

INDICE

Agradecimientos	5
Introducción	9
Cap. 1. Generalidades del Turismo de Convenciones, Incentivos, Congresos y Exposiciones	11
Definición, 11. Turismo de negocios individual, 13. Turismo de negocios grupal, 14. La propuesta del turismo CICE, 15. Los cuatro grandes segmentos del turismo de negocios, 17	
Cap. 2. Los Principales Jugadores en el Turismo de Convenciones, Incentivos, Congresos y Exposiciones en México	45
La oferta de servicios, 45. Organismos privados y públicos, 51	
Cap. 3. Importancia del Turismo de Convenciones, Incentivos, Congreso y Exposiciones	67
Beneficios, 67. Estadísticas, 74. Análisis FODA por segmento, 78. Ferias y eventos promocionales del turismo de negocios, 81	
Cap. 4. La Globalización y Sus Efectos en el Turismo de Convenciones, Incentivos, Congresos y Exposiciones	85
Factores que hay que considerar para elegir un destino, 85. Panorama del turismo de negocios a principios de siglo XXI, Las nuevas tendencias, 97	
Cap. 5. Profesionalización de la Oferta Mexicana	99
Análisis del servicio mexicano, 99. Las tres mentiras del mexicano en turismo, 101. Programas de profesionalización y certificación, 107	
Cap. 6. ¿Qué busca el Turista del Siglo XXI?	113
Teoría de necesidades de Abraham Maslow aplicada a turismo, 113. Teoría de los paradigmas de Joel Arthuer Barker, 120. Desarrollo de una nueva oferta, 125.	
Conclusiones	135
Bibliografía	139
Índice analítico	141