



# EL VALOR DE LA EXPERIENCIA

Por **Javier García**

Las nuevas tecnologías dibujan un escenario entre realidad y ciencia ficción que ha transformado nuestro mundo, nuestra vida y nuestra sociedad y, cómo no, la industria MICE. En este nuevo contexto, hay quien cuestiona la utilidad real de los grandes eventos, del tipo de ferias y grandes congresos, en un mundo tan conectado como el nuestro.

Si bien es cierto que para conocer las novedades de una empresa expositora basta con buscarla en Internet, hay algo que ni las redes sociales ni ninguna nueva aplicación puede sustituir: el contacto personal. Por eso hoy más que nunca, en esta era de las comunicaciones, realidad virtual, mails, *whatsapps*, *twits* y videoconferencias holográficas, el cara a cara es una prioridad a la hora de generar *networking*.

## Resolviendo la dificultad del “dónde”

Dónde reunir a grandes cupos de participantes forma parte de las decisiones más complejas a la hora de organizar un gran evento. ¿Hotel?, ¿venue?, ¿centro de convenciones?, ¿recinto ferial? He aquí un dilema que se complica si el organizador quiere dotar al evento de cierta exclusividad o completar con momentos lúdicos el programa de trabajo... ¿queda en este caso hueco en la lista para los centros de convenciones y recintos feriales?

Obviamente, si hablamos de eventos que requieren grandes alturas, introducción de equipos muy voluminosos y

maquinaria pesada, los recintos feriales no tienen competencia. Pero a la hora de decidir dónde reunir a los cientos o miles de participantes en un gran evento que incluya sesiones de formación, conferencias, comidas, fiestas y espacio de *workshop* sin necesidad de techos especialmente elevados, es difícil elegir entre un centro de convenciones, un gran hotel o un *venue* singular, sobre todo cuando estos dos últimos ofrecen grandes capacidades en entornos únicos.

Para los mayores eventos es difícil elegir entre centro de convenciones, recinto ferial, gran hotel o *venue* singular

## Espacios y conectividad: la clave

Ante grandes volúmenes de asistencia, la diferencia que inclina la balanza hacia los centros de convenciones y recintos feriales es el hecho de que hayan sido diseñados con este fin. La amplitud es por tanto una de sus armas, y no sólo en cuanto a salones y pabellones: zonas de aparcamiento, descarga, cocina... nacen adaptados a los mayores cupos. La conectividad por carretera y transporte público suele ser otro elemento diferenciador que forma parte de los criterios que justifican la existencia de un gran espacio congresual.

Tal y como defienden las voces de esta edición, aún falta destacar dos cosas importantes: la capacidad de albergar momentos lúdicos y, sobre todo, la experiencia a la hora de trabajar con grandes flujos. El personal de los centros de convenciones está especializado en el manejo de todo aquello que es grande, desde un objeto a un banquete... y sin renunciar al mimo en la atención.

## LA VOZ DEL EXPERTO

1. ¿Cómo están evolucionando los congresos y grandes convenciones?
2. ¿Qué les aventaja frente a hoteles o *venues* con grandes capacidades?
3. ¿Qué tipo de programas lúdicos se organizan en sus instalaciones?

**Alexandra Torres**

Gerente de Marketing y Ventas de Ágora Bogotá (Colombia)

### “No se trata de proponer salas sino oportunidades”



1. Es tal vez la primera vez en la historia que los eventos convocan tres generaciones diferentes (*boomers*, generación X y *millennials*) por lo que los congresos y grandes convenciones conllevan más trabajo en ingeniería del contenido. Para los organizadores de un gran evento, el número de asistentes es un indicador de éxito. Por eso la capacidad que tengan el socio local y el destino a la hora de convocar serán relevantes para la selección de la sede.

Los espacios debemos estar adaptados al hecho de que existe un número importante de nuevos profesionales con necesidad de capacitarse y realizar contactos y *networking*. Y no sólo eso, los participantes se dividen en diferentes perfiles y exigencias: por eso es tan importante proponer un amplio abanico de espacios

que permita una correcta definición del contenido del evento. Ya no se trata de ofrecer simplemente salas sino oportunidades para generar intercambio de conocimiento y gestionar la inteligencia colectiva.

2. No sólo es la capacidad. La diversidad de espacios y versatilidad de los recintos feriales permite ofrecer exclusividad sin que los participantes se mezclen con otras actividades en el caso del hotel. La multiplicidad de salones que tiene un centro de convenciones otorga elasticidad a los eventos, que pueden crecer o disminuir.

3. Aún no hemos comenzado a operar por lo que no tenemos experiencia.

**Carolina García** Directora Comercial y de Marketing del CCIB (España)

### “La presencia nunca será reemplazable al 100%”

1. Positivamente en cuanto a número de eventos, que aumentan en todos los segmentos. Estos datos denotan la fortaleza del sector. En un mundo globalizado que se caracteriza por el auge de las nuevas tecnologías y la comunicación digital, la industria MICE mantiene su eficacia como instrumento de marketing al servicio de una mejor relación con clientes, proveedores, competidores, sector y público interno. Pese al cambio constante en el entorno, la presencia no será nunca reemplazable al 100% por los nuevos canales y, por ello, la evolución pasa por potenciar este aspecto fundamental. Cada reunión debe ser única y el

escenario, el más adecuado para poner en valor el contacto real entre personas. Para ello hace falta profesionalidad e instalaciones de calidad, capacidad de adaptación y dinamismo, servicios complementarios y un destino con una marca consolidada y atractiva.

2. Por definición, un hotel ofrece alojamiento mientras que, en su sentido más estricto, un centro de convenciones es el espacio pensado específicamente como sede para reuniones.

3. Claro: cenas, fiestas temáticas de cualquier formato y con amplia variedad de servicios y puestas en escena, conciertos *afterwork*, etc.



1. ¿Cómo están evolucionando los congresos y grandes convenciones?
2. ¿Qué les aventaja frente a hoteles o *venues* con grandes capacidades?
3. ¿Qué tipo de programas lúdicos se organizan en sus instalaciones?

**Dzella Campos**  
Gerente Comercial de Espacio Riesco (Chile)

**“Es clave ofrecer buena conectividad en la ubicación”**

1. La responsabilidad social y la aplicación de medidas comprometidas con el medio ambiente se valoran a la hora de seleccionar sede. Creo que esto responde a un fenómeno global: hay mayor conciencia de la huella de carbono, los desechos que producen los eventos, la eficiencia energética, etc.

La calidad en los banquetes también es actualmente un factor fundamental, ya que no basta con realizar un encuentro de negocios en un lugar cómodo: hace falta un servicio de gastronomía propio y destacado. Al cliente le importa que exista variedad y calidad, pero sobre todo, que cuente con un producto seguro.

Otro tema que ha cobrado gran importancia es la conectividad. Por último, disponer de un lugar cómodo y bien conectado con suficientes estacionamientos para vehículos de todos los tamaños es clave.

2. Uno de los rasgos diferenciadores es la excelencia en el servicio, que es además personalizado. Es fundamental contar con un equipo capacitado que controle cada detalle y aspectos fundamentales como generar empatía y amabilidad con un cliente, gestionar el evento en sí y solucionar los posibles problemas que se puedan presentar. A eso se suman buenas instalaciones, servicio de restauración propio y variedad de salones versátiles y flexibles.

**Mara Anapios**  
Gerente de Marketing del Centro de Convenciones Buenos Aires (Argentina)

**“El gran interés por nuevos centros demuestra que la demanda crece”**

1. El gran interés que despierta la construcción de nuevos centros, como es el caso del Centro de Convenciones de la Ciudad de Buenos Aires (CCBA), demuestra claramente que existe una demanda creciente relacionada con este tipo de alternativas para los congresos y convenciones del futuro. El cliente manifiesta la necesidad de encontrar lugares amplios, con luz natural y espacios verdes que tiene muy en cuenta la sostenibilidad y protección del medioambiente.

2. Muchas veces, a la hora de elegir entre un hotel y un centro de conven-

ciones, el cliente duda porque cree que es lo mismo, pero no tiene en cuenta que los centros de convenciones fueron construidos a partir de una necesidad del mercado y de acuerdo a la demanda para cada lugar. La logística aplicada al acceso y circulación es mucho más ágil y directa. Esto ayuda a ahorrar tiempo de armado y desarme, ya que no hay necesidad de esperar, por ejemplo, en los ascensores.

3. Si bien no hemos comenzado a operar propondremos propuestas lúdicas que tendrán relación con la protección del medio ambiente y la vida saludable, dentro de programas de Responsabilidad Social.



**Belén Mann**  
Directora de Convenciones de Ifema (España)

**“Un recinto ferial o centro de convenciones es ágil”**



1. Hay patrones que se mantienen, como la pre-reserva con mucha antelación y procesos largos de toma de decisión en los congresos. Los médicos requieren de más apoyo del destino, pero en líneas generales es un negocio que no cambia. Sin embargo, en las grandes convenciones sí se reclama mayor flexibilidad por parte del recinto y se tarda en decidir: se preseleccionan varios destinos y se mide la idoneidad de las ofertas recibidas.

2. Un recinto ferial o centro de convenciones tiene la capacidad de ofrecer una respuesta ágil a todas las peticiones recibidas y

la asignación de un responsable de proyecto a cada acto o congreso, que actúa de puente entre el cliente y los departamentos que proveen los servicios, desde que se envía la cotización hasta que, de confirmarse, termina el evento. Las ferias y centros de convenciones ofrecemos muchos espacios de gran versatilidad, además de un servicio personalizado y cercano.

Por otro lado, los recintos feriales suelen contar con la tecnología necesaria para la realización de eventos de gran formato, plazas de aparcamiento para vehículos y camiones de carga, facilidades para agilizar el montaje y desmontaje de los distintos eventos y como parte de un amplio abanico de ventajas.

3. Obviamente es el organizador el que decide si los eventos lúdicos paralelos a su evento o congreso se desarrollan en nuestro centro o en otros lugares de Madrid. La mayoría de los que tienen lugar en el recinto de Ifema son cócteles -con o sin animación musical o de otro tipo- y cenas de gala.

**Arnaldo Nardone**  
Gerente General del Centro de Convenciones de Punta del Este (Uruguay)

**“El cliente no quiere que seamos proveedores sino socios”**

1. Los clientes actuales no quieren que pensemos sólo como proveedores de servicios sino como socios para lograr eventos exitosos. Valora que durante todo el evento haya una persona asignada que esté atenta a todos los detalles y tenga poder de decisión para resolver problemas y necesidades inmediatas, así como situaciones inesperadas. Los salones y espacios deben contar con buena decoración para generar atmósferas acogedoras para los participantes. Ya no basta solamente con las instalaciones tal y como fueron diseñadas, sino que se exige mayor cuidado y ambientación, calidad en la gastronomía, limpieza, soporte técnico profesional... eventos a medida en los que todo nuestro *staff* está comprometido al 100% y genere interacción con los delegados.

2. El compromiso con los clientes y sus eventos y un equipo 100% especializado en reuniones y eventos, no en otras unidades de negocios, des-

de una ejecutiva de ventas hasta un coordinador de salas son personal capacitado. No es la infraestructura lo que diferencia a un centro de convenciones: es la cultura de servicios especializados y eso es lo que valoran los clientes.

3. Proponemos un programa de actividades para que los delegados interactúen con el lugar. donde nos encontramos. Contamos con un entorno natural único así que proveemos de bicicletas o la posibilidad de programar clases de taichí y yoga.



## LA VOZ DEL ORGANIZADOR

1. ¿Cómo están evolucionando los congresos y grandes convenciones?
2. ¿Qué les aventaja frente a hoteles o *venues* con grandes capacidades?
3. ¿Qué tipo de programas lúdicos se organizan en sus instalaciones?

### Juan Felipe Zuluaga

Gerente de Marketing y Ventas de Plaza Mayor Medellín (Colombia)

#### “La tecnología asegura un buen retorno de la inversión”

1. El mundo de las grandes reuniones está evolucionando a pasos agigantados y los grandes recintos debemos estar preparados para atender el antes, el durante y el después de cada experiencia comercial.  
  
Otro punto importante es que estamos afrontando un cambio generacional en los equipos directivos de las compañías: ahora están más atentos a los detalles, pues los organizadores participan regularmente en eventos mundiales y conocen las nuevas formas de hacer grandes eventos y convenciones, además de convivir con las nuevas tecnologías. Se buscan los eventos sencillos pero prácticos, intuitivos y eficientes, donde el tiempo es el elemento diferencial.
2. Somos mucho más que un espacio para la realización de ferias, convenciones y reuniones: una plataforma de interacción y servicios que generan experiencias de encuentro memorables. La promesa de valor de todo centro, como en nuestro caso, debe fundamentarse en una atención personalizada de cara a la gestión global de cada evento.
3. Nos hemos alineado con la dinámica internacional, donde el diferencial a la hora de escoger un destino es la ciudad de la sede. Por eso ofrecemos a los participantes visitas para que vivir Medellín forme parte de su evento. La infraestructura de Plaza Mayor Medellín permite la inclusión de actividades *team-building* al aire libre, en un jardín de bambús.



### Sara García

Gerente Comercial de Expo Guadalajara (México)

#### “Se pueden realizar eventos con éxito y sin tecnología”

1. Los congresos y convenciones están en constante renovación y cuentan con nuevas herramientas, muchas relacionadas con la tecnología: aplicaciones móviles, realidad aumentada y la realidad virtual... La infraestructura de Internet de las sedes se vuelve vital para el buen desarrollo de los eventos. Asimismo, contar con edificios inteligentes y con prácticas verdes es un factor diferenciador. Por otro lado, se eligen destinos con buena ubicación geográfica y conectividad aérea y terrestre.
2. La existencia de una infraestructura especializada y requerimientos técnicos de los recintos feriales o centros de convenciones tales como la altura y cantidad de salones, la resistencia del suelo para la exhibición de equipos y maquinaria pesada, grandes áreas de patio de maniobras que facilitan el montaje al tener la capacidad de albergar tráileres y vehículos pesados, así como facilidades de servicios eléctricos, drenaje, suspensión o sistemas de seguridad especializados. Por otro lado, disponemos de muchos metros cuadrados y eso nos permite albergar varios eventos simultáneamente, generando sinergias entre los mismos. Las producciones audiovisuales resultan más espectaculares en los recintos precisamente por la amplitud de los espacios.
3. Observamos la necesidad de romper con formatos estandarizados con la introducción de juegos o personajes durante las pausas, música en vivo, animaciones teatrales en base a la cultura regional, deportes... y todo puede tener cabida en nuestras instalaciones.



Dentro de las actividades de los congresos, se incluyen acciones que potencien el *networking* y las conversaciones cara a cara.

## BIENVENIDOS AL ESPACIO

IFEMA CONVENCIONES Y CONGRESOS

12 PABELLONES | 97 SALAS | 2 AUDITORIOS | 2 PASARELAS



En IFEMA Convenciones y Congresos, podrás alquilar espacios para eventos, convenciones, congresos, reuniones y celebraciones nacionales e internacionales.  
**Múltiples espacios con infinitas posibilidades.**

[www.convencionesycongresos.ifema.es](http://www.convencionesycongresos.ifema.es)