio Skål International Sustainable Tourism para tus proyectos futuros?

El Premio Skål International Sustainable Tourism es una poderosa fuente de inspiración para Six Senses Laamu a la hora de dar forma a nuestros futuros proyectos. Este reconocimiento por cuarto año valida nuestro compromiso con las prácticas sostenibles y el turismo responsable. Alimenta nuestra pasión por seguir innovando y poniendo en práctica iniciativas que no sólo mejoran la experiencia de los huéspedes, sino que también contribuyen

positivamente al medio ambiente y a las comunidades locales.

El honor de recibir este premio nos motiva a subir aún más el listón en términos de sostenibilidad y conservación. Nos infunde un sentido de responsabilidad para integrar aún más las tecnologías sostenibles, los programas de conservación y el compromiso con la comunidad en nuestras operaciones. Este reconocimiento de Skål International es a la vez una motivación y un reto que nos anima a explorar nuevas vías, colaborar con socios afines y mejorar constantemente nuestras

prácticas para establecer nuevos puntos de referencia en el turismo sostenible.

Además, el premio nos recuerda el impacto positivo que nuestros esfuerzos pueden tener en la industria turística en general. Nos inspira a compartir nuestros conocimientos y mejores prácticas con los demás, fomentando una cultura de sostenibilidad en el sector de la hostelería. En definitiva, el Premio Skål International Sustainable Tourism actúa como catalizador de la innovación y como brújula que nos guía hacia un futuro más sostenible y responsable en el turismo.

## GANADOR DE LA CATEGORÍA 'TOUOPERADORES - AGENCIAS DE VIAJES'

### KHIRI REACH TAILANDIA

WEB 



#### ¿Cuál es tu misión para hacer de este mundo un lugar mejor?

Nuestra misión en Khiri Reach es intentar ayudar a mejorar la vida de las comunidades y apoyar proyectos de conservación de la naturaleza en Asia. Para ello, les facilitamos el acceso a recursos esenciales y les ayudamos a ser autosuficientes en la medida de lo posible. Escuchar es vital, ya que queremos que nuestros proyectos sean ascendentes e integradores.

Intentamos abordar las causas profundas de la pobreza, la desigualdad y la falta de oportunidades mediante intervenciones sostenibles y de gran impacto. Intentamos proteger la vida salvaje, la biodiversidad y el carácter sagrado de los bosques y el agua. A menudo trabajamos con socios locales. Intentamos ser culturalmente sensibles. Khiri reach también ayuda en respuestas de emergencia ante sucesos negativos como inundaciones, terremotos o impactos del Covid.

Nuestros 'embajadores' de Khiri Reach suelen ser miembros del personal de Khiri Travel que conocen de cerca o personalmente la comunidad afectada o una reserva natural amenazada. Los embajadores son el puente entre la comunidad local y los recursos y redes internacionales de Khiri Travel.

Otra forma de hacer sostenibles los proyectos de Khiri Reach es vincularlos a viajes y experiencias, para que los huéspedes de Khiri

Travel puedan vivirlos. Aunque esto no siempre es práctico, es importante recordar que la sostenibilidad no sólo tiene que ver con las personas y el planeta. Para llevar a cabo los proyectos es necesario contar con niveles sostenibles de rentabilidad. Afortunadamente, hemos conseguido apoyar docenas de intervenciones positivas desde la fundación de Khiri Reach en 2007. Mientras tanto, la propia Khiri Travel cubre el 100% de los gastos generales, por lo que todas las donaciones van directamente a los proyectos.

#### Si tuvieras que elegir un ODS como objetivo principal, ¿cuál sería y por qué?

Es difícil. Los 17 ODS son loables. Muchos de ellos se solapan. A la hora de la verdad, y viendo el historial de Khiri Reach, creo que sería un cara o cruz entre el número 1, la reducción de la pobreza, y el número 15, la vida en la tierra. De hecho, es muy probable que el objetivo de desarrollo sostenible de la vida en la tierra tenga aún más peso en los proyectos de Khiri Reach a partir de 2024. Estamos estudiando apoyar proyectos de reforestación en Camboya y estamos trabajando en otros proyectos medioambientales en Tailandia y Sri Lanka. Ahora mismo estamos realizando las diligencias oportunas y esperamos anunciarlo pronto.

#### ¿Cuál es el mayor impacto que ha creado tu empresa en relación con la sostenibilidad?

Khiri Reach ha ayudado a víctimas de terremotos e inundaciones en

Laos y Lombok, ha colaborado en la rehabilitación de gibones y tortugas en Phuket y Myanmar, ha apoyado a trabajadores del sector turístico durante los años de Covid, ha construido pozos de agua en la zona árida del centro de Myanmar y ha ayudado a establecer un turismo comunitario en Sambor Prei Kuk (Camboya). Quizá si tuviera que elegir una, sería la ayuda a más de 60 guías turísticos y trabajadores del sector turístico desempleados en Myanmar durante los años de Covid. A lo largo de los años hemos contado con el inestimable apoyo de nuestros socios operadores turísticos de Europa y Norteamérica. Utilizamos ese apoyo y nuestra red Khiri Travel en Myanmar para entregar fondos a guías turísticos en paro, casi todos ellos con familias que mantener. La gente necesita arroz en su plato para sobrevivir. Los guías turísticos de Myanmar estaban sufriendo mucho. Por si los efectos de Covid no fueran suficientes, los guías también tuvieron que hacer frente a un golpe militar, con todas las implicaciones que ello conlleva para el turismo.

#### ¿Cómo te inspira el premio Skål International Sustainable Tourism para tus proyectos futuros?

Skål Internacional es una asociación de viajes que data de hace casi un siglo, por lo que el reconocimiento de Skål International es de enorme importancia. Nos confirma que hemos hecho las cosas bien. Además, nos motiva a todos, no sólo para seguir adelante, sino también para ser más



ambiciosos en nuestros esfuerzos de retribución. Recibir el premio Skål International nos da aún más energía. El premio nos facilita la presentación de propuestas a las comunidades, a las ONG y a los posibles socios donantes. El premio Skål International nos ayuda porque nuestros esfuerzos benéficos han sido aclamados por jueces altamente

experimentados. Han examinado nuestros 16 años de proyectos y nos han otorgado un sello de aprobación. El respaldo de terceros es vital. Y les estamos muy agradecidos por ello.

Y lo que es más importante, también creo que el premio de Skål International empoderará a nuestros 'embajadores' Khiri Reach más jóvenes, los miembros

del personal de Khiri Travel que se apropiaron de una iniciativa benéfica y la impulsan. Creo que les animará a tener más confianza en sí mismos en sus programas de ayuda a la comunidad. La mente sobre la materia es importante. El premio de Skål International refuerza nuestro enfoque 'sí se puede' para marcar una diferencia positiva.

## GANADOR DE LA CATEGORÍA 'ALOJAMIENTO URBANO'

### THE PARKSIDE HOTEL & SPA CANADÁ

WEB 



#### ¿Cuál es tu misión para hacer de este mundo un lugar mejor?

En The Parkside Hotel & Spa, lideramos con una misión de hospitalidad centrada en la sostenibilidad. Para hacer del mundo un lugar mejor, nos esforzamos por construir un sólido colectivo de huéspedes, socios y nuestra gran comunidad, al tiempo que nos comprometemos profundamente con nuestras iniciativas sostenibles, desde la reevaluación continua de nuestras operaciones hasta la implicación y educación de los huéspedes y otras empresas.

Como establecimiento con certificación Biosphere Carbon Neutral, nos enorgullece ser el primer hotel urbano del mundo en unirse a Beyond Green, una diversa cartera de hoteles y complejos turísticos que ofrecen una amplia gama de experiencias en lugares únicos de todo el mundo, todas ellas centradas en los viajes con un propósito.

Estamos orgullosos de los aspectos físicos de nuestra propiedad, que han sido meticulosamente diseñados con la sostenibilidad como prioridad. Pero lo que realmente nos distingue es nuestro excepcional equipo, un grupo de personas que encarnan la calidez, la inclusión y la atención genuina. Juntos, reevaluamos continuamente nuestros valores fundamentales, con el objetivo de ofrecer una experiencia excelente a nuestros huéspedes y, al mismo tiempo, fomentar un entorno vibrante y creativo para nuestros empleados.

#### Si tuvieras que elegir un ODS como objetivo principal, ¿cuál sería y por qué?

El ODS 12, que se centra en el consumo y la producción responsables, es el principal ODS para The Parkside Hotel & Spa.

El sector turístico genera anualmente la alarmante cifra de 35 millones de toneladas de residuos sólidos (Juvan, E., Gruin, B & Dolnicar, S., 2023), lo que tiene un impacto significativo en el medio ambiente.

Los turistas tienden a generar más residuos durante sus vacaciones en comparación con sus hábitos en casa. Y los hoteles, con una extensa cadena de suministro que incluye ropa de cama, muebles, artículos de aseo y alimentos y bebidas, también contribuyen a generar un exceso de residuos. Es crucial reconocer que la asombrosa cifra de 8 millones de toneladas de plásticos llegan a nuestros océanos cada año, y que una parte importante del turismo tiene lugar en comunidades costeras.

Para lograr un cambio positivo, colaboramos con nuestros socios de la cadena de suministro, abogando por prácticas de compra responsables y buscando activamente formas de minimizar los envases, especialmente los plásticos de un solo uso. Involucrar a nuestros clientes es igualmente importante: les animamos a participar en iniciativas de reducción de residuos, como los cubos de compostaje de las habitaciones.

Al alinear nuestros esfuerzos con el ODS 12, nos comprometemos a abordar estos retos, con el objetivo de lograr un enfoque más sostenible y consciente del consumo y la producción en el sector turístico.

#### ¿Cuál es el mayor impacto que ha creado tu empresa en relación con la sostenibilidad?

Nuestro mayor impacto radica en crear con éxito un modelo de negocio rentable y profundamente arraigado en la sostenibilidad.

Este modelo no sólo impulsa nuestras operaciones, sino que sirve de

ejemplo de buenas prácticas para empresas de todo el mundo. Va más allá de nuestro propio éxito.

Nuestro impacto es mayor si compartimos conocimientos que ayuden a guiar a otras empresas hacia prácticas más sostenibles.

Creemos que los esfuerzos colectivos hacia la sostenibilidad benefician a todos los implicados, y todos estamos mejor por ello.

#### ¿Cómo te inspira el premio Skål International Sustainable Tourism para tus proyectos futuros?

El Premio Skål International Sustainable Tourism destaca la importancia de mostrar los hoteles urbanos como entidades sostenibles.

Existe la idea errónea de que la sostenibilidad en la industria hotelera es sinónimo únicamente de experiencias de ecoturismo, a menudo asociadas con yurtas, casas en los árboles o alojamientos remotos.

Sin embargo, este premio ayuda a cuestionar esa percepción, demostrando que un modelo de negocio centrado en el turismo de masas también puede funcionar de forma sostenible.

Recibir el premio de Skål International nos motiva a seguir compartiendo nuestra historia. Refuerza la idea de que la sostenibilidad es posible en un hotel urbano. Y lo que es más importante, nos permite aprender de otras historias del sector, lo que nos sirve de inspiración para seguir trabajando por la sostenibilidad.



RESPONSIBLE  
TOURISM  
INSTITUTE



BIOSPHERE

# CONECTA CON CONSUMIDORES MÁS RESPONSABLES

Amplía tu alcance y llega a nuevos targets internacionales garantizando tu sostenibilidad.



Permite a tus clientes comprobar, a tiempo real, las prácticas sostenibles de tu empresa, con un lenguaje adaptado y comprensible



Comunica tu sostenibilidad en + 7 idiomas diferentes. ¡Con un sello de certificación garantizado!



¡Pónselo fácil a tus potenciales clientes! Consigue que te encuentren por tus atributos de sostenibilidad, demostrados y garantizados de manera transparente.

➤➤ +25 años de experiencia construyendo el concepto de sostenibilidad turística

➤➤ Trabajando de manera conjunta con UN-SDSN (Sustainable Development Solutions Network)

➤➤ Sistema internacional único para proceso de mejora continua en la gestión y el reconocimiento de la contribución a la Agenda 2030

✓ Único sistema en el mundo para integrar y conectar los esfuerzos sostenibles de DMOs, empresas y consumidores en base a los 17 ODS.

✓ Metodología fácil, ilusionante y de aprendizaje común para compartir buenas prácticas.

✓ Galardonada en numerosas ocasiones y reconocida como la mejor herramienta de gestión y certificación del mundo.



MÁS INFORMACIÓN EN:  
[biospheretourism.com](http://biospheretourism.com)



# ¿PUEDE LA SOSTENIBILIDAD IMPULSAR EL ÉXITO EMPRESARIAL?



BIOSPHERE<sup>©</sup>

La sostenibilidad se ha convertido en una prioridad en el mundo empresarial actual, y no es difícil entender por qué. .

Según el 'Informe de tendencias en turismo rural sostenible' elaborado por **EscapadaRural** y **Biosphere**, el 52% de los ciudadanos encuestados busca opciones eco, con certificaciones sostenibles y/o servicios con opciones para compensar su huella de carbono a la hora de organizar un viaje.

Además, como menciona este mismo estudio, enfocarse en el viajero sostenible genera un impacto positivo en el negocio según el 70% de propietarios de alojamientos rurales. Estas cifras muestran que **la sostenibilidad se ha convertido en un valor fundamental para la sociedad** y que su importancia no deja de crecer.

## ¿Es realmente beneficiosa?

La sostenibilidad empresarial reconoce que una empresa no opera en un vacío, sino que tiene un impacto en la comunidad y el planeta. Desde grandes corporaciones hasta las tiendas más pequeñas necesitan aproximarse a una gestión que respete el entorno natural y social que les rodea. No solo por el hecho de cuidar su contexto, también para **destacar en un mercado muy competitivo** y poder mantener y atraer a clientes cada vez más exigentes.

Por ello, si buscas casos reales de éxito, a continuación, te presentamos algunos **alojamientos rurales con experiencias positivas** al invertir en sostenibilidad:

### Sències Can Girona

En una de las masías más antiguas de Sitges, Barcelona, conectar con el territorio y entender sus singularidades hace de Sències Can Girona un lugar único para disfrutar del mundo rural y del mar.

Con una tradición de tres generaciones, **el cuidado del entorno es uno de los cimientos del proyecto desde sus inicios**. Por ejemplo, en sus jardines y huertos, se cultivan plantas autóctonas; al ser una zona de preservación de aves, mantienen los nidos de golondrinas durante el invierno para que en marzo los encuentren, también crean nidos para murciélagos y su balsa es un lugar de cría para patos.

Por otro lado, el certificado Biosphere *"también nos acompaña a través de su plan de acciones de mejora a ir implementando herramientas para una mayor eficiencia energética y un alojamiento lo más libre de residuos posible"*, afirma Agnes Zander, directora de la masía.

### Quinta dos Trevos

Ladoeiro, Portugal, acoge a Quinta dos Trevos, un proyecto que se inició desde la juventud de los fundadores, Maria Celsa Herrero y João Ludgero Moreira dos Santos. Después de adquirir el terreno, **su sueño de vivir en el campo, trabajar como artesanos y cuidar el entorno natural se empezó a hacer realidad**.

A través de talleres para la producción de velas decorativas, de papel reciclado, iniciación a la carpintería y otras artesanías, el alojamiento rural consigue involucrar a sus huéspedes en las tradiciones y el cuidado del entorno en todos sus aspectos.

Para Maria Celso, el sello Biosphere *"fue un reconocimiento de todas las prácticas que desde siempre tenemos presentes en nuestra vida"*. De esta forma, los términos sostenibilidad y resiliencia son *"muy fáciles de aplicar"* para el alojamiento.

### The Codina Tower

Situada en Tàrrega, en Lleida, una edificación del siglo XVII emerge un alojamiento rural rodeado de historia y naturaleza. El alojamiento rural es Biosphere Certified, **ecológico y autosostenible, situado en el Espacio Natural Protegido de Granyena**.

La energía que se consume en la casa se genera a través de placas fotovoltaicas y de un aerogenerador eólico. Después de almacenarse en baterías, se distribuye a través de un control domótico. También se usan acumuladores de calor y una caldera de biomasa para la energía térmica. Estas acciones han conseguido una importante reducción de costes.

Estas empresas trabajan en conseguir no solo el bienestar de su entorno natural, sino también el de clientes, fomentando tradiciones, el cuidado del medioambiente y las buenas prácticas en sostenibilidad, **atrayendo a un nuevo nicho de mercado que busca opciones cada vez más sostenibles**.

*Colaboración entre Biosphere y EscapadaRural.*

# EVENTOS DEL SECTOR



# ANOTA LAS FECHAS

SKÅL INTERNATIONAL  
CONGRESO ÁREA  
AMÉRICA LATINA

SANTA FE, ARGENTINA  
24-28 ABRIL 2024

SKÅL INTERNATIONAL  
CONGRESO ÁREA  
NORTE AMÉRICA

WINNIPEG, CANADA  
2-5 MAYO 2024

SKÅL INTERNATIONAL  
CONGRESO ÁREA  
ASIA

BAHRAIN  
23-26 MAYO 2024

CONGRESO MUNDIAL SKÅL INTERNATIONAL

IZMIR, TURQUÍA  
16-21 OCTUBRE 2024

Ferias en las que Skål International pretende tener visibilidad en 2024



FITUR

MADRID  
24-28 ENERO

SATTE

INDIA  
22-24 FEBRERO

WTM AFRICA

CIUDAD DEL CABO  
10-12 ABRIL

IPW

EE.UU.  
3-7 MAYO

ARABIAN TRAVEL MARKET

DUBAI  
6-9 MAYO

IMEX

FRANKFURT  
14-16 MAYO

IMEX AMERICA

LAS VEGAS  
17-19 OCTUBRE

WTM

LONDRES  
5-7 NOVIEMBRE

IBTM WORLD

BARCELONA  
19-21 NOVIEMBRE

# WTM LONDON 2023 SEES ATTENDANCE SOAR BY 22%



World Travel Market London 2023, the world's most influential travel & tourism event, saw attendance numbers rise by more than a fifth year on year.

The three-day event took place from Monday 6th - Wednesday 8th November, with 43,727 attendees - an increase of 22% on the 35,826 who attended in 2022.

The event hosted 4,560 qualified buyers, and facilitated 29,077 pre-booked meetings, enabling the industry to plan, network and do deals for 2024 and beyond.

Over three days at London's ExCel, World Travel Market London welcomed 1,976 representatives of the world's media - up by 31% on 2022.

The number of exhibitors rose by 23% year on year, up to 3,875 - and the event was 5.3% larger than the pre-pandemic show in 2019.

World Travel Market, an RX event, provides a suite of **digital tools** to capture and manage business leads and profiles at its event. Every exhibitor and visitor have the opportunity to use this suite and in our 2023 edition 99,355 business connections were recorded.

The Ministers' Summit at World Travel Market in association with the United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) and World Travel and Tourism Council (WTTC) - now in its 17th year - took place on Day One instead of Day Two as it aimed to help set the agenda for discussions during the whole event.

There were 53 ministers in attendance at World Travel Market, supporting their NTO's and discussing how to transform tourism through education.

The sector's future workforce was also in the spotlight on Day Two, with the Institute of Travel & Tourism (ITT) Future You Conference taking place.

WTM London landed a host of innovations based on changing traveller trends and feedback from attendees in 2022.

Day One saw the release of the exclusive **WTM Global Travel Report** - compiled alongside Tourism Economics - which uncovered fascinating insights into changing behaviour any key emerging markets.

The Media Summit and Influencers' Programme launched, with bespoke conference content as well as a networking lunch. The Influencers' lunch welcomed 200 guests, made up of pre-qualified travel content creators and exhibitors wanting to discuss collaborations. The new informal Networking Party took place in North & South Community Hubs; the Hubs designed to provide impromptu meeting opportunities as well as an anchor and base for busy visitors.

Overall, more than 70 conference sessions took place on three new stages which were named Discover, Elevate and Innovate - a reflection of their goals.

The sessions heard from major brands such as Hilton, TUI, easyJet Holidays and Virgin Atlantic, as well as niche specialists, start-ups, and destinations across the globe. WTM London's Responsible Tourism Advisor Harold Goodwin heard about sustainability innovations and over tourism,

which is back in the spotlight as travel volumes return to pre-pandemic levels.

Important deals signed at the event include an agreement between Jet2.com and WTM's Premier Partner, the Moroccan National Tourism Office to help drive tourism growth in the country, as well as a tourism partnership between Brazil and South Africa to foster collaboration.

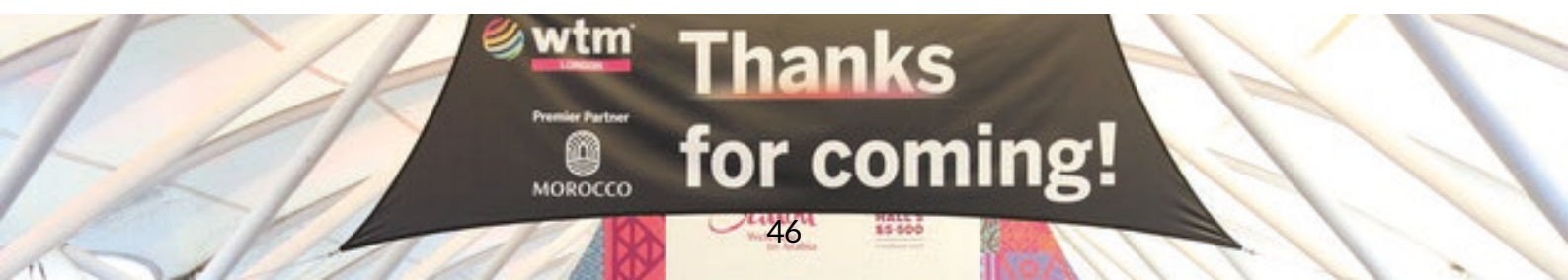
Other debates looked at the tourism benefits of hosting major sporting and cultural events, and the importance of diversity and inclusion.

The event wrapped up with keynote speaker TV documentary maker Louis Theroux reflecting on the value of cultural interactions around the world.

Juliette Losardo, WTM London Exhibition Director, said:

*"We're thrilled to see delegate numbers rise by more than a fifth on last year. It is a really encouraging reflection of the confidence and optimism in travel and tourism. The challenges we all face were debated at many sessions but, despite these issues, there was a very positive mood among visitors and exhibitors. I'm delighted that our innovations over the three days have helped to improve the experience for visitors. These figures confirm that WTM London is the best place for executives in our sector to network, find out about the latest trends and seal deals that will help travel and tourism flourish in 2024 and beyond".*

**WTM London 2024 will run from Tuesday 5th - Thursday 7th November.**



# IMEX AMERICA ANNOUNCES POST-SHOW STATISTICS FOR BUMPER 2023 EDITION

## Personalization trend shines bright

The full scope of IMEX America 2023 has been revealed in the breakdown of post-show statistics.

The market-leading trade show for the global business events industry took place October 17 - 19 at Mandalay Bay, Las Vegas and welcomed a record 15,029 participants. They included 5,364 buyers - both hosted buyers and buyer attendees - in what was IMEX's biggest ever show. Over 4,000 of these were hosted buyers - 45 per cent of which control budgets of \$5million and above. The 3,443 exhibiting companies made for a favorable ratio of buyers to exhibitors, fuelling the business momentum that was evident across the show floor.

Further statistics from the 12th edition of IMEX America can be found here, including buyers by nature of business, buying power and country.

Figures from several other sources reflect an industry increasingly

craving a more personalized, community-centered experience:

- Over 200 people joined a new first-timer's tour on the opening day of the show. The tour - held for the first time this year - included a musical warm up and facilitated ice-breakers before participants were taken on a guided walk around the main features of the show floor.
- Nearly 4,000 people (and counting!) downloaded and completed Storycraft Lab's Experience Profiles™ quiz. Buyers were invited to complete a quiz to reveal their Experience Profiles type followed by a personalized guide to the show based on how they interpret information, engage with others and new experiences. Feedback shows that this was particularly appreciated as a fresh idea for planners to incorporate into their own events.
- Over 2,000 people attended education sessions at the show's biggest ever Inspiration Hub,

sponsored by WebEx. Attendees could 'pick and mix' to suit their learning needs across a variety of topics ranging from the personal - how to manage personal and team members' mental health - to future trends and forecasts from across the globe and industry sectors.

Carina Bauer, CEO of IMEX, says: "Our biggest ever show was not only large in terms of size but also value created. It certainly felt as if the whole of our global industry was in attendance. The sheer scale of the show means that it provides an accurate reflection of the current state of our industry - and it was good to see such buoyancy and confidence evident in the many business connections across the show floor".

**The show's success has generated positive momentum and confidence ahead of IMEX in Frankfurt 2024 held 14 - 16 May, and the business event community can register their interest [here](#).**



# BUSINESS IS BACK AT IBTM WORLD IN BARCELONA

# ibtm® WORLD

2023 edition cements reputation as leading smart event.

IBTM World 2023 has enjoyed its most successful show yet. With over 132,000 connections made and a significantly higher adoption of the show's sophisticated lead scanning technology, the 2023 edition has cemented the show's credentials as the meetings and events industry's leading smart event.

The show opened its doors to 2,250 exhibitors from over 150 countries, as well as almost 4,000 buyers.

Utilising the power of new technology to enhance the experience of attendees, IBTM World's smartest event yet elevated its ability to deliver targeted, insightful, and profitable connections. This included introducing a new guidance tool, WalkMe, to its market-leading matchmaking platform, opening up the platform to visitor buyers for the first time, and launching the innovative Exhibitor Dashboard which enabled exhibitors to evaluate the tangible impact of their connections in real time.

Yugashnee Naicker, Group Manager (Sales) at Peermont said: "IBTM has always been a very successful show for us – we meet with serious buyers here and can really see the return on our investment. The buyers who we've met with know what they want, they know what they're looking for, and they come with specific requests. In the first two days of the event, I've already issued two contracts and have four further excellent leads. It was especially good to see a lot of corporate buyers because it shows the industry really is in full swing again. It's been a great show and wonderful to see that all markets are present from around the world".

## Unparalleled opportunities

The leading global trade show has been a celebration of the role event professionals play in shaping culture and driving the future of business. Recognising these changemakers, and their imaginative, dynamic and forward-thinking ideas, has been the essence of this year's #CultureCreators campaign.

With inspiring and impactful speakers taking to the stage, the 2023 edition has showcased how embracing diversity and inclusion (D&I), cultivating community, and championing the power of innovation can steer the events industry into a bright and prosperous future and bring better business results for all.

Yassine Belamine, a Hosted Buyer and Founder of Quantum Corporate, comments: "This year marks my fifth year at IBTM World and the event has been remarkable. It's become an annual tradition to connect with industry professionals, many of whom have become like family over the years. Each year we gather here to exchange valuable knowledge and ideas about the wider events industry. The connections and suppliers we've met at this event have consistently led to significant business opportunities. I have no doubt that this year's event will yield similar fruitful collaborations".

## Market-leading content

This year saw a reinvigoration of the show's education programme with new theatres and features included to better address the different needs of attendees. The Impact Stage, in partnership with The Business of Events, made its debut as a best-in-class showcase of

the exciting work that destinations, hotels and tech suppliers are doing in areas including sustainability, D&I, experience, and design. Attendees made the most of Workplace Revolution, a welcoming, campfire-style space where delegates continued conversations with inspirational figures in a relaxed atmosphere. A hub for wellbeing, 'Refuel', in partnership with EventWell, also provided attendees with a zen-like space to relax and recharge their physical and mental batteries.

Clyde Cassar, MICE Manager at Grand Hotel Excelsior, said: "IBTM World has been absolutely fantastic this year. I have attended many before, but this has been the best one by far. I've had approximately 40 meetings and they have been very productive. I've met a bunch of wonderful people and I think we're going to get some fabulous requests for the near future. I've met people from lots of different corners of the world and it's been an absolute pleasure to be here under one roof. It's very much a networking environment".

The launch of multiple reports revealed a fascinating insight into the future of the industry, as well as its latest market trends. This included the IBTM World 2023 Culture Report, which explores the increasing pressure event professionals feel in today's work-from-home culture, and the impact of this on the events industry.

The annual IBTM World Industry Trends Report, authored and presented by Alistair Turner, Managing Director of Eight PR & Marketing, took a deep dive into the shifting demographics of the events landscape, the growing impact of



AI and personalised technology on the industry, and the importance of diversity and inclusion in aiding creativity and attracting talent, amongst much else.

The Business of Events, a global think tank and policy platform for the business events industry, also launched its annual Global Destination Report. Its highlights, amongst other key insights, included the economic importance of business events, a collective need for increased advocacy and government understanding of the value of the sector, and the necessity of nurturing business event legacy. This is as well as identifying common threats to the sector such as climate and sustainability, economic factors, political unrest, and geographical accessibility.

### Looking to the future

During the show, IBTM announced the long-anticipated launch of IBTM World Asia-Pacific. With its inaugural edition due to take place in Hong Kong in spring 2025, the show will bring together some of the region's best-known suppliers and event planners for two exhilarating days of pre-arranged, one-to-one business meetings.

Claudia Hall, IBTM World Event Director, said: "Experiencing my first IBTM World as Event Director during such a successful edition has been incredibly exciting. The event plays a pivotal role in bringing together the business and professional events community to network, do business, share successes from the past year and plan for the future. The wonderful delegates, exhibitors

and buyers I've had the privilege of engaging with over the last three days have been inspiring in their ideas, energy and positivity for the events industry. Our pioneering speakers have challenged, stimulated and inspired us with a passion and commitment that is infectious.

"I would like to extend my warmest thanks to Barcelona Convention Bureau and Fira, Barcelona, who have been outstanding venue partners over the last 19 years and, without whom, IBTM World wouldn't be what it is today. I can't wait to do it all again next year".



# FITUR 2024



Con Ecuador como País Socio, IFEMA MADRID acoge la 44ª edición de la Feria Internacional de Turismo (FITUR) del 24 al 28 de enero de 2024.

Una nueva cita con muchas novedades en representaciones oficiales de países, de destinos turísticos, de empresas y de contenido con un interesante programa de jornadas para los profesionales y de actividades durante el fin de semana.

FITUR 2024 trae además sus secciones especializadas, que constituyen un reflejo de las tendencias del sector turístico a nivel global. FiturTechy, con tecnologías disruptivas en el sector como la Inteligencia Artificial o la realidad virtual como protagonistas; FiturCruises, segmento

altamente comprometido con la sostenibilidad medioambiental, la protección de los destinos y el impacto positivo en sus comunidades; Fitur LGBTQ+, que engloba a más del 10% de los turistas a nivel mundial y el 16% del gasto total en viajes; Fitur Woman, que alineada con los ODS contribuye a la promoción del liderazgo femenino; Fitur Know How & Export, espacio para que las empresas turísticas españolas muestren su potencial, productos y servicios y que este año trae como novedad el concurso 'The AI for Tourism Awards 2024' de la mano de Segittur; Fitur Sports, punto de encuentro entre el turismo y el deporte; Fitur Screen, con cada vez más adeptos a visitar los escenarios de nuestras películas y series favoritas; Fitur Talent, un monográfico que de la mano de Educación 3.0 se centra en las personas, el talento, la formación y la

capacitación profesional; y Fitur Lingua, el espacio que aborda las oportunidades del turismo idiomático. Con la sostenibilidad como hilo conductor, el Observatorio FITURNEXT es la plataforma de FITUR que promueve buenas prácticas en turismo y que trabaja todo el año para identificar y analizar las iniciativas puestas en marcha en todo el mundo por empresas, organismos y destinos capaces de generar un impacto positivo.

No podemos olvidarnos de FITUR Live Connect, que acercará la feria a aquellos que no puedan asistir y permite el acceso a herramientas de networking online más allá de los cinco días de feria y del escenario en IFEMA MADRID.

En resumen, FITUR 2024, gracias al apoyo del sector, va a presentar una gran y diversa oferta que esperamos que eleve la edición a su máximo apogeo.





SOCIO FITUR  
**ECUADOR**

Línea Aérea Oficial



Miembro Afiliado



**Impulsamos el mundo.  
Somos turismo.**



**24-28 2024**  
**Ene**

Recinto Ferial  
[ifema.es](http://ifema.es)



# TOURISM AWARD OPPORTUNITIES AT AFRICA TRAVEL WEEK 2024



Don't miss your chance.

Does winning awards actually help your tourism business?

In short, yes, but it also depends on their credibility. Earning recognised accolades can elevate your reputation and make you stand out from the crowd, so it's important to be discerning with the ones you pursue.

As Africa's leading B2B tourism trade show, Africa Travel Week (ATW) features the most valuable award opportunities attracting a competitive field of applicants. Held annually in the official host city of Cape Town, next year's event is scheduled from 10 to 12 April, at the Cape Town International Convention Centre (CTICC).

In 2024, ATW celebrates its 10-year anniversary and is currently inviting applications for two sets of awards: the prestigious WTM Africa Responsible Tourism Awards and the ATW Media Awards – a brand new category recognising media professionals and content spotlighting Africa's tourism landscape.

But what do these awards entail, and why should you enter?

## WTM AFRICA RESPONSIBLE TOURISM AWARDS

**What?** This awards category needs little introduction as one of the most sought-after opportunities for tourism businesses and initiatives driving impactful change. Spearheaded by Harold

Goodwin, the Managing Director of the Responsible Tourism Partnership, the Responsible Tourism Awards showcases the best of the best in responsible tourism, and is known for its high calibre judging requirements. Free to enter, the 2024 edition features six categories, with Gold winners automatically entered into the Global Responsible Tourism Awards.

**Why?** Participating in this award guarantees ample networking opportunities and partnership prospects with global industry leaders. It opens many doors, even for category finalists, further drawing a considerable degree of admiration and international recognition.

The WTM Africa Responsible Tourism Awards 2024 submission closing date is 1 March 2024. Interested participants are encouraged to submit their applications via the WTM Africa website [here](#).

## ATW MEDIA AWARDS

**What?** As its inaugural year, there is plenty of buzz surrounding the ATW Media Awards 2024. Featuring four categories, it recognises all media practitioners, including journalists, bloggers, videographers, and photographers producing high-quality content related to African tourism. These awards further highlight the subject matter (i.e., destinations, initiatives, people) featured in submissions.

**Why?** As a winner or finalist, participating in these awards provides an opportunity to enhance your reputation, be recognised for your hard work, and network with industry leaders from around the world. There are no other awards celebrating professionals focusing solely on tourism in Africa, making this one highly respected and valued.

Entries close on 30 January 2024. Interested participants can view the category criteria and submit their applications via the Africa Travel Week website [here](#).

As we countdown to a new year Megan de Jager, Portfolio Director: Travel, Tourism & RX Africa Marketing, extends a special invitation to Skål members to apply: *"We'd be honoured to have the Skål community participate in our awards. Don't underestimate yourself and don't hesitate to pay it forward by encouraging someone you admire to submit an application. They could walk away with a reputable award celebrating their hard work while benefitting from the acclaim that goes along with it"*.

**Registration for ATW 2024**, which includes WTM Africa and ILTM Africa, is open for exhibitors, hosted buyers, Buyers' Club members, the media, and travel trade professionals. Click [here](#) to save your spot.



**AFRICA**  
10 – 12 April 2024, CTICC

# 10 YEARS

Celebrating a decade of tourism  
industry success

From 10-12 April, The City of Cape Town hosts WTM Africa for its 10th edition. The event is Africa's leading and only B2B exhibition for both inbound and outbound travel and tourism markets, presenting a diverse range of destinations and industry sectors to travel professionals across the globe.

Through its industry networks, global reach, and regional focus, WTM Africa creates personal and business opportunities providing our customers with quality contracts, content, and communities.

#### WHY VISIT?

- One-on-one meetings
- Speed networking
- International media
- Content sessions
- Engaging workshops
- Associations and media partners
- Ministerial round table
- Networking events & experiences
- Hosted buyer program
- Annual Trend report
- Cutting-edge systems & platforms
- Product launches
- Sister suite of niche events

HOST CITY:



CITY OF CAPE TOWN

BUILT BY:



PART OF:



MEMBER OF:



# MATKA 2024 WELCOMES TO HELSINKI 18-21 JANUARY 2024



MATKA TRAVEL FAIR IS THE NORTHERN EUROPE'S LARGEST TRAVEL INDUSTRY EVENT ORGANIZED ANNUALLY IN JANUARY AT HELSINKI EXPO AND CONVENTION CENTRE IN FINLAND.

Matka is the place to be whether it comes to business or leisure travel or searching new partners.

Over 850 exhibitors from 70 different countries ensured an impressive start for the travel year in January 2023 and over 50 000 consumers and travel trade professionals visited the fair.

*"We are expecting Matka 2024 with refined arrangements to enable all professional visitors to make business meetings and networking even more effectively. There are many new or returning exhibitors and we expect to see more professionals especially from the Nordics", says Noora Haatainen, business manager of Matka travel fair.*

### **Pre-event Matka Workshop Day: Global workshop simultaneously with Meet Finland**

Matka provides a platform for travel trade professionals and b2b exhibitors to develop their professional expertise, grow business and network in a productive and efficient manner. In addition to independently scheduled meetings, Matka offers

the possibility to find latest novelties in the pre-event Matka Workshop Day with over 200 suppliers from over 32 countries and Matka Business Forum during the first trade day.

### **How to participate?**

If you represent a tour operator, travel agent, OTA, distribution channel or MICE operator and you are involved in initiating or authorizing purchasing decisions on travel-related products and services, you are welcome to join the Matka Workshop Day as a registered buyer. Exhibiting at Matka Travel Fair provides suppliers with the opportunity to purchase access to the Workshop Day.

Join an exclusive network of validated buyers by applying for a registration to our upcoming Matka Workshop Day! Gain access to a handpicked community of esteemed buyers, where your participation is not just welcomed but valued!

### **Matka Business Forum - the place to reach travel management decision makers**

Matka Business Forum is an exclusive gathering tailored

for companies specializing in global travel management services. In collaboration with the Finnish Business Travel Association (FBTA) this special area offers direct access to industry decision-makers in a refined and focused environment.

Among the highlights of this year's b2b forum are:

Business travel agencies, Domestic and international Destination Management Companies (DMCs), Airlines, Hotel chains, Payment solutions, Meeting services as well as System providers featuring travel booking software, video conferencing services, and travel tech solutions.

While participation in the Matka Workshop Day requires separate registration, registered visitors gain complimentary access throughout the entire event, ensuring continuous engagement in business activities and networking opportunities.

**Join us** in Helsinki this coming January to delve into a world of possibilities where networking converges with tailored business opportunities!



**THE LARGEST GLOBAL  
TRAVEL INDUSTRY EVENT  
IN NORTHERN EUROPE**

**MATKA TRAVEL FAIR  
18-21 JAN 2024**

**Helsinki Expo and  
Convention Centre,  
Finland**

**Matka is THE Meeting Place for travel trade  
professionals – develop, grow business and  
network in Matka!**

- » B2B and B2C target groups from several different markets.
- » Meet buyers from Nordic, Baltic and Europe.
- » Over 50 000 professional travel trade and public visitors.



In cooperation with:



Commissioned by:



Partner  
country:



**MESSEKESKUS**  
The real social media