



EVENTOS HUMANOS EN LA ERA DIGITAL

Los avances tecnológicos se suceden a una velocidad vertiginosa y su aplicación está transformando muchos aspectos de la vida diaria. También la industria de los eventos, ferias y convenciones, haciéndolos más efectivos, sostenibles y, sobre todo, memorables. El secreto: generar experiencias únicas a nivel humano.

Por **Cristina Cunchillos**

Si bien el formato de ferias y convenciones en sí no ha variado mucho desde comienzos del nuevo milenio, la aplicación de una variada tecnología, cada vez más sofisticada y efectiva, ha transformado por completo la dinámica entre organizadores y asistentes y mejorado el impacto de los eventos.

Prueba de la influencia de la tecnología en la industria MICE es el espacio y tiempo, cada vez mayor, que se le dedica en los principales salones internacionales: más expositores, talleres de *start ups* que hacen demostraciones de sus últimas creaciones, numerosas ponencias y debates sobre los últimos avances o tendencias... En IBTM World, por ejemplo, la entrega de premios Tech Award a las mejores innovaciones para eventos se ha convertido en una de las citas clave para estar al día de lo que ocurre en el universo tecnológico.

Y es que cada año surgen miles de nuevas ideas en todo el mundo, muestra de una constante inquietud y deseo de hacer las cosas cada vez mejor. No todas están llamadas al éxito, pero aún así contribuyen a una evolución imparable.

La digitalización de los eventos es una de las tendencias destacadas en las previsiones de CWT Meetings & Events para 2020. Se trata de una evolución claramente impulsada por el cambio generacional: no solo la llegada de los *millennials*, sino también el siguiente grupo de *centennials* o Generación Z, nacidos a partir de 1996, que no han conocido un mundo sin Internet, teléfonos inteligentes y aplicaciones móviles.

American Express Meetings & Events, por su parte, también prevé que en 2020 la tecnología será una parte integral de los

eventos y afirma que los clientes están cada vez más dispuestos a invertir en soluciones tecnológicas.

Ventajas de la tecnología

Son múltiples: la tecnología facilita la gestión de los eventos, simplificando las tareas y dejando más tiempo a los *meeting* y *event planners* para concentrarse más en la creatividad y menos en la logística. También agiliza los procesos más frustrantes, como puede ser el registro en ferias, y permite una comunicación mucho más fluida entre todos los diferentes actores.

La seguridad de los eventos, algo que preocupa cada vez más, también se ve mejorada por el uso de tecnología, que permite por ejemplo verificar la identidad de los asistentes en el acceso. Evitando la necesidad de imprimir miles de programas, folletos y materiales para la decoración, la tecnología digital hace los eventos más sostenibles. Por último, y no por ello menos relevante, las innovaciones contribuyen a conseguir un efecto *wow!* en el evento y mejoran la experiencia de los asistentes.

De principio a fin

Las novedades tecnológicas y sus aplicaciones son tan variadas como los eventos en sí y su uso se extiende desde la planificación hasta el seguimiento y evaluación posterior, pasando por todos y cada uno de los aspectos que definen una acción. Lo importante es elegir la solución tecnológica que mejor responde a las necesidades de cada organizador.

A éste se le ofrecen ahora diferentes herramientas que facilitan su labor automatizando los procesos, desde la búsqueda y reserva *online* de espacios al control de los gastos asociados para ajustarse al presupuesto. Las plataformas de gestión de eventos, como por ejemplo la española Eventeas, ponen en contacto a clientes y proveedores. Los organizadores pueden solicitar presupuestos y contratar todo lo que necesitan en un único portal, incluyendo desde empresas de *catering* o seguridad a la tecnología más puntera, además de las distintas experiencias que se pueden ofrecer a los invitados.

Muchas agencias cuentan con sus herramientas de reserva *online* propias, como Simple Meetings de BCD Meetings & Events: es una plataforma que permite hacer búsquedas mediante criterios predefinidos que se ajusten a la política corporativa de la empresa contratante.

Los hoteles también facilitan la búsqueda y reserva en línea de sus espacios para eventos. Fruto de ello es la creación de la plataforma GroupSync, en la que participan grandes cadenas como Accor, Hilton, IHG (InterContinental Hotels Group) y Marriott International. Ofrece a los organizadores tarifas



transparentes y contenido relativo a sus operaciones, así como información relacionada con la disponibilidad de espacios y habitaciones para grupos en diversos establecimientos.

Sin embargo, y pese a la proliferación de las plataformas de reservas *online*, su uso es relativamente bajo, sobre todo para los eventos más pequeños que se siguen organizando por teléfono.

Accesos fáciles y seguros

Al igual que ha revolucionado el embarque en los aeropuertos, el uso de tecnología de reconocimiento facial puede agilizar el registro en eventos, ayudando a reducir las largas colas que se suelen formar, por ejemplo, en ferias multitudinarias.

Pese a la proliferación de plataformas que ofrecen la reserva *online* de espacios y servicios asociados, su uso es relativamente bajo y los eventos más pequeños se siguen organizando a través del teléfono



La encuesta anual elaborada por Event Tech Lab en IBTM World 2018 corroboró el creciente interés por la tecnología biométrica en el sector. El 26 % de los encuestados consideró que sería el avance más útil desde el punto de vista de los asistentes a eventos en este año 2019, comparado con solo el 10 % que opinaba lo mismo en 2017. En la misma feria, el premio Tech Watch Award fue otorgado a la empresa Zenus por su *software* de reconocimiento facial, utilizado ya en numerosos eventos y capaz de gestionar el acceso de 400 personas por hora.

Y es que el uso de tecnología biométrica en los quioscos de registro permite comprobar la identidad de los asistentes y otorgarles su acreditación en segundos (o negarles el acceso), garantizando al mismo tiempo su privacidad. Los participantes simplemente deben introducir una foto junto con sus datos a la hora de inscribirse para el evento. La biometría permite también una mayor personalización, por ejemplo identificando a invitados VIP previamente seleccionados.

Interacción con el cliente

Una vez dentro del evento, cada vez se recurre más a asistentes virtuales o *chatbots* a la hora de interactuar con el público, orientarle o responder a sus preguntas. Encontrar un robot que dé la bienvenida a los invitados ya no es algo que pertenezca a la ciencia ficción.

La inteligencia artificial permite conectar con los asistentes al evento y mejorar su experiencia. Yanu, por ejemplo, es un camarero robot lanzado en 2018 por una *start up* de Estonia que ha causado sensación en los eventos en los que se ha puesto a prueba. No solo puede preparar de 100 a 150 cócteles por hora, gestionando los pedidos y pagos con asombrosa rapidez, reduciendo las colas en el bar: también interactúa con los invitados.

También Alexa, el asistente de voz de Amazon, se puede utilizar para mejorar la experiencia de los asistentes a eventos.

Yanu es un camarero robot lanzado por una *start up* estonia que puede preparar hasta 150 cócteles por hora, gestionando pedidos y pagos con asombrosa rapidez e interactuando con los clientes

En el Walter E. Washington Convention Center de la capital norteamericana los delegados disponen de más de 50 quioscos habilitados con esta tecnología y pueden solicitar ayuda a Alexa para orientarse en el edificio, consultar la oferta de restauración o el programa del día. Próximamente incluirá también información sobre atracciones y servicios cercanos.

Gracias al rápido análisis y procesamiento de datos, la inteligencia artificial permite ofrecer a los asistentes una atención más personalizada y, por consiguiente, más efectiva.

Venues tecnológicos

El equipamiento técnico y audiovisual disponible se ha convertido en uno de los factores determinantes a la hora de

grandes y con mejor resolución. Esto no solo evita la producción de materiales para decorar que pueden ser costosos y difíciles de reciclar, del tipo de los vinilos, sino que aporta mayor dinamismo y flexibilidad en el momento de mostrar imágenes, vídeos, etc

En muchos casos se trata de pantallas interactivas que facilitan el *engagement* con el asistente. La empresa Kubify, ganadora del premio Tech Watch People's Choice a la mejor tecnología para eventos según la votación del público en IBTM World 2018, permite crear pósters electrónicos interactivos a través de su plataforma Learning Toolbox. Los visitantes pueden acceder a contenido, vídeos y presentaciones sobre el producto o tema representado y participar en encuestas o debates.



elegir un *venue*. Ya no se trata de que la sala disponga de conexión a Internet y *Wi-Fi* –algo que se da por hecho– sino de la facilidad, seguridad y, sobre todo, rapidez de esa conexión. A corto plazo se extenderá la tecnología 5G: la última generación de redes ultrarrápidas y seguras que permiten descargar a una velocidad hasta 1.000 veces mayor que la versión anterior y con un mayor número de usuarios conectados.

En las sedes más modernas, las oportunidades de *branding* corporativo son puramente digitales, con juegos de luces, proyecciones, hologramas y pantallas LED cada vez más

Realidad virtual y aumentada

La realidad virtual y la realidad aumentada son tecnologías cada vez más utilizadas en eventos con el objetivo de ofrecer una mejor experiencia al público. La llegada de las redes 5G sin duda contribuirá a generalizar aún más su uso.

Con unas gafas de realidad virtual, los asistentes a una presentación pueden vivir la experiencia de un destino o en un congreso médico adentrarse en un órgano del cuerpo humano. Es una tecnología que rompe las barreras físicas. También puede ofrecer la experiencia de un evento a delegados que no se



encuentren presentes físicamente. Sin embargo, su uso aísla a las personas y no contribuye a la interacción.

La aplicación de la realidad aumentada en los eventos, por el contrario, sirve principalmente para añadir contenido y generar mayor interacción con los asistentes, motivándoles a buscar más información. Por ejemplo, pueden ver la receta o la procedencia de los ingredientes de los platos que se sirven en el evento con solo apuntar a ellos con su móvil o encontrar el camino hacia lo que buscan. También se puede organizar una búsqueda del tesoro o juegos del estilo de Pokémon Go, haciendo del evento una experiencia más llamativa.

Apps para todo

Según un informe de CWT Meetings & Events, el número de aplicaciones móviles para eventos creadas desde 2017 ha aumentado un 83 %, y el porcentaje de asistentes que descarga dichas aplicaciones ha pasado del 50 % en 2017 al 74 % en 2019. El visitante ya espera que un evento cuente con su *app* propia.

Whova, CrowdCompass, EventMobi, DoubleDutch, QuickMobile, Event Boosterapp... los desarrolladores de aplicaciones específicas para eventos no solo ofrecen soluciones cada vez más numerosas sino mucho más completas. Ya no se trata de incluir el programa de ponencias, sino que cada vez más son herramientas para la interacción y la comunicación.

Son *apps* que facilitan el *networking* entre los delegados, a menudo incluyendo *chats* privados, y les convierten en auténticos participantes que pueden incluso influenciar o modificar

el contenido del evento, expresando su opinión o haciendo peticiones a los organizadores.

La tecnología 5G les dará aún más poder de forma instantánea. Por ejemplo, mediante *crowdsourcing* los asistentes a un evento podrían decidir qué música escuchar o acordar si subir o bajar la temperatura de la sala en tiempo real. La inmediatez de los comentarios permite identificar las mejoras e introducir los cambios necesarios.

Mientras que la realidad virtual no favorece la interacción, la aumentada la fomenta, incluyendo posibilidades relacionadas con el juego que pueden hacer del evento una experiencia llamativa

También existen innumerables aplicaciones móviles de diferentes empresas que sirven para mejorar aspectos específicos de los eventos. Interactio permite a los delegados recibir la traducción simultánea de presentaciones o charlas en tiempo real en su *smartphone*. La *start up* española Wildbytes acaba de estrenar una *app* de realidad aumentada con geolocalización para que los asistentes a eventos multitudinarios puedan orientarse y encontrar a sus colegas.

Mejores experiencias

El objetivo de toda tecnología es mejorar el *engagement* o implicación de un asistente que regrese a su oficina con la sensación de haber vivido una experiencia enriquecedora. Pero no solo está mejorando la experiencia de los asistentes, haciéndoles partícipes a través de plataformas como Sli.do que permiten hacer preguntas sin tener que esperar a que les pasen el micrófono. También sirve para dar más control a los organizadores, siempre y cuando sepan trabajar el gran volumen de información que los avances tecnológicos facilitan.

El uso de *heat maps* o “mapas de calor” en la web o *app* del evento permite ver qué páginas son las más visitadas y qué

contenido interesa más, pudiendo estimar por adelantado qué sesiones pueden requerir una sala más grande. Utilizando la tecnología *beacon* se pueden crear mapas de calor para visualizar el tráfico de visitantes y las zonas más frecuentadas.

Otra tecnología cada vez más utilizada es la identificación por frecuencias de radio (RFID por sus siglas en inglés), algo que se puede incorporar en las acreditaciones para localizar e identificar en tiempo real a los asistentes, permitiendo, por ejemplo, adoptar iniciativas para redirigir el flujo o aumentar el personal en las áreas que más lo necesiten.

A pesar de los esfuerzos por mejorar el *engagement*, éste es un aspecto que raramente se mide. La captura y análisis de emociones filmando a los asistentes a una presentación para extraer información de su expresión facial y nivel de atención se ha empezado a probar en algunos eventos. Y es que con la tecnología se pueden hacer cosas que hasta hace poco parecían increíbles... pero no lo es todo. Ha de estar plenamente integrada en el evento y responder a unos objetivos, no ser un simple añadido. Y sin olvidar que lo que verdaderamente marca el éxito de un evento es la calidad humana.

ENTREVISTA



James Morgan

Fundador de Event Tech Lab

“La tecnología permite medir la efectividad de los mensajes”

¿Cómo ha transformado la tecnología a la industria de los eventos en los últimos años?

La tecnología intensifica la experiencia de los asistentes, mejorando el *engagement* y su participación en las actividades que tienen lugar durante el evento, lo que lleva a que tengan un mejor entendimiento y recuerdos positivos. Por otro lado, también ayuda a los organizadores a gestionar los procesos de planificación de eventos de forma más efectiva. Asimismo, con tecnologías de *engagement* como el *software* de encuestas, o el que permite compartir presentaciones, y pantallas interactivas, podemos medir la efectividad de los mensajes y la información incorporada en el evento.

¿Qué tendencias destacaría actualmente en cuanto a la aplicación de tecnología en eventos?

Cada evento es diferente, como lo son sus participantes, y por ello los *event planners* deberían buscar siempre la tecnología más apropiada. Destacaría sobre todo el *software*, y también *hardware*, que hay disponible para mejorar el *engagement*, como por ejemplo el Giant iTab, un *smartphone* interactivo gigantesco donde se pueden incluir diferentes aplicaciones e información sobre el evento para que los asistentes consulten; o la utilización de *chatbots* con inteligencia artificial, como por ejemplo Eventumbot: se trata de una empresa belga que crea *chatbots* que asisten por texto o voz y pueden utilizarse para proporcionar todo tipo de información a los asistentes.

¿Qué depara el futuro?

Creo que vamos a asistir la utilización de muchos más *chatbots* en la industria de los eventos, así como pantallas LED de muy diferentes formas y tamaños. Las aplicaciones que utilizan la inteligencia artificial también serán cada vez más populares. Y, si la tecnología puede ayudar a los profesionales haciéndose cargo de las tareas más básicas, los humanos podrán dedicarse a misiones mucho más valiosas que serán las que sirvan para mejorar definitivamente la experiencia de los asistentes al evento.