

TORONTO

TORONTO

UNA CIUDAD,
MUCHAS FORMAS
DE VENDERLA

PriceAgencies

Diversa, conectada y vibrante, Toronto permite crear viajes a la medida de cada cliente y convertir su motivación en experiencias inolvidables.

“

Toronto se vende mejor cuando cada atractivo responde a un deseo. Descubre qué busca tu cliente, elige el barrio, el sabor, la vista o la experiencia que lo representa y convierte a la ciudad en su respuesta.

”

La pregunta que abre la venta

“¿Qué experiencia quieres vivir?” Esa pregunta cambia la conversación. Te permite dejar atrás la lista genérica de atractivos y descubrir qué mueve realmente a tu cliente: convivir en familia, probar nuevos sabores, celebrar en pareja, comprar, acercarse al arte o conocer Canadá por primera vez. Toronto funciona especialmente bien porque reúne experiencias muy distintas dentro de una misma ciudad y te permite construir un viaje con sentido, ajustado a los intereses, el ritmo y el presupuesto de cada persona.

Esa amplitud también te permite vender escapadas de pocos días, extensiones dentro de Canadá o viajes temáticos. El mismo destino admite una versión familiar, culinaria, cultural, deportiva o de compras, según la conversación.

Descubre lo mejor de Toronto con priceagencies.com.mx

El Toronto de cada viajero



Para familias, Toronto funciona como una ciudad divertida y fácil de recorrer. La CN Tower y Ripley's Aquarium ofrecen experiencias para distintas edades. A 15 minutos en ferry, las Toronto Islands suman playas, picnic, juegos infantiles y más de 20 kilómetros de senderos pavimentados.



Para parejas, la propuesta combina gastronomía, barrios con carácter y paseos tranquilos. Distillery Historic District reúne arquitectura victoriana, galerías, boutiques y restaurantes. Kensington Market aporta cocina internacional, tiendas independientes y arte urbano. Yorkville suma compras, diseño y una atmósfera sofisticada, mientras el lago ofrece vistas memorables.



Para viajeros culturales, Toronto abre rutas por museos, teatros, conciertos y cine. Su diversidad se refleja en más de 140 barrios, más de 250 nacionalidades y cocinas de todo el mundo.



Courtesy of Destination Toronto



Vende sabores, ambientes
y descubrimientos

La gastronomía puede convertirse en el hilo conductor del viaje. Toronto se presenta como una capital de sabores globales, con propuestas que recorren Asia, Medio Oriente, Europa y América Latina. St. Lawrence Market aporta historia, productos locales y ambiente de mercado; Kensington Market permite probar distintas culturas en pocas calles. Para el viajero gastronómico, cada comida puede transformarse en una forma de conocer la ciudad.



Una ciudad fácil de integrar

Toronto también reduce fricciones. El UP Express conecta el Aeropuerto Internacional Toronto Pearson con Union Station, en el centro de la ciudad, en 28 minutos, con salidas cada 15 minutos. Ya en la ciudad, el metro, los autobuses y los tranvías facilitan los desplazamientos; muchos barrios se recorren a pie. Esta conectividad ayuda a combinar experiencias sin perder demasiado tiempo en traslados y permite sumar una visita a las Cataratas del Niágara dentro de un viaje más amplio.



El cierre que convierte
el interés en viaje

Ofrece Toronto cuando tu cliente diga que quiere conocer un destino nuevo, vivir algo diferente, descubrir Canadá o encontrar una ciudad que reúna muchas posibilidades. Retoma su motivación y formula una recomendación personal: “Por lo que me cuentas, Toronto te puede encantar porque...”. Después conecta su interés con dos o tres experiencias concretas y cierra con una acción: “Déjame prepararte una propuesta para que veas todo lo que puedes vivir”.



Toronto Islands:
15 min en ferry



+20 km
de senderos



28 min en UP Express
conexión directa
aeropuerto-centro



+140
barrios



+250
nacionalidades



Más de la mitad
nació fuera de Canadá

travelreport.mx