



# EL FUTURO ESTÁ EN LA INNOVACIÓN

Por **Cristina Cunchillos**

Los grandes centros de congresos que se pueden encontrar en las principales ciudades del planeta son una de las opciones a la hora de celebrar conferencias y eventos de gran escala. La ventaja es evidente: en un mismo local se pueden celebrar diferentes presentaciones, sesiones de *networking*, exposiciones, reuniones de grupos de trabajo y actos sociales.

Se trata de un sector que sigue creciendo: según ICCA, la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, el número total de congresos organizados por asociaciones se duplicó en 2017, con un total de 12.212 encuentros. En consecuencia, la competencia para acoger este tipo de eventos es cada vez mayor, y no solamente entre los propios centros.

Tienen que vérselas con sedes de todo tipo que atraen a aquéllos que buscan espacios menos convencionales.

Aunque hay voces que critican la excesiva proliferación de palacios de congresos, en determinadas partes de mundo la necesidad de inversión se impone. En Latinoamérica podemos hablar de *boom*: el nuevo Ágora Bogotá se inauguró el pasado mes de octubre, mientras que Costa Rica estrenará centro de convenciones en mayo de este año. Europa no queda rezagada: el Paris Convention Centre, nada más y nada menos que el centro más grande de Eu-

ropa, abrió en noviembre del año pasado. Tampoco Norteamérica se queda atrás: en Estados Unidos, el Miami Beach Convention Center completará su renovación en 2018. No hay zona del mundo que escape a la tendencia: en Omán, la primera fase de su nuevo Centro de Convenciones y Congresos se completó en 2016 con 55 espacios para reuniones.

Según ICCA, en 2017 se duplicó el número de eventos organizados por asociaciones, hasta los 12.212

## Para las nuevas generaciones

Un elemento común a todos los centros, nuevos o existentes, es la constante inversión en tecnología para ofrecer la mejor conectividad a los asistentes, así como otras innovaciones que puedan resultar atractivas a las nuevas generaciones.

El diseño de los centros de convenciones, y el de las sesiones en sí, está cambiando para adaptarse a las preferencias de los *millennials*. Espacios más flexibles con un mobiliario dispuesto de manera más informal, así como formatos más reducidos en los que sea más fácil establecer un diálogo, son algunas de las tendencias que perciben los representantes de centros de congresos de todo el mundo. También destacan los mercados emergentes a tener en cuenta en una industria cada vez más global. Ante todo y para todos no sólo el tamaño importa: flexibilidad, innovación, dedicación y creatividad marcan la diferencia.

## LA VOZ DEL RESPONSABLE DEL CENTRO DE CONVENCIONES

1. ¿Hacia dónde van las grandes convenciones?
2. ¿Qué cambios están percibiendo en cuanto a las sesiones?
3. ¿Qué mercados ve más activos a nivel mundial y cuáles tienen mayor potencial?

**Lotta Boman** Presidenta del Capítulo Europeo de IACC (Asociación Internacional de Centros de Congresos)

**“El propósito de los participantes es conectar con gente real”**

1. Veo una tendencia hacia reuniones cara a cara más pequeñas e íntimas, con una media de entre 25 y 75 participantes. Muchas de las sedes pequeñas o de tamaño mediano en países como Suecia, Gran Bretaña y Holanda esperan que esta tendencia crezca aproximadamente un 10% en este año, comparado con 2017.

2. Hoy día el propósito de las sesiones, lo que los participantes desean, es reunirse y conectar con gente “real”. Con tanta tecnología en nuestras vidas, las reuniones cara a cara se valoran tal vez más que nunca. En Sigtnahöjden, el centro de congresos y hotel que represento en Suecia, he visto una evolución hacia descansos más breves, pero más frecuentes. Esto permite a los asistentes atender los mensajes en su *smartphone*, de tal modo que cuando vuelven a la sala están más concentrados y pueden desconectar para vivir el momento.

Además, he notado que los delegados tienden a vestir de manera más informal que hace unos años. El diseño y la

decoración de las sedes definitivamente se ha vuelto más importante, ahora son espacios que reflejan la marca: quién eres o quieres ser.

3. Desde el punto de vista de Europa, todos los miembros de IACC en Suecia están viviendo un incremento de reservas para este año y de diferentes mercados como el de la construcción, el científico, la sanidad o la educación. A nivel global, por primera vez en nueve años IACC ve señales positivas en Europa y América: las reservas para el futuro avanzan a buena velocidad. Donde todavía no se siente mejoría es en Australia, una región con gran potencial.



**Toni Gámez** Directora General de Citibanamex (México)

**“Necesitamos evolucionar en la formación de quienes trabajamos en esto”**

1. Las grandes convenciones son una herramienta necesaria, y hasta podría decir indispensable, para las industrias más poderosas y globales y también para diversos gremios profesionales. Aunque hoy en día la comunicación ha facilitado contactos virtuales, los grandes negocios, las novedades tecnológicas, los descubrimientos importantes, deben ser firmados, conocidos y enriquecidos presencialmente.

2. La evolución en el mundo de las convenciones es continua. Naturalmente tenemos que estar al día en los avances tecnológicos que permitan la inmediatez en comunicación con cualquier parte del mundo. Pero también requerimos evolucionar en la formación de quienes trabajamos en esta industria, para mantener altos niveles de atención y tener personal mejor capacitado, ya que es la calidad en el servicio lo que hace la diferencia. En materia de alimentos y bebidas, además de tener un excelente sabor y estar bien presenta-

dos, también deben cumplir con las disposiciones mundiales de salud y sostenibilidad, y cubrir cualquier intolerancia o preferencia dietética. En seguridad, debemos contar con personal altamente cualificado y un equipo que permita garantizar la integridad personal y de pertenencias de los asistentes. La industria de las convenciones de manera natural evoluciona y se transforma para cumplir con públicos muy variados pero que tienen un elemento común: exigen lo mejor.

3. Los más habituales para nosotros son los congresos internacionales y las exposiciones industriales.





1. ¿Hacia dónde van las grandes convenciones?
2. ¿Qué cambios están percibiendo en cuanto a las sesiones?
3. ¿Qué mercados ve más activos a nivel mundial y cuáles tienen mayor potencial?

**Marta Gomes** Directora Departamento de Congresos de Viparis (Francia)

### “La tecnología se utiliza para mejorar la experiencia de la reunión cara a cara”

1. Las conferencias europeas, sobre todo en el ámbito médico, han crecido enormemente en los últimos diez años en cuanto a número de asistentes y atraen no sólo a delegados de varios países europeos sino de otras regiones como Asia y Sudamérica. Algunos congresos europeos se han convertido en los mayores en su campo, superando a los norteamericanos que, tradicionalmente, eran los más grandes. Lo importante de cara al futuro es ofrecer flexibilidad: los organizadores necesitan reservar con años de antelación y los centros deben adaptar sus espacios, ya sea para grandes plenarios o reuniones de grupos de trabajo.

2. Hay una tendencia clara a organizar sesiones más interactivas utilizan-

do la tecnología para mejorar la experiencia de la reunión cara a cara. Aplicaciones móviles, herramientas de *networking*, geolocalización... se usan para hacer las reuniones más relevantes para los participantes, y son especialmente importantes en el caso de grandes encuentros científicos. Hemos equipado nuestro nuevo centro con la mejor red *wi-fi* posible, de tal modo que los delegados puedan usar múltiples dispositivos al mismo tiempo.

3. El mercado europeo sigue siendo una prioridad para nosotros, con la ventaja de que tenemos congresos que firman múltiples eventos o en una rotación fija que incluye a París entre sus próximos destinos. Los congresos médicos y biotecnológicos son un foco importante para nosotros, ya que Francia cuenta con muchos líderes en esos campos, así como grupos que exploran los límites de la investigación y la innovación. El sector tecnológico es igualmente importante. Se están creando nuevos eventos y estamos viendo un crecimiento general ya que los profesionales necesitan desarrollar su conocimiento de temas como la robótica o la inteligencia artificial.



**Rolando Aedo** Representante oficial de Ventas y MKG de Miami Beach Convention Center

### “Antes no querían que los asistentes utilizaran su teléfono y ahora se les anima”

1. Durante años se ha hablado de la muerte de las conferencias por la evolución de la tecnología, pero en realidad lo que ocurre es todo lo contrario: estamos viendo más volumen de eventos, pero muchos de ellos son más pequeños, de 1.500 delegados o menos, y más especializados. Para los *meeting planners*, sobre todo en conferencias rotativas, es importante atraer representantes de diversas regiones y para ello una buena conectividad como la que ofrece Miami es esencial.

2. La tecnología se ha convertido en una herramienta que forma parte

de la conferencia y facilita la interacción, en lugar de ser una distracción. Para los *millennials*, que son quienes van a manejar el mercado, la tecnología y el uso de las redes sociales es algo fundamental. Antes no se quería que los asistentes utilizaran sus móviles en las sesiones, pero ahora se les anima a que lo hagan para intervenir.

3. Destacan mercados como Canadá, Argentina, Brasil y Colombia, y en Europa los principales son Alemania, Inglaterra y Francia. Nos enfocamos en sectores como las asociaciones de seguros, legales, farmacéuticas, tecnológicas o financieras, con clientes de calidad. Antes en el centro de convenciones se hacían muchas ferias para el público local, que además generaban grandes problemas de tráfico en las inmediaciones. Con la renovación del centro queremos enfocarnos más en congresos internacionales.



**Belén Mann** Directora de Congresos y Convenciones de IFEMA (España)

### “Los clientes son más exigentes en cuanto a los servicios de restauración”

1. En líneas generales, el ámbito de las convenciones se mantiene con respecto a años anteriores, repitiendo su cita un buen número de organizaciones e incorporándose nuevas con eventos de distintos formatos. No obstante, desde la perspectiva de la experiencia de IFEMA en su agenda de convenciones, no existen cambios notables en el número de asistentes o en los formatos escogidos por los organizadores. La duración sigue rondando de uno a tres días. Sí que hemos observado que nuestros clientes se han vuelto más exigentes con los servicios de restauración y buscan un equilibrio entre comida sana e innovación.

2. El formato de las ponencias sí que ha evolucionado. En estos momentos se busca más interacción y cercanía entre ponentes y moderadores, y entre éstos y el público asistente. Ha evolucionado también la propia puesta en escena, dejando atrás las tradicionales mesas presidenciales, que han sido sustituidas por mesas redondas con tres o cuatro ponentes, lo que permite mayor flexibilidad, más intercambio de opiniones y mayor agilidad en las exposiciones. Incluso en la elección de espacios, también se ha evolucionado hacia la búsqueda de escenarios minimalistas. En cuanto

al recurso a nuevas tecnologías, hay una clara tendencia a demandar entornos digitalizados y equipados con red *wi-fi* que permita garantizar la comunicación y difusión de sus contenidos.

3. Los más activos continúan siendo los mercados tradicionales como el americano, británico o algunos de Europa central como Alemania, Francia y Bélgica. En los últimos dos años hemos empezado a notar la presencia de algunos mercados emergentes como el chino, el ruso y el indio. En este sentido, España va ganando terreno con un despegue de la actividad en los últimos años, como se constata en la creciente programación de eventos y convenciones que registramos cada año.



**Gillian Taylor**

Directora de Desarrollo Corporativo de Oman Convention & Exhibition Centre

### “Todo el mundo habla de sesiones con más interacción con la audiencia”

1. Omán ya era un destino atractivo para reuniones, pero gracias al nuevo Centro de Convenciones y Congresos ahora puede atraer grandes congresos globales. Todo el mundo quiere captar estos grandes eventos, pero su número no se está incrementando y la mayoría de congresos de asociaciones tienen menos de 1.000 delegados. La clave para atraer grandes congresos es la colaboración con asociaciones locales. Trabajamos con más de 120 líderes en sus diferentes campos y con el *convention bureau* para captar estos eventos y ayudar al país a alcanzar sus objetivos estratégicos y económicos. En cuanto a duración, la mayoría de las conferencias que hemos acogido por ahora son de tres a cinco días, aunque los eventos regionales tienden a ser más cortos.

2. Todo el mundo en la industria habla de sesiones con más interacción con la audiencia, creando comunidades que participen activamente y usando las redes sociales para adaptarse a un nuevo tipo de audiencia multicultural y multigeneracional. Omán es un país moderno, joven y tecnológicamente avanzado y con el nuevo y totalmente digitalizado

Omán Convention & Exhibition Centre estamos preparados para los nuevos retos.

3. El Reino Unido y Europa en general siempre han sido mercados importantes. Muchas sedes de asociaciones están en Bruselas, Ginebra y Londres y numerosos líderes de opinión y expertos de Omán estudiaron en Europa y tienen buenos contactos allí. India y otros centros de poder asiáticos están cerca. Hemos atraído importantes congresos médicos y con el desarrollo de puertos hay un gran potencial para conferencias de logística y transporte, agricultura o petróleo.



## LA VOZ DEL RESPONSABLE DEL CENTRO DE CONVENCIONES

1. ¿Hacia dónde van las grandes convenciones?
2. ¿Qué cambios están percibiendo en cuanto a las sesiones?
3. ¿Qué mercados ve más activos a nivel mundial y cuáles tienen mayor potencial?

**Shaun Hinds** Presidente Ejecutivo de Manchester Central (Reino Unido)

**“Una de las tendencias es fusionar eventos y que el delegado pueda elegir”**

1. Las cosas están cambiando. Antes los centros de congresos tenían un papel claro, pero con la emergencia de *venues* menos usuales tenemos que encontrar nuevas formas de captar la atención del cliente. Para grandes congresos y exposiciones jugamos con ventaja porque Manchester Central es la única opción en la ciudad. Nuestra aspiración es crear conferencias que sean más del tipo de festivales, involucrando a distintas partes de la ciudad, socios locales y poder con ello implementar programas que incluyan actividades complementarias. También debemos responder a los cambios e invertir en nuestras instalaciones. Siendo un edificio clásico como es la antigua estación de ferrocarril, resulta más costoso, pero al mismo tiempo eso nos permite ser un icono arquitectónico.

2. Una de las tendencias es la fusión de eventos, permitiendo a los delegados elegir entre diferentes temas o corrientes dentro de una misma conferencia. Los organizadores buscan formas de lograr esto sin perder el beneficio de tener a todos los delegados juntos. Para ello los *venues* tienen que ser versátiles. Además, la tecnología facilita la interacción, tanto desde dentro como desde fuera de la sala. El reto es encontrar el balance perfecto y permitir esta flexibilidad mediante la inversión en tecnología, y al mismo tiempo conseguir que los delegados sigan asistiendo al evento.

3. Continuamente buscamos inversiones en investigación y desarrollo, contactando con organizadores de congresos en el extranjero. Nuestro principal mercado es el doméstico, pero Manchester cuenta también con numerosas conexiones aéreas internacionales, por ejemplo, con China y Estados Unidos, y éstos son algunos de los mercados clave que queremos atraer, así como India y el resto de Europa. A pesar de la incertidumbre sobre el Brexit, por el momento no hemos notado un descenso en consultas desde Europa y tenemos confianza en que Manchester seguirá siendo una opción atractiva, estemos dentro o fuera de la Unión Europea.



Exposiciones



Negocios



Congresos y Convenciones



Sociales

Centro  
**citibanamex**  
Centro de Convenciones y Exposiciones, CDMX

## Más de ...

- ▶ **11,500 eventos** realizados
- ▶ **28 millones de visitantes**
- ▶ **92 millones de m<sup>2</sup>** utilizados
- ▶ **7.7 millones de cubiertos servidos**

Creamos Mexico Congress City

Primer recinto en Latinoamérica que consiguió el certificado EarthCheck Gold por nuestro **compromiso real con el medio ambiente**

Albergamos el **congreso médico internacional más grande**. *Congreso Mundial del SIDA*

Primer Exposición en el país con más de 60 mil m<sup>2</sup>

Graduación de estudiantes de derecho con **más de 5,250 personas**. **La más grande de su tipo** en CDMX

Estacionado más de **28,000 autos** en **2 días**

## ¡Contáctanos!



[www.centrocitibanamex.com](http://www.centrocitibanamex.com)

/CentroCitibanamex

@CentroCitibnmx

@CentroCitibnmx

**Location:** Conscripto #311, Lomas de Sotelo, 11200, Del. Miguel Hidalgo, CDMX / 5268 2000