

## GRANDES RECINTOS ¿PARA GRUPOS GRANDES?

Por **Cristina Cunchillos**

Para eventos multitudinarios se ofrecen los grandes recintos feriales y centros de convenciones y exposiciones. Pero estos espacios a menudo son considerados como demasiado fríos e impersonales y, en muy pocas ocasiones, una opción para eventos de menos de 500 participantes. Sin embargo, esta percepción no tiene por qué ser justa.

Lo cierto es que son generalmente espacios que lo tienen todo. Además de salas de gran capacidad, disponen de otras que pueden acomodar cupos más pequeños. O incluso los pabellones más grandes se pueden dividir de forma creativa de tal modo que se pueden generar espacios más íntimos. La formación de los equipos profesionales incluye competencias relacionadas con organización de eventos de cualquier tamaño, no solamente grandes. Y ésta es una apuesta clara sobre todo en aquellos recintos ubicados en los centros de las ciudades.

Incluso para operaciones más pequeñas reivindican la comodidad de facilidades del tipo de los aparcamientos, el acceso que suele ser fácil y posible con transporte público -si bien no siempre es el caso- o la equipación con tecnología puntera. Los mejor dotados a la hora de reclamar atención como *venue* para todo tipo de eventos cuentan con hoteles en las cercanías, incluso adjuntos al recinto.

### ¿Precios competitivos?

Todo esto tiene un precio, y éste parece ser el principal inconveniente a la hora de utilizar estos espacios para eventos más pequeños. En esos casos, la mayoría de los organizadores

prefieren optar por hoteles con grandes salones, generalmente una opción más económica, u otro tipo de *venues* singulares. Casi tan importante como el precio es la flexibilidad y, en esto, los grandes recintos feriales parecen disponer de modernas armas con las que competir ante los hoteles.

### Renovación de la oferta

Es tal vez en este aspecto en el que los destinos y recintos están invirtiendo cada vez más para ofrecer espacios visualmente espectaculares y deseables. El nuevo Centro de Convenciones de Costa Rica, inaugurado el año pasado, es un buen ejemplo de ello. El edificio destaca por su diseño sostenible, inspirado en la biodiversidad del país, con una arquitectura integrada en el entorno y jardines de árboles nativos, además de todo tipo de medidas para reducir su impacto en el medioambiente.

El Greater Miami Convention & Visitors Bureau también ha invertido en la renovación y expansión de sus instalaciones, incluyendo un nuevo *ballroom* de más de 5.500 metros cuadrados. También se ha dotado al edificio de un exterior más espectacular, con una gran estructura de cristal cubierta de láminas de aluminio blanco que recuerdan a las olas del mar. La sostenibilidad y la eficiencia energética también tienen gran protagonismo en la nueva infraestructura.

**Precio y flexibilidad son las armas con las que luchan grandes centros y hoteles**

### Sostenibilidad y tecnología puntera

Y es que estos recintos deben tener en cuenta las inquietudes de las nuevas generaciones. El uso de energías renovables, el reciclaje de basuras y materiales o la aplicación de medidas para reducir el plástico de un solo uso son ya habituales en la gran mayoría de recintos feriales,



Por el contrario, la frustración de un expositor ante una mala conexión a Internet durante una feria será directamente proporcional a la del asistente que no puede compartir su presencia.

### Nuevas oportunidades

Si a la flexibilidad de los espacios y la tecnología se añade creatividad, las oportunidades para crear eventos únicos en grandes recintos pueden ser ilimitadas. No debe faltar una comunicación eficiente entre proveedores y organizadores para entender los objetivos del cliente final.

La estrecha colaboración con las autoridades turísticas o el *convention bureau* local es igualmente importante para que la oferta que recibe el potencial cliente sea sobre todo una experiencia completa y atractiva. Vender el recinto es vender el destino y todo lo que éste ofrece, y viceversa. Cualquier destino que quiera posicionarse en el sector MICE ha de invertir en la mejora y promoción de sus grandes recintos.

conscientes de la importancia, cada vez mayor, de la sostenibilidad. Y esto tanto para sus clientes como para los asistentes a los eventos que allí se celebran.

La tecnología es también cada vez más relevante a la hora de elegir sede, incluso determinante del éxito o fracaso de un evento celebrado en cualquier recinto. El uso de biometría para agilizar el registro, algo que ya se está poniendo a prueba en ferias y congresos, hará que la experiencia del asistente sea mucho mejor y menos estresante.

Una inversión en los últimos avances en tecnología audiovisual, realidad aumentada o inteligencia artificial ayuda a generar ese efecto *wow!* tan deseado y dejar en el asistente un recuerdo imborrable.

En España existen cifras que demuestran la buena salud de la que goza el sector ferial: en 2018 el número de asistentes aumentó un 18 % con respecto a 2017, según el balance de AFE (Asociación de Ferias Españolas).

Los grandes recintos cuentan con una sólida base de clientes que visitan de nuevo sus instalaciones año tras año en las diferentes ediciones de las ferias y congresos que albergan. Éstos también pueden ejercer de embajadores de la infraestructura.

Sobre todo si han podido compartir desde ellas buenas experiencias con expositores y organizadores satisfechos con el evento.

**Vender el recinto es  
vender el destino y todo  
lo que éste ofrece.  
Y viceversa**



## La voz del organizador

### DIEGO FELDBERG

CEO de Dafing Group (Argentina)



**“Los recintos deben tener sus certificados de seguridad vigentes y cumplir con todas las normas”**

#### **¿Qué ventajas ofrecen los grandes recintos en relación a otros espacios de gran capacidad?**

Son muchas las ventajas que ofrecen este tipo de espacios. En principio, las más sencillas y comunes son que los mismos por lo general están ubicados en lugares de fácil acceso y poseen amplio estacionamiento, generando con esto una facilidad para los asistentes. Dentro de las más específicas, podemos mencionar que estos espacios, por su amplitud, diversidad y versatilidad, permiten dejar volar la imaginación para lograr puestas en escena originales.

#### **¿Para qué tipos de eventos los utilizan?**

Principalmente los utilizamos para grandes muestras y exposiciones en las que el público supera los mil asistentes. Hoy muchas empresas de venta directa, con plantillas que superan las 2.000 personas, también utilizan estos espacios para sus convenciones de Ventas y reuniones de motivación. Fiestas de fin de año y lanzamientos de producto de grandes empresas son otras de las operaciones que organizamos. Si bien muchos de estos lugares poseen espacios modulares que podrían bien adaptarse para eventos de menos de 500 personas, en la mayoría de los casos los elevados costos de alquiler y requerimientos de producción hacen que para este tipo de cupos se utilicen otro tipo de *venues*.

#### **¿Qué sugeriría a los proveedores en función de las exigencias de sus clientes?**

En primer lugar, nuestros clientes exigen seguridad como condición no negociable, por lo que deben tener sus certificados vigentes y cumplir con todas las normas de seguridad e higiene. La originalidad también es fundamental ya que, al estar al tanto de tendencias por los medios y las redes sociales, para ellos muchos recursos ya no resultan novedosos. Es indispensable que los proveedores se mantengan a la vanguardia en tecnología. Por último, la flexibilidad de nuestros proveedores es fundamental para lograr que la satisfacción de nuestros clientes sea completa y así obtener un éxito seguro para con ellos y sus invitados.

## La voz del representante del recinto

#### **¿Cómo se diferencian de su competencia?**

El factor de conectividad es importante, ya que el aeropuerto internacional de Miami es la puerta de entrada a América Central y del Sur, además de ofrecer conexiones con Europa y Asia. Gracias a ello atraemos diferentes convenciones y grupos culturales que pueden disfrutar tanto del *venue* como de la experiencia del destino Miami Beach. También les ofrecemos una amplia oferta de comida y bebida para mejorar y personalizar su experiencia.

#### **¿Qué tendencias perciben en los grupos que reciben?**

Todo gira en torno a la conectividad. Los delegados de hoy en día usan diferentes dispositivos por lo que no basta con invertir en un *venue* bonito, sino que es importante que cuenten con buena conexión. La experiencia del *catering* también está cambiando y cada vez hay mayor diversidad en la oferta para ajustarse a las exigencias de los grupos. Por último, percibimos una tendencia al alza en cuanto a ser menos convencional. Trabajamos muy de cerca con los clientes, con la mente abierta, para sacar el mejor partido posible al espacio y beneficiar a los asistentes.

#### **¿En qué medida es importante la colaboración con el destino en el que se ubica, o cómo se puede aplicar para beneficio de ambos?**

Es algo de suma importancia. En nuestro caso, el Greater Miami Convention Bureau hace una gran labor en la promoción del destino y la Asociación Hotelera es quien cuida a nuestros clientes. La conexión con ellos es excepcional y nos comunicamos a diario. La información que nos proporcionan es esencial, por ejemplo para predecir cuándo van a tener lugar los eventos. Esta colaboración nos permite ser más efectivos en nuestro trabajo.

### FREDDIE PETERSON

Director General del Miami Beach Convention Center (EE.UU.)



**“No es suficiente invertir en un *venue* bonito, hay que ofrecer buena conexión para todos los dispositivos del usuario”**



**norwegian** 



# Asientos Premium a EE.UU.

- 140 cm de espacio para las piernas
- Cena de tres platos
- Bebidas complementarias, vino y cerveza durante el vuelo.
- Desayuno o un ligero piscoñis nocturno
- Sistema de entretenimiento vanguardista con pantalla táctil
- Reserva de asiento
- 2 maletas facturadas x 20 kg incluidas
- Cargador USB y toma eléctrica
- Fast Track donde esté disponible
- Acceso a la sala VIP (Premium Flex) en aeropuertos seleccionados

### FRANCISCO ARRANZ

Director Nacional MICE de Nautalia Eventos (España)



**“Normalmente alrededor de un gran centro disponemos de buena oferta hotelera y de transporte”**

#### **¿Qué ventajas ofrecen los grandes recintos en relación a otros espacios de gran capacidad?**

Los recintos feriales son amplios espacios para el desarrollo de eventos y ferias, un tipo de operación difícil de desarrollar en otro tipo de *venues* por cuestiones de capacidad. También son infraestructuras muy versátiles, que se adaptan a las necesidades que demanda un gran evento. Los profesionales que trabajan en ellos son gente con gran preparación y que están acostumbrados a adaptarse a las exigencias que un evento de gran formato precisa. Y, normalmente, alrededor de un gran centro de convenciones disponemos de una buena oferta hotelera y de transporte para poder responder a las necesidades logísticas que un gran acto de este tipo demanda.

#### **¿Para qué tipos de eventos los utilizan?**

Sobre todo los utilizamos para grandes convenciones, juntas generales de accionistas y otros eventos en los que se precisan espacios muy amplios y diáfanos como pueden ser grandes celebraciones corporativas del tipo de aniversarios de empresa, fiestas de Navidad, etc. Son eventos en los que es necesario poder contar con un amplio despliegue de audiovisuales y sonido que nos permita crear el tan buscado efecto *wow!*. Aunque siempre hay excepciones, no se suele recurrir a este tipo de espacios para eventos que cuentan con menos de 500 participantes.

#### **¿Qué sugeriría a los proveedores en función de las exigencias de sus clientes?**

Lo más importante, atendiendo a lo que a nosotros nos exigen las empresas y entidades con las que trabajamos, es que ofrezcan flexibilidad y facilidades, tanto en los aspectos relacionados con la negociación como en la preparación y el posterior desarrollo del evento. Cuando falta esto a veces las agencias nos encontramos en situaciones complicadas entre el cliente y el proveedor final.

#### **¿Cómo se diferencian de su competencia?**

Centro Citibanamex tiene la capacidad de ofrecer servicios propios e integrados de primera mano: de esta manera cuando un cliente solicita espacios y servicios en nuestro recinto accede a una amplia oferta de servicios que van desde alimentos y bebidas hasta tecnología, infraestructura y soluciones creativas. Otra ventaja es la experiencia de 17 años en operación de diversos eventos de todos los tamaños y temáticas. Conocemos el mercado internacional y hemos atraído a nuestro país, ciudad y recinto, grandes congresos internacionales que dejan una derrama económica itinerante pero muy relevante para la economía del destino.

#### **¿Qué tendencias perciben en los grupos que reciben?**

Los clientes solicitan cada vez más soluciones integradas, es decir, espacios en donde el propio recinto tenga la capacidad de ofrecer soluciones completas, ya sea directamente o de terceros. Además buscan la mejor relación coste – beneficio y esto lo logramos al ofrecer nuestro portafolio de servicios directos y de nuestras empresas hermanas (CREA, LOGRA y ALACARTA). Finalmente, pero no menos importante, están la conectividad y la velocidad de la misma.

#### **¿En qué medida es importante la colaboración con el destino en el que se ubica, o cómo se puede aplicar para beneficio de ambos?**

Definitivamente es imprescindible, pues en la gran mayoría de los casos uno de los principales factores de decisión es el país, después el destino o ciudad y finalmente el recinto. Hemos trabajado muchos años a favor de nuestro país y nuestra ciudad y estamos plenamente convencidos de seguir haciéndolo para su consolidación como un destino de excelencia para la realización de grandes eventos.

### ALEJANDRO RODRÍGUEZ

Director Comercial de Centro Citibanamex (México)



**“Los clientes piden cada vez más que el recinto tenga la capacidad de ofrecer soluciones completas”**

### LAURA TAMER

Gerente de Cuentas en CTS (México)



**“Muchos recintos ofrecen en sus instalaciones detalles sostenibles del tipo de dispensadores automáticos”**

#### **¿Qué ventajas ofrecen los grandes recintos en relación a otros espacios de gran capacidad?**

Son varias las ventajas. Por ejemplo, cuentan con *foyers* muy amplios para poder organizar más fácilmente el registro de los participantes. Suelen contar con buena altura en las salas y puntos de colgado, lo que permite crear grandes producciones. Muchos de ellos ofrecen en sus instalaciones detalles sostenibles como dispensadores automáticos de agua en los grifos de los lavabos o el jabón de manos, y la iluminación en las salas de exposiciones y áreas suele ser muy eficiente. Por último, contar con estacionamiento amplio y con costes accesibles también representa una gran ventaja.

#### **¿Para qué tipos de eventos los utilizan?**

Por lo general recurrimos a estos centros para grandes congresos y ferias, tanto de ámbito local como para eventos internacionales. En muy pocas ocasiones los utilizamos para eventos de menos de 500 participantes debido a que los espacios propuestos suelen ser muy grandes. No obstante, algunos de ellos cuentan con salones multifuncionales que se pueden utilizar para cupos pequeños.

#### **¿Qué sugeriría a los proveedores en función de las exigencias de sus clientes?**

Los clientes se preocupan más por preservar el medioambiente, reducir el impacto negativo cada vez que celebran o asisten a eventos y, por ende, se acercan a quienes les ayuden a respetar este compromiso. Uno de los retos es precisamente éste: combinar estrategias para ofrecer eventos exitosos y sustentables. Los *healthy meetings*, con propuestas como hacer de los *coffee breaks* momentos saludables; incluir alimentos bajos en calorías y con alto valor nutritivo... están tomando auge porque afectan tanto a la salud como al estado de ánimo de sus participantes. Los distintos proveedores tienen que adaptarse a esta demanda de los consumidores, además de estar siempre a la vanguardia y con lo más avanzado en cuanto a tecnología.

#### **¿Cómo se diferencian de su competencia?**

Nuestra trayectoria es el principal factor para quienes nos eligen como escenario o productores de su evento y esto nos ha permitido mantenernos como los líderes del sector. Contamos con un equipo de profesionales capacitados para organizar todo tipo de eventos y una infraestructura versátil y de última generación. Además, trabajamos con los mejores proveedores del sector, que garantizan la excelencia del servicio que ofrecemos. Finalmente, los clientes valoran la ubicación estratégica en el corazón de Buenos Aires, con facilidad de acceso en cualquier medio de transporte, cerca del aeropuerto y con amplia oferta hotelera, cultural y gastronómica.

#### **¿Qué tendencias perciben en los grupos que reciben?**

Sus gustos y costumbres evolucionan: hay una demanda cada vez mayor de experiencias personalizadas y se busca que quienes participan puedan sentirse parte de lo que está sucediendo. En todo el mundo hay un cambio de paradigma y debemos estar atentos a estas exigencias del mercado. En el caso de los eventos *B2B* y las ferias comerciales muchas empresas continúan valorando el encuentro cara a cara y la feria como medio para llegar a sus clientes.

#### **¿En qué medida es importante la colaboración con el destino en el que se ubica, o cómo se puede aplicar para beneficio de ambos?**

La Rural S.A está a cargo del control de la operación del Punta del Este Convention & Exhibition Center y es integrante de la Unión Transitoria de Empresas que se encuentra al frente del nuevo Centro de Convenciones de Buenos Aires. Creamos sinergias entre nuestras distintas operaciones y, en conjunto con el Ente de Turismo de la ciudad, trabajamos para consolidar a Buenos Aires como destino de reuniones.

### JUAN PABLO MAGIER

Director de Relaciones Institucionales de La Rural (Argentina)



**“Los clientes valoran la ubicación estratégica en el corazón de Buenos Aires con acceso en cualquier medio”**

### ANDRÉS GUZMÁN

Director de desarrollo de negocios en Frosch (Colombia)



**“El precio es fundamental y los grandes centros han de tenerlo en cuenta para competir con los hoteles”**

#### **¿Qué ventajas ofrecen los grandes recintos en relación a otros espacios de gran capacidad?**

La principal ventaja es su tamaño, que permite acoger a grupos grandes, así como la amplia oferta de alimentos y bebidas o de equipamiento audiovisual de que disponen. También cuentan con plataformas de carga y descarga que facilitan la logística para los proveedores y montadores. El estacionamiento en los centros de convenciones es también mucho mayor que en los hoteles, por ejemplo, donde a veces esto puede suponer un problema. Y encontramos que en general son más flexibles que las cadenas hoteleras a la hora de permitir recurrir a los proveedores propios en aspectos como el *catering* o los equipos audiovisuales.

#### **¿Para qué tipos de eventos los utilizan?**

Estos centros se utilizan más para grandes ferias internacionales y en ese caso las reservas se hacen a través de nuestra matriz en Estados Unidos. Desde nuestra oficina trabajamos principalmente con grupos más pequeños, por ejemplo para convenciones del sector farmacéutico, y éstos suelen preferir los centros de convenciones en hoteles, ya que las condiciones que ofrecen son más beneficiosas.

#### **¿Qué sugeriría a los proveedores en función de las exigencias de sus clientes?**

Hoy día los eventos MICE son definitivamente *price sensitive*, es decir, el precio es un factor fundamental y algo que los grandes centros de convenciones han de tener en cuenta a la hora de competir con la oferta de los hoteles. Mi consejo es que sean más flexibles y ofrezcan un producto con valor añadido. Por ejemplo, hay empresas que tras su convención hacen un evento en una plaza pública o en otros *venues* singulares como museos. Sin embargo, con buena decoración, música y vídeos se podría generar el mismo efecto *wow!* sin salir del recinto, con el consiguiente ahorro en transporte. Se trata de combinar tamaño, precio y flexibilidad para ofrecer en un mismo espacio todo lo que el cliente necesita.

#### **¿Cómo se diferencian de su competencia?**

IFEMA es una marca consolidada y esto hace que nuestros clientes confíen en nosotros. Tanto en IFEMA Palacio Municipal como en Feria de Madrid contamos con personal altamente cualificado, con experiencia en el sector y comprometido con las empresas. Estamos preparados para proveer un gran volumen de servicios con varios actos simultáneamente. Actualmente estamos volcados en un proceso de transformación que incluye un salto a la digitalización de la empresa, mejora de procesos en general, potenciación de políticas de Responsabilidad Social Corporativa, etc. Además IFEMA se encuentra a solo cinco minutos del aeropuerto y quince del centro de la ciudad, que ofrece una amplia red hotelera y de transporte y mucha oferta de ocio.

#### **¿Qué tendencias perciben en los grupos que reciben?**

Existe un claro aumento en el número de eventos así como en el número de asistentes. Los organizadores tienden a buscar espacios más flexibles. En cuanto a servicios, observamos que ha disminuido el presupuesto destinado al *catering* y que hay una mayor demanda de servicios de telecomunicaciones para cubrir las necesidades tecnológicas de los eventos. Específicamente en el sector congresual, las sociedades cada vez más solicitan al Convention Bureau apoyo para que el congreso deje un legado en la ciudad.

#### **¿En qué medida es importante la colaboración con el destino en el que se ubica, o cómo se puede aplicar para beneficio de ambos?**

La colaboración con el Madrid Convention Bureau es clave para promocionar la ciudad de Madrid y los espacios de IFEMA. Con ellos trabajamos mano a mano en candidaturas de congresos, eventos corporativos y ferias de organización externa.

### ITZIAR BENGURIA

Cerente comercial de IFEMA Convenciones y Congresos (España)



**“Los organizadores han reducido el presupuesto en *catering*”**