

8° FORO POLITICO

Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones

28 de octubre de 2021

Cartagena de Indias, Colombia



FIEXPO
Latin America



Cláusula de confidencialidad:

El contenido de este documento es propiedad intelectual de FIEXPO.
Su uso, distribución y publicación en páginas webs oficiales sin autorización escrita de FIEXPO están estrictamente prohibidos.

ÍNDICE

	Página
8° Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones	8
Introducción	8
Participantes	10
Premio Forum 2021	12
Debate Oficial del 8° Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones	21
Global Association Meetings Protocol	28

INTRODUCCIÓN

El 8° Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones de FIEXPO se realizó el pasado 28 de octubre de 2021, en la ciudad de Cartagena, Colombia, quien fue el destino anfitrión de dos de los eventos más importantes de la Industria de Reuniones y Eventos a nivel global, el 60° Congreso Mundial de ICCA y la décimo cuarta edición de FIEXPO Latin America.

El encuentro se realizó de forma presencial donde estuvieron presentes las más altas autoridades de Turismo, Ministros, Viceministros, Alcaldes, Subsecretarios, Embajadores y profesionales representantes de las Asociaciones Internacionales de la Industria de Reuniones.

El Foro Político es un ámbito estratégico para mantener una conexión imprescindible con los gobernantes, el sector privado y los clientes, generando una conexión que garantice que todo el trabajo que se ha desarrollado por parte de la Industria de Reuniones durante los últimos veinte años no se pierda, y más aún luego del camino de éxitos transitado de la última década para Latinoamérica.

El Foro se ha convertido en un espacio único y de referencia, en el cual se han creado nexos de alto valor entre ambos sectores que han permitido el crecimiento sostenido de la región y un profundo entendimiento entre ambas partes de cómo trabajar más unidos profesionalmente para alcanzar nuestros objetivos y metas, un espacio donde nuestro sector ha podido expresar sus ideas y necesidades como industria, generando cambios y mejoras de alto impacto en todos los destinos.

La octava edición del Foro Político representó una instancia fundamental para el intercambio sobre políticas y estrategias que permitan la recuperación de los destinos latinoamericanos, en donde los eventos sean considerados por los gobiernos como agentes principales de la recuperación, renovación, y del desarrollo de la sociedad en su conjunto.

En esta oportunidad como invitado especial participó el Maestro Darío Flota Ocampo, director general de turismo de Quintana Roo quién expuso sobre las acciones desarrolladas en su estado para la reactivación progresiva e integrada y la importancia de contar con un plan estratégico.

Los tres temas centrales desarrollados en esta edición fueron presentados por tres Keynote Speakers que simbolizan el espíritu del Foro Político.

Los conferencistas fueron el Sr. Guy Bigwood, Managing Director and Chief Changemaker del Global Destination Sustainability Movement (GDS-Movement) cuya misión es co-crear estrategias, mentalidades y conjuntos de habilidades sostenibles y circulares, empoderando a los destinos para crear lugares regenerativos.

El presidente de ICCA, Sr. James Rees, quien representa a una de las entidades globales más representativas e influyentes de nuestra industria de reuniones, como voz del sector privado y la Sra. Juliana López, Board member de AIPC la Asociación Internacional de Centros de Convenciones, con representación en más de 60 países de todo el mundo, enfocada específicamente en las dificultades, oportunidades y desafíos que enfrentan los centros de convenciones y exposiciones, promoviendo la dimensión multicultural de la industria de reuniones internacionales y el papel que desempeñan las instalaciones para mejorarla.

Los tres conferencistas invitados dieron su visión y su perspectiva para luego pasar a un intenso debate con los Ministros y Viceministros de Turismo, así como con los representantes de las más importantes entidades globales de nuestro sector tales como AIPC, ICCA, COCAL, SITE, UFI, IAPCO, PCMA MPI, entre otras.

El presente documento fue diseñado y elaborado por el equipo de FIEXPO LATIN AMERICA e incluye un estudio realizado por nuestro Industry Partner ICCA, denominado The Global Association Meetings Protocol y cuyo propósito es identificar cómo los clientes y los destinos pueden colaborar de manera más efectiva en un mundo en rápida evolución.

Esperamos que este documento sea de mucha utilidad para seguir trabajando juntos para nuestra región y en beneficio de nuestras comunidades.

FIEXPO Latin America

PARTICIPANTES



Pablo Sismanian
 Director de Productos Turísticos
 INPROTUR (ARG)



Yanina Martínez
 Secretaria de Promoción Turística
 de la Nación. Ministerio de Turismo
 y Deportes de la Nación (ARG)



Toni Sando
 Presidente Ejecutivo
 San Pablo Convention Bureau (BRA)



Andrea Wolleter
 Directora Nacional
 SERNATUR (CHI)



Ricardo Galindo
 Viceministro
 Viceministerio de Turismo (COL)



Gilberto Salcedo Ribero
 Vicepresidente
 Vicepresidencia de Turismo
 ProColombia (COL)



William Dau
 Alcalde
 Alcaldía de Cartagena (COL)



Gustavo Segura Sancho
 Ministro
 Instituto Costarricense de Turismo (CR)



Sandra Alejandrina Morales
 Embajadora
 Embajada de El Salvador
 en Colombia (SAL)



Morena Ileana Valdez Vigil
 Ministra
 Ministerio de Turismo (SAL)



Darío Flota Ocampo
 Director General
 Consejo de Promoción Turística
 de Quintana Roo (MEX)



Mauricio Aaron Reyna
 Director General de Innovación
 del Producto Turístico
 Secretaría de Turismo (MEX)



Eugenia Powell
 Directora de Ventas y Servicios
 PROMTUR - Fondo de Promoción
 Turística de Panamá (PAN)



Sofía Montiel
 Ministra
 SENATUR - Secretaría
 Nacional de Turismo (PAR)



Roque Baudean
 Director Nacional de Turismo
 Ministerio de Turismo (URU)



Arnaldo Nardone
 Director
 FIEXPO Exhibitions Group

KEYNOTE SPEAKER



Senthil Gopinath
 CEO
 ICCA

KEYNOTE SPEAKER



Juliana Lopez
 Presidenta
 AIPC Board Member
 Grupo Heroica AIPC



Angelo Calderón
 Guayaquil Convention Bureau
 E.P. Municipal de Turismo
 de Guayaquil (ECU)



Óscar Rueda
 Director de Presidencia Ejecutiva
 Banco de Desarrollo de América Latina
 CAF



Lucio Vaquero
 Director Regional, LATAM
 PCMA

KEYNOTE SPEAKER



James Rees
 Presidenta
 ICCA



Mario Caijao
 Presidente
 AFIDA

KEYNOTE SPEAKER



Guy Bigwood
 Managing Director and
 Chief Changemaker
 Global Destination Sustainability
 Movement (ESP)



Ori Lahav
 Presidente
 IAPCO



Elizabeth Tovar
 Presidenta
 COCAL



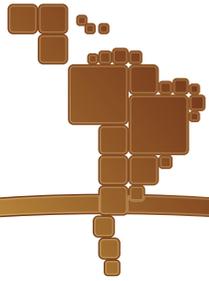
Ana Maria Arango
 Directora de Sponsorship & Partnerships
 Directora Regional, LATAM - UFI



Fernando Amado
 Director de Turismo
 Intendencia Municipal de Montevideo (URU)



Sergio Díaz-Granados
 Presidente Ejecutivo
 Banco de Desarrollo de América Latina
 CAF



8° FORO POLITICO

Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones

PREMIO FORUM 2021



Gilberto Salcedo Ribero
Vicepresidente
Vicepresidencia de Turismo
ProColombia (COL)



8° FORO POLÍTICO LATINOAMERICANO SOBRE TURISMO DE REUNIONES

28 de Octubre, Cartagena de Indias, Colombia

El **8° Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones**, a cargo de FIEXPO Exhibitions Group, se llevó a cabo en el hotel Intercontinental de Cartagena de Indias, Colombia, el 28 de octubre de 2021. Contó con la presencia de importantes autoridades gubernamentales y de referentes de la industria de reuniones.

El señor director de FIEXPO Exhibitions Group, Arnaldo Nardone, saludó a los participantes y pronunció un discurso que dio apertura al foro.

Se refirió a la industria del turismo de reuniones como la llave para recuperar las economías de los destinos del daño causado por la pandemia.

Afirma que la Industria de Reuniones está interconectada con todos los sectores de la sociedad. Por lo que plantea que es necesario tener una visión más amplia por el efecto transversal que tiene en todos los sectores. Indicó además que los diecisiete objetivos de la ONU tienen una conexión absolutamente clara con el sector del Turismo de Reuniones.

Recordó que esta industria al final del año dos mil diecinueve se posicionó como la décimo tercera economía del mundo si se compara con economías mundiales, generando 2.5 trillones de dólares estadounidenses de producción en ventas comerciales, servicios tanto directos como indirectos, 26 millones de empleo y cada dólar que se gasta en el destino se multiplica por 1.36 adicionales.

Puntualizó que si bien el siguiente dato se ha mencionado en varias oportunidades es importante reiterar que un delegado que participa de una conferencia internacional, según ICCA, gasta 645 dólares por día de alojamiento y un delegado, que participa de una reunión latinoamericana, gasta 486 dólares por día.



Estos son datos, realidades, y hay un fenómeno, además, que, dependiendo el país, este impacto que recibe la economía puede tener incidencias que van del 18% hasta el 36% en los ingresos por turismo de los países que realmente han planificado.

Nardone calificó fundamentales el trabajo en equipo del sector público y privado y la planificación estratégica con acciones hoy para obtener resultados mañana. Esto lo ejemplifica con cifras concretas del retorno por inversiones.

Comienza mencionando a Colombia, país anfitrión de FIEXPO, donde la industria de reuniones genera 2.4 billones de dólares americanos, 218 mil empleos, 4 millones de noches de hotel por año, y representa el 23% del total de los ingresos por turismo en este país.

Continúa con el ejemplo de Argentina, el primer destino de toda América Latina en el ranking ICCA donde esta industria significa 2500 millones de dólares de ingresos anuales, 219 mil empleos, 1 de cada 4 turistas que ingresa al país es para asistir a reuniones y representa el 25% del total de los ingresos por turismo. Luego, hace referencia a Chile, que recibe 452 millones por año 47 mil empleos y es el 18% del total de los ingresos.



Prosigue presentando el caso de Paraguay, donde la Industria de reuniones significa 165 millones de dólares de ingresos anuales, 23 mil empleos directos y es el 28% del total de los ingresos por turismo. Puntualizó además que este destino del año 2018 al 2019 creció un 51% porque se focalizaron y fueron a un plan estratégico.

Nardone catalogó el retorno sobre la inversión de la Industria de reuniones como increíble e hizo referencia a experiencias como la de Chile que en el año 2019 postuló con 56 candidaturas y ganó 46, lo que se traduce en un 82% de efectividad. La inversión realizada por el destino para ganar esas candidaturas fue de 68 mil dólares, y como contrapartida el destino ganó 75 millones de dólares por esos eventos ganados.

A continuación, dio el ejemplo de Panamá, que ganó el Congreso Mundial de Cardiología El Vigésimo noveno, donde participaron cuatro mil delegados, veintisiete mil room nights, y el destino invirtió 202.5 mil dólares y generó 19 millones de dólares en un solo evento.

Por otra parte, presentó el caso de Viena donde el buró recibió un fondo de apoyo de 4 millones de euros para potenciar la captación de eventos, y que utilizando hasta el momento el 60% de ese aporte captaron 242 reuniones con un valor estimado de 371 millones de euros.

Nardone enfatizó que la reactivación económica está en el Turismo de eventos y reuniones, porque así lo demuestran las cifras de estudios realizados por compañías consultoras de destinos con sus Universidades, cifras reales y se está mostrando con cifras de países y ciudades exitosas.

Reiteró la importancia de ser proactivos y de tener una estrategia a largo plazo, pensando en acciones a realizar hoy. Se debe trabajar con un gran equipo en un esfuerzo mancomunado del sector privado y público, donde la toma de decisiones en base a información obtenida de fuentes oficiales y datos concretos, y que el desarrollo de la Industria de Reuniones se convierta en una política de estado, políticas de ciudad y políticas de los propios Ministerios de Turismo.

A continuación, dio la bienvenida al señor alcalde de Cartagena de Indias, William Dau. En sus palabras se congratuló por el significado del encuentro cara a cara y por dar comienzo a un nuevo capítulo del turismo de reuniones.



Cartagena de Indias tradicionalmente ha sido escenario de importantes encuentros, como lo es FIEXPO Latín América, y este 8.º foro político «es una oportunidad para que entre todos, desde las lecciones aprendidas que nos ha dejado esta pandemia y desde la responsabilidad que nos compete con la sostenibilidad del turismo y el planeta, formulemos acciones e iniciativas concretas que nos permitan de manera conjunta avanzar en la reactivación responsable y sostenible».

La otra autoridad que dio la bienvenida fue el viceministro de turismo de Colombia, Ricardo Galindo, quien saludó a todos los presentes y expresó su deseo de abrir este encuentro con unas palabras que a su criterio definen bien el futuro del turismo en el mundo: «Trabajar en aras de un crecimiento inclusivo significa lograr que todos se sumen a una mejor visión del turismo. Solo así la reanudación de las actividades en nuestro sector puede beneficiar a las personas y comunidades que más lo necesitan en estos momentos, y forjar los cimientos de un futuro mejor para todas las personas» (pronunciadas por el secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, el Día Mundial del Turismo 2021).

Agregó que ese llamado al turismo inclusivo llegó en medio de la recuperación económica mundial y, sobre todo, de la reactivación del turismo. En el 2018 el turismo de reuniones en Colombia generó ingresos por 2451 millones de dólares; se realizaron 67 951 eventos con 5.2 millones de asistentes que reservaron casi 4 millones de habitaciones de hotel. En 2021 han marcado un camino para la reactivación económica segura y lo van logrando paso a paso.



A continuación, Darío Flota Ocampo, director general de turismo de Quintana Roo, expuso sobre las acciones desarrolladas en su estado para la reactivación progresiva e integrada.

Contó que ante la incertidumbre de cuánto duraría la pandemia y cuándo retornarían las actividades, decidieron lanzar un primer comunicado de empatía con los visitantes, y surgió así una emotiva campaña publicitaria que recomendaba quedarse en casa y transmitir que el paraíso podía esperar.

También mencionó el plan estratégico y dijo que se basó en tres ejes fundamentales: proteger la salud, apoyar a las familias y estar preparados para el retorno a la actividad turística.

Por la relevancia que tiene el turismo en ese estado —86% del PBI— se trabajó en identificar protocolos y crearon la CPPSIT (Certificación en Protección y Prevención Sanitaria en Instalaciones Turísticas), con más de 70 mil horas de capacitación en una plataforma en línea, gratuita y disponible para todos los sectores involucrados.

Culminó invitando a presenciar la transmisión del video publicitario que muestra la clave de la campaña: visitar el Caribe mexicano tiene lo mejor de dos mundos, la esencia de México y la vibra del Caribe.

Posteriormente se escuchó el mensaje de Sergio Díaz-Granados, presidente ejecutivo del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), quien enfatizó el potencial del turismo de reuniones como dinamizador de la economía.

Hizo mención a las consecuencias del confinamiento y destacó el protagonismo de la tecnología, que con las plataformas digitales dio lugar a la aparición de los eventos híbridos, hoy convertidos en tendencia. Eso constituye un desafío para los sectores involucrados, ya que obliga a redefinir rutas, con propuestas innovadoras y atractivas que capturen el interés de organizaciones y potenciales participantes a la hora de definir los destinos y las locaciones para el desarrollo de eventos. Señaló, además, que resulta preciso asimilar el aprendizaje de los últimos meses y mostrar qué tan creativos pueden ser para convertir esa experiencia tortuosa en una oportunidad.

A continuación, se anunció el primero de los tres temas propuestos para este foro: Los nuevos paradigmas de la sustentabilidad, prioridades y desafíos para la industria ante el cambio climático y se le dio la bienvenida al invitado internacional para conferenciar al respecto.

Guy Bigwood, Chief Changemaker de Global Destination Sustainability Movement, informó que su organización ayuda a los destinos para que se conviertan en mejores lugares para visitar y sean más regenerativos y sostenibles. Subrayó la importancia de crear eventos que contribuyan al cambio que el planeta necesita y estimulen una revolución regenerativa. Entre los factores para impulsar dicha revolución hizo referencia a acelerar la transición hacia el cero en emisiones de carbono; impulsar la innovación hacia una economía circular; construir asociaciones con la naturaleza para restaurarla; impulsar una alimentación saludable y regenerativa; fomentar la colaboración para construir economías locales inclusivas y prósperas; crear mejores experiencias para los visitantes y aumentar la competitividad de las ciudades.

Entiende primordial generar experiencias magníficas para los visitantes y lograr que cuiden más el planeta, para que aumente la sostenibilidad. Habló sobre la conveniencia de utilizar los eventos para avanzar hacia un mundo mejor con una vida mejor, lo que significa cambiar prácticas, metodologías de trabajo, maneras de pensar, desarrollo urbano y económico. «*Todos tienen que ganar de esta actividad*», concluyó.

Finalizada la exposición del primer tema, el moderador dio comienzo al debate entre las autoridades presentes.

Hizo uso de la palabra la Directora Nacional de SERNATUR, Andrea Wolleter, quien transmitió que en Chile se han tomado iniciativas para legislar, con metas ambiciosas y acciones concretas que aseguren la sostenibilidad. Entiende que entre todos tienen que hacer un esfuerzo para pensar en cómo se quiere el turismo del futuro y trabajar en ese sentido.

El viceministro Ricardo Galindo informó que en Colombia crearon la política de turismo sostenible, llamada Unidos por la naturaleza, que abarca la sostenibilidad como factor de calidad y competitividad. Agrega que ante la inquietud de aterrizar esa política y llevarla a los empresarios, se lanzó la plataforma Colombia, turismo sostenible, para brindarles información especializada.

Sofía Montiel, ministra de turismo de Paraguay, mencionó las medidas adoptadas en su país y transmitió el compromiso socio-ambiental que ofrecen a los organizadores de eventos, con acciones concretas para contribuir a la mitigación de los efectos negativos.

Por su parte, el ministro de turismo de Costa Rica, Gustavo Segura, contó que al posicionamiento en biodiversidad decidieron relanzarlo con el término bienestar; porque lo entendieron más inclusivo y que abarca conceptos de turismo regenerativo.

En la misma línea, Eugenia Powell, directora en PROMTUR Panamá, se refirió al llamado plan maestro de desarrollo sostenible que crearon hace un año y dijo que aspiran llegar al 2025 como destino sostenible de clase mundial.

«*La industria de reuniones es en sí una industria sostenible*» afirmó Elizabeth Tovar, presidenta de COCAL.

Por otra parte Gilberto Salcedo, vicepresidente de turismo de Procolombia, expresó: «la sostenibilidad dejó de ser una tendencia para ser una exigencia», refiriéndose a la industria de reuniones como industria del relacionamiento por su transversalidad, impacto y capacidad para activar negocios.

A continuación, se presentó el segundo tema del foro: Los eventos y las reuniones como instrumentos para lograr una rápida recuperación de la industria

pospandemia, y se le dio la bienvenida a los conferencistas James Rees, Presidente de ICCA, y Senthil Gopinath, CEO de ICCA.

Rees mostró su optimismo ante la apertura de los destinos y lugares a los eventos internacionales, y destacó el valor de los encuentros presenciales cara a cara. Se refirió a la revolución digital por la flexibilidad e inclusión que genera en las personas. Ve la digitalización de la industria de eventos como una oportunidad para garantizar el tradicional intercambio de conocimientos —fundamental para el éxito de los congresos— a quienes puedan asistir y a los que no puedan, también.

Puntualizó que la mejor manera de generar nuevas ideas y verdadera innovación es salir del entorno cotidiano e interactuar con otras personas. Planteó estar preparados para adaptar el futuro de la industria de reuniones y utilizar un diseño innovador, que abarque los valores tradicionales de la transferencia de conocimientos y el legado, combinados con lo mejor de la tecnología moderna.

Por su parte, el CEO de ICCA, Senthil Gopinath, celebró el compromiso regional con las iniciativas sostenibles mencionadas en el foro y se refirió al compromiso adquirido por ICCA, y por otras organizaciones internacionales pertenecientes al GMID, sobre la iniciativa de emisión cero con respecto a la contribución de la industria de reuniones para mitigar los impactos del cambio climático.

Posteriormente, Gopinath enfocó su discurso en cómo la industria de reuniones ya se encuentra en el camino hacia la recuperación y reactivación, resaltando como ejemplo el hecho de que el Congreso Mundial de ICCA se había realizado hace un par de días en la misma ciudad de Cartagena con todos los protocolos de bioseguridad requeridos. De igual forma, enfatizó en que ICCA ha apoyado la campaña de comunicación con todos los líderes políticos para demostrar la capacidad de nuestra industria en administrar de forma integral los participantes y actores involucrados en los congresos, permitiendo una mejor implementación y seguimiento de un sistema de bioseguridad. Gopinath se mantiene optimista en el camino consistente hacia la reapertura total de la industria y el entendimiento y apoyo demostrado por los líderes políticos de toda la región.

Asimismo, Gopinath se refirió sobre el futuro inmediato de la industria hacia una economía mucho más colaborativa, indicando que la única forma de avanzar como sector y de alcanzar un crecimiento sostenible es a través de iniciativas colaborativas.

Enfocó el resto de su intervención en resaltar que la industria de reuniones venía de años con mucho crecimiento, sin embargo, aparentemente se descuidó el reentrenamiento de los equipos. La pandemia aceleró la necesidad de reentrenar los equipos en nuevas habilidades para mantener la competitividad.



Un enfoque multidisciplinario será fundamental. De igual forma enfatizó en la innovación como gran motor de crecimiento y en cómo todos los actores debemos incentivar la innovación como ventaja competitiva para ofrecer mejores servicios, infraestructura y experiencias a los clientes.

Por último, compartió con la audiencia que nuestra industria sigue creciendo en medio de la pandemia a nivel global. Se muestra optimista por las proyecciones de crecimiento que el sector financiero proyecta para la industria de reuniones y eventos. Resalta que la industria, evaluada en 800 billones de dólares actualmente, se duplicará en los próximos 5 años, mostrando un crecimiento mucho más rápido en un mediano plazo comparado con otros segmentos del turismo. El éxito de nuestra industria dependerá de la flexibilidad de nuestra oferta, de nuestra estrategia y de nuestros equipos.

Finalizada la exposición del segundo tema, el moderador dio comienzo al debate entre las autoridades presentes.

La señora embajadora de El Salvador, Sandra Morales, contó que están llevando a cabo el proyecto surf city en su país, a consecuencia del aprendizaje que les dejó organizar el primer campeonato bio seguro de surf en medio de la pandemia. Sugirió «*pensar fuera de la caja*» y ser innovadores, disruptivos y osados para generar nuevos nichos de mercado.

Gilberto Salcedo ejemplificó cómo unidos pueden salir de esta situación y reactivar la industria al destacar el papel activo que desempeñó la red de burós en Colombia, ya que vio una oportunidad en momentos de crisis y está generando muy buenos resultados.

Por su parte, Mario Cajiao, presidente de AFIDA, opinó que durante la pandemia quedó demostrado que no son recintos ni infraestructuras, sino humanos que trabajan para sacar esta industria adelante, que generan empleo y que poseen la capacidad de entregar esa calidez y pasión latinoamericana que los caracteriza para vender y ofrecer servicios.

El encargado de turismo de reuniones de SERNATUR, Claudio Sances, habló sobre lo beneficioso que ha resultado el programa Meet in Chile para traer eventos internacionales a su país, así como el trabajo colaborativo con integrantes de la Alianza del Pacífico para traerlos a Latinoamérica. En Chile continúan muy enfocados a los congresos asociativos, ya que estos les generan importantes réditos, y comenzaron a enfocarse, además, a los viajes de incentivo.

A continuación, se presenció el mensaje de la señora Yanina Martínez, secretaria de promoción turística de Argentina, quien comentó que el turismo de reuniones en su país ya es una política de estado y que alcanzaron el primer puesto en Latinoamérica en el ranking ICCA.

También se presenció un mensaje optimista de Ori Lahav, presidente de IAPCO, quien se refirió a cómo desempeñarse en el trabajo cuando la pandemia vino para quedarse.

Por último, se procedió a presentar el tercer y último tema de este foro: Aprendizajes de la pandemia y adaptación al futuro. ¿Qué ha cambiado en nuestra industria? Y se le dio la bienvenida a Juliana López, presidenta del Grupo Heroica y Board Member de AIPC.

López expresó que como última panelista trae y recoge muchos de los aspectos que se han mencionado, y eso ratifica que están todos en la misma línea. La pandemia confirmó muchas de las cosas en las que venían trabajando en la industria de reuniones, y simplemente las aceleró.

Hizo mención a varios aprendizajes y, a su vez, expresó cuáles eran los cambios. Se refirió, entre ellos, a realizar más pedagogía; ser activamente más protocolarios; tener una data precisa; aprender a compartir los riesgos con el cliente; desarrollar más los eventos híbridos; y generar atractivos para el irremplazable cara a cara.

Alentó a poner las ideas rápidamente en práctica, «equivocarse rápido para corregir el rumbo de manera rápida y trabajar mucho más articuladamente» con las autoridades gubernamentales «para lograr que la reactivación se dé como nos la estamos soñando».



Pablo Sismanian, director en INPROTUR, concordó en lo de intensificar la comunicación con las autoridades y lograr que comprendan la importancia de esta industria para el crecimiento y desarrollo de la sociedad. Hablamos de los impactos económicos señaló y más importantes aún son los impactos en conocimiento que quedan en los destinos.

Uno de los grandes legados de esta difícil etapa es el cambio en nuestra manera de hacer las cosas opinó Darío Flota. A su vez, exaltó la resistencia y la flexibilidad que tiene esta industria, que como ninguna se dobló, se detuvo y paralizó millones de puestos de trabajo; sin embargo, el regreso es sólido y consistente.

A ese tema también se refirió Lucio Vaquero, director regional de PCMA, para señalar el impacto que genera este sector en la sociedad. Destacó la importancia de concientizar al respecto y de colaborar con los funcionarios de gobierno proporcionando cifras e informes.

A esa colaboración también se refirió Arnaldo Nardone al puntualizar que es la única manera para demostrar por qué es importante este sector y, además, muestra a los gobiernos dónde invertir y qué priorizar para obtener resultados positivos y sólidos.

Para finalizar este 8° Foro, Nardone recordó la idea que surgió hace cinco años de entregar un premio en reconocimiento al sector público, por el apoyo, la dedicación y el compromiso hacia la industria de reuniones. Se refirió a la complicada época que tocó vivir y anunció que la persona que recibirá este premio se reunía permanentemente por videoconferencia, alentando a salir adelante sin bajar los brazos en ningún momento, dedicando su valioso tiempo y siempre creyendo en la importancia de este sector para su país. Por ello, llamó a Gilberto Salcedo para entregarle el premio Forum 2021.

«Pensé que estaba hablando de otro destino o de otra persona» dijo Salcedo.

«Quedo absolutamente reconocido, complacido y muy contento, además, de que venga del sector privado este reconocimiento».

Por último y como es habitual, se anunció el próximo destino sede de FIEXPOLATAM, se presentó a Panamá como destino anfitrión de las próximas ediciones de FIEXPOLATAM 2022, 2023 y 2024.



GLOBAL ASSOCIATION MEETINGS PROTOCOL

Un futuro estratégico para la Industria de reuniones a nivel global.

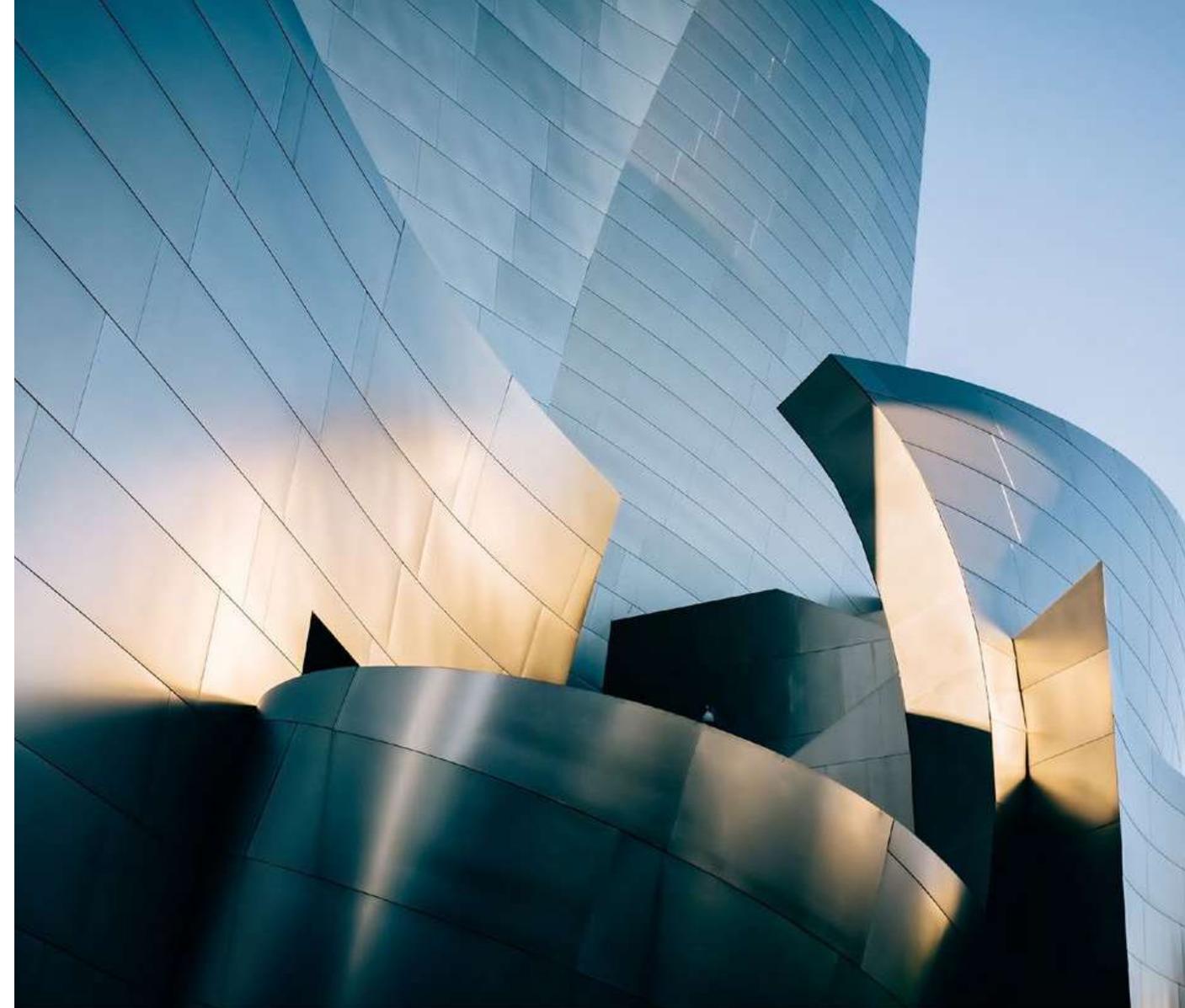
Re imaginar el futuro de los eventos durante la pandemia global ha sido uno de los mayores desafíos como industria. Durante el Congreso ICCA 2020, ICCA entregó el Protocolo de Kaohsiung como un marco de recuperación estratégica para guiar a la industria global de reuniones y eventos hacia adelante. La iniciativa también tenía como objetivo identificar tendencias y estrategias significativas que permitirían que prosperara la industria de reuniones a nivel internacional.

En el Congreso Mundial ICCA de 2021 realizado en la ciudad de Cartagena, se lanzó el nuevo Protocolo de la Industria de Reuniones the 2021 Global Association Meetings Protocol como una nueva versión del Protocolo de Kaohsiung.

Con el fin de desarrollar las directrices adicionales, ICCA encuestó a sus miembros a nivel global con las mismas preguntas del Protocolo de Kaohsiung para determinar qué prioridades habían cambiado durante el año anterior. De esta encuesta surgieron cuatro pilares clave: sostenibilidad, equidad y legado, promoción y política, planificación y mitigación de crisis y estrategia de alineación del sector.

El nuevo Protocolo de la Industria de Reuniones proporciona una visión general clara de las oportunidades y desafíos que hay por delante. Este documento se basa en el Protocolo de Kaohsiung de ICCA publicado el año 2020.

La Industria de Reuniones es excepcionalmente capaz de impulsar la recuperación de las economías, el desarrollo social y transformación.



Global Association Meetings Protocol

**A Strategic Future for the
Global Events Industry**





4 Strategic Pillars For Destinations

MMGY NextFactor identified four pillars among the top 25 client ranked strategies to help categorize the key takeaways for the ICCA Global Association Meetings Protocol. These provide a structured framework for destination leaders to optimize how they work with association clients in the future.

- #1 Sustainability, Equity & Legacy**
Sustainability, equity and inclusion, and legacy are now top of mind for association clients. Destinations should dedicate more resources to deliver on those priorities more effectively.
- #2 Crisis Planning & Mitigation**
Protocols to enhance safety, health and security should be further enhanced and codified to protect against future cataclysmic shocks, like pandemics, as well as chronic stresses.
- #3 Advocacy & Policy**
Association clients are asking destinations and their industry partners to continue advocating stridently for opening borders, reducing barriers to travel, and for the industry overall.
- #4 Sector & Community Alignment**
Providing access to local clusters of advanced industries and community leaders is critical for attracting business events in those industries and enhancing legacy outcomes for the client.



Sustainability, Equity & Legacy

The survey results showed that association clients are prioritizing sustainability; equity, diversity and inclusion; and legacy impacts more than other themes when it comes to the role that CVBs play in securing and supporting the development of business events.

The most noticeable gap across the entire survey is how clients and CVB/CBs prioritize the long-term legacy impacts from business events beyond the short-term business objectives. The #1 strategy for clients was: "Work closely with associations to help them achieve their legacy objectives," while CVBs ranked it #70. Business event-specific convention bureaus ranked it much higher at #22, but that's still a significant gap.

The other seven strategies in this pillar all focus on the impact that business events have on the environment and the local community. Association clients are facing increasing pressure from their organizations and partners to be more transparent about how they're collaborating with host destinations to decrease environmental impacts and increase benefits to a wider breadth of community members and stakeholders.

DestinationNEXT 2021 Strategy

	Client	CVB	CB
• Work closely with associations to help them achieve their legacy objectives	1	70	22
• Balance the need for growth with responsible and sustainable development	4	24	45
• Develop a sustainable tourism and events strategic framework	5	25	17
• Protect and steward the natural environment and our authentic social and cultural characteristics	17	15	31
• Improve equity, diversity and inclusion across organization staff	18	43	61
• Elevate the destination brand by promoting progressive people and organizations invested in sustainability and equality	21	32	27
• Develop new KPIs to better measure the economic and social impact of tourism and business events beyond visitor volume	22	6	6
• Increase collaboration with local community organizations to address social issues	25	63	73

CVB: Convention & Visitors Bureau (Leisure & business events)
CB: Convention Bureau (Business events only)



Crisis Planning & Mitigation

Covid-19 exposed systemic gaps and weaknesses across our industry in terms of how we're prepared to adapt to a global crisis. Also, it's not just about being prepared for a once-in-a-century pandemic. Many destinations face a host of smaller yet ongoing economic, social and environmental challenges that can impact the success of any event.

Two of the top 10 strategies for clients are: "Pay close attention to safety, health and security as a strategic consideration in our future planning," and "Develop a much more comprehensive crisis management strategy with new protocols related to all types of crises." Clearly clients are asking for their partner destinations to be much more ready for unexpected shocks.

Event professionals are also emphasizing the CVBs and their partners should be directly involved in scenario planning and risk assessment to identify potential challenges more effectively. Overall, clients feel CVBs need more effective mitigation strategies in place to be more agile and share risk more evenly.

DestinationNEXT 2021 Strategy	Client	CVB	CB
• Pay close attention to safety, health and security as a strategic consideration in our future planning	3	29	7
• Develop a much more comprehensive crisis management strategy with new protocols related to all types of crises	6	55	45
• Expand networks and collaboration with health, safety and security organizations to improve the destination's resilience to future shocks	12	53	47
• Increase direct involvement in risk assessment and mitigation strategies for business events	14	77	31
• Engage in scenario planning to help be prepared for future disruptions and opportunities	15	51	33

CVB: Convention & Visitors Bureau (Leisure & business events)
 CB: Convention Bureau (Business events only)

©HMGV NextF1



Advocacy & Policy

Destinations worldwide have been advocating for responsibly reducing barriers to travel throughout Covid-19, and clients highlighted the need for continued efforts there in the rankings. In terms of diversifying revenue for the organization, and increasing advocacy efforts within the destination, both clients and destination leaders ranked those strategies highly.

DestinationNEXT 2021 Strategy	Client	CVB	CB
• Increase advocacy efforts regarding border trade and travel restrictions	7	23	64
• Actively encourage policy makers to reduce barriers to travel	10	22	39
• Diversify revenue sources to maintain and expand current funding levels	19	21	18
• Play more of a central role in advocacy in the destination	24	3	3

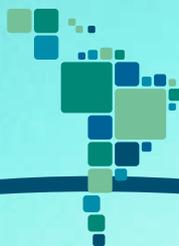
Sector & Community Alignment

During the last decade, destination organizations have been collaborating with local leaders in advanced industries and scientific/educational institutions to help attract business events in those industries. Association clients clearly continue to see value there. Clients also see benefits when destinations collaborate more closely with community organizations on a local level.

DestinationNEXT 2021 Strategy	Client	CVB	CB
• Expand engagement with universities, research institutions and advanced/creative industries to better attract high-value business events	13	64	1
• Develop outreach programs in the local community to broaden industry networks	16	33	23
• Place greater emphasis on connecting business event customers with intellectual capabilities and knowledge networks in their destination	20	67	13
• Enhance engagement with local community to manage future considerations for the visitor economy	23	2	16

CVB: Convention & Visitors Bureau (Leisure & business events)
 CB: Convention Bureau (Business events only)

©HMGV NextF1



8° FORO POLITICO

Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones

28 de octubre de 2021

Cartagena de Indias, Colombia



FIEXPO
Latin America