



# 9° FORO POLITICO

Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones  
14 de junio de 2022  
Panamá



ICCA Industry  
Partners



UFI Approved  
International  
Event



PANAMA  
VIVE POR MÁS





**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

<b>Participantes</b>	8
<b>9° Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones</b>	12
<b>Debate Oficial del 9° Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones</b>	30
<b>Premio Fórum 2022</b>	36

# PARTICIPANTES



**ARNALDO NARDONE**  
DIRECTOR  
FIEXPO Exhibitions Group



**OMAR MONTILLA**  
MINISTRO ENCARGADO  
DE COMERCIO E INDUSTRIA  
Ministerio de Industria  
y Comercio de Panamá



**DENISE GUILLEN**  
VICEMINISTRA DE TURISMO  
Autoridad de Turismo  
de Panamá



**ESTHER DE LA FUENTE**  
DIRECTORA DE TURISMO  
Alcaldía de Panamá



**LUIS MOLINA ARLES**  
ALCALDE  
Municipalidad de Miraflores  
Perú



**TABARÉ VIERA**  
MINISTRO DE TURISMO  
Ministerio de Turismo  
de Uruguay



**FERNANDO AMADO**  
DIRECTOR DE TURISMO  
Intendencia de Montevideo



**GUSTAVO CURTO**  
TESORERO  
ACCCLATAM



**JOSÉ CARLOS OSTROSKY**  
SUBSECRETARIO  
Subsecretaría de Turismo  
de Entre Ríos, Argentina



**MARCELO LUCCO**  
EMBAJADOR  
Embajada de Argentina  
en Panamá



**PABLO SISMANIAN**  
DIRECTOR DE PRODUCTO  
TURÍSTICO  
INPROTUR Argentina



**SILVIO NASCIMENTO**  
PRESIDENTE  
Embratur



**GUY BIGWOOD**  
MANAGING DIRECTOR  
AND CHIEF CHANGEMAKER  
Global Destination Sustainability  
GDS



**KEYNOTE SPEAKER**  
**SENTHIL GOPINATH**  
CEO  
ICCA



**KEYNOTE SPEAKER**  
**MARTA GOMES**  
DEPUTY EXECUTIVE DIRECTOR  
SALES DIVISION AT VIPARIS  
AND 1ST VICE-PRESIDENT ICCA  
VIPARIS - ICCA



**KEYNOTE SPEAKER**  
**DREW HOLMGREEN**  
VICE PRESIDENT OF  
BRAND ENGAGEMENT  
Meetings Professionals  
International (MPI)



**VERÓNICA KUNZE**  
SUBSECRETARIA  
Subsecretaría de Turismo  
de Chile



**MARÍA EUGENIA ORIANI**  
GERENTE DE TURISMO  
DE REUNIONES  
PROCOLOMBIA



**WILLIAM RODRIGUEZ**  
MINISTRO DE TURISMO  
Instituto Costarricense  
de Turismo (ICT)



**SILVANA RAMIREZ**  
VICEMINISTRA DE TURISMO  
Ministerio de Turismo  
de Ecuador



**Lucio VAQUERO**  
DIRECTOR REGIONAL LATAM  
PCMA



**NURIA FAUS**  
PRESIDENTA  
SITE South America



**ANA MARÍA ARANGO**  
SPONSORSHIP AND  
PARTNERSHIPS DIRECTOR  
UFI



**GABRIEL SADER**  
VICE PRESIDENT  
GLOBAL DEVELOPMENT  
Destinations International



**ALEJANDRO IVÁN  
DE LEÓN AQUINO**  
SUBDIRECTOR GENERAL  
DE TURISMO



**VICTORIA NAPKY**  
ASESORA DE RELACIONES  
INTERNACIONALES  
Instituto Hondureño  
de Turismo



**SOFÍA MONTIEL**  
MINISTRA DE TURISMO  
SENATUR (Paraguay)



**ROSA BEJAR**  
DIRECTORA  
PROMPERÚ  
Perú



**KEYNOTE SPEAKER**  
**NOOR AHMAD  
BIN HAMID**  
COO  
Malasya Convention  
& Exhibition Bureau



**MARTIN BOYLE**  
CEO  
IAPCO



**KEYNOTE SPEAKER**  
**PEDRO HEILBRON**  
CEO  
Copa Airlines



# 9° FORO POLÍTICO

LATINOAMERICANO SOBRE TURISMO DE REUNIONES

## PREMIO FORUM 2022



**Sofía Montiel**  
Ministra de Turismo de Paraguay



# 9° FORO POLÍTICO LATINOAMERICANO SOBRE TURISMO DE REUNIONES

14 de junio de 2022

Ciudad de Panamá, Panamá

El 9° Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones se celebró en ciudad de Panamá, el 14 de junio de 2022, en el JW Marriott y en el marco de **FIEXPO Latin America**, que se desarrolló del 13 al 16 de junio.

La novena edición, como cada año, reunió a ministros, secretarios de turismo, gobernadores, intendentes, parlamentarios integrantes de Comisiones de Turismo, directores de Turismo a nivel nacional, provincial o departamental, alcaldes y líderes políticos de todo el continente y la región que mostraron los avances y desafíos de sus políticas de turismo.

De igual modo, el Foro Político convocó a profesionales de altísimo nivel, quienes compartieron tendencias relevantes de la Industria de Reuniones.

El discurso de apertura estuvo a cargo de Arnaldo Nardone director de FIEXPO Latinoamérica y de FIEXPO Exhibitions Group, quien saludó de manera particular a Panamá como país anfitrión, destacó su trabajo formidable y agradeció “por recibirnos en casa con esa hospitalidad que caracteriza a los panameños”.

Recordó que fue hace nueve años, en Lima (Perú), cuando se dio inicio al Foro Político con el objetivo principal de compartir e intercambiar ideas, tendencias y políticas entre los sectores público, privado, clientes y rectores del sector.

Transcurrido nueve años desde su primera edición destacó que el objetivo se ha cumplido.



La 9ª edición reunió a representantes de 13 países y a líderes de entidades internacionales que aportan información relevante a este Foro el cuál se constituye como una oportunidad única, un ámbito de encuentro y de discusión, con el fin común de posicionar a América Latina cada vez más alto. Donde el continente Latinoamericano siga demostrando que está capacitado para recibir reuniones y además que tiene a su gente y a sus comunidades con esa profesionalidad tan necesaria.

Nardone puntualizó; *“La industria de reuniones ha vuelto con más intensidad que nunca. Los predictores de turno que dijeron que esto moría se equivocaron.”*

Hoy las reuniones se movilizan a lo largo y ancho del planeta, con la misma intensidad del 2018, con crecimiento exponencial. Las cifras estadísticas que estamos comparando, en junio de 2022, equivalen a las cifras de junio de 2019, en el periodo pre-pandemia”.

Con datos del 2019, la industria generaba 2.5 trillones de dólares americanos. Eso incluía el gasto directo, indirecto e inducido. Por cada dólar que un delegado deja en un país, se genera \$1.3 adicionales. Además, 26 millones de empleos directos.

Las predicciones hablan de que en 2028 vamos a estar en los \$3.7 trillones de ingresos de divisas por este sector.

Hoy, América Latina tiene \$33 billones para repartir entre nosotros. La meta: crecer y que el retorno aumente”.

## La Industria de reuniones en cifras

- Un delegado en una reunión internacional gasta \$645 diarios y un latinoamericano que concurre a una reunión en la región, \$486.
- Hoy se mueven en el mundo, 1,500 millones de participantes que se movilizan en más de 180 países.
- El 40% de esos delegados vuelve por motivos turísticos a consumir otros productos luego de concluido el evento, con amigos, familiares y referidos. Son grandes influenciadores.
- Se está invirtiendo en un sector y, al mismo desarrollando los demás sectores.
- Industry Council, en colaboración con Oxford Economics, definió a la industria de reuniones como la economía número 13 del mundo como sector productivo. Nardone destacó que no hay un solo sector que no esté relacionado con la industria de reuniones, además la totalidad de los eventos cumplen con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas



## Tendencias en cifras por países

Una mirada regional al desempeño de la industria de reuniones en América Latina, a partir de los datos generados por sus observatorios, determina que la industria de reuniones puede aportar entre 18% y 28% de los ingresos que perciben las economías por turismo.

De manera segmentada (data del año 2019) es el siguiente el panorama.

### CHILE

- 500,000 turistas llegaron por reuniones y eventos
- \$740 millones en ingresos
- 18.5% del total de divisas por turismo
- 275,000 empleos directos
- 75,000 empleos indirectos

### COLOMBIA

- \$2.4 billones de ingresos anuales
- 218,000 empleos directos
- 4 millones de noches de hotel por año
- 23% del total de ingresos por turistas correspondió al segmento MICE

### PARAGUAY

- \$175 millones de ingresos anuales
- 23,000 empleos directos
- 28.1% del total por ingresos de turistas MICE

### BRASIL - SAO PAULO

- 1,536 reuniones, eventos y ferias
- 67 regionales, 619 internacionales, 850 nacionales
- 32.3 millones de participantes
- \$1,855 millones de ingresos al turismo por MICE

### ARGENTINA

- \$2,500 millones de ingresos anuales
- 219,000 empleos directos
- 1 de cada 4 turistas llega para asistir a reuniones
- 25% del total por ingresos de turismo es por reuniones

### ESTADOS UNIDOS

- En 2019, el 36% del ingreso de dinero del sector turismo, procedió de la industria de reuniones.

### SYDNEY - AUSTRALIA

Es un ejemplo de una industria de reuniones con resultados sorprendentes (periodo 2017-2018- 2019):

- 39 millones de delegados a reuniones
- 430,000 reuniones recibidas en la ciudad
- 30.2 billones de dólares australianos recibidos
- 193,000 puestos de trabajo
- Un gasto promedio diario, de cada delegado, de \$694.
- Por cada 100 delegados, llegaron 24 personas extras acompañándolos.
- El 69% de los delegados nunca habían visitado la ciudad ni Australia
- El 90% de las personas que acuden a Australia lo hacen por razones asociadas a un evento.
- El 72% del total de esos delegados que llegaron del extranjero volvieron por motivos turísticos.

*“Una reunión convierte a un lugar en un destino obligado para visitarlo”.*

## Retorno sobre la inversión

El mayor retorno sobre la inversión lo tiene la industria de reuniones.

Además del valor económico, la industria de reuniones aporta otros legados: intercambio de conocimiento, relaciones de negocios, mejora las prácticas individuales y la reputación del destino.

Este impacto ayuda a la economía a través del conocimiento, genera innovación, mejora la vida de las comunidades y su estado social: en suma, son la gran llave que tienen los países para mejorar el ingreso y el trabajo.

La industria de reuniones se divide en 11 sectores que a su vez se ramifican y segmentan cada uno.

Un llamado de Nardone fue a competir en igualdad de condiciones, con planes de mediano y largo plazo, aprender del conocimiento real del negocio y diferenciar el ruido (lo que escuchan) de la verdadera información.

Enfatizó en que debemos tener fuertes equipos de destino, trabajar juntos en asociatividad público-privada, privada-privada y público-público porque todos los ministerios se deben sumar al de Turismo por la vinculación heterogénea de la industria de reuniones a toda la economía.

También se inclinó por desarrollar la marca con fuerza, invertir correctamente y no por la moda de un producto, sino fijar prioridades de acuerdo con la incidencia del destino y su importancia en la economía, la generación del empleo y el desarrollo del bienestar de las comunidades.



A continuación, se da la bienvenida a la Señora **Esther de la Fuente**, directora de Turismo de la Alcaldía de Panamá quien se dirigió a los presentes dando la bienvenida.

*“Bienvenidos en nombre del alcalde a los líderes y lideresas que nos acompañan en el 9º Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones”.*

De la Fuente, subrayó que días atrás Panamá amaneció con la grata noticia que el Panamá Convention Center tuvo su evento más grande al acoger más de 10,000 personas, que se tradujo en \$5 millones inyectados en la economía panameña. Es una muy buena noticia: Panamá, con su competitiva posición a nivel regional, está preparada para recibir eso y más.

Aseguró que la ciudad de Panamá esta lista para ser un centro regional de convenciones internacionales gracias a su conectividad, tanto aérea como marítima e instalaciones de clase mundial. *“Ciudad de Panamá tiene todas las condiciones para el desarrollo de un evento exitoso”.*

Destacó la oferta cultural y turística municipal, con lugares de referencia como el Parque Municipal Summit, hogar del águila harpía, casco antiguo de ciudad de Panamá, Patrimonio de la Humanidad y el Canal de Panamá, maravilla de la ingeniería mundial.

*“Estamos comprometidos con apoyar al sector. Juntos posicionaremos a Panamá como destino top de reuniones y convenciones”.*



A continuación se da la bienvenida a la Señora **Denise Guillén**, viceministra de Turismo de Panamá quien se dirigió al público de la siguiente manera *“Me complace participar en FIEXPO en el 9° Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones, espacio donde se establecen vínculos con los responsables de elaborar políticas para garantizar que se comprendan los beneficios interculturales de los congresos y convenciones.”*

Guillen destacó que FIEXPO Latin America es una de las ferias más importantes de la industria de reuniones, eventos e incentivos de la región y estamos felices de la escogencia de Panamá como sede de los dos últimos años: se pueden conectar los destacados expositores y visitantes, generando importante derrama económica.

Este sector es el que más rápidamente pueden contribuir a la recuperación por el impacto en la cadena de valor: desde hoteles y restaurantes hasta llegar al más humilde de los emprendedores, reciben beneficios.

Resaltó los valores de Panamá como país que conecta a los océanos a través del Canal, los cielos con el Hub de las Américas y ahora los negocios con el Panamá Convention Center, que satisface a los más exigentes organizadores de eventos del mundo.

Esta gran obra va alineada con los objetivos del Plan Maestro de Turismo Sostenible: *“convertir a Panamá en un destino de clase mundial”*.

Reconoció el trabajo que hace PROMTUR Panamá a través de su plan de incentivos que busca lograr que el país se posicione y que juntos lo están logrando. Reafirmo que Panamá es un país único, lo tiene todo, ha sido favorecido con un patrimonio verde, cuyas experiencias las ofrecen todas sus provincias, incluida la ciudad capital.

Culminó invitando a todos a explorar este hermoso país y a vivir las experiencias fascinantes que ofrece este destino.



Posteriormente se dio la bienvenida al Señor **Pedro Heilbron**, CEO de Copa Holdings quien disertó sobre **La conectividad aérea como facilitador para la recuperación de las economías y su impacto socioeconómico**.

*“Gracias por la oportunidad de poder estar en este Foro. Me complace mucho que el evento se haga en Panamá y sea el primero de ambos FIEXPO en el país”*.

Heilbron destacó que la industria de viajes y turismo necesita reactivarse a niveles prepandemia para la recuperación de las economías de América Latina y Caribe.

En la región, dada su geografía y distancias, la aviación es esencial para la interconexión de nuestros países que ha ido de la mano con el desarrollo de la aviación: en 10 años se ha duplicado el número de pasajeros transportados en vías aérea.

Más de 380 millones de pasajeros fueron transportados al cierre de 2019 en la región. La contribución a las economías de América Latina y el Caribe en el año 2019, incluyendo el turismo, llegó, según los estudios de Oxford Economics, a impactar en \$187,000 millones al Producto Interno Bruto (PIB) y generar más de 7.6 millones de empleos.

La conectividad es indispensable para el crecimiento de inversiones, empleo y desarrollo social. Panamá, por su parte, es el hub para las más de 150 multinacionales del país.

Siendo Panamá una economía de servicios, a lo largo de los años, a la industria aérea se le ha prestado la atención necesaria, con políticas modernas y la inversión adecuada en infraestructura, que ha permitido desarrollar una industria competitiva y dinámica.

El Aeropuerto Internacional de Tocumen estará inaugurando la nueva terminal 2, agregando 20 puertas de abordaje, modernas facilidades para tener capacidad de crecer en vuelos y destinos.

El estudio de Oxford determinó que la aviación, junto al turismo que llega por vía aérea, en 2019 contribuyó con cerca del 15% del Producto Interno Bruto (PIB) de Panamá, el más alto en América.

Agregó que el cierre de operaciones y las restricciones de viaje, por la pandemia, ha tenido un efecto negativo en la aviación y en la industria de viajes y ni qué decir en viajes de turismo e incentivos. En donde la aviación sufrió cierres completos en varios países, incluyendo Colombia y Panamá, y se redujo a niveles que no se habían visto en muchas décadas: los pasajeros internacionales cayeron 90% en el segundo trimestre de 2020.

Siendo en Latinoamérica y el Caribe la cifra aún mayor.

En abril 2021, comparativo con 2019, a más de un año de la pandemia, todavía en Latinoamérica y el Caribe faltaba por reactivar 32% de las rutas.

En abril 2022, esta cifra ha mejorado significativamente, faltando por recuperar solo 453 rutas.

El impacto económico en las aerolíneas también fue severo: tres de las principales aerolíneas de la región tuvieron que acogerse a procesos de quiebra.

Igualmente, en la industria hotelera un alto número de hoteles se vio forzado a cerrar y aun cuando muchos abrieron, algunos nunca lo harán.

Subrayó que desde el inicio de la pandemia, Latinoamérica y Caribe han tenido las tasas de recuperación más altas, por encima del promedio.

En 2024 se estima que se regresará a los niveles de capacidad y pasajeros pre-pandemia, demostrando la resiliencia del sector y de los países de la región.

Vemos vientos en contra: altos precios del combustible, los efectos de la economía de la guerra de Rusia, pandemia que no termina y pone presión sobre el sector aéreo y turístico, por lo cual nuestros gobiernos deben promover menos restricciones y mayor competitividad.

A los países con pocas o menos restricciones no les ha ido peor en materia de salud que a aquellos más estrictos y cerrados.

Cancún y Punta Cana son dos buenos ejemplos.

Es tiempo de levantar restricciones como el uso obligatorio de la mascarilla, pruebas de COVID-19 y los engorrosos formularios para viajar.

También se pueden unificar criterios para hacer menos compleja y más homogénea la experiencia de viajes.

Se debe promover la competitividad del sector con regulaciones modernas, infraestructura adecuada y cargos e impuestos razonables para aumentar su contribución.

Está en juego la recuperación de una industria que aportaba más de \$7.6 millones de empleos y \$186,000 millones en contribución al PIB de nuestros países. Heilbron confía en que la recuperación está más cerca.



A continuación **Senthil Gopinath**, CEO de ICCA expuso sobre **El turismo de reuniones es el camino hacia una reactivación ágil y sostenible**.

Expuso, *“Nuestra industria puede moverse rápidamente, demostrar conocimiento y habilidades, apoyar la economía local, ese es el poder de los eventos y el compromiso de ICCA para el resurgimiento y organización de eventos de manera global.”*

Señaló que la industria está llamada a impulsar la economía, *“y lo debemos creer, si no lo creemos, los gobiernos no lo creerán”*.

Gopinath aseguró *“Tenemos la posibilidad de innovar y nuestra industria tiene esto presente: desde Canadá hasta Australia mantuvimos intercambios a pesar de la dificultad de la COVID-19 y queremos seguir construyendo economías. El 90% de los negocios están llegando a niveles similares a la época prepandemia y muchas asociaciones están tratando de pasar a eventos en persona”*.

Exhortó a más comunicación e intercambios para contribuir al progreso de las economías.

Finalizada la primera parte del 9° Foro Político, se anunció el primero de los tres temas de esta edición que dan paso a la segunda parte del Foro: Inversión y promoción como clave del éxito para la atracción y captación de eventos, reuniones y ferias.

Se da la bienvenida a la conferencista **Marta Gomes**, directora ejecutiva adjunta de la División de Ventas de VIPARIS y 1.ª vicepresidenta de ICCA.

Ver la Torre Eiffel desolada, sin turistas, fue la comprobación para Marta Gomes y su organización del poder de los turistas y los eventos para cambiar la realidad de las ciudades.

Este momento de la pandemia, que vació las calles, y el resurgir dos años después, la lleva a reflexionar sobre varios impactos asociados a la industria de reuniones:

**Desarrollo económico:** no hablamos mucho del impacto indirecto como los contratos que se firman, la importación para pequeñas y medianas empresas, otras inversiones, la excelencia en diferentes industrias y la capacidad de innovación.

**Capital intelectual:** Los eventos permiten mostrar la capacidad de sus universidades para crear proyectos, inversiones y talentos. Cuando celebramos un evento internacional, atraemos estudiantes, investigadores y creamos los talentos del mañana.

**Progreso social:** Los eventos pueden acelerar el progreso y que el destino sea más visible.



Gomes trae el ejemplo de Viva Technology o VivaTech. Reúne a más 40,000 visitantes, interesados en temas de tecnología, innovación y es un puente para posicionar compañías tecnológicas que se unen para discutir el futuro. Este evento lo apoya el gobierno francés desde la primera edición en 2016.

Los gobiernos, por su parte, pueden invertir de manera directa en infraestructura, en centros de convención o dando apoyo directo con incentivos.

A las agencias de desarrollo económico les corresponde ayudar a promover los destinos, crear programas de embajadores, cumbres del sector público y privado y clúster de excelencia para que el sector privado y las startups se puedan presentar.

Gomes entiende que lo importante es colaborar entre el sector público y privado, entre el local y nacional, entre los diferentes ministerios para alinear las prioridades políticas, establecer metas, medir el progreso y luego comunicar los resultados.

Resaltó que los eventos, son una excelente manera de poner el país en el mapa.

A continuación, se dio paso al segundo tema: **Branding, la importancia de la marca de un destino**. Presentado por **Drew Holmgreen**. Vicepresidente de Brand Engagement, MPI, Dallas - Estados Unidos.

Drew Holmgreen habló de cómo presentar una marca para un destino, que pasa por dar un paso hacia atrás y proponerse descubrir nuevas estrategias.

*“Hay que hablar con las agencias y tener conversaciones con quienes son la cara de su marca. Sean críticos en las preguntas: ¿qué piensan de mi destino; cuáles son los prejuicios? Piensen en eso”.*

Puntualizó que la mejor manera de hacerlo es realizando un estudio de investigación. Donde se obtengan las sugerencias y los pensamientos del consumidor. Invitó a poner sobre la mesa otros tipos de preguntas;

¿Qué define su experiencia y a su destino? ¿Por qué una visita en potencia quisiera este atractivo en particular de su destino?



Invita a que juntos piensen quienes son las personas más relevantes para el destino. La competencia. ¿Qué ofrece y cómo diferenciarse de su competidor?

Asegúrense, enfatiza Holmgreen, que el destino sea mercadeable y vean qué lo hace interesante para los consumidores.

Compartió su experiencia con la creación de la marca Texas: la esencia de un destino es aquello que hará la diferencia en relación con los demás.

Por último, se procedió a presentar el tercer y último tema de este Foro: **Los destinos como motores de crecimiento de la economía**. Presentado por **Noor Ahmad** Hamid, COO en Malaysia Convention and Exhibition Bureau (MyCEB), Kuala Lumpur – Malasia.

Desde su inauguración, el Buró de Convenciones de Malasia ha impulsado 2,600 actividades, con 1.3 millones de delegados y un impacto económico de \$1.9 mil millones en ingresos.

Les corresponde vincularse no solo con agencias gubernamentales. También lo hacen con hospitales, lo cual prueba *“que la industria del turismo de reuniones es muy incluyente y va más allá del dólar”.*



*“Creo que la pandemia ha cambiado el mundo y reestructurado la manera como vivimos y pensamos. Entonces, hay que preguntarnos cómo innovamos y transformamos los eventos de negocios o el segmento MICE.*

*Esto es un desafío continuo: el gobierno entiende el negocio, pero hay otras prioridades a las cuales le ha dedicado atención como el sector salud.*

*Tenemos la pandemia que todavía continúa; también la inflación, el precio del petróleo. Vamos a enfrentar una crisis alimentaria, pero no hablamos de sostenibilidad.”*

Noor Ahmad agrega que debemos abordar el tema del déficit de confianza: todos cerraron fronteras y cuando reabrimos, lo hicimos con mucho cuidado y cautela.

Los eventos están ocurriendo de manera más frecuente, pero algunos destinos como China, Japón o Taiwán no están abiertos y son mercados enormes.

*“Yo no tengo la respuesta, pero creo que la industria de reuniones es una de las que está retrasada en cuanto a la innovación y somos los líderes la punta de lanza: quienes cambiamos la ruta”.*

Ahmad, analizó que la industria de reuniones es importante y se traduce en impacto económico, que crea la marca país.

Sin embargo, pide analizar la agenda, los desafíos y problemas que enfrentan las sociedades, en particular cambio climático e igualdad de género.

En 2022, el Buró de Convenciones de Malasia acordó solo licitar conferencias que puedan brindar beneficios a las comunidades.

*“Es una tarea difícil como presidente operativo de la organización, pero no son solo los números, también el propósito. Creemos que un evento de negocios trasciende la humanidad”.*

También reflexionó que después de COVID-19, la industria de eventos será un espacio más competitivo para todos los destinos.

*“Luego del 2022 o 2023, ¿cómo vamos a competir en el mercado internacional? La competencia será dura. En Asia creemos que debemos trabajar en conjunto.”*

Ahmad cita como ejemplo la creación de la alianza de la convención de Asia: *“competimos uno contra el otro, pero tenemos partes comunes para beneficiarnos.”*

*“No es una alianza retórica: es seria y profesional, donde hablamos de cómo compartir inteligencia del mercado, abordar al cliente, entender sus necesidades y brindar un alto estándar para nuestros delgados”.*

En este, su primer viaje a Panamá, Noor Ahmad ofrece a Asia para que se pueda aliar con Latinoamérica: *“Presento esta propuesta de manera muy humilde. Solo con colaboración y cooperación podremos crear un mejor mundo”.*

## Intervenciones y debate de los ministros y ministras, líderes políticos y representantes de entidades internacionales presentes.

En los distintos bloques temáticos, Nardone como moderador del Foro, ofreció el derecho de palabras a ministros y líderes políticos, quienes expusieron cómo sus países o ciudades enfrentaron las dificultades a causa de la pandemia, además de ofrecer aportes para el impulso regional de la industria de reuniones.

Asociatividad, innovación, capacitación, diálogos y creación de una marca común latinoamericana que comparta los eventos y defina una política MICE regional, fueron parte de las propuestas en este conversatorio plural.

Las intervenciones se citan en el orden estricto de intervención de cada invitado

### **Pablo Sismanian, Director de Producto Turístico de Argentina - INPROTUR**

Logramos un crecimiento fundamental porque hubo un trabajo y visión de largo plazo. Con 32 burós de convenciones, desde 2018 a la fecha, hemos hecho actualizaciones del plan de marketing, con ejes estratégicos y no mega eventos sino específicos, según la posibilidad de cada destino. También creamos un observatorio para ver como el turismo de reuniones impacta en la economía, llevado por la Universidad de Buenos Aires, una de las más importantes del mundo, y cuyo formato analiza tanto oferta como demanda.

El trabajo con los organismos internacionales nos ayudó a trabajar con otros países. La expectativa es desarrollar eventos nuevos y generar una forma de rotación.

### **Tabaré Viera, Ministro de turismo de Uruguay**

Uruguay trabaja buscando las sinergias público-público y con el sector privado. Ofrecemos garantías de estabilidad legal jurídica, de cobertura e infraestructura, sin cobro del IVA al desarrollo de eventos en salas registradas.

Somos un país que ofrece turismo todo el año, con una rica historia de trabajo en el desarrollo del turismo de reuniones, de manera conjunta con el ministerio, las organizaciones de Uruguay y con el apoyo de ICCA.

En el año 2019 celebramos 75 eventos internacionales, 91 regionales y 208 nacionales. En 2021 se desarrollaron 18 congresos entre internacionales, regionales y nacionales y algunos híbridos. La expectativa en 2022 es cerrar con 27.

### **Silvio Nascimento, Presidente de Embratur**

Al inicio de la pandemia las preocupaciones del Gobierno fueron la vida de las personas, mantener el empleo, que las empresas pudieran mantenerse y lograr la garantía de la relación entre empresas y consumidor, a efectos de una remontada más rápida.

Cuando comenzó la pandemia no teníamos eventos; fueron cancelados.

Todavía estamos aprendiendo a convivir. En abril de ese año, Brasil reinauguró eventos de gran porte y estamos invirtiendo en turismo de negocios. Brasil ya es una marca país consolidada y tenemos el reto de volver a colocarnos en el top del visitante mundial.

Debemos buscar consensos entre los países. La promoción conjunta de América Latina, capitaneada por un organismo como ICCA, podría traer eventos mundiales para América Latina.

### **Verónica Kunze, Subsecretaria de Turismo de Chile**

Estamos en conversaciones con el Ministerio de Salud para liberar algunas condiciones. Ya para el tercer trimestre esperamos flexibilizar y también lograr la homologación de vacunas que requieren los turistas.

Un hecho importante fue la apertura de fronteras desde el primero de mayo. Se abrieron casi 60% de los pasos que estaban cerrados.

Contamos con la primera guía de incentivos en Chile y se ha sumado un apoyo presupuestario.

También tenemos más de 70 delegados que postulan a Chile para eventos.

Trabajamos muy de la mano, tanto para la promoción nacional como internacional, en una labor público-privada muy relacionada.

Debemos impulsar una marca común latinoamericana, de tal modo que los eventos roten entre los países.

### **Sofía Montiel, Ministra de turismo de Paraguay**

El Plan Estratégico de Turismo de Reuniones nos ha dado resultados. Nos propuso alcanzar en 2019, la posición número 10 como destino de Latinoamérica y lo logramos.

De igual modo, fue implementado el Observatorio de Turismo de Reuniones.

En 2018, esta industria dejó al país ingresos por \$116 millones y en 2019, \$174 millones. La pandemia frenó el desarrollo, pero en 2021 comenzó la reactivación.

En Paraguay, los eventos deportivos vieron un sitio para desarrollarse, aplicando las medidas sanitarias.

Trabajamos con los tres burós que colaboran con la captación de los eventos. Se está trabajando con eventos a desarrollar entre 2023 y 2024.

El nombre de Paraguay vuelve a sonar como un destino competitivo.

### **Nuria Faus, Presidenta de Site South América**

Los expertos y representantes de los gobiernos deben considerar que el mercado de incentivos es una fuente de ingresos fuerte. Otra fortaleza es que son planeados con dos o tres años de anticipación.

### **Silvana Ramírez, Viceministra de Turismo de Ecuador**

Disponemos de \$47 millones para el plan de turismo, dedicado a la promoción y atracción de inversiones. La meta es incrementar y diversificar el portafolio de productos sostenibles y fortalecer las capacidades interinstitucionales.

La industria demanda más estrategias, seguras y especializadas.

Debemos romper las cadenas del conformismo y sumar esfuerzos entre todos los países.

### **Luis Molina, Alcalde de Miraflores - Perú**

La pandemia nos tocó de manera muy fuerte: fue una tragedia, con más de 200,000 muertos y un millón de empleos perdidos, pero los peruanos somos resilientes.

La meta del Gobierno es lograr en 2022 un millón de turistas. Hemos dado incentivos tributarios y laborales.

### **William Rodríguez, Ministro de Turismo de Costa Rica:**

Somos relativamente jóvenes en el segmento MICE y no tenemos tantas historias de éxito como hemos oído esta tarde, pero lo hemos venido haciendo bien. Nos sentimos satisfechos y nos queda por crecer y estamos contentos con el progreso que hemos experimentado.

El 56% de los eventos que nos cancelaron ya los recuperamos. Hemos estado recibiendo nuevos eventos para este año y el próximo va por buen camino.

Naturaleza, eso es Costa Rica, y seguiremos explotando nuestras fortalezas con segmentos nuevos, que han tenido una disminución. Gracias a esa imagen y posicionamiento, aunado con el Mundial de Catar, volveremos a la línea de éxito.

#### **Alejandro De León Aquino, Viceministro de Turismo de Guatemala**

Fue un año interesante. Registramos un crecimiento de 7.5% en 2021; tuvimos récord en exportaciones e importaciones, así como en recaudación tributaria, con lo cual la deuda pública y el déficit estuvieron entre los más estables del mundo. Estos datos en economía general, pero en el turismo nos fue muy mal: en 2021 solo tuvimos 10% de visitas, contra el 23% de 2019.

Como país vendemos cultura, naturaleza e historia. Somos una de las 19 naciones más megadiversas del mundo y también vulnerables ante las condiciones climáticas.

Acciones: interacción público-privado, de los ministerios, gobierno local y nacional y mesas de turismo, donde intervienen todos estos actores.

Nos preparamos para lanzar nuestra marca país: Guatemala, corazón del mundo maya.

#### **Martin Boyle, CEO IAPCO (virtual)**

El Foro Político nos muestra la importancia y el valor de los colegas que le dan al sector y a la industria. Felicidades y gracias a todos.

Percibo que hay una voz unísona que viene de Latinoamérica y busca asegurar que nuestro mensaje sea expuesto claramente.

Debemos hacer abogacía con una voz unificada y le pido a mis colegas de la industria de reuniones, pensar cómo ayudar a los políticos y a los ministros de turismo a comunicar, no solo el valor económico, sino el valor a largo plazo para otros departamentos ministeriales, como salud, transporte, inversiones y comercio.

#### **Ana María Arango, Director regional de UFI**

Las ferias generan un impacto. No son itinerantes. Este es el gran reto de la reunión: definir nichos y clúster de ciudades. El segundo gran reto es pensar en la información para convencer a los gobiernos que nuestra industria vale la pena tenerla abierta.

#### **Lucio Vaquero, Director regional de PCMA**

Con la pandemia se fue mucho talento del sector; también hay necesidad de nuevas capacidades. Es importante impulsar la formación y continuar el legado de nuestra industria.

#### **Gustavo Curto, Tesorero de ACCCLATAM**

Hay que destacar que los gobiernos acompañen la decisión de invertir y financiar centros de convenciones en distintas ciudades de Latam y Caribe, porque contribuyen mucho al crecimiento del turismo de reuniones en la región. También luchar porque existan reglas claras para que las ciudades se conviertan en destinos sostenibles y se generen eventos sustentables.

#### **María Eugenia Oriani, Gerente de Turismo de Reuniones de Colombia**

El tema del talento humano es determinante. ¿Cómo hacer para tener nueva gente que se sienta orgullosa de estar aquí y ser parte de la industria de reuniones? Tenemos las herramientas para lograr que sea posible.



Para finalizar la novena edición del Foro, **Arnaldo Nardone**, director de FIECPO Latin America y de FIECPO Exhibitions Group, presidió el cierre del evento agradeciendo por el magnífico cara a cara y el diálogo que propició el Foro Político.

Acto seguido pasó a la entrega del **Premio Fórum 2022** que premia y reconoce al sector público por el apoyo, la dedicación y el compromiso con la Industria de Reuniones y máxime en momentos complejos.

Nardone expresó que la decisión fue compleja ya que la mayoría ha hecho un esfuerzo muy grande en su labor, destacó.

En esta ocasión **el reconocimiento y premio fue para la señora Sofía Montiel, Ministra de Turismo de Paraguay, licenciada en Administración Turística**, con especializaciones en Japón, China, Bolivia, Chile y Brasil, posgraduada en Administración Estratégica y que preside la Comisión Regional de la Organización Mundial del Turismo para las Américas.

*“Es complicada la agenda; nada es fácil en este tiempo, pero Dios tiene sus designios y por algo nos tocó estar en este gran desafío”, reflexionó la ministra Montiel.*

*“Gracias Arnaldo, gracias al gran equipo humano que te acompaña, a los organizadores del Foro Político y a los representantes de los países que han hablado. Todos, los más grandes y los más pequeños, hemos sido tocados por la pandemia, así que necesitamos aunar esfuerzos”.*

Como presidenta de la Comisión para las Américas, pidió a los presidentes de las asociaciones ayudar a preparar el capital humano, de manera que la generación de relevo acompañe los cambios decisivos que requiere una industria de reuniones resiliente, inclusiva e innovadora, motor de la economía y del cambio social.







# 9° FORO POLITICO

Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones

14 de junio de 2022

Panamá