



**SKÅL**  
INTERNATIONAL  
Connecting Tourism Globally

TOU  
RISM  
NOW

MA  
GA  
ZI  
NE

NUEVOS HORIZONTES:  
EL FUTURO DEL TURISMO  
COMIENZA AQUÍ

---

Innovación, sostenibilidad y  
conexión global para un mundo  
en movimiento.

DICIEMBRE 2025

DO  
IN  
THE  
WORLD



Skål International  
Edificio España | Avda. Palma de Mallorca 15, 1º  
29620 Torremolinos | Málaga, Spain  
+34 952 389 111 | [communication@skal.org](mailto:communication@skal.org)

Impulsa tu marca con oportunidades para  
anunciarte en la revista Tourism Now.

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

TOURISM  
NOW  
MAGAZINE

04

04

## Editorial

Mensaje de la presidenta de Skål International y el editor de la revista Tourism Now.

06

## #SkålNetwork

06

Congreso Mundial de Skål International 2025, Cusco.

10

Junta Directiva 2026.

12

Conoce a Andres Hayes, presidente de Skål International 2026.

14

Afiliaciones que amplifican el impacto.

16

Ganadores de los Premios Sustainable Tourism (STA) de Skål International.

26

Skål International Merida: Skål Club del Año 2025.

29

Michael Collins: Skålega del Año.

32

## Tendencias turísticas

32

Tecnologías revolucionarias:  
Tendencias en el sector turístico.

34

## Noticias de sponsors y partners

34

Antalya: Un destino turístico de primer nivel con una diversidad sin igual.

35

Tabard Inn, un patrocinador con una larga tradición en hospitalidad.

37

Biosphere, la metodología que convierte la sostenibilidad en ventaja competitiva para los destinos turísticos.

39

Cómo empezar con la acción climática: pasos prácticos para empresas de turismo.

40

## Eventos

40

Descubre Sudáfrica: Un mundo de diversidad da la bienvenida a Skål International en 2026.

45

Últimas noticias de las ferias del sector más importantes.

# EDITORIAL



Denise Scrafton

Presidenta de Skål International

**ESTE AÑO  
HA PASADO  
VOLANDO,  
PERO LA JUNTA  
DIRECTIVA HA  
ABORDADO  
MUCHOS  
ASUNTOS  
IMPORTANTES Y  
COMPLEJOS.**

He tenido una dilatada carrera en esta increíble industria del turismo, pero ser presidente de Skål International ha sido uno de los momentos más destacados. He viajado a todos los continentes donde Skål International está presente y he participado en debates sobre el futuro de la organización. Las aportaciones de los miembros han sido fundamentales, especialmente en el proyecto 'Shaping Tomorrow'. Presentamos nuestra visión muy específica, respaldada por datos y hechos proporcionados por nuestra Secretaría General en la Asamblea General Anual celebrada en Cuzco, y me complace informar de que la reacción de los miembros fue positiva.

Ahora, corresponde la Junta Directiva de 2026 convertir la Estrategia en un Plan. Personalmente, espero con interés ver el éxito futuro de Skål International.

Como hemos dicho muchas veces, somos los custodios actuales y temporales de Skål International. Tenemos la responsabilidad fundamental de garantizar que la organización se encuentre en condiciones adecuadas para las generaciones futuras. También tenemos la responsabilidad de garantizar una transición fluida entre presidentes para que la organización pueda celebrar sus avances.

Debemos recordar que contamos con cuatro empleados a tiempo completo en

Torremolinos, además de un ejército de voluntarios dedicados. Nunca había visto a tantos profesionales del sector turístico dedicar su tiempo de forma tan desinteresada a una organización. Nuestra Junta Ejecutiva, los Comités Nacionales y Regionales, y muchos otros comités están dirigidos por voluntarios muy comprometidos. Quiero expresar mi gratitud al equipo de España por su dedicación y trabajo en Skål International, así como a todos los voluntarios que mantienen viva esta organización.

La Junta Directiva brinda su máximo apoyo a Skål International y a sus regiones. Algunos directores dejarán sus cargos, y me gustaría agradecerles personalmente su dedicación y amistad. También contamos con nuevos miembros que se incorporan a la Junta Directiva, a quienes les deseo lo mejor.

Al presidente electo Andres Hayes y a su equipo, sé que harán un excelente trabajo. Al vicepresidente para 2026 y presidente electo para 2027, Mohan NSN, también le deseo lo mejor.

Ahora que paso a desempeñar mi nuevo cargo como pasada presidenta, me complace observar desde fuera los progresos que se realizarán y ayudar si se requiere.

**Espero que todos tengan una maravillosa Navidad y un feliz 2026.** Espero ver a muchos de ustedes en el Congreso de Nelson Mandela Bay el año que viene.

Georges Koch

Editor de Tourism Now y  
Director de Skål International



## EL LADO VERDE DEL AIRE Y EL LADO OSCURO DEL SOL.

La energía solar suele considerarse limpia y renovable, pero rara vez se hacen hincapié en sus limitaciones, especialmente para los compradores que esperan una rápida amortización y un bajo mantenimiento. Para sectores como el hotelero, en los que es esencial disponer de una energía constante y fiable, los sistemas de paneles solares plantean serios retos:

- Altos costes iniciales para paneles, instalación, baterías e inversor.
- Eficiencia limitada (15-22 %), afectada por el clima lluvioso y la ubicación.
- Grandes requisitos de espacio en tejados para una producción modesta.
- Sin producción por la noche y dependencia de costosos sistemas de almacenamiento en baterías.
- Mantenimiento frecuente y riesgos de corrosión, especialmente cerca del mar.
- Aumento drástico de la carga de trabajo para los equipos de ingeniería y horas extras.
- Sustitución periódica de baterías, lo que aumenta significativamente los costes de funcionamiento.

Estos problemas pueden provocar cortes de energía, insatisfacción entre los huéspedes y gastos operativos inesperados, lo que socava el retorno de la inversión que suele prometer la energía solar en un plazo de 5 a 7 años. Durante ese periodo, los equipos de ingeniería dedicarán innumerables horas al mantenimiento del sistema, y es posible que haya que sustituir varias veces las baterías o los componentes eléctricos.

La energía solar también suscita preocupaciones sobre el uso del suelo, el impacto de la fabricación, la eliminación de residuos y la escasez de materiales raros necesarios para la producción. Si bien su objetivo principal es reducir la electricidad comprada a la red, existe otro enfoque, a menudo pasado por alto, que puede lograr un ahorro de costes similar con muchas menos cargas: reducir el consumo en lugar de producir energía.

**Apuntando al mayor consumidor de energía: el aire acondicionado.**

En las habitaciones de hotel, el aire acondicionado y la calefacción representan entre el 60% y el 65% del consumo total de electricidad. Reducir esta carga es más fácil, menos costoso y funciona tanto de día como de noche, sin añadir mantenimiento ni requerir piezas de repuesto.

Algunas tecnologías patentadas en Japón ofrecen precisamente eso. Al optimizar la eficiencia del sistema de climatización con redes de eliminación de electricidad estática, se reduce el consumo eléctrico hasta en un 25%. Estos sistemas no tienen piezas móviles, componentes electrónicos ni baterías, no requieren mantenimiento y ofrecen un retorno de la inversión en solo 1-3 años, mucho menos que los paneles solares. Además, estas mallas eliminan los olores del humo, la fruta podrida y las aguas residuales.

### Ventajas claras en todos los ámbitos.

Desde la ingeniería hasta la contabilidad y el marketing, el atractivo es evidente: facturas de energía más bajas, reducción de la huella de carbono y una historia de sostenibilidad creíble para los huéspedes concienciados con el medio ambiente. Incluso los viajeros que no dan prioridad a las opciones ecológicas contribuyen indirectamente a los objetivos medioambientales mediante la reducción de las emisiones operativas.

Para los hoteles y las propiedades inmobiliarias, ahorrar energía en lugar de producirla no solo es más sencillo y fiable, sino también una forma más inteligente de obtener beneficios económicos y medioambientales.

# Congreso Mundial Skål International 2025

SKÅL INTERNATIONAL  
CELEBRÓ SU CONGRESO  
MUNDIAL DE 2025 EN EL  
CORAZÓN DE LOS ANDES.



El 84º Congreso Mundial de Skål International tuvo lugar del 25 al 30 de septiembre de 2025 en Cusco, Perú, lo que supuso el primer Congreso Mundial de Skål International celebrado en el país y el regreso del evento a Sudamérica después de 30 años.

Enclavada en el corazón de los Andes, Cusco, Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO y antigua

capital del Imperio Inca, ofreció un impresionante telón de fondo de arquitectura colonial inca y española, patrimonio cultural y puerta de acceso a Machu Picchu y al Valle Sagrado.

Con más de 300 participantes de más de 30 países, el congreso celebró la amistad internacional, el crecimiento profesional y las oportunidades de negocio en el sector turístico mundial.



### CEREMONIA DE APERTURA

La ceremonia de apertura, celebrada el 26 de septiembre, tuvo lugar al aire libre en la histórica explanada de Koricancha, el lugar ceremonial más sagrado del Imperio Inca. Los participantes disfrutaron de un vibrante desfile de banderas en el que participaron estudiantes de turismo vestidos con trajes tradicionales, mientras que distinguidos funcionarios gubernamentales y el director general de LATAM Airlines pronunciaron discursos sobre turismo, cultura y colaboración internacional.

### PREMIOS SUSTAINABLE TOURISM (STA)

Los Premios Sustainable Tourism (STA) 2025 destacaron el compromiso mundial con el turismo responsable e innovador, mientras que Skål International Ciudad Condal Barcelona (España) recibió el Premio Platino a la Afiliación y Skål International Mérida (Méjico) fue nombrado Club Skål International del Año.

### ASAMBLEA GENERAL ANUAL

La Asamblea General Anual, celebrada el 27 de septiembre en el Centro de Convenciones de Cuzco, contó con los informes de la Junta Ejecutiva, la presentación del proyecto de la estrategia 'Shaping Tomorrow' y el anuncio de los resultados de las elecciones.



### CONGRESOS MUNDIALES DE SKÅL INTERNATIONAL 2026 Y 2027

Nelson Mandela Bay (Sudáfrica) fue confirmada como sede del Congreso Mundial de 2026, y Cádiz (España) fue seleccionada como sede de 2027.

### MESA REDONDA

Una mesa redonda celebrada el 28 de septiembre exploró cómo la innovación, la sostenibilidad y la tecnología están configurando el futuro de Skål International y la industria turística.

### CENA DE GALA DE LA PRESIDENTA

El Congreso culminó con la Cena de Gala presidencial en el histórico Convento de Santo Domingo, en la que se celebró la ceremonia del intercambio de cadenas, la entrega de premios y la representación artística 'Dioses andinos', que rindió homenaje a las tradiciones, la música y la danza andinas.

### TOURS POST-CONGRESO

Los participantes también exploraron el Valle Sagrado, destinos destacados de Perú como Arequipa, Lima, Iquitos y la selva amazónica, y disfrutaron de la rica gastronomía del país, que combina el patrimonio ancestral con la creatividad moderna.

El 84º Congreso Mundial de Skål International en Cuzco fue un éxito rotundo, ya que fomentó el intercambio cultural, la amistad y la colaboración profesional.



*Se anima a los miembros a que se unan en Nelson Mandela Bay en 2026 para continuar con el legado de conexión, sostenibilidad y pasión compartida por el turismo mundial.*



# JUNTA DIRECTIVA DE SKÅL INTERNATIONAL 2026



## Andrés Hayes

Presidente  
Región 1 (EE.UU.)  
Director AH Consulting Firm /  
Presidente y CEO Airtifae Group



## Mohan NSN

Vicepresidente 2026  
Presidente Electo 2027  
Región 10 (India)  
CEO Kennedy Holidays



### Marc Rheaume

Director Gobernanza,  
Estatutos y Reglamentos  
Internos  
*Región 2 (Canadá,  
Bahamas)*  
Vicepresidente, Delta  
Calgary South



### Enrique Flores

Director Gobernanza,  
Estatutos y Reglamentos  
Internos  
*Región 3 (México)*  
Director General, Mexico  
Travel Group



### Ian Gillespie

Director Gobernanza,  
Estatutos y Reglamentos  
Internos  
*Región 4 (Argentina, Bolivia,  
Brasil, Colombia, Ecuador,  
Panamá, Paraguay, Perú,  
Uruguay, Venezuela)*  
Director, APG Network Perú



### Toni Ritter

Director Membresía,  
Fondo para el Desarrollo  
de la Membresía y Fondo  
Florimond Volckaert  
*Región 5 (Alemania)*  
Director, General Hotel  
Sylter Hof



### Georges Koch

Director Medios de  
Comunicación, Relaciones  
Públicas, Branding &  
Marketing  
*Región 6 (Suiza)*  
Director Ejecutivo, World  
Peace Routes



### Stefan Pettersson

Director Tecnología  
*Región 7 (Austria, Bélgica,  
Estonia, Finlandia,  
Francia, Irlanda,  
Luxemburgo, Noruega,  
Países Bajos, Reino Unido,  
Suecia)*  
CEO, Gameng



### José Luis Quintero

Director Sostenibilidad  
*Región 8 (Andorra, Croacia,  
España, Hungría, Italia,  
Kyrenia, Mónaco, República  
Checa, Rumanía)*  
Director, Viajes Master  
Internacional



### Deniz Anapa

Directora Patrocinios  
*Región 9 (Turquía)*  
Presidenta, La Maison  
Hotel



### Dushy Jayaweera

Directora Formación  
*Región 11 (Azerbaiyán,  
Bahréin, Guam, Hong  
Kong, Indonesia, Japón,  
Corea, Macao, Malasia,  
Nepal, Filipinas, Singapur,  
Sri Lanka, Taiwán,  
Tailandia)*  
Directora General, Acorn  
Aviation Limited



### Ashley Munn

Director Finanzas  
*Región 12 (Australia)*  
Propietario, Air Kimberley



### Victoria Wales

Directora Congresos y  
Reuniones Internacionales  
*Región 13 (Fiji, Nueva  
Zelanda, Vanuatu)*  
Directora de Negocio,  
Hot Events / Directora de  
Negocio, House of Travel  
Christchurch City



### Fiona Angelico

Directora Ferias de  
Turismo, Asociaciones  
Mundiales y Promociones  
*Región 14 (Etiopía, Ghana,  
Kenia, Mauricio, Nigeria,  
Sudáfrica, Uganda,  
Zimbabwe)*  
Directora Ejecutiva, RBS  
Car Hire

# CONOCE A ANDRES HAYES

## LIDERAZGO CON VISIÓN GLOBAL PARA LA NUEVA ERA DE SKÅL INTERNATIONAL

Con una carrera internacional que combina turismo, banca y marketing, Andrés Hayes se prepara para liderar Skål International en 2026. En esta entrevista exclusiva, nos revela cómo su experiencia y visión estratégica impulsarán la evolución de la organización.

En 2026, Skål International iniciará una etapa decisiva bajo la presidencia de Andrés Omar Hayes, un profesional con más de 25 años de experiencia en sectores clave como hotelería, banca y marketing. Su carrera internacional incluye once años en Visa International, donde desempeñó funciones estratégicas en Miami y Londres, participando en la apertura del centro de operaciones para Europa Central, Oriente Medio y África. Posteriormente, como Senior Vice President, gestionó operaciones en América y Europa, consolidando su perfil como líder global.

En el ámbito turístico, Hayes fue General Manager de reconocidos establecimientos en Washington DC, como B. Smith's y The Mansion on O Street, y cofundó PRIMAPACT, un conglomerado especializado en consultoría para viajes y turismo. Multilingüe, habla español, inglés y portugués, y con experiencia en gobernanza empresarial, ha formado

**SU EXPERIENCIA COMBINA HOTELERÍA, BANCA Y MARKETING, ADEMÁS DE CARGOS INTERNACIONALES EN VISA Y CONSULTORÍA TURÍSTICA. ¿CÓMO CREE QUE ESTA DIVERSIDAD INFLUIRÁ EN SU VISIÓN PARA LIDERAR SKÅL INTERNATIONAL?**

A lo largo de los años he tenido la oportunidad de conocer 125 países, lo que ha sido un proceso de aprendizaje para comprender las diferentes culturas, cómo se hacen negocios en distintas regiones y, lo más importante,

ampliar mi red de amigos. Skål International es una organización global y, por ello, es fundamental que tengamos una visión internacional, más allá de lo que consideramos importante en nuestro club a nivel local.

**EN 2018 ASUMIÓ LA PRESIDENCIA DEL CLUB SKÅL INTERNATIONAL WASHINGTON DC, UNA EXPERIENCIA QUE LE PERMITIÓ CONOCER DE CERCA LA DINÁMICA DE LA ORGANIZACIÓN. AHORA, SU PROPUESTA SE ARTICULA**

parte de juntas directivas como la DC Chamber of Commerce y Greater Washington Hispanic Chamber of Commerce. En Skål International, su compromiso se refleja en su papel como presidente del Club Skål International Washington en 2018 y actual miembro de su Junta Directiva.

Su visión para la presidencia se articuló en torno al lema "ONE Skål", que simboliza la unidad global y la colaboración entre los casi 300 Clubs repartidos en 85 países. Este enfoque busca reforzar la cohesión interna, atraer nuevas generaciones y promover la sostenibilidad en el turismo, todo ello en un contexto donde la innovación tecnológica y el contacto humano deben coexistir. Con esta perspectiva, Hayes se prepara para liderar una organización con más de 12.000 miembros, afrontando retos como la gobernanza regional, la diversidad y la evolución del sector.

**EN TORNO AL LEMA 'ONE SKÅL'. ¿CÓMO CONECTA ESA EXPERIENCIA LOCAL CON SU VISIÓN GLOBAL Y QUÉ ACCIONES CONCRETAS PLANEA PARA HACERLA REALIDAD?**

Ser presidente de Skål International Washington DC me permitió comprender la disciplina de la organización y, al mismo tiempo, la importancia de ser un Skålega. Ser parte de Skål International es uno de los logros más significativos en nuestra industria, ya que interactuamos con otros ejecutivos que

comparten nuestros intereses. Tenemos en común la responsabilidad de proteger y ser portavoces de lo que nos afecta en el día a día, así como entender los retos que enfrentamos. A medida que el mundo cambia, nuestra industria también debe adaptarse.

**SKÅL INTERNATIONAL HA ADOPTADO UN MODELO CON 14 REGIONES Y DIRECTORES REGIONALES. ¿CÓMO ESPERA QUE ESTA ESTRUCTURA IMPACTE EN LA PARTICIPACIÓN Y REPRESENTATIVIDAD DE LOS MIEMBROS?**

Hace dos años implementamos el plan de gobernanza y todavía estamos en proceso de adaptación. Sabíamos que no sería un camino fácil, pero al menos ahora los miembros tienen voz y son escuchados. Hemos realizado mejoras y seguiremos haciéndolas, porque como todo proyecto, siempre existen oportunidades para perfeccionarlo. En general, estoy muy satisfecho de que se haya puesto en marcha.

**EL TURISMO NECESITA ADAPTARSE A NUEVAS TENDENCIAS Y PERFILES PROFESIONALES. ¿QUÉ PAPEL CREE QUE DEBEN TENER LAS NUEVAS GENERACIONES DENTRO DE SKÅL INTERNATIONAL Y CÓMO PIENSA ATRAERLAS PARA GARANTIZAR EL FUTURO DE LA ORGANIZACIÓN?**

Es sumamente importante, ya que todos comenzamos en posiciones no gerenciales y hemos ido escalando hasta donde estamos hoy. La generación actual aporta un valor agregado que la nuestra no tenía: la tecnología. Sin embargo, eso por sí solo no basta para asumir una gerencia. Es fundamental apoyar a las nuevas generaciones siendo mentores, porque, en realidad, estamos en este mundo de manera transitoria. Si queremos que nuestra organización continúe, no podemos descuidarlas.

**LA TECNOLOGÍA, INCLUIDA LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL, ESTÁ TRANSFORMANDO EL TURISMO Y LA FORMA EN QUE INTERACTUAMOS.**

**¿CUÁL ES SU VISIÓN SOBRE EL PAPEL DE LA TECNOLOGÍA EN SKÅL INTERNATIONAL Y CÓMO PODRÍA INTEGRARSE PARA FORTALECER LA ORGANIZACIÓN SIN PERDER SU ESENCIA HUMANA?**

La tecnología, incluida la Inteligencia Artificial, nos impacta directamente porque afecta a nuestra industria. Como he mencionado en varias ocasiones, considero que la IA es valiosa para comprender el comportamiento de los viajeros y consumidores, pero no para sustituir a los empleados. Al final del día, trabajamos en una industria llamada hospitalidad, que significa recibir a alguien, hacerlo sentir bienvenido y procurar su comodidad, seguridad y bienestar, ya sea en el hogar, en un lugar de paso o en un entorno profesional como hoteles o restaurantes.

**¿QUÉ EXPECTATIVAS TIENE PARA 2026 Y CUÁLES CREE QUE SERÁN LOS PRINCIPALES RETOS PARA LA ORGANIZACIÓN EN ESTE PRÓXIMO AÑO?**

Mi expectativa para 2026 es avanzar lo más posible en la implementación efectiva del proyecto 'Shaping the Future' y asegurarnos de tomar decisiones que beneficien el bienestar de la organización.

**¿CUÁLES SERÁN LOS PILARES FUNDAMENTALES SOBRE LOS QUE PIENSA CONSTRUIR SU MANDATO COMO PRESIDENTE DE SKÅL INTERNATIONAL Y POR QUÉ LOS CONSIDERA PRIORITARIOS PARA LA ORGANIZACIÓN?**

La prioridad de la Junta Directiva para 2026 es continuar con el proyecto 'Shaping the Future', que define hacia dónde queremos avanzar como organización internacional, especialmente ahora que celebramos 92 años de existencia. Como mencioné anteriormente, debemos adaptarnos a los cambios que estamos viviendo en el mundo y en nuestra industria.

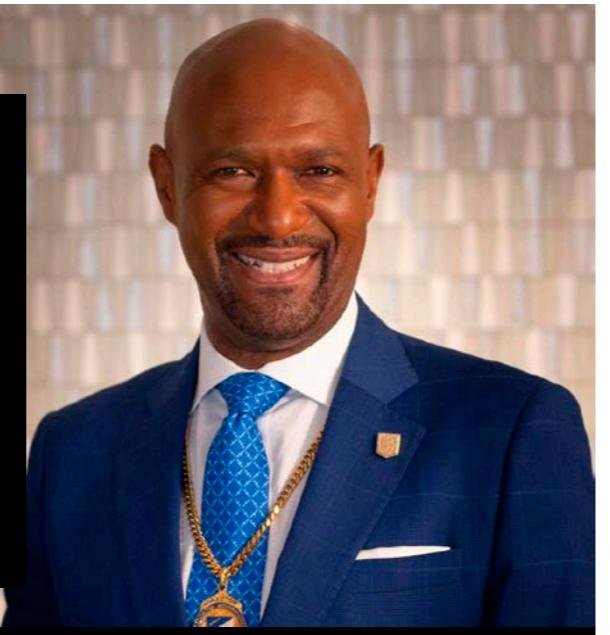
**EL TURISMO ATRAVIESA CAMBIOS ACERADOS: NUEVAS TECNOLOGÍAS, SOSTENIBILIDAD Y EXPECTATIVAS DE LOS VIAJEROS. ¿CÓMO IMAGINA EL PAPEL DE SKÅL INTERNATIONAL EN ESTE ESCENARIO DENTRO DE CINCO AÑOS Y QUÉ INICIATIVAS CREE QUE SERÁN CLAVE PARA MANTENER SU RELEVANCIA?**

Es fundamental mantenernos al día con lo que está ocurriendo en la industria. Por ello, debemos asumir un papel activo en la lucha contra la trata de personas y continuar educando a potenciales víctimas. También debemos seguir siendo voceros en el ámbito de la sostenibilidad y formar a nuestros miembros en este tema. Además, es clave establecer alianzas estratégicas con otras organizaciones del sector para unir nuestras voces frente a los retos actuales, como la falta de personal en la industria y la necesidad de adaptarnos a un viajero cada vez más informado y exigente en sus experiencias.

**“ Ser parte de Skål International es uno de los logros más significativos en nuestra industria.**

**SI TUVIERA QUE ENVIAR UN MENSAJE INSPIRADOR A LOS MÁS DE 12.000 MIEMBROS DE SKÅL INTERNATIONAL EN TODO EL MUNDO, ¿CUÁL SERÍA SU LLAMADA PARA ESTA NUEVA ETAPA?**

Primero, recordemos que somos un club de amigos. Segundo, no se trata solo de crecer en número de miembros, sino en la calidad de las personas que forman parte de nuestros clubes y capítulos. Y tercero, como he dicho en varias ocasiones, debemos trabajar por un Skål International unido. Mi lema para 2026 es: 'Unidos en la amistad, crecemos juntos'.



Andres Hayes

Director AH Consulting Firm / Presidente y CEO Airtifae Group  
Presidente de Skål International 2026

# AFILIACIONES QUE AMPLIFICAN EL IMPACTO.

## Cómo las alianzas de Skål International moldean el turismo global.

POCAS INSTITUCIONES DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA PUEDEN PRESUMIR DEL ALCANCE, LA LONGEVIDAD Y LA CAPACIDAD DE CONVOCATORIA DE SKÅL INTERNATIONAL.

Con ~12.500 profesionales en ~294 Clubs de ~75 países, la huella de Skål International le otorga una perspectiva única para canalizar las alianzas hacia un valor práctico para los miembros y un progreso medible para el sector en su conjunto.

A continuación, un recorrido conciso por las afiliaciones clave de Skål International: quiénes son, cuándo se alineó Skål International con ellas, qué instrumentos (MoU, programas, comités) sustentan las relaciones y qué valor aportan a los miembros y a la industria.

### 1. ONU TURISMO (ANTES UNWTO).

TRES DÉCADAS DE COLABORACIÓN ESTRUCTURADA.

Skål International es Miembro Afiliado de ONU Turismo (antes OMT) desde 1984, una relación reconocida públicamente en octubre de 2023 con un galardón que marca 30 años en la red de Miembros Afiliados. La colaboración se ha profundizado mediante MoU y compromisos conjuntos en materia de ética.

Ética y gobernanza: Skål International firmó el Compromiso del Sector Privado con el Código Ético Mundial para el Turismo de UNWTO el 29 de septiembre de 2015 (Antalya),

### 2. WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC).

● RECUPERACIÓN, CONFIANZA Y ESTÁNDARES.

En marzo de 2021, Skål International se convirtió en Miembro Asociado de WTTC, alineándose con el organismo que representa a las principales empresas mundiales de viajes y turismo. Desde el 8 de junio de 2021, Skål International está autorizada para emitir el Sello WTTC #SafeTravels a



formalizando su apuesta por un turismo responsable e inclusivo.

Instrumentos formales: Skål International ha firmado MoU con UNEP (2009) y con UNWTO (2014) para cooperar en sostenibilidad y desarrollo sectorial.

Liderazgo en la plataforma de Afiliados: Líderes de Skål International han contribuido perteneciendo a la Junta Directiva de Miembros Afiliados, incluyendo la moderación de sesiones temáticas durante la 42ª Plenaria (noviembre de 2020) centrada en alianzas para la recuperación en

plena COVID-19.

Por qué importa: La afiliación a ONU Turismo otorga a Skål International y a sus miembros acceso directo a la mesa de políticas globales, a programas de Miembros Afiliados y visibilidad para iniciativas como los Premios Skål International Sustainable Tourism, que ONU Turismo ha apoyado e integrado en la planificación de programas.



organizaciones miembro que adopten protocolos de salud e higiene reconocidos globalmente.

Skål International también ofrece orientación (incluido un portal en español) para ayudar a los miembros a solicitar y utilizar el Sello, agilizando el proceso. Por qué importa: La alianza

con WTTC aportó beneficios inmediatos a nivel de miembro durante y después de la pandemia: confianza del cliente, acceso al mercado y diferenciación de marca mediante un distintivo de seguridad reconocido globalmente.

### 3. PACIFIC ASIA TRAVEL ASSOCIATION (PATA).

● CONOCIMIENTO, JUVENTUD Y PUENTES DE MERCADO.

Skål International y PATA firmaron una alianza organizacional en 2018 y renovaron su MoU en 2025, ampliando la co-programación, el acceso recíproco a eventos y la colaboración con jóvenes. El MoU vigente incluye un 10% de descuento para nuevas afiliaciones a PATA (primer

año) para miembros de Skål International y webinars/plataformas compartidas entre Young Skål y PATA Youth. [Líderes de Skål International participan activamente en PATA Travel Mart y otras plataformas, reforzando la conectividad Asia-Pacífico para los miembros.



Por qué importa: PATA proporciona a los clubes y miembros de Skål International un puente directo hacia inteligencia de mercado en Asia-Pacífico, foros comprador-vendedor y una cantera para la incorporación de talento de nueva generación.

### 4. ECPAT Y THE CODE.

● LIDERAZGO SECTORIAL EN PROTECCIÓN INFANTIL.

En julio de 2018, Skål International lanzó su apoyo a The Code (el Código de Conducta para la Protección de la Infancia frente a la Explotación Sexual en el Turismo), alineándose con ECPAT International para impulsar formación y políticas de tolerancia cero a lo largo de la cadena de valor.

En 2023-24, el subcomité contra la trata de Skål International, en

colaboración con ECPAT, desplegó formación y certificación online para miembros (itinerarios para hoteles y viajes) y promovió el Juramento de Skål International contra la Trata de Personas (AGA Málaga, noviembre de 2023).

Contexto: The Code es una iniciativa multiactor impulsada por la industria que dota a las empresas de herramientas para prevenir la explotación sexual



infantil en los viajes y el turismo.

Por qué importa: Más allá del cumplimiento, esta afiliación operativiza la ética, brindando a clubes y empresas miembro de Skål formación práctica, políticas y mecanismos de reporte para proteger a la infancia y reforzar el deber de diligencia.

### 5. IIPT (INTERNATIONAL INSTITUTE FOR PEACE THROUGH TOURISM).

● EL TURISMO COMO FUERZA DE PAZ.

Skål International e IIPT han colaborado en iniciativas que sitúan la construcción de paz en el núcleo del turismo, especialmente el proyecto IIPT/Skål International Peace Towns & Villages (lanzado

en 2013) y la campaña Travel for Peace, con participación de empresas adheridas.

Por qué importa: La afiliación con IIPT posiciona a Skål International como un convocante orientado



por valores, promoviendo la acción comunitaria, de la tolerancia al empoderamiento juvenil, mediante los encuentros cotidianos del turismo.

### SOCIOS DE SOSTENIBILIDAD. PREMIOS, ESTÁNDARES Y ESCALA.

Los Premios Sustainable Tourism (STA) de Skål International se sustentan en el marco ético de [ONU Turismo](#) y cuentan con el respaldo de [Biosphere/ Responsible Tourism Institute](#) (premio especial desde 2018) y, desde 2023, de [Sustainable Travel International](#).

Estas alianzas amplían los beneficios para los ganadores con acceso a plataformas, reconocimiento y herramientas de mejora continua. El Comité de Sostenibilidad de Skål International está

escalando iniciativas prácticas, mapa mundial de reforestación, Sustainable Champions, catálogos de acciones y formación continua, conectando la acción a nivel Club con los relatos globales.

Por qué importa: Estas alianzas traducen marcos globales de sostenibilidad en programas aplicables a Clubs, a la vez que otorgan a miembros y destinos visibilidad internacional por logros creíbles y reconocidos por terceros.

### EL PESO EN LA INDUSTRIA Y POR QUÉ LAS AFILIACIONES IMPORTAN AHORA.

Gracias a su red global y a su composición transversal, Skål International actúa como un foro neutral de 'toda la industria', capaz de trasladar estándares (ética, seguridad, sostenibilidad) horizontalmente entre subsectores y verticalmente desde los marcos globales hasta los clubes locales.

Las afiliaciones con organismos de la ONU, consejos sectoriales y ONGs proporcionan a Skål International la arquitectura para convertir la buena voluntad en programas, beneficios y

reconocimientos que los miembros pueden usar en el mercado hoy.

Las afiliaciones no son solo logotipos en una diapositiva para Skål International; son alianzas operativas que permiten a una red de 91 años moverse más rápido, actuar con mayor alcance y entregar más: desde la ética y la sostenibilidad globales hasta el acceso al mercado y herramientas listas para los miembros. El resultado es una profesión más sólida y una economía turística más resiliente y responsable.

# GANADORES DE LOS PREMIOS SUSTAINABLE TOURISM DE SKÅL INTERNATIONAL 2025



Es un placer presentar a los  
**ganadores de los Premios  
Sustainable Tourism (STA) de  
Skål International.**

Los galardonados de este año son un ejemplo de innovación y responsabilidad, impulsando un cambio significativo en la industria turística y en nuestro planeta. Sus iniciativas establecen nuevos estándares de referencia en materia de sostenibilidad y nos inspiran a todos a aspirar a más.

¡Enhorabuena a todos los ganadores por su visión, dedicación y contribuciones excepcionales a la configuración de un futuro más sostenible para el turismo mundial!

GANADOR DE LA CATEGORÍA 'TURISMO ACCESSIBLE'

**HAYLEYS LAISURE PLC****SRI LANKA**

WEB

**¿CUÁL ES LA MISIÓN QUE GUÍA TU TRABAJO PARA CONTRIBUIR A UN MUNDO MÁS SOSTENIBLE A TRAVÉS DEL TURISMO?**

Nuestra misión es mejorar las comunidades en las que operamos garantizando un acceso ininterrumpido y equitativo a la educación para los niños vulnerables. A través de Sisu Diriya, transformamos nuestros complejos turísticos en centros de aprendizaje, empoderando a los jóvenes con conocimientos y resiliencia, al tiempo que demostramos que el turismo responsable puede fortalecer activamente el bienestar social.

**SI TUvieras QUE ELEGIR UN OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE COMO EJE CENTRAL DE TU PROYECTO, ¿CUÁL SERÍA Y POR QUÉ?**

El ODS 4, Educación de calidad, es el núcleo de Sisu Diriya. Durante la crisis en Sri Lanka, podemos ofrecer centros de estudio gratuitos y totalmente equipados, con tutoría profesional y clases impartidas por voluntarios, asegurando continuidad del aprendizaje. Mejoramos resultados de exámenes y creamos oportunidades duraderas para todos los niños rurales, transformando la educación en una herramienta de resiliencia y desarrollo comunitario.

**¿QUÉ IMPACTO CONCRETO HA LOGRADO TU EMPRESA O INICIATIVA EN TÉRMINOS DE SOSTENIBILIDAD?**

Sisu Diriya ha apoyado a más de 300 estudiantes con entornos de estudio seguros, comidas, acceso digital y enseñanza de calidad. Se ha logrado 100% de aprobados en matemáticas, ciencias e inglés en el examen O/L, ha mejorado la permanencia escolar, el bienestar de los estudiantes y la participación comunitaria, creando un impacto social significativo, medible y duradero en nuestras comunidades de acogida.

**¿CÓMO TE INSPIRA EL PREMIO SKÅL INTERNATIONAL SUSTAINABLE TOURISM PARA SEGUIR INNOVANDO EN EL FUTURO?**

Este reconocimiento nos motiva a ampliar Sisu Diriya y a profundizar nuestro compromiso con un turismo inclusivo y centrado en la comunidad. Nos inspira a innovar, reforzando el aprendizaje digital, ampliando nuestro modelo de centro de estudios y creando asociaciones a largo plazo que impulsen a los jóvenes. El premio reafirma que el turismo puede ser un poderoso catalizador para la transformación social.

GANADOR DE LA CATEGORÍA 'ALOJAMIENTO, RESTAURACIÓN Y SERVICIOS DE HOSTELERÍA'

**ITC MAURYA, NEW DELHI****INDIA**

WEB

**¿CUÁL ES LA MISIÓN QUE GUÍA TU TRABAJO PARA CONTRIBUIR A UN MUNDO MÁS SOSTENIBLE A TRAVÉS DEL TURISMO?**

Nuestra misión es redefinir el lujo mediante el concepto de "Lujo Responsable", integrando la sostenibilidad en cada aspecto de la hospitalidad. Nuestro compromiso con la eficiencia energética, la gestión responsable del agua, la circularidad de residuos y la biodiversidad genera un impacto significativo. Como hotel certificado LEED Platinum y LEED Zero Water, combinamos experiencias de clase mundial con un desempeño ambiental medible, demostrando que el disfrute puede cuidar responsablemente del planeta y elevar el bienestar de los huéspedes.

**SI TUvieras QUE ELEGIR UN OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE COMO EJE CENTRAL DE TU PROYECTO, ¿CUÁL SERÍA Y POR QUÉ?**

Nuestro enfoque principal se alinea con el ODS 12, reflejando nuestro compromiso con la eficiencia de recursos y la circularidad. Iniciativas como el embotellado de agua en origen dentro del hotel, la generación de biogás, operaciones libres de plástico y sistemas responsables de gestión de residuos reducen el impacto. A través de la compra local y la optimización operativa, disminuimos la intensidad en el uso de recursos mientras aumentamos el valor para la comunidad, demostrando que el lujo puede ofrecerse con una mínima huella ecológica y una influencia positiva máxima.

**¿QUÉ IMPACTO CONCRETO HA LOGRADO TU EMPRESA O INICIATIVA EN TÉRMINOS DE SOSTENIBILIDAD?**

ITC Maurya lidera la industria en sostenibilidad gracias a sus certificaciones LEED Platinum y LEED Zero Water. Sistemas avanzados de eficiencia energética, vapor solar y la planta de biogás Bio-Urja reducen la intensidad de carbono. La tecnología SBR, el embotellado de agua en origen y el reciclaje total de aguas residuales maximizan la gestión hídrica. Estas iniciativas conservan millones de litros, reducen emisiones y fortalecen tanto la resiliencia ambiental como la comunitaria.

**¿CÓMO TE INSPIRA EL PREMIO SKÅL INTERNATIONAL SUSTAINABLE TOURISM PARA SEGUIR INNOVANDO EN EL FUTURO?**

Este galardón refuerza nuestro compromiso con la hospitalidad responsable y nos motiva a mantener el liderazgo en sostenibilidad. Nos inspira a superar límites en descarbonización, circularidad del agua, neutralidad de residuos y prácticas regenerativas, apoyando los objetivos de carbono neto cero. El reconocimiento fortalece nuestra misión de demostrar que el lujo puede ser indulgente y positivo para el planeta, impulsando soluciones transformadoras que apoyen la transición global hacia un turismo responsable.

GANADOR DE LA CATEGORÍA 'COMUNICACIÓN'

## THE ASIAN FOOTPRINTS (WHITEHAT MEDIA) INDIA

WEB



### ¿CUÁL ES LA MISIÓN QUE GUÍA TU TRABAJO PARA CONTRIBUIR A UN MUNDO MÁS SOSTENIBLE A TRAVÉS DEL TURISMO?

Nuestra misión es transformar los viajes mediante turismo ecológico y regenerativo. The Asian Footprints promueve «Lo lento es la nueva velocidad», alentando a moverse con ligereza, dejar huellas conscientes y retribuir a comunidades. Impulsamos viajes alineados con cero emisiones, economía circular y ODS, demostrando que viajar puede sanar el planeta en lugar de dañarlo.

### SI TUVIERAS QUE ELEGIR UN OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE COMO EJE CENTRAL DE TU PROYECTO, ¿CUÁL SERÍA Y POR QUÉ?

El ODS 12, Consumo y producción responsables, guía nuestra labor. El turismo lento reemplaza modelos extractivos y de alta emisión por experiencias éticas y de bajo impacto, centradas en la comunidad. Al fomentar estancias prolongadas, gasto local y consumo consciente, transformamos el turismo en una fuerza regeneradora que honra cultura, ecosistemas y dignidad económica.

### ¿QUÉ IMPACTO CONCRETO HA LOGRADO TU EMPRESA O INICIATIVA EN TÉRMINOS DE SOSTENIBILIDAD?

Nuestras historias sobre turismo lento inspiran a empresas y viajeros a redirigir flujos turísticos hacia comunidades rurales, promoviendo ingresos justos, movilidad baja en carbono y preservación del patrimonio. Impulsamos itinerarios regenerativos, hábitos sin plástico y narradores locales. Resultado: viajes más profundos, estancias prolongadas, mayores ingresos comunitarios, menos residuos y un aumento medible del turismo positivo para el planeta en nuestra red.

### ¿CÓMO TE INSPIRA EL PREMIO SKÅL INTERNATIONAL SUSTAINABLE TOURISM PARA SEGUIR INNOVANDO EN EL FUTURO?

Este reconocimiento es una poderosa validación de que el turismo regenerativo y positivo es el futuro. Refuerza nuestro compromiso con narrativas transformadoras, coaliciones de turismo lento y modelos de turismo éticos alineados con el clima. Nos impulsa a seguir siendo disruptivamente ecológicos, provocar cambios de comportamiento y avanzar hacia los ODS y el movimiento global de viajes con cero emisiones netas.

GANADOR DE LA CATEGORÍA 'PROYECTOS COMUNITARIOS, GUBERNAMENTALES Y DE EMPRESAS DE SERVICIOS'

## MDLULI SAFARI LODGE SUDÁFRICA

WEB &gt;



MDLULI SAFARI LODGE  
Kruger National Park

### ¿CUÁL ES LA MISIÓN QUE GUÍA TU TRABAJO PARA CONTRIBUIR A UN MUNDO MÁS SOSTENIBLE A TRAVÉS DEL TURISMO?

Mdluli Safari Lodge se desarrolló para impulsar a la Comunidad Mdluli, compuesta por 45.000 miembros, mediante una iniciativa de turismo sostenible nacida de una exitosa reforma agraria. Nuestra misión se basa en la asociación con la comunidad, el impacto en la conservación y la sostenibilidad ambiental. Este modelo ha sido reconocido como referencia de buenas prácticas en Sudáfrica, demostrando que las personas, el medio ambiente y el turismo pueden prosperar juntos.

### SI TUVIERAS QUE ELEGIR UN OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE COMO EJE CENTRAL DE TU PROYECTO, ¿CUÁL SERÍA Y POR QUÉ?

Cinco ODS guían nuestro trabajo: 8, 10, 11, 12 y 15, definiendo cómo creamos empleo, reducimos desigualdades, apoyamos el desarrollo comunitario y protegemos los ecosistemas naturales. Nuestro compromiso es holístico, donde personas, planeta y prosperidad conviven en armonía. Nuestro lema, "siéntete bien y deja algo bueno atrás", refleja cómo cada estancia de nuestros huéspedes contribuye a un impacto positivo, significativo y duradero.

### ¿QUÉ IMPACTO CONCRETO HA LOGRADO TU EMPRESA O INICIATIVA EN TÉRMINOS DE SOSTENIBILIDAD?

Nuestras iniciativas han generado empleo, desarrollado competencias, proporcionado agua potable, apoyado la educación y la nutrición, y mejorado instalaciones clave de la Comunidad. Los esfuerzos de conservación incluyen la lucha contra la caza furtiva, la formación de guardabosques y la eliminación a gran escala de trampas y plantas invasoras. A nivel ambiental, utilizamos materiales de construcción sostenibles, energía solar y sistemas naturales de filtración de agua para reducir nuestra huella ecológica.

### ¿CÓMO TE INSPIRA EL PREMIO SKÅL INTERNATIONAL SUSTAINABLE TOURISM PARA SEGUIR INNOVANDO EN EL FUTURO?

Este galardón nos motiva a seguir elevando nuestros estándares, explorando formas más innovadoras de fortalecer el impacto comunitario y la gestión ambiental. Aprender de líderes globales en turismo sostenible nos impulsa a innovar, mientras que la red de agentes de cambio de Skål International inspira nuevas ideas, colaboraciones y alianzas que nos ayudan a contribuir de manera significativa a un turismo ético y consciente con el medio ambiente.

GANADOR DE LA CATEGORÍA 'PROGRAMAS SOCIALES Y EDUCATIVOS'

## WATERBOM BALI (PT BALI OCEAN MAGIC) INDONESIA



WEB &gt;

### ¿CUÁL ES LA MISIÓN QUE GUÍA TU TRABAJO PARA CONTRIBUIR A UN MUNDO MÁS SOSTENIBLE A TRAVÉS DEL TURISMO?

Nuestra misión es demostrar que grandes experiencias y responsabilidad medioambiental pueden coexistir. Inspirados en la filosofía balinesa Tri Hita Karana, nuestro programa de sostenibilidad Karmic Returns garantiza que cada visita beneficie al medio ambiente y a la comunidad de Bali. En Waterbom, la sostenibilidad guía nuestra operativa y de la forma en que los visitantes disfrutan del parque.

### SI TUVIERAS QUE ELEGIR UN OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE COMO EJE CENTRAL DE TU PROYECTO, ¿CUÁL SERÍA Y POR QUÉ?

ODS 12: Consumo y producción responsables. Refleja cómo gestionamos un parque acuático de forma responsable: uso eficiente del agua y la energía, eliminación de residuos y compostaje orgánico in situ, y sistemas circulares que reducen el impacto y favorecen el bienestar a largo plazo de la comunidad y el medio ambiente. El ODS 12 captura la esencia de cómo funciona nuestro enfoque Karmic Returns en el día a día del parque.

### ¿QUÉ IMPACTO CONCRETO HA LOGRADO TU EMPRESA O INICIATIVA EN TÉRMINOS DE SOSTENIBILIDAD?

En agosto de 2025, procesamos 291.673 kg de residuos con una tasa de reciclaje del 95 %, enviando solo 2043 kg al vertedero. El consumo de agua se redujo de 336 a 210 litros por huésped, gracias a los 9111 m<sup>3</sup> de agua reciclada y los 42 939 m<sup>3</sup> recargados en el acuífero. Nuestros 686 paneles solares también contribuyeron a reducir la intensidad energética y las emisiones globales.

### ¿CÓMO TE INSPIRA EL PREMIO SKÅL INTERNATIONAL SUSTAINABLE TOURISM PARA SEGUIR INNOVANDO EN EL FUTURO?

Premios como este nos animan a seguir desafiando lo que un parque acuático puede lograr en materia de sostenibilidad. Es una gran motivación para que nuestro equipo siga mejorando nuestras iniciativas y elevando el listón del turismo responsable. Este reconocimiento nos impulsa a seguir evaluando y revisando nuestros sistemas, explorando nuevas soluciones y compartiendo prácticas que ayuden a impulsar el avance de la industria turística en general.

GANADOR DE LA CATEGORÍA 'SOLUCIONES TI INNOVADORAS Y SOSTENIBLES'

## LA MANO DEL MONO MÉXICO

WEB &gt;

### ¿CUÁL ES LA MISIÓN QUE GUÍA TU TRABAJO PARA CONTRIBUIR A UN MUNDO MÁS SOSTENIBLE A TRAVÉS DEL TURISMO?

El propósito de La Mano del Mono es unir manos locales y co-crear impactos globales a través del turismo regenerativo. Nuestra misión es crear y facilitar soluciones, basadas en alianzas y tecnología, que impulsen el turismo regenerativo para la conservación de áreas naturales y bienestar de comunidades locales.

### SI TUVIERAS QUE ELEGIR UN OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE COMO EJE CENTRAL DE TU PROYECTO, ¿CUÁL SERÍA Y POR QUÉ?

Objetivo 17: Alianzas Estratégicas. Los retos más urgentes del mundo son complejos y colectivos, por eso requieren alianzas estratégicas. En La Mano del Mono diseñamos soluciones replicables y escalables que impulsan un turismo regenerativo, contribuyendo a la conservación de áreas naturales y al bienestar de las comunidades locales.



### ¿QUÉ IMPACTO CONCRETO HA LOGRADO TU EMPRESA O INICIATIVA EN TÉRMINOS DE SOSTENIBILIDAD?

Más de 750 empresas de turismo de naturaleza operan en 100+ áreas naturales de México y LATAM. Hemos fortalecido a 250+ mujeres líderes y capacitado a 8 mil personas en comunidades rurales. Las empresas locales han incrementado 45% sus ingresos y diseñamos 6 políticas públicas para impulsar un turismo regenerativo.

### ¿CÓMO TE INSPIRA EL PREMIO SKÅL INTERNATIONAL SUSTAINABLE TOURISM PARA SEGUIR INNOVANDO EN EL FUTURO?

Recibir el reconocimiento de Skål International nos impulsa a seguir creando soluciones en LATAM, fortaleciendo destinos de turismo de naturaleza a través de Market Ready Tourism y Reserva Natura, en alianza con empresas locales y gestores comprometidos con elevar el impacto y el potencial del turismo de aventura y naturaleza.

GANADOR DE LA CATEGORÍA 'TOUR OPERADORES Y AGENCIAS DE VIAJES'

## SARUNI BASECAMP

### KENIA

WEB



#### ¿CUÁL ES LA MISIÓN QUE GUÍA TU TRABAJO PARA CONTRIBUIR A UN MUNDO MÁS SOSTENIBLE A TRAVÉS DEL TURISMO?

Nuestra misión es crear experiencias de viaje significativas que protejan la vida silvestre, impulsen a las comunidades locales y honren los paisajes. Cada decisión que tomamos, desde las alianzas comunitarias hasta los programas de conservación y la forma en que diseñamos las experiencias para los huéspedes, está guiada por la idea de que el turismo debe dejar un lugar mejor de como lo encontramos. Somos la prueba de que la conservación prospera cuando las comunidades indígenas la lideran.

#### SI TUVIERAS QUE ELEGIR UN OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE COMO EJE CENTRAL DE TU PROYECTO, ¿CUÁL SERÍA Y POR QUÉ?

El ODS 15: Vida de Ecosistemas Terrestres, porque las personas y la naturaleza están en el corazón de todo lo que hacemos. Los paisajes saludables sostienen comunidades prósperas y, al centrarnos en este ODS, también contribuimos a otros, como educación de calidad, remuneración justa y mejores servicios de salud, porque la conservación y el bienestar comunitario están profundamente interconectados.



#### ¿QUÉ IMPACTO CONCRETO HA LOGRADO TU EMPRESA O INICIATIVA EN TÉRMINOS DE SOSTENIBILIDAD?

Hemos apoyado iniciativas de conservación lideradas por comunidades que protegen 1,2 millones de hectáreas de naturaleza, creando oportunidades de empleo y formación para jóvenes locales, y fortalecido alianzas con las comunidades indígenas Masái y Samburu, cuya gestión es esencial para proteger estos paisajes. Hemos reducido nuestra huella ambiental mediante el uso responsable del agua, soluciones de energía renovable y prácticas de reducción de residuos en todas nuestras propiedades.

#### ¿CÓMO TE INSPIRA EL PREMIO SKÅL INTERNATIONAL SUSTAINABLE TOURISM PARA SEGUIR INNOVANDO EN EL FUTURO?

El reconocimiento de Skål International refuerza nuestra convicción de que nuestros esfuerzos marcan la diferencia. Nos motiva a ir más allá, dar pasos más audaces y seguir experimentando con nuevas ideas que beneficien tanto a las personas como a la naturaleza. Este galardón nos anima a seguir liderando con el ejemplo, fomentando alianzas y encontrando formas innovadoras de proteger el patrimonio natural y cultural que hace que viajar sea tan significativo.

## Premios Sustainable Tourism (STA) de Skål International.



Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todos los participantes en los Premios Sustainable Tourism (STA). Vuestra dedicación y vuestros esfuerzos por innovar son fundamentales para dar forma a una industria turística más responsable y resiliente.

Una vez más, enhorabuena a todos los ganadores por vuestros extraordinarios logros y por inspirarnos a seguir luchando por un futuro sostenible!



# SKÅL CLUB DEL AÑO 2025

Skål  
International  
Mérida



El Club Skål del Año 2025 fue revelado oficialmente durante la ceremonia de apertura del 84º Congreso Mundial de Skål International en Cusco, Perú, el 26 de septiembre.

Tras recibir el mayor número de votos, Skål International Mérida, de México, fue galardonado con el prestigioso título. El club recibió un exclusivo trofeo de cristal y un certificado que le otorga una

inscripción doble gratuita en primera clase para el Congreso Mundial Skål International 2026. No incluye el billete de avión.

Felicitamos con orgullo a Skål International Mérida por este extraordinario logro y os invitamos a descubrir su notable dedicación e iniciativas, que sirven de ejemplo inspirador para los clubs de todo el mundo [aquí](#).



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

Para atraer nuevos miembros, diseñamos un programa denominado "1+1 Skål" a través del cual cada miembro identifica a un líder de turismo de nuestro destino a quien nos interesa sumar a nuestra comunidad de empresarios y lo invita a participar en una de nuestras experiencias comida/networking, pues creemos que Skål International Mérida no se puede explicar, tienes que vivirlo.

Este programa es permanente y está activo durante todo el año y válido para cada una de nuestras comidas reglamentarias, siendo así que la captación de líderes de la industria turística para el crecimiento de nuestra comunidad está en manos de todos los miembros activos de nuestro Club.

Retenemos a nuestros miembros actuales creando en cada encuentro una atmósfera exclusiva, una experiencia única que hace que los miembros no quieran perderse ninguna comida. Esto se logra de varias maneras:

1. Creando nuevas oportunidades de Negocio a través de un sistema de networking que ocurre una hora antes del inicio de cada comida mensual.
2. Procuramos que estas comidas se realicen en distintas haciendas, hoteles, restaurantes o atractivos turísticos de nuestro destino, incrementando así el catálogo de venues en el top of mind

de los líderes en Yucatán que con esto obtienen más recursos a la hora de salir a promover nuestro destino. Ayudando a la vez a estos venues a promocionarse.

3. Construimos comunidad turística unida, que intercambia ideas de manera mensual, problemáticas comunes para encontrar soluciones en conjunto y esto nos da representatividad, pues mientras más miembros pertenezcan a nuestro Club representamos un mayor número de voces y esa es el único camino de poder llegar a ser "la voz autorizada de turismo" en nuestro destino.

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

Cada comida nos reinventamos, todas son diferentes, no es simplemente una comida, sino un evento diseñado como una experiencia única con múltiples componentes. Estos componentes son a la vez divertidos y eficaces para generar nuevas oportunidades de negocio, conectar a los miembros con otros actores protagónicos de la industria en nuestro destino, con autoridades que son invitadas a asistir por así convenir a los intereses de los miembros. Con esta fórmula, garantizamos que la asistencia sea muy deseable y que nadie quiera perderse esta experiencia.

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

Skål International Mérida tiene un proyecto diferenciado: 'Encuentro Punta Turismo' de profesionales Skål Joven. Este proyecto convoca a todos los jóvenes del mundo a venir a México y participar activamente. Identificamos una disminución en el interés de los jóvenes de México por desarrollarse profesionalmente en la carrera de turismo. Por ello, diseñamos este evento junto con nuestros profesionales Skål Joven de Mérida para:

1. Atraer la atención de los jóvenes presentándoles casos de éxito en nuestra industria y así enamorarlos para que ellos siguiendo estos modelos como ejemplo se inspiren y logren una participación protagonista en el turismo en todas sus vertientes en un futuro cercano.
2. Enseñarles a ver a los profesionales Skål Joven como una herramienta para crear una red internacional de expertos en turismo que sea útil para el desarrollo de su carrera profesional o su empresa, ya sea como mentores o como aliados estratégicos de negocios internacionales.

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

A través de un folleto electrónico y nuestras redes sociales, pero en realidad la manera más eficiente es "de boca en boca" y para lograr esto con éxito hay que generar contenidos de interés y compartir actividades constantes a los miembros más allá de las comidas reglamentarias. Por ejemplo, ofrecemos cursos de capacitación gratuitos a nuestra membresía impartidos por nuestros mismos miembros activos, quienes aportan valiosas herramientas que hacen crecer a nuestras empresas; les invitamos a participar en actividades de cuidado del medio ambiente; o a acudir a presentaciones de nuevos atractivos turísticos que constantemente nacen en nuestro destino. La eficacia del Club Skål International Mérida también reside en que medimos cuánto negocio se cierra mensualmente entre nuestros miembros,

y con esta métrica, ya podemos otorgar un valor económico al retorno de la inversión de la membresía, logrando que pertenecer al Club Skål International Mérida sea algo aspiracional y altamente deseable.

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

La mejor manera cómo Skål International Mérida contribuye a la industria local es a través de los programas de hermanamiento. Más allá de tratarse de un acuerdo en un evento con firma y celebración, damos seguimientos a través de reuniones entre miembros de los clubes hermanos en una búsqueda constante de alianzas estratégicas entre miembros, que lleven turismo a nuestro destino y a su vez que usuarios de nuestro destino descubran las maravillas que tienen los destinos nacionales e internacionales con los que firmamos hermanamientos.

Nuestro club contribuye también a la red internacional de Skål International mediante la presentación de nuestro proyecto "Encuentro Punta Turismo" en diferentes foros. Tanto en el Congreso Mundial de Skål International 2024 en Turquía como en el de este año 2025 en Perú, compartimos nuestro avance con este programa. En Turquía presentamos la iniciativa antes de su realización, y este año en Perú entregamos los resultados como un caso de éxito de México.

Gracias a este logro, el proyecto se llevará a cabo una vez más en Monterrey en 2026. Estamos seguros de que esto incrementará significativamente nuestro número de miembros Skål Joven, y no solo en México.

Al haber sido presentado en Perú, otras naciones se han mostrado interesadas en participar y enviar a sus jóvenes. Esto será un detonador para que las nuevas generaciones busquen acercarse a Skål International y se hagan miembros, construyendo desde hoy el Skål International fuerte y sólido que todos queremos ver.

■ **Gonzalo Novelo Luján**  
Presidente.  
Skål International Mérida.  
México.

# SKÅLEGA DEL AÑO 2025 MICHAEL COLLINS

Michael Collins, recientemente nombrado Skålega del Año 2025, es un líder destacado en el sector turístico y hotelero de Australia Occidental. Con más de tres décadas de experiencia, ha desempeñado un papel clave en la creación de estrategias que mejoran la experiencia del visitante, fomentan el desarrollo regional y fortalecen las alianzas dentro del sector. En esta entrevista exclusiva, Michael comparte su trayectoria profesional, el impacto que Skål International ha tenido en su vida y su visión sobre el futuro del turismo.

“ *El Turismo es una industria de personas.* ”

## ¿PODRÍAS CONTARNOS UN POCO SOBRE TI — CUÁNTO TIEMPO LLEVAS SIENDO MIEMBRO DE SKÅL INTERNATIONAL Y CUÁL ES TU TRAYECTORIA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA?

Mi carrera en turismo y hostelería abarca más de treinta y cinco años aquí, en Australia Occidental. He ocupado puestos en grupos hoteleros internacionales, pubs regionales y alojamientos ecológicos, así como cargos de liderazgo estratégico que me han llevado a recorrer todo el país. Estas experiencias han reforzado mi compromiso con los estándares de servicio, la dispersión regional, la mejora de los resultados para los visitantes y el beneficio genuino para la comunidad. También han influido en la forma en que trabajo con operadores, gobiernos y organismos del sector para aumentar el valor del turismo en Perth y en las regiones de Australia Occidental.



Actualmente dirijo CF Global, una consultoría especializada en planificación estratégica, turismo de autocaravana, marketing y desarrollo de destinos, y gestión de grupos de interés. Mi trabajo ayuda a regiones, operadores y agencias a comprender mejor el comportamiento del visitante, responder a tendencias emergentes y diseñar acciones prácticas que aumenten la demanda y mejoren la sostenibilidad a largo plazo.

En todos mis roles, me centro en las personas y en las alianzas. Mi objetivo es generar alineación, fortalecer la capacidad del sector y apoyar una industria que siga aportando valor a las comunidades, empresas y visitantes de Australia Occidental en el futuro.

#### ¿QUÉ TE HA APORTADO SKÅL INTERNATIONAL, TANTO A NIVEL PROFESIONAL COMO PERSONAL?

Skål International ha ampliado mi mundo de maneras que nunca imaginé cuando me uní. Profesionalmente, me ha conectado con personas cuya visión, conocimiento y experiencia han contribuido a dar forma a mi propio estilo de liderazgo. Gracias a Skål International, he establecido numerosas conexiones empresariales tanto a nivel local como global, y he creado alianzas que aportan un valor significativo a mi propia oferta de servicios, algo que deseo seguir ampliando en el futuro.

En el plano personal, Skål International me ha brindado amistades profundas y duraderas en muchos países. Estas relaciones se han forjado sobre valores compartidos, confianza y respeto. El sentido de

pertenencia dentro de la comunidad Skål International ha enriquecido mi vida y me ha recordado la importancia de la conexión genuina. Skål también me ha animado a devolver lo recibido y a apoyar a otros, tal y como muchos me apoyaron a mí. Estas experiencias han dado forma a mi enfoque en la mentoría y en la creación de caminos para los jóvenes que se incorporan a los sectores de turismo, viajes y hostelería.

#### ¿QUÉ SIGNIFICA PARA TI HABER SIDO NOMBRADO SKÅLEGA DEL AÑO 2025?

¡Todavía lo estoy asimilando! Ser nombrado Skålega del Año 2025 es realmente un honor increíble, algo que nunca imaginé. Nunca he buscado reconocimiento; mi motivación siempre ha sido el servicio, la conexión y la contribución a Skål International y a una industria que me ha dado tanto durante muchos años. Recibir tanto el premio australiano como ahora este galardón global es enormemente gratificante. Considero este reconocimiento como un logro compartido; refleja la dedicación del Comité de Skål International Perth y de nuestros miembros, que dan tanto de sí mismos para apoyar nuestra industria aquí en Perth y en toda Australia Occidental. Nuestro comité y nuestro club trabajan arduamente para mantener los valores de integridad, amistad, profesionalismo y servicio.

Este premio refuerza mi compromiso de liderar con propósito, apoyar a nuestros miembros y ayudar a construir la próxima generación de líderes del sector. A nivel personal, este galardón me da energía renovada para seguir promoviendo

no solo los ideales de Skål International — “Hacer negocios entre amigos” — sino también contribuir al futuro sostenible y a largo plazo de nuestra organización, desafiando viejos paradigmas y fomentando el cambio mediante una relevancia continua y un liderazgo fortalecido.

#### ¿QUÉ PROYECTOS TIENES EN MENTE A CORTO Y MEDIO PLAZO?

A corto plazo, Skål International Perth está centrado en el Programa de Mentoría SKIWA. Estamos creando un camino claro para todas las personas tutorizadas en el que se fomenta la confianza, el crecimiento en liderazgo, el desarrollo de habilidades y la conexión. Esto incluye una mejor preparación de los mentores, actividades estructuradas y vínculos más sólidos con la industria y los empleadores. Quiero que los jóvenes vean Skål International como un lugar que invierte en ellos desde el inicio de su carrera.

A medio plazo, nuestras prioridades incluyen una colaboración más profunda con proveedores educativos, organismos del sector y operadores locales en Perth. Estamos muy interesados en ayudar a establecer un nuevo club en la región suroeste; ya contamos con varios miembros de Perth que viven allí, y esto podría ser la base para iniciar un nuevo club. También buscamos fortalecer las relaciones con nuestros Clubs hermanados — Ciudad del Cabo, Hyderabad, Bali y Auckland — así como con nuestros Clubs hermanos en Australia Occidental: Broome y Kununurra. Mi objetivo es seguir elevando el perfil de Skål International Perth, mantener su relevancia,

mejorar la implicación de los miembros y del sector en general, todo ello con un enfoque firme en la inclusión, el desarrollo del liderazgo y el beneficio para la industria y la comunidad.

#### ¿CÓMO IMAGINAS LA EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN LOS PRÓXIMOS CINCO AÑOS?

Creo que el turismo seguirá evolucionando a medida que los viajeros busquen significado, confianza y conexión. Los visitantes quieren experiencias que respeten la cultura, apoyen a las comunidades locales y protejan los espacios naturales. Este cambio orientará las decisiones sobre desarrollo de productos, participación comunitaria y marketing. Los destinos regionales cobrarán más importancia, ya que los visitantes buscan espacios abiertos, viajes más pausados y conexión con historias locales.

La tecnología transformará la planificación, las reservas, la interpretación y el apoyo en tiempo real al visitante. La inteligencia artificial influirá en la prestación de servicios, las necesidades laborales y la forma en que los viajeros interactúan con los destinos. Las empresas deberán adaptarse reforzando su capacidad digital, centrándose en la personalización del servicio y mejorando los flujos de trabajo.

Los retos relacionados con el talento seguirán siendo significativos. La atracción y retención dependerán de itinerarios profesionales claros, flexibilidad, mentoría, entornos laborales justos y liderazgo positivo. Las regiones y los empleadores

que inviertan en las personas, en las alianzas y en la sostenibilidad a largo plazo experimentarán un crecimiento sólido. Australia Occidental está bien posicionada para beneficiarse de estos cambios.

#### EN SU OPINIÓN, ¿QUÉ PAPEL PUEDE DESEMPEÑAR SKÅL INTERNATIONAL EN LA CONFIGURACIÓN DEL FUTURO DEL TURISMO MUNDIAL?

Skål International ya cuenta con una comunidad global basada en la confianza, lo que posiciona a la organización para influir en el futuro del turismo mundial de una manera práctica y positiva. Skål International refuerza el liderazgo en todo el sector mediante la toma de decisiones basada en valores y la cooperación transfronteriza. Su alcance internacional favorece el diálogo sobre la sostenibilidad, el respeto cultural, el desarrollo regional y el comportamiento responsable de los visitantes.

Skål International también ocupa un lugar destacado en la formación de futuros líderes. Los jóvenes profesionales y los nuevos miembros necesitan orientación, ánimo y acceso a personas con experiencia. Skål International puede ampliar las vías estructuradas para los talentos emergentes y crear redes que les den confianza y orientación. Quizás, en lugar de que los miembros más veteranos se jubilen y desaparezcan de nuestros clubs, deberíamos esforzarnos por darles un propósito y animarlos a seguir activos dentro de nuestros clubes y a asumir funciones de mentores para nuestros miembros más jóvenes.

El enfoque de la organización en la amistad y el servicio

puede crear un entorno en el que las personas de todo el mundo se apoyen mutuamente sin competir entre sí. Esto puede ayudar al sector a responder a las presiones de la mano de obra, la incertidumbre global y las crecientes expectativas de los viajeros. Al mantener a las personas en el centro de las decisiones, Skål International puede guiar el turismo hacia un futuro más inclusivo y responsable. Sin embargo, esto requiere un cambio de mentalidad en toda la organización tal y como es hoy en día. En lugar de centrarnos en cómo eran las cosas, debemos centrarnos en lo que es posible y en cómo avanzar con un propósito, debemos aceptar la sucesión y el cambio, no temerlos.

#### ¿QUÉ CONSEJO LE DARÍAS A LOS JÓVENES PROFESIONALES QUE SE INCORPORAN AL SECTOR TURÍSTICO?

Mi consejo es sencillo. Sé curioso, haz preguntas. Aprende de personas que trabajan en diferentes áreas del turismo. Establece relaciones sólidas en todo el sector. Busca mentores que te desafíen y te apoyen. Aprovecha las oportunidades para desarrollar nuevas habilidades. Mantén una actitud abierta hacia los puestos que amplían tu perspectiva. Respeta las culturas y las comunidades con las que trabajas. Céntrate en el servicio, la integridad y la equidad.

El turismo es una industria de personas. Aquellos que tienen una cultura de servicio positiva y que dedican su tiempo a ayudar a otros a crecer, y aquellos que lideran con amabilidad y orientación, son los que tienen éxito a largo plazo.

# REVOLUCIONANDO EL TURISMO CON LA TECNOLOGÍA

**DESCUBRE CÓMO LAS TECNOLOGÍAS EMERGENTES ESTÁN TRANSFORMANDO EL FUTURO DEL TURISMO.**

Este **informe de WTTC y Trip.com Group** ofrece información estratégica sobre las tendencias clave, su impacto en la experiencia del viajero y ejemplos reales de innovación en toda la industria.

*Si no eres miembro de WTTC, puedes adquirir informes individuales para su descarga. ¡Crea una cuenta o inicia sesión en tu cuenta existente para comprar contenido!*

## EL SECTOR TURÍSTICO ESTÁ ENTRANDO EN UNA DÉCADA DECISIVA...

...MARCADA NO SOLO POR LAS CAMBIANTES EXPECTATIVAS DE LOS VIAJEROS, SINO TAMBIÉN POR LA RÁPIDA TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA.

Desde la inteligencia artificial y las experiencias digitales inmersivas hasta las infraestructuras inteligentes y la innovación sostenible, la tecnología ya no es una función de apoyo al turismo, sino que se está convirtiendo en su principal motor. En este contexto, la iniciativa 'Technology Game Changers: Future Trends in Travel & Tourism' de World Travel & Tourism Council (WTTC) ofrece una perspectiva crítica para comprender cómo la innovación redefinirá el futuro del sector.

A medida que los viajes internacionales se recuperan y evolucionan tras importantes perturbaciones económicas, medioambientales y sociales, los destinos y las empresas se enfrentan a una presión cada vez mayor para ser más resilientes, eficientes y personalizados. Los viajeros esperan ahora viajes digitales sin fisuras, antes, durante y después de sus desplazamientos, mientras que los gobiernos y los líderes del sector buscan soluciones que equilibren el crecimiento con la sostenibilidad, la inclusividad y la seguridad. Las tecnologías emergentes, como la personalización basada en la inteligencia artificial, la identificación biométrica, la movilidad inteligente, la realidad virtual y aumentada, y las herramientas de sostenibilidad basadas en datos, están transformando rápidamente la forma en que se

planifican, se realizan y se viven los viajes.

El análisis de WTTC sobre las tecnologías revolucionarias no solo destaca qué tecnologías están surgiendo, sino también por qué son importantes.

Estas innovaciones tienen el potencial de eliminar las fricciones en los viajes, abrir nuevas posibilidades de negocio, mejorar la preparación ante crisis y reducir la huella medioambiental del turismo en todo el mundo. Al mismo tiempo, plantean cuestiones importantes en torno a la privacidad de los datos, la desigualdad digital, la transformación de la mano de obra y la gobernanza ética, temas que definirán el éxito a largo plazo de la adopción tecnológica en el sector.

Este informe analiza las principales tendencias identificadas por el WTTC y examina cómo la tecnología está transformando los viajes y el turismo en toda la cadena de valor. Al comprender hoy en día estos factores revolucionarios, las partes interesadas del sector pueden prepararse mejor para un futuro en el que la competitividad, la sostenibilidad y la satisfacción de los viajeros dependen cada vez más del liderazgo tecnológico.

■ **Georges Koch**  
Director Medios de Comunicación,  
Relaciones Públicas, Branding & Marketing,  
Skål International.

▶ **Descarga el informe completo aquí**  
(se requiere inicio de sesión en WTTC)

# ANTALYA

## UN DESTINO TURÍSTICO DE CLASE MUNDIAL CON DIVERSIDAD INIGUALABLE

ANTALYA, CONOCIDA COMO LA RIVIERA TURCA, ES UNO DE LOS DESTINOS MÁS ATRACTIVOS DEL MUNDO, COMBINANDO BELLEZA NATURAL, RICA HISTORIA E INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA MODERNA.

Situada en la costa mediterránea sur de Turquía, Antalya recibe cada año a millones de visitantes en busca de sol, cultura y experiencias inolvidables.

### SOL, MAR Y PLAYAS

Con más de 640 kilómetros de costa, Antalya es famosa por sus playas de arena dorada y aguas cristalinas. Playas galardonadas como Konyaaltı, Lara y Kaputaş son ideales para nadar, tomar el sol y practicar deportes acuáticos como parasailing, buceo y vela. Gracias a su cálido clima mediterráneo, Antalya ofrece una temporada vacacional prolongada desde primavera hasta finales de otoño, lo que la convierte en un destino perfecto durante todo el año.

### RIQUEZA HISTÓRICA Y CULTURAL

Antalya también es la puerta de entrada a antiguas civilizaciones. Los visitantes pueden explorar sitios Patrimonio Mundial de la UNESCO como Xanthos-Letoon y el famoso Teatro de Aspendos, o pasear por las estrechas calles de Kaleiçi (Casco Antiguo), donde confluyen influencias romanas, bizantinas y otomanas. El Museo Arqueológico de Antalya refuerza la importancia de la ciudad en el patrimonio cultural global.

### OPCIONES TURÍSTICAS DIVERSAS

Lo que distingue a Antalya es su diversidad turística, ofreciendo algo para cada viajero:

- **Turismo de lujo:** Resorts de clase mundial, marinas exclusivas y campos de golf en Belek.
- **Aventura y naturaleza:** Senderismo por la Ruta Licia, rafting en el Cañón de Köprülü o exploración de cascadas ocultas.
- **Salud y bienestar:** Aguas termales, spas modernos y retiros de bienestar.
- **Turismo cultural:** Festivales internacionales de cine, conciertos y exposiciones de arte.
- **Turismo de invierno:** Esquiar en el centro de esquí Saklıkent por la mañana y nadar en el Mediterráneo por la tarde..

- **Turismo MICE:** Antalya es un centro internacional líder para reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones, con modernos centros de convenciones y hoteles de lujo que acogen eventos de clase mundial.

### GASTRONOMÍA Y SABORES LOCALES

La cocina de Antalya refleja la frescura mediterránea y la riqueza anatolia. Especialidades locales como el tahini piyaz, mariscos recién capturados y una amplia variedad de postres y mermeladas a base de cítricos destacan la identidad de la región como un verdadero paraíso de los cítricos. Estos sabores auténticos convierten a Antalya en un destino inolvidable para los amantes de la gastronomía.

### ACCESIBILIDAD E INFRAESTRUCTURA

El Aeropuerto Internacional de Antalya ofrece conexiones directas con las principales ciudades del mundo, garantizando una fácil accesibilidad. Con hoteles modernos, instalaciones ecológicas e infraestructura turística avanzada, Antalya se destaca no solo como un paraíso vacacional, sino también como un centro para el turismo de negocios y sostenible.

Con su impresionante costa, profundidad cultural y diversidad incomparable de opciones turísticas, Antalya es mucho más que un complejo vacacional: es un destino completo. Ya busques lujo, aventura, exploración cultural o bienestar, Antalya promete experiencias que permanecerán contigo para siempre.

**¡Estamos deseando daros la bienvenida!**

# TABARD INN

## UN PATROCINADOR CON LEGADO EN LA HOSPITALIDAD

CON MÁS DE UN SIGLO DE HISTORIA VIVA, **TABARD INN** ES EL HOTEL Y RESTAURANTE EN FUNCIONAMIENTO CONTINUO MÁS ANTIGUO DE WASHINGTON, D.C., ABIERTO EN 1922 EN EL CORAZÓN DE DUPONT CIRCLE.

**Fundado por Marie Willoughby Rogers**, su nombre rinde homenaje al “Tabard” de The Canterbury Tales de Geoffrey Chaucer, evocando el espíritu acogedor de una antigua manor inglesa que ha inspirado su estilo y servicio desde el primer día.

Su trayectoria refleja un compromiso genuino con la comunidad y el sector: durante la Segunda Guerra Mundial, el establecimiento alojó a oficiales de las WAVES (Women Accepted for Volunteer Emergency Service), contribuyendo al esfuerzo nacional desde la hospitalidad. Décadas más tarde, Tabard Inn se convirtió en una empresa de mayoría propiedad de sus empleados (ESOP), consolidando una cultura de servicio donde “personas atienden a personas” y la excelencia se construye desde dentro.

Hoy, Tabard Inn mantiene su sello de cocina artesanal y de temporada, junto a más de dos decenas de habitaciones únicas, ofreciendo a viajeros y profesionales del turismo un refugio con carácter, arte e historia a pocos pasos de los ejes institucionales de la capital estadounidense. En coherencia con su vocación sectorial, Tabard Inn apoya la red de líderes turísticos como patrocinador de Skål International, reforzando la colaboración y el “hacer negocios entre amigos” que define a la organización.

Con este legado y mirada contemporánea, **Tabard Inn encarna el tipo de partner que impulsa el turismo responsable**: un anfitrión histórico que sigue innovando sin perder su alma.

# Gestiona y certifica tu destino en sostenibilidad con Biosphere.



**Reconocimiento internacional.  
Resultados verificables.**



## BIOSPHERE

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

# Biosphere

LA METODOLOGÍA QUE CONVIERTA LA SOSTENIBILIDAD EN VENTAJA COMPETITIVA PARA LOS DESTINOS TURÍSTICOS.

En un momento en el que la sostenibilidad ha dejado de ser un valor diferencial para convertirse en una exigencia real del mercado turístico, los destinos se enfrentan al reto de demostrar que sus compromisos van más allá de la teoría. La cuestión central ya no es qué acciones se anuncian, sino cómo demostrar que esos avances son reales, medibles y verificables. La respuesta no pasa por iniciativas aisladas, sino por modelos de gestión capaces de medir, trazar y comunicar cada esfuerzo con transparencia. Solo así se gana credibilidad ante turistas, inversores y comunidades locales.

En este sentido, la metodología Biosphere ofrece precisamente ese **marco de gestión integral** y se ha consolidado como una herramienta esencial para quienes buscan rigor y coherencia. A través de su sistema de certificación, los destinos pueden evaluar su nivel de alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, monitorizar resultados y comunicar sus progresos de manera clara y verificable. Este enfoque no solo permite ordenar y evaluar acciones, sino convertirlas en un relato sólido basado en datos, capaz de generar confianza y proyectar liderazgo.

Una de las aportaciones más destacadas de Biosphere es su capacidad para traducir la sostenibilidad en un valor competitivo real.

La medición exhaustiva de las acciones permite demostrar impacto; la transparencia aporta credibilidad; y el reconocimiento internacional sitúa a los destinos dentro de una red global que trabaja con criterios comunes. Además, el modelo fomenta entornos de colaboración público-privada que impulsan proyectos compartidos y alineados con las necesidades locales, promoviendo un turismo que fortalece la cohesión social y la identidad cultural.

Con más de **25 años de experiencia** y con el aval del Instituto de Turismo Responsable (RTI), los resultados obtenidos por los destinos que trabajan con la metodología Biosphere ya son visibles en numerosos territorios. Desde programas de regeneración ambiental hasta estrategias de movilidad sostenible, los destinos que forman parte de la red internacional de destinos sostenibles Biosphere están demostrando que la sostenibilidad no es un coste añadido, sino una inversión estratégica.

Por otra parte, la certificación Biosphere funciona como un sello de garantía que acredita que las prácticas implementadas son coherentes con los compromisos adquiridos y que el destino avanza hacia un modelo más regenerativo, competitivo y alineado con las expectativas de los viajeros actuales.

Y es precisamente aquí donde radica la verdadera diferencia. La sostenibilidad real no puede basarse en declaraciones de intención, sino en procesos capaces de medir, verificar, mejorar y certificar. Este es el valor que aporta la Certificación Biosphere Destination, otorgada por el Instituto de Turismo Responsable (RTI), un reconocimiento internacional que acredita la correcta implementación de prácticas sostenibles verificadas mediante una auditoría independiente. **Este proceso garantiza que el destino cumple sus compromisos de turismo sostenible y está alineado de forma tangible con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.**

Para los profesionales del sector, la cuestión ya no es si apostar por la sostenibilidad, sino cómo hacerlo con rigor, eficacia y credibilidad. La metodología Biosphere ofrece ese camino: **un sistema que transforma compromisos en resultados, y resultados en reputación y ventaja competitiva.** Integrarse en esta red internacional de destinos sostenibles supone liderar un movimiento global que impulsa la innovación, inspira confianza y consolida un modelo turístico más responsable, resiliente y rentable para el futuro.

■ Por Biosphere.



# GO CARBON NEUTRAL IN 5 SIMPLE STEPS

Solutions for tour operators, travel agencies, hoteliers, and other tourism companies.



Measure Your  
CO2 Footprint

Offset Past  
Emissions

Start  
Reducing



Stay CO2 Neutral  
in Real-Time



Engage &  
Communicate



# Cómo empezar con la acción climática: Pasos prácticos para empresas de turismo

La crisis climática está afectando directamente a los destinos de los que depende el turismo. Al mismo tiempo, los viajeros exigen mayor responsabilidad por parte de las empresas que eligen. **Actuar frente al cambio climático ya no es opcional: es una necesidad empresarial.**

**1. Mide tus emisiones.**  
Empieza por comprender de dónde provienen tus emisiones: ya sea del transporte, el alojamiento, las instalaciones, la alimentación o las actividades. [Sustainable Travel International](#)

ofrece herramientas de medición y reporte para ayudar a las empresas turísticas a calcular sus emisiones, incluyendo una [herramienta para medir la huella de carbono](#), una [calculadora de huella de carbono para viajes](#), una [API](#), y [evaluaciones personalizadas de la huella de carbono](#).

**2. Reduce lo que puedas.**  
Una vez que conozcas tu huella, toma medidas para reducirla. Desarrolla un Plan de Acción Climática que defina tus objetivos y estrategias, como la transición a energías renovables, el uso de transporte con menos emisiones

y la oferta de menús basados en plantas. Diseña tus productos para que las opciones bajas en carbono sean la alternativa predeterminada y más atractiva.

**3. Educa e involucra.**  
[Forma a tu personal y proveedores en estrategias prácticas](#) para minimizar su impacto e involucra a los viajeros. Destaca las opciones bajas en carbono en tus plataformas de reserva y preséntalas como experiencias gratificantes. [Descarga nuestra lista de consejos para viajar](#) de forma climáticamente responsable y compártela con tus clientes para fomentar un comportamiento de bajo impacto durante todo el viaje.

**4. Compensa el resto.**  
Algunas emisiones de viaje son actualmente inevitables. Invertir en proyectos de

compensación de carbono de alta calidad te permite abordarlas.

[Este artículo](#) sirve como guía completa para entender cómo funcionan las compensaciones de carbono y su papel esencial en el camino del turismo hacia las emisiones netas cero. El [Climate Impact Portfolio de Sustainable Travel International](#) incluye una combinación cuidadosamente evaluada de proyectos basados en la naturaleza y en tecnología que conservan ecosistemas, generan energía limpia y eliminan carbono de la atmósfera.

**5. Descarga el Check List para la Acción Climática.**  
¿Descarga este [Checklist gratuito para la acción climática empresarial](#) con pasos prácticos y recursos para empezar.

# DESCUBRE SUDÁFRICA

UN MUNDO DE DIVERSIDAD DA LA BIENVENIDA A SKÅL INTERNATIONAL EN 2026.

Sudáfrica, una nación reconocida por sus impresionantes paisajes, su rica diversidad cultural y su cálida hospitalidad, está lista para recibir a la comunidad turística global en uno de los destinos más inspiradores del mundo.



Como anfitrión del Congreso Mundial de Skål International, Nelson Mandela Bay y el país mostrarán con orgullo no solo su infraestructura turística de primer nivel, sino también las experiencias auténticas que atraen a millones de visitantes cada año. Desde las acogedoras costas de Nelson Mandela Bay hasta las llanuras llenas de vida salvaje de Addo y la costa aventurera de la región de Kouga, Sudáfrica ofrece una poderosa combinación de belleza natural, dinamismo empresarial y experiencias de viaje inolvidables.



## NELSON MANDELA BAY: DONDE LA CALIDEZ SE ENCUENTRA CON LA OPORTUNIDAD

Ubicada en la pintoresca costa del Cabo Oriental, Nelson Mandela Bay—hogar de Gqeberha (Port Elizabeth), Uitenhage y Despatch—es un destino costero acogedor, famoso por su sol durante todo el año, playas vírgenes y un sector turístico y de eventos en pleno auge. Reconocida mundialmente como la Capital Mundial del Delfín Nariz de Botella, la región ofrece espectaculares encuentros marinos, desde juguetones delfines hasta majestuosas ballenas a lo largo de la costa.

Nelson Mandela Bay también ofrece a los 7 grandes, ofreciendo oportunidades libres de malaria para disfrutar elefantes, rinocerontes, leones, búfalos, leopardos, así como los gigantes marinos: la ballena franca austral y el gran tiburón blanco. Los visitantes pueden disfrutar de estos animales icónicos con seguridad y comodidad, convirtiéndolo en uno de los destinos de vida salvaje más singulares del mundo.

Los participantes del congreso disfrutarán de la comodidad de sedes modernas como el Boardwalk Convention Centre, combinadas con el encanto auténtico de la cultura local, la gastronomía y el entretenimiento. Con una historia profundamente arraigada, incluyendo sitios icónicos como la Ruta 67—un recorrido visual que honra la vida y el legado de Nelson

Mandela—la ciudad ofrece una mezcla única de patrimonio, creatividad y energía urbana.

## CELEBRANDO LA EXCELENCIA TURÍSTICA: PROGRAMA DEL CONGRESO MUNDIAL DE SKÅL INTERNATIONAL

El congreso comenzará con una rueda de prensa inaugural, seguida de la Ceremonia de Apertura en el Boardwalk Convention Centre, que reunirá a profesionales del turismo de todo el mundo. Los delegados disfrutarán de una Noche Xhosa en la Playa en Happy Valley, que combinará cultura local, narración, gastronomía y ambiente frente al mar.

Durante el congreso, las sesiones de negocio ocuparán el centro del programa con la Asamblea General Anual de Skål, paneles, presentaciones y la vibrante Fiesta “Taste of Africa”, que ofrecerá a los delegados un sabor de las tradiciones culinarias y musicales del continente. Exposiciones y artesanos seguirán mostrando la creatividad e innovación de la región.

El programa también incluirá el Global Marketplace & Trade Fair, una plataforma de primer nivel para el networking internacional, sesiones B2B, conferencias magistrales, foros de viaje y talleres. Los eventos nocturnos, como la Cena Cóctel, brindarán oportunidades adicionales para la colaboración en un ambiente relajado y elegante.

Las excursiones, tanto de medio día como de día completo,

permitirán a los participantes explorar las espectaculares atracciones de la región, culminando con la prestigiosa Cena de Gala del Presidente, una celebración del liderazgo turístico global. Los tours opcionales posteriores ofrecerán a los delegados la oportunidad de disfrutar aún más de lo que Sudáfrica tiene para ofrecer\*.

## ADDO: UNA EXPERIENCIA DE VIDA SALVAJE INIGUALABLE

conservación más valiosas de Sudáfrica: el Parque Nacional de Elefantes Addo. Hogar de más de 600 elefantes, así como leones, búfalos, hienas y el rinoceronte negro en peligro de extinción, Addo ofrece una auténtica experiencia de safari africano accesible para todos.

El parque es especialmente único porque forma parte de la experiencia Big 7. Además de los icónicos animales terrestres, el Área Marina Protegida de Addo en las islas de la Bahía de Algoa es famosa por los pingüinos africanos y los alcatraces del Cabo, mientras que las aguas circundantes permiten avistar la ballena franca austral y el gran tiburón blanco, completando la experiencia Big 7. Las excursiones del congreso incluirán safaris de día y visitas a reservas privadas de lujo, donde los huéspedes podrán disfrutar de encuentros guiados con la fauna, almuerzos gourmet

\*Nota: Aunque el programa refleja las actividades previstas, algunos elementos pueden estar sujetos a ajustes menores cerca de la fecha del evento.



#### SURF Y MAGIA COSTERA

Al oeste de Nelson Mandela Bay se encuentra la región de Kouga, un paraíso al aire libre conocido por sus playas de fama mundial, su cultura del surf y su encanto costero. Los delegados tendrán la oportunidad de visitar Jeffreys Bay, reconocida globalmente como la Capital Mundial del Surf. Sus olas legendarias, playas doradas y estilo de vida relajado ofrecen una experiencia costera sudafricana por excelencia.

Cerca se encuentra St Francis Bay, con su llamativa arquitectura en blanco y negro, tranquilos canales y espectaculares vistas al océano, que añade otra dimensión de belleza. Las actividades opcionales del congreso incluyen un emocionante Safari Oceánico con Raggy Charters, que ofrece encuentros con delfines, ballenas, pingüinos y vida marina a lo largo de la pintoresca costa de la Bahía de Algoa.

#### OPCIONES DE TOURS PRE Y POST CONGRESO: EXPLORA MÁS DEL SUR DE ÁFRICA

Para los delegados que deseen prolongar su aventura sudafricana, el congreso ofrece opciones de tours pre y post cuidadosamente diseñadas. Los huéspedes podrán explorar la icónica Ciudad del Cabo, con su Montaña de la Mesa, su animado paseo marítimo y su encanto cosmopolita; las mundialmente famosas Tierras del Vino del Cabo, con exquisitas catas y experiencias gastronómicas; y la Ruta Jardín, un recorrido costero escénico que muestra bosques, lagunas y santuarios de vida salvaje. Estos tours permiten a los delegados descubrir la diversidad y riqueza del sur de África mientras complementan la experiencia del congreso.

**UNA INVITACIÓN A VIVIR MÁS**  
Más allá del programa oficial, los participantes podrán aprovechar tours posteriores y experiencias opcionales, incluyendo el recorrido a pie

por la Ruta 67, actividades de aventura como sandboard o tirolesa, y visitas a mercados locales, centros artesanales y lugares culturales. El Cabo Oriental de Sudáfrica encarna verdaderamente el espíritu del descubrimiento.

#### UN DESTINO QUE INSPIRA

Mientras el mundo del turismo se reúne en Sudáfrica para el Congreso Mundial de Skål International, los delegados experimentarán de primera mano por qué el país sigue cautivando corazones en todo el mundo. Nelson Mandela Bay, Addo y Kouga están listos para demostrar la belleza natural, la innovación, la hospitalidad y el profundo compromiso de la región con la construcción de un futuro turístico sostenible.

**Sudáfrica te da la bienvenida: donde comienzan los viajes inolvidables.**

# CONGRESO MUNDIAL DE SKÅL INTERNATIONAL 2026

NELSON MANDELA BAY

29 SEPTIEMBRE - 2 OCTUBRE 2026





PAÍS SOCIO

**México**<sup>®</sup>


**Donde empiezan  
los viajes.**

**21-25**  
**Ene**      **Madrid**  
**2026**  
[ifema.es](http://ifema.es)

Línea Aérea Oficial



# FITUR 2026

FITUR, Feria Internacional de Turismo, convoca al mercado global del turismo del 21 al 25 de enero de 2026 en IFEMA MADRID en un contexto de crecimiento que permite la definición de los cimientos de un sector turístico que genera riqueza y empleo en un esquema sostenible.

De este modo, FITUR 2026 anuncia la creación del Pabellón del Conocimiento, que refuerza su liderazgo con la incorporación del Pabellón 12 del recinto madrileño como epicentro del debate y la innovación en clave de turismo. Durante los días profesionales —miércoles 21, jueves 22 y viernes 23 de enero—expertos de todo el mundo se darán cita en cientos de sesiones para presentar propuestas, compartir experiencias y difundir buenas prácticas que están marcando las tendencias de la industria turística. Además, se promoverá la divulgación del conocimiento y la tecnología a disposición de empresas y profesionales del sector.

El Pabellón del Conocimiento, que reunirá contenidos de máxima

actualidad e interés, acogerá las secciones de FITUR TechY, FITUR Know-How & Export, FITUR Sports, el Observatorio FITURNEXT y el área de Travel Technology, así como nuevos contenidos especializados alineados con los retos de la industria y que elevarán la oferta congresual de la Feria Internacional del Turismo. Este nuevo espacio tendrá acceso directo desde la Puerta Sur de IFEMA MADRID, y estará interconectado con el resto de la oferta expositiva a través del Pabellón 4, en un esquema que permite ampliar la feria y optimizar los flujos de visitantes.

**FITUR 2026 CONTINÚA  
CRECIENDO AL SERVICIO  
DE LA DINAMIZACIÓN DE LA  
INDUSTRIA TURÍSTICA**

La 46<sup>a</sup> edición de FITUR ocupará un total de 9 Pabellones —3, 4, 5, 6, 7,

8, 9, 10 y 12— donde se presentará la oferta global más pionera de toda la cadena de valor turística.

El Pabellón 3 reunirá las propuestas de América; el Pabellón 4 agrupará a Europa y FITUR Cruises; los Pabellones 5, 7 y 9, España junto a FITUR LGTB+ en el 9; el Pabellón 6, a Oriente Próximo y África; el Pabellón 8, Asia-Pacífico y Empresa global; el Pabellón 10, a Empresa global y FITUR 4all, FITUR Lingua, FITUR Screen y FITUR Woman; y el Pabellón del Conocimiento, el 12, FITUR TechY, FITUR Know-How & Export, FITUR Sports, el Observatorio FITURNEXT y el área de empresas de Travel Technology.



FITUR 2025.



# JOIN US

WTM AFRICA 2026



From 13-15 April, dive into the tourism industry's hub for essential discussions and interactive workshops. WTM Africa is all about connecting leaders, inspiring innovation, and shaping the future of travel and tourism. Enjoy highlights like the Women in MICE Awards Breakfast, women's empowerment workshops, NextGen Ready networking and more.

Exhibitors and Buyers enjoy pre-scheduled appointments to maximize experience and secure vital business deals. This is the place to be for key industry insights, networking and growth opportunities.

For more information, visit our website.

HOST CITY



[www.wtm.com/africa](http://www.wtm.com/africa)

BUILT BY



# WTM Africa 2026



## China in Focus: WTM Africa Unveils 2026 China Ready® Workshop.

World Travel Market (WTM) Africa has announced the launch of its first-ever China Ready® Workshop in partnership with China Business Intelligence Service Network (CBISN), a must-attend event for tourism stakeholders seeking to position themselves for success in the Chinese outbound market.

The workshop will be held on 15 April 2026 from 8am to 10am, providing attendees with critical insights and practical tools while earning valuable Continuing Professional Development (CPD) points.

China Ready® is the world's leading Chinese tourism preparation programme. Since 2002, it has been successfully implemented across 54 countries and six continents, helping more than a quarter of global tourism destinations effectively serve Chinese visitors.

"With China's outbound travel sector projected to reach 200 million travellers annually by 2028, the intensive workshop comes at a crucial time for African tourism stakeholders," says Reanté Naidoo, Buyer & Digital Director at RX Africa.

"Participants will receive expert guidance on everything from understanding Chinese visitors' needs and preferences to marketing and promotion, dos and don'ts, the power of social media, preferred digital payments and cultural expectations, enabling them to create more appealing experiences for Chinese visitors," adds Naidoo.

China Ready® will be rolled out in stages at WTM Africa, starting with the essential Knowledge Module in 2026, offering key insights into the Chinese market – including market demographics, culture and customs, and business protocol. In 2027, the focus will shift to Marketing to China and then Branding and Positioning to China in 2028. This phased approach not only makes the content more digestible but also allows professionals to accumulate CPD credits at a steady pace.

CPD is essential for professionals to stay up-to-date and competitive in their field. Attendees gain valuable credits and insights into the latest

industry trends, innovations and consumer behaviour, while building meaningful connections across the global travel and tourism sector.

### Key Workshop Details:

- Date: 15 April 2026.
- Time: 8am-10am.
- Venue: WTM Inspire Theatre, CTICC.
- Format: In-person expert-led session (no virtual component).
- Price: US\$99 (Early Bird price before 13 March 2026) or US\$110 (Standard price from 14 March 2026 onwards).

### Included in your ticket:

- All attendees will receive a complimentary copy of the "China Outbound Travel Market – Africa Report 2025" (valued at US\$149).
- Attendees will earn CPD points – making this an essential educational opportunity for industry professionals.
- Access to the WTM Africa show floor.

**Registration is set to open on 22 September 2025** for the China Ready® Workshop.

*Please note: Only registered WTM Africa delegates will be allowed to book a place at the China Ready® Workshop.*

### Limited Seats Available.

With only 50 seats available at the China Ready® Workshop, early registration is strongly encouraged to guarantee a place and take advantage of the early-bird pricing.

For further information, please contact Reanté Naidoo at [reante.naidoo@rxglobal.com](mailto:reante.naidoo@rxglobal.com).

**REGISTER NOW**





# MATKA TRAVEL FAIR

**The largest travel industry event in Northern Europe**

- Inspire, connect & grow at the industry's most important meeting place – the kick off of the travel year!
- For professional visitors 15 Jan 2026
- For general public 16–18 Jan 2026
- Helsinki Expo and Convention Centre

Register as a professional visitor:  
[matkatravelfair.com/matka-for-professionals](http://matkatravelfair.com/matka-for-professionals)



**MESSUKESKUS**  
 The real social media

# Nature and active travel on the rise – highlighted at **Matka Travel Fair 2026**



Matka Travel Fair 2026 programme and exhibitor list are now live online. The event will take place at Helsinki Expo and Convention Centre from **15–18 January 2026**, with Thursday 15th dedicated exclusively to travel industry professionals.

As Northern Europe's largest travel industry gathering, Matka offers a dynamic programme across six themed stages and zones, each delivering expert insights, practical tips, and fresh perspectives on travel planning. Visitors can explore a wide range of services and solutions designed to elevate the travel experience.

#### TRAVEL TRENDS REFLECTED IN THE PROGRAMME

Travel trends for 2026 highlight a growing demand for authentic nature experiences and active holidays. Travellers are increasingly seeking year-round outdoor activities, from gravel cycling and bikepacking routes to hiking in national parks and exploring pristine lakeshores. This surge reflects a broader shift toward sustainable tourism and well-being, where adventure and relaxation go hand in hand. For destinations and operators, these trends offer opportunities to create immersive, activity-based packages that combine local culture with the natural beauty.

Current travel trends also emphasize individuality, sustainability, and experiences – from tailor-made trips and nature escapes to wellness holidays. Nearly 40% of Finns plan a nature trip or a wellness holiday, and cultural travel is gaining popularity. Active holidays, such as cycling and golf, are also strengthening their position.

These themes are highlighted in the Matka Travel Fair programme. The new Golf & Activity Area offers a meeting point for those interested in golf and an active lifestyle. Visitors can explore world-class courses and destinations as well as get tips for planning the perfect golf trip and discover new trends such as electric cycling.

Cycling is one of the growing tourism trends. Across Europe and Scandinavia, its economic impact exceeds €44 billion annually, and in Nordics, cycling tourism extends the season and offers new experiences. Gravel and bikepacking routes, such as Saimaa by Cycle and Posio's 500 km gravel trails, respond to this growing demand and position Finland as a

top destination for active travellers.

*"The event gives the public a unique opportunity to discover destinations and the many forms of travel – both in Finland and abroad. Tourism is a significant export industry in Finland, but domestic tourism also keeps cities vibrant and creates jobs. Matka Travel Fair strengthens industry growth and awareness by creating connections that support Finland's position in international travel industry",* says Matka Travel Fair Business Manager Noora Haatainen.

#### MATKA TRAVEL FAIR – THE TRAVEL DESTINATION FOR DESTINATIONS

Matka Travel Fair is more than an event – it is the ultimate travel destination for destinations, where visitors uncover hidden gems and gain first-hand knowledge directly from experts. The fair brings together inspiring stories and insider tips that help travellers go beyond the obvious and explore the extraordinary.

# From scale to serendipity: Official statistics from a value-driven IMEX America

The current momentum in the business events sector shone through in the strength and scale of IMEX America last month.



IMEX America 2025.

The 3,700 exhibiting companies ensured a favorable ratio of buyers to exhibitors, fuelling the volume of business meetings evident on the show floor. There were a total of 92,000 meetings spanning one-to-one, group appointments and presentations.

Further statistics from the 14th edition of IMEX America can be found [here](#), including buyers by nature of business, buying power and country.

## A BESPOKE 'IMEXPERIENCE'

Insights from the show highlight a continued desire for attendees to shape their own tailored, community-driven event experience.

800 people joined various first timer welcome sessions at the show which were increased from one to four due to strong demand. Each was curated by members of the IMEX team, bringing different voices and formats to the welcome program.

There were 373 education sessions across the four days including partner education and sessions on the show floor Inspiration Hub. Attendees could 'pick and mix' sessions to match their learning goals within a range of topics including new tracks: Leadership and culture, and Community builders. Among the most popular sessions on the Inspiration Hub were trend forecasts, budgeting, and event design.

Newly-released figures highlight a 6.5% increase in buyers from 2024 to 6,145 and confirmation of a new record number of participants—17,633—underscoring ongoing industry demand for the innovative market-leading trade show.

Of these, more than 4,700 were hosted buyers, with 41% managing budgets of \$5 million and above. An additional 1,400 buyer attendees brought further purchasing power to the show floor.

Exhibitors delivered creative brand story-telling through inventive activations.

These included Scottsdale's hat-making bar, live harp music from Ireland and Encore's futuristic, train-inspired booth.

Hosted buyer Kathy Bakeberg from Type A Events explained the power of the in-the-moment connections fuelling the show and the importance of walk-up, as well as pre-scheduled meetings: "The exhibitors were fantastic—so creative with their booths and presentations. I stopped by the LA booth for the popcorn and ended up getting a full presentation from ten hotel reps! It's the kind of serendipitous discovery you just can't get online.

*"Being at the show and connecting in person makes such a difference—it's what turns a transaction into a real relationship".*

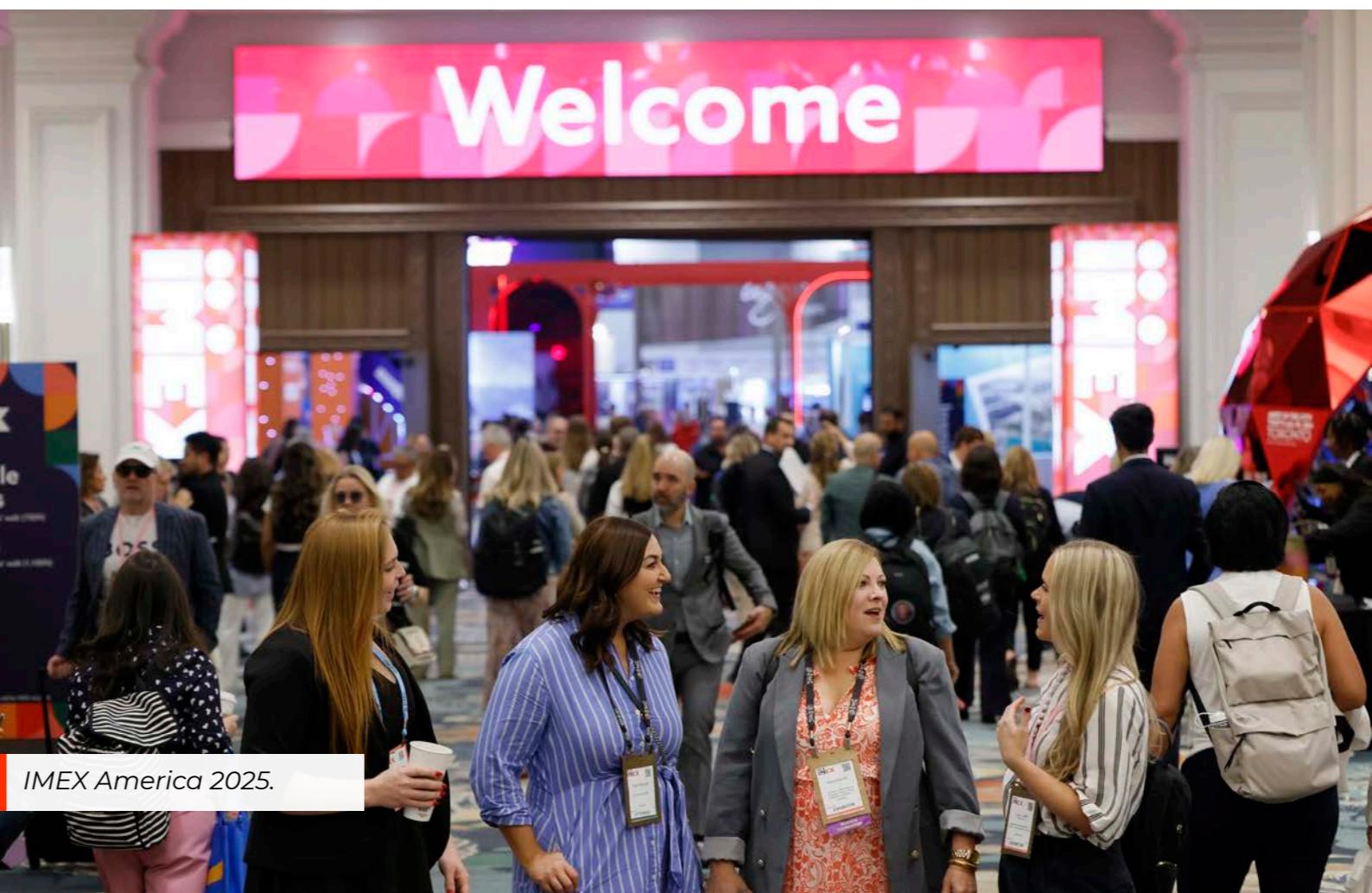
IMEX CEO Carina Bauer sums up: *"This year's edition of IMEX America was remarkable not just for its size, but also the value created for our industry.*

*"The sheer scale of the show offers a clear snapshot of the industry's current landscape. It was encouraging to witness the energy and confidence reflected in the countless business connections made, not just on the floor but in the many hundreds of fringe events for which IMEX is increasingly recognized.*

*"It was also gratifying to see how attendees tapped*

*into those added-value activations and offerings to create their own personalized take on the show, enjoying dozens of micro experiences within a macro event".*

- Further statistics from the 14th edition of IMEX America can be found [here](#), including buyers by nature of business, buying power and country.
- Dates for IMEX Frankfurt and IMEX America all the way through to 2030 are [here](#).



IMEX America 2025.

# Biggest WTM London in History Delivers Global Reach, Rising Buyers, and Business Growth

WTM London 2025 has closed on an incredible high, celebrating an 8% year-on-year rise in pre-qualified buyers.

Over three dynamic days, organisers welcomed 5,500 high-quality buyers from leading travel organisations worldwide — all carefully vetted to ensure quality — reinforcing WTM London's reputation as the most influential event for the global travel and tourism industry.

Held at Excel London from 4–6 November 2025, this edition attracted 5,500 buyers - 8% more than the 5,049 who attended in 2024. With the venue expanding by 25%, this year's WTM London was the biggest show in its history. A total of 182 countries were represented, with exhibitor numbers up 5% year-on-year, notably the growing Travel Tech region (55%+), and total attendance rising to 46,500. The growth in both attendance and qualified buyers underscores WTM London's expanding global influence and commercial impact.

Reflecting this momentum, 2025 also saw the highest number of pre-scheduled meetings ever recorded, with confirmed business appointments surging 30% to over 40,000 — which in turn will generate more than £2.2 billion of business deals as a direct result of WTM London.

These exceptional results cement WTM London's position as the leading global platform for forging connections, driving business growth, and shaping the future of travel.

## GROWTH AND INVESTMENT IN TRAVEL

On day one, the release of the WTM Global Travel Report revealed that the global travel industry is projected to grow at a faster rate than the world economy, with total contribution to GDP expected to exceed US\$16 trillion by 2035.

At the recent 19th WTM Ministers' Summit in association with UN Tourism and WTTC, held during WTM London 2025, tourism ministers and CEO leaders from across the globe emphasised that investment and education are central to unlocking tourism's full potential. Public-private funding models, including tax incentives, special economic zones, and airport infrastructure projects, were cited by countries such as the Philippines, Kenya, Ecuador and Lebanon as key enablers of sustainable growth.

Meanwhile, the skills gap in tourism was flagged as a challenge and ministers have called for curriculums that align with industry needs, accentuate digital literacy and elevate tourism careers through targeted training and reskilling.

## WTM TRENDFEST TAKE-OFF

This year's event also introduced WTM TrendFest, a dynamic hub showcasing the latest industry innovations and emerging travel trends. The dedicated experiential travel zone proved a major draw for visitors, hosting this year's opening WTM Networking Party as well as a wide array of culinary and dancing acts from around the world. WTM TrendFest was also a key focus for exhibitors, with experience providers up 31% compared to 2024, highlighting the growing appetite for immersive and experiential travel offerings.

## CLOSING CRESCENDO

The finale of WTM London 2025 was nothing short of spectacular, with a fireside chat featuring Oscar nominated actor, Richard E

Grant and Sir Chris Bryant MP, recently appointed the UK's minister of state and trade policy. The pair discussed Richard's love of travel, sharing humorous and memorable experiences from filming in UK stately homes, visiting a kibbutz, and an encounter with the King of Swaziland.

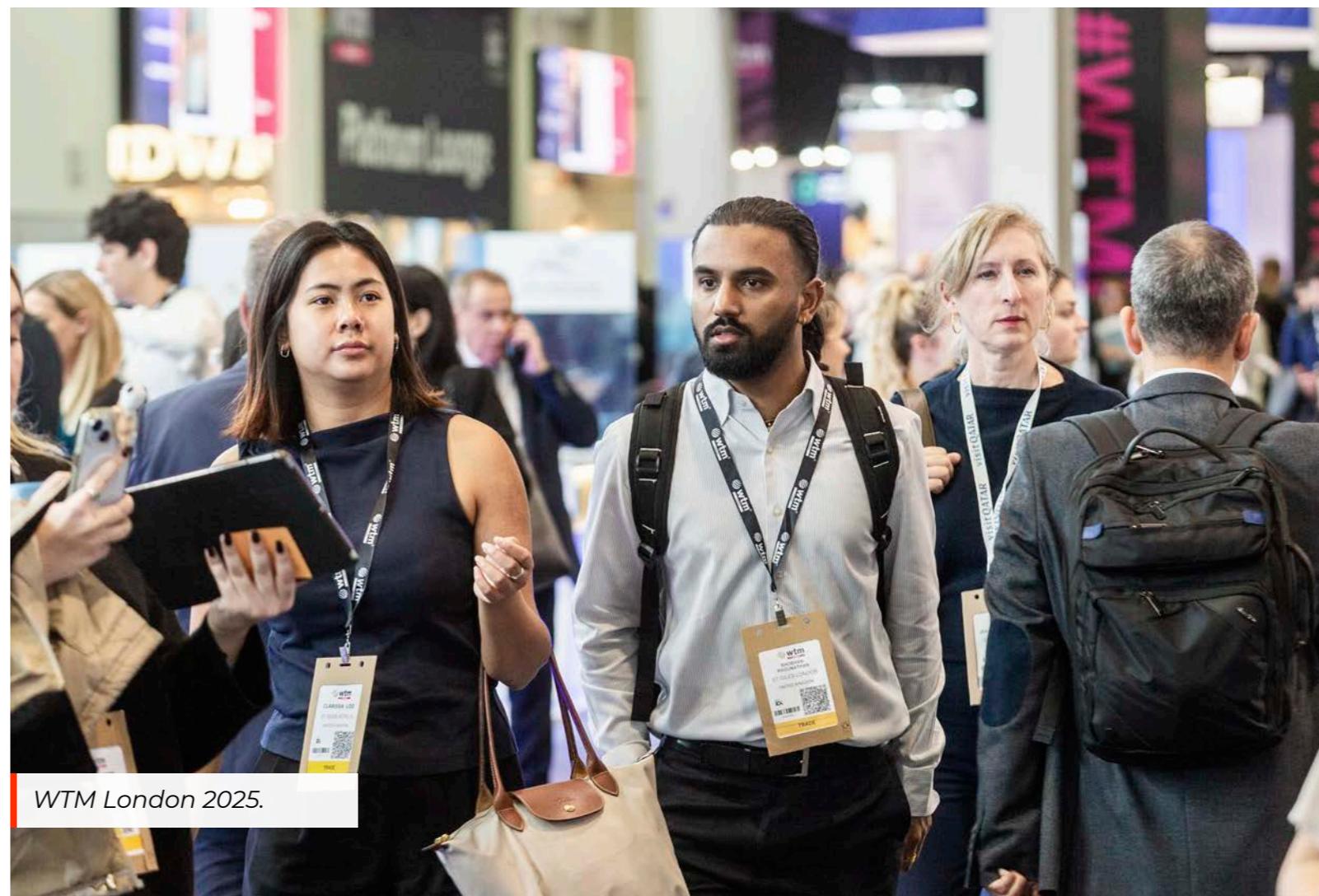
Chris Carter-Chapman, WTM London Event Director, said: "WTM London 2025 has set a new benchmark for the global travel industry. With a record 46,500 attendees, 8% rise in qualified buyers, and over 40,000 pre-scheduled meetings generating £2.2 billion in business deals, this year's event has truly showcased the power of connection. Our new WTM TrendFest offered immersive experiences, from culinary and dancing acts to

innovations shaping the future of travel, and was a major draw for both visitors and exhibitors. Make sure to save the dates — 3rd–5th November 2026 — for WTM London, where the industry comes together to connect, innovate, and grow!"

Download your copy of the WTM Global Travel Report [here](#).

To catch-up with some of the WTM London highlights re-watch WTM TV [here](#).

Please find the WTM London 2025 image gallery [here](#).



# IBTM World 2025

## breaks records and redefines the business events landscape

IBTM World 2025 closed last week on an extraordinary high, delivering the most innovative, immersive, and commercially impactful edition in its history.

The show floor saw nearly 12,000 participants from around the world come together for three days of breakthrough ideas, experiential activations, and a record 79,000+ pre-scheduled meetings, an 8% rise on 2024.

This year's edition set new benchmarks across the board:

- Almost 2,500 exhibitors – one of the highest exhibitor turnouts ever.
- 12% rise in returning participants, reflecting the value for buyers and suppliers.
- 49% of Hosted Buyers attending from outside Europe, signalling IBTM's growing global impact.

Elva Yañez, MICE Manager, Promperu, said: "As a brand we have come back to IBTM World after 10 years and this is my first time personally attending. It is one of our most successful events of the year, with lots of great meetings with suppliers and buyers. I thought I would meet mainly people from Spain, which is one of our primary markets, but I have

*also made great connections with people from across Europe, Asia and Latin America which I didn't expect. I am looking forward to coming back to IBTM World in 2026".*

Heather McNee, Corporate & Incentive Manager at VisitScotland Business Events, said: "It's incredible to be back at IBTM World. Our Scottish partners have enjoyed the show with a great variety of high-quality appointments. We are delighted to return to Scotland with a fantastic mix of leads and exciting new connections".

Felicia Asiedu, Marketing Director, Cvent, said: "IBTM World is one of our tier one shows - we always come with full force. I love the fact that this year there is a bright tech space with all the providers close to us and we're right next to the Future Stage, which makes sense. This is an ecosystem place for us, and we are an ecosystem supplier. So that's hotels, destinations, CVBs, event planners, marketers, everyone really, all in one place. The quality really has been good".

**ibtm® WORLD**  
BARCELONA, SPAIN  
18-20 Nov 2025

### A NEW ERA OF INNOVATION AND EXPERIENCE DESIGN

This year IBTM World lived up to its People. Power. Potential theme, debuting IBTM Ignite, a bold new platform connecting over 80 start-ups with investors, advisors, and industry leaders. From AI-driven engagement tools to sustainability-focused tech, IBTM Ignite showcased the trailblazers set to shape the next decade of events.

Meanwhile, the show unveiled the Future Stage, home to rapid-fire innovation talks from emerging leaders, and the BEFuture Pavilion, where investors and creators came together to fuel the industry breakthroughs of tomorrow.

### IMMERSIVE FEATURES THAT PUSHED BOUNDARIES

Returning by popular demand, Exceptional Experiences once again drew in-house planners and marketers eager to learn from world-leading brands such as WeTransfer, Canva, Shutterstock, Amazon and UTA. The result was a packed theatre and a wealth of practical, creative strategies for designing unforgettable experiences.

IBTM World 2025 also welcomed back its most successful features from 2024, including The Hotel Pavilion - a dedicated space for independent and small group hotels to showcase their offering.

The Forum for Advocacy, in partnership with The Business of Events, cemented IBTM World as the epicentre for global conversation, collaboration, and change in the meetings and events industry. Advocacy leaders and policymakers emphasised the urgency of unified messaging and storytelling to unlock the full societal value of business events.

This year's Association Leaders Forum, sponsored by Excel London and designed in partnership with ESAE (European Society of Association Executives), examined the role of Association events in building strong communities.

### A CONFERENCE PROGRAMME THAT IGNITED MINDS

IBTM World 2025 delivered its strongest conference programme to date, packed with insights that attendees could take straight back to their organisations and headlined by a trio of powerhouse speakers:

- Nathalie Nahai on empathy and connection in the age of AI.
- B. Joseph Pine II on designing experiences that drive emotional and economic value.
- David Osgathorp on unlocking human potential through performance and wellbeing.

### DRIVING INDUSTRY INTELLIGENCE

The show saw the launch of several significant research pieces, including the IBTM World Trends Report, highlighting how older

demographics are shaping future event design; The Hague & Partners' bleisure study; and Access All Areas, a groundbreaking accessibility report uncovering the industry's most urgent gaps.

### A SHOW THAT EXCEEDED ALL EXPECTATIONS

Claudia Hall, Exhibition Director of IBTM World, said: "IBTM World 2025 has been nothing short of extraordinary. We delivered our most ambitious, international, and impactful edition yet - and the response from the global events community has been phenomenal. From record-breaking meetings to powerful new initiatives like IBTM Ignite and the expansion of Exceptional Experiences, this year proved that innovation thrives when people come together. The show floor was buzzing with energy, ideas, and opportunity".

The 2026 edition of IBTM World will take place from 17-19 November in Barcelona.





**SKÅL**  
INTERNATIONAL  
Connecting Tourism Globally



**Únete!**

Base de Datos Global de Profesionales, Actividades Locales, Ofertas de Empleo, Formación, Ferias de Turismo, Programa de Hermanamiento entre Clubs, Skål Joven... y mucho más.

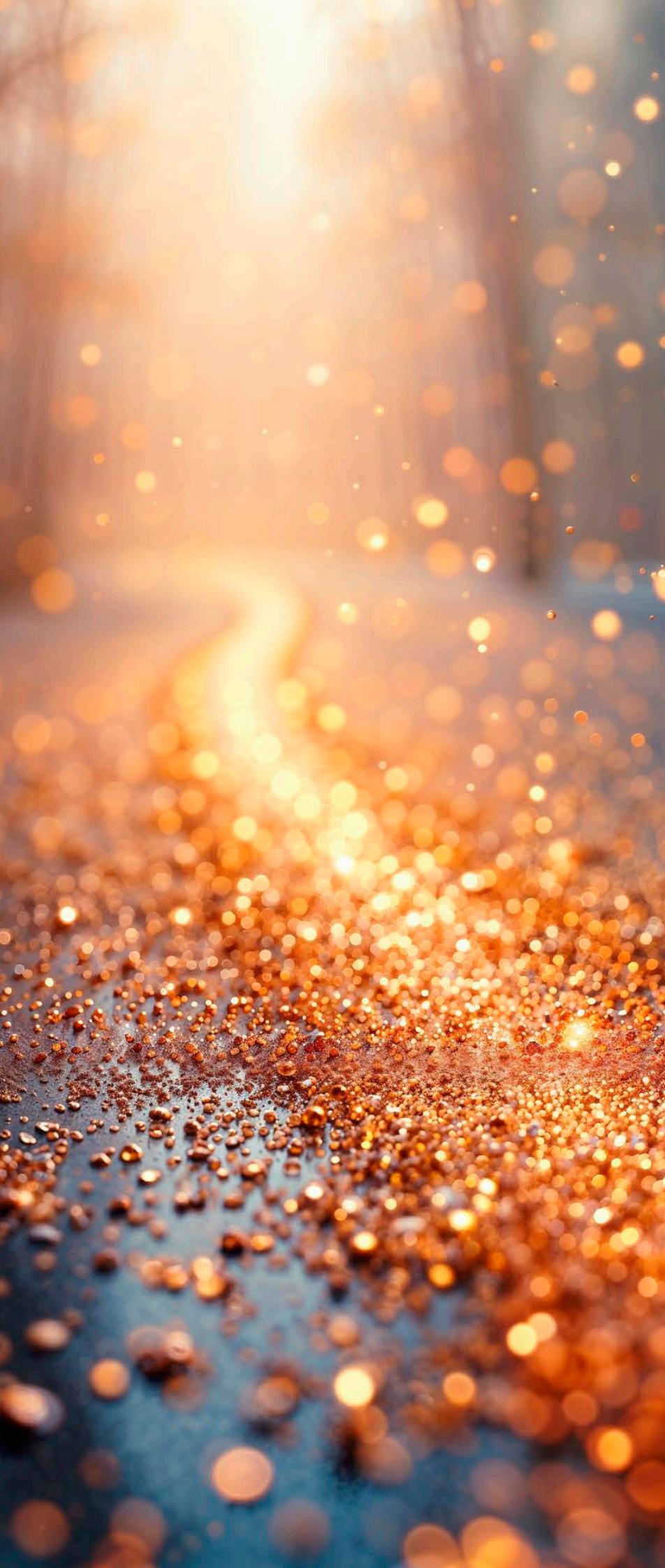
[skal@skal.org](mailto:skal@skal.org)

TOURISM  
**NOW**  
MAGAZINE

 **SKÅL**  
INTERNATIONAL  
Connecting Tourism Globally

Contacto:

—  
Skål International  
[skal.org](http://skal.org)  
[communication@skal.org](mailto:communication@skal.org)



GRACIAS

 **SKÅL**  
INTERNATIONAL  
Connecting Tourism Globally