



11° FORO POLITICO

Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones

11 de junio de 2024

Panamá



ICCA Industry
Partners



UFI Approved
International Event



11° FORO POLITICO

Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones

11 de junio de 2024

Panamá



11º FORO POLÍTICO
11 de octubre 2011, Panamá





11° FORO POLÍTICO

Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones

11 JUNIO 2024 | PANAMÁ





11° FORO POLÍTICO
Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones
11 JUNIO 2024 | PANAMA

ARNALDO NARDONE
Director FIEXPO Exhibition Group



Cláusula de confidencialidad:

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







ÍNDICE

Participantes	09
XI Foro Político Latinoamericano sobre turismo de reuniones.....	11
Visión y Compromiso: Hacia un Turismo de Reuniones Sostenible en Latinoamérica.....	14
El valor de la sostenibilidad	16
Perspectivas de la Inteligencia Artificial: Navegando entre oportunidades y desafíos	18
Intervenciones Y Debate De Ministros Y Ministras, Líderes Políticos Y Representantes De Entidades Internacionales Presentes.....	20
El valor multidimensional de los eventos profesionales como catalizadores de innovación, colaboración y crecimiento.	26
Intervenciones Y Debate De Ministros Y Ministras, Líderes Políticos Y Representantes De Entidades Internacionales Presentes.....	28
Premio Forum 2024.....	32

PARTICIPANTES



ARNALDO NARDONE

Chair & Founder
 FIEXPO Exhibitions GROUP



CAROLINA ADANO

Chair & Founder
 FIEXPO Exhibitions GROUP



MAGDA DURAN

Viceministra de Turismo
 Panamá ATP



WILLIAM RODRÍGUEZ

Ministro de Turismo
 Instituto costarricense de
 Turismo (ICT)



REIZEL VILORIO

Viceministra de Turismo
 Instituto Hondureño de
 Turismo



SILVANA RAMÍREZ

Viceministra de Turismo
 Ministerio de Turismo de
 Ecuador



GILBERTO SALCEDO

Vicepresidente de Turismo
 PROCOLOMBIA



ROQUE BAUDEAN

Director Nacional de Turismo
 de Uruguay
 MINTUR



JAQUELINE GIL

Directora de Marketing
 Internacional, Negocios y
 Sostenibilidad
 EMBRATUR



LUISA RODRIGUEZ

Directora de Mercadeo
 INGUAT



FRANCO ARONE

Subsecretario de Turismo
Municipio – Santa Fe
Argentina



KEY NOTE SPEAKER

SENTHIL GOPINATH

CEO
ICCA



MARTIN BOYLE

CEO
IAPCO



SHERRIF KARAMAT

Presidente y CEO
PCMA



ANA MARIA VISCASILLAS

Chairwoman
EIC Events Industry Council



KEY NOTE SPEAKER

VEEMAL GUNGADIN

Confundador y CEO
Gevime



KEY NOTE SPEAKER

JAMES LATHAM

Fundador de Intellectual
Joint Meetings Industry
Council – JMJC



EDUARDO CHAILLO

Global Leadership Committe
Destinations International



JULIANA LÓPEZ

Board Member
AIPC



LUIS RICARDO MARTÍNEZ

Presidente
COCAL

XI Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones

Sostenibilidad, inteligencia artificial y valor multidimensional, tres desafíos de la industria que son clave para su liderazgo y posicionamiento como generador de desarrollo en Latinoamérica.



FIEXPO Exhibitions Group reunió a lo más notable de la industria de eventos y congresos y autoridades de Turismo de Latinoamérica en su **XI Foro Político Latinoamericano** sobre turismo de reuniones, que tuvo lugar en la ciudad de Panamá el 11 de junio. Se trata del tercer foro que tuvo como país anfitrión a este destino y que este 2024 discurrió entre debates y experiencias relativas a los desafíos de la sostenibilidad para el sector MICE, así como la irrupción de la inteligencia artificial y los aportes que los eventos dejan a los destinos donde se desarrollan.

El **XI Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones** se llevó a cabo en el marco de la **Décimo Séptima edición de FIEXPO Latin América** un evento líder de la industria de Reuniones. Ministros y viceministros de Turismo, directores ejecutivos de instituciones, comisiones y organizaciones vinculadas todas al sector, se dieron cita en el istmo, donde compartieron junto a presidentes y CEOs de entidades globales y regionales, quienes aportaron sus conocimientos durante el foro y a lo largo de la feria.

“Bienvenidos al XI Foro Político Latinoamericano de Turismo de Reuniones de turismo de reuniones y a la décimo séptima edición de FIEXPO Latin America en esta maravillosa, pujante y cautivante ciudad de Panamá, extraordinario destino que ha realizado un formidable trabajo durante estos tres últimos años como anfitrión de lujo para que este foro hoy sea todo un éxito, así como lo fueron los dos anteriores. Nuestro evento, FIEXPO, ha sido el mejor ejemplo del trabajo conjunto, donde se han unido esfuerzos y voluntades con un gran equipo conformado entre Panamá y FIEXPO Latin America”, dijo **Arnaldo Nardone, director de FIEXPO Exhibition Group**, al abrir la jornada en el Hotel Riu.

Nardone destacó el trabajo que realizan todas las organizaciones del sector para impulsar el turismo en Latinoamérica, con el propósito de generar desarrollo social y empleo en momentos en que el mundo pasa por un período complejo en el que los puestos de trabajo tradicionales no encuentran espacio y se hace necesario explorar nuevas alternativas que eviten que las desigualdades sociales se agiganten. “Hoy la industria de reuniones abre un abanico de posibilidades únicas para crear nuevos empleos ya que existe una demanda de talento insatisfecha creciente y así lo demuestran los últimos estudios publicados por diferentes entidades rectoras de nuestro sector”, expresó.

Recordó cómo hace once años se imagina-

ron este foro, como un espacio para el intercambio de ideas y el debate de alto nivel, que sirviera, a la vez, como lugar de creación de conocimiento y desarrollo de nuevas ideas, y para la cooperación y generación de alianzas entre ciudades y países que, a la vez, permitieran construir modelos exitosos de desarrollo de un negocio que es de alto valor para las economías latinoamericanas y cuyo impacto la mayoría de las veces no es percibido con tanta claridad.

“El entorno competitivo global exige mucha innovación, creatividad, colaboración, profesionalidad y continuidad a lo largo del tiempo, entendiendo que las políticas a aplicar son de Estado y no de gobiernos. Nuestra región debe afrontar este sector de negocios sin perder jamás nuestra propia identidad y cultura, pero teniendo claro cuáles son las reglas globales en la forma de competir. La industria de los grandes eventos son un sector clave y trascendental para el crecimiento de nuestras economías y así ustedes lo entendieron, así como aquellos que antes tuvieron las mismas responsabilidades y que han participado en este foro en ediciones anteriores. Podemos decir que hoy casi todos aquellos que participaron son embajadores e influencers permanentes de nuestro sector”, acotó Nardone.

Y como para que no quedara duda del impacto que, en números, se le atribuye actualmente a la industria de reuniones men-

cionó los datos más recientes de un estudio realizado en unos 50 destinos –recibiendo información de 180 más–, según el cual este sector, en términos de PBI, se considera la décimo tercera economía del mundo, habiendo generado durante el año 2023 1.6 trillones de dólares americanos, 27.5 millones de empleos y 1.6 millones de asistentes a reuniones, con un gasto promedio en todos los segmentos de casi \$707 dólares por día. Y añadió. “Además, y de acuerdo a estudios regionales en América Latina, comparado con el turismo, el impacto del market share en la economía turística va de un 18% a un 28% dependiendo del destino, habiendo generado en 2023, por reuniones y eventos, aproximadamente unos 47 billones de dólares en la región Latinoamericana, Centroamérica y el Caribe.”

“América Latina ha sido y será nuestra prioridad siempre, un sentimiento que nos impone cada día el desafío de ser mejores, enfrentando y superando nuevos retos, por eso hoy decimos que somos una feria regional, con corazón regional y mentalidad internacional” Nardone continuó diciendo “El amor por nuestra raza, nuestro idioma, nuestras costumbres nos dan la motivación de luchar con dedicación y respeto por un mundo inclusivo, diverso, equitativo y sustentable, donde no se hable de raza, de diferencias y de deficiencias sino de experiencias y afinidades que nos acerquen, capacidades que nos hagan más fuertes y similitudes que nos enseñen a celebrar y crecer juntos. Quizás todo esto resuma el sentir de nuestra idea original y el sentir de nuestro maravilloso equipo que conforma FIEXPOLATAM.”





“Visión y Compromiso: Hacia un Turismo de Reuniones Sostenible en Latinoamérica”

Tras las palabras del director de FIEXPO, Arnaldo Nardone, correspondió la palabra a la **viceministra de Turismo de Panamá, Magda Durán** quien se dirigió a las autoridades y público presente. Durán, reconoció que el turismo de reuniones tiene el potencial de transformar y enriquecer las vidas de las personas de formas inimaginables, y afirmó que para aprovechar al máximo ese potencial es

necesario actuar con visión, determinación y un compromiso inquebrantable con el desarrollo sostenible.

La Viceministra de Turismo de Panamá instó a que, como líderes políticos y miembros del sector turístico, se aproveche la riqueza inigualable que ofrece la región latinoamericana a los viajeros para construir un futuro



próspero y sostenible para las comunidades. Para lograr este objetivo, indicó, es imperativo promover la colaboración público privada y fomentar un entorno propicio para la inversión y la innovación. “Necesitamos trabajar en estrecha colaboración con las empresas locales para desarrollar nuevas experiencias turísticas, mejorar la infraestructura y promover nuestras regiones en el mercado global”. Además, insistió Durán, asegurarnos de que el turismo sea una fuerza creadora de oportunidades de empleo digno y contribuyendo al desarrollo económico y social de nuestras regiones.

Los dos discursos fueron la antesala de una discusión rica en planes, metas compartidas y sana auto crítica para impulsar el cambio, en la cual participaron autoridades de gobierno y asociativas, así como ejecutivos de al menos 11 naciones: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Honduras, Panamá, Uruguay, Reino Unido, Holanda, Estados Unidos y Puerto Rico, entre otros.

El valor de la sostenibilidad



Senthil Gopinath, CEO de la Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales (ICCA), doctor en turismo sostenible y un estratega en colaboraciones directas cuyo enfoque actual está en la aplicación de iniciativas de la reducción de la huella de carbono. Su exposición “Comprendiendo los desafíos de la sostenibilidad, una mirada global de las oportunidades para la industria de reuniones” fue esclarecedora. Comenzó por referirse a lo ‘popular y candente’ que es la palabra sostenibilidad como consecuencia de los efectos monumentales que el cambio

climático está teniendo sobre el planeta y la humanidad. Hablamos de ella en todas las reuniones, en todo momento, pero, ¿entendemos el enfoque, el valor de la sostenibilidad?, indicó Gopinath.

Y para dimensionar hacia dónde se dirigía su análisis recordó que la contribución de esta industria equivale al 10% del PBI mundial, al 25% del turismo global y que aporta uno de cada 10 empleos. Como economía global generamos impacto a través de lo que hacemos, afirmó, y estas cifras no son esta-

cionarias. “Estas son fundamentalmente cifras medias, pero lo que estamos mirando es lo que hay más allá del impacto económico, creamos un impacto multisectorial con nuestras reuniones”, dijo.

Explicó que la sostenibilidad no se centra solamente en el cambio climático real, que tiene que ver con lo que cada individuo u organización, segmento del mercado hace y cómo esas acciones encajan en la comunidad. Es pensar en cómo impactamos a la sociedad con todo lo que hacemos, todos los días, añadió.

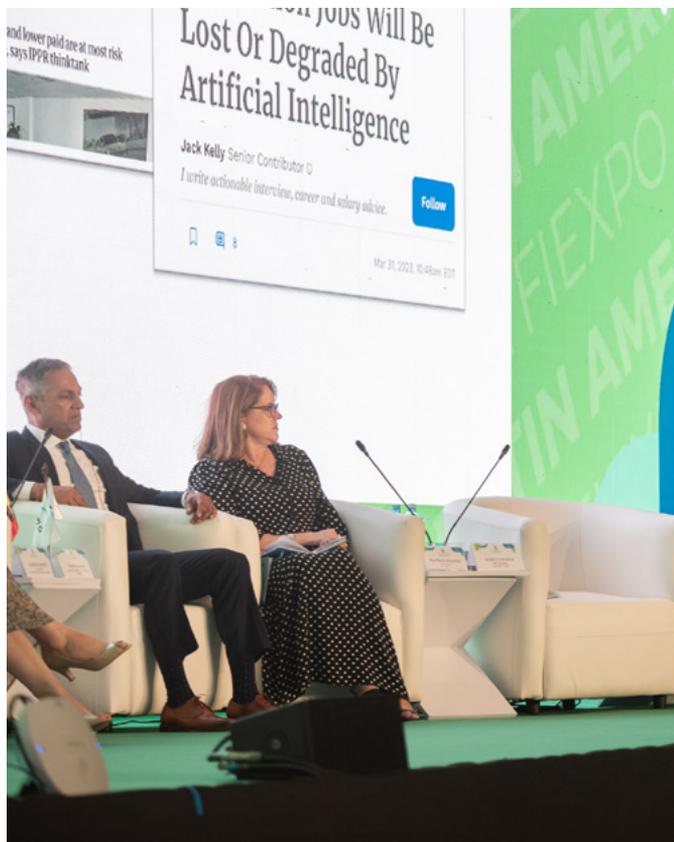
Sin embargo, para Gopinath, el mayor **desafío** no está en hablar del tema, que lo hace todo el mundo, todos los días, en cada junta que se convoca, sino la **falta de acción**.

¿Cómo llevamos la sostenibilidad a la siguiente interacción?, preguntó de forma retórica, y aludió enseguida a la importancia de trabajar en el **plan de acción**.

Urgió a los formuladores de políticas a mirar ese plan de acción de “carbono cero” y dijo complacido que al menos 700 partes interesadas se habían adherido a la Net Zero Carbon Events initiative –nacida en 2021, en la COP26 que se desarrolló en Glasgow– desde que empezaron a implementarla hace dos años y que hay cientos de interesados en conocer cómo pueden trabajar sobre esto en sus asociaciones. Sin embargo, reconoció

que es necesario que cada presidente y CEO de organizaciones lo adopte como un mandato.

Sistémicamente, la sostenibilidad va más allá del medio ambiente, es un concepto más amplio que se refiere al desarrollo de la raza humana; es muy importante que tomemos la acción y la reacción, pero para la aplicación tomamos la contribución al sistema y el desarrollo del sistema disponible, concluyó Gopinath.



Perspectivas de la Inteligencia Artificial: Navegando entre oportunidades y desafíos

El primer tema de esta edición del Foro Político fue “Perspectivas de la Inteligencia Artificial: Navegando entre oportunidades y desafíos”, que estuvo a cargo de **Veemal**

Gungadin, cofundador y CEO de Gevme, quien impulsa la innovación a través de sus aplicaciones revolucionarias de IA generativa, como la plataforma SPARK, una herramienta de productividad.



“El 72% de las organizaciones en el mundo ya ha adoptado la IA en alguna estructura de su negocio, ese no era el caso en 2017, cuando estaba en cerca del 30%. La IA generativa está aquí ahora: a finales de noviembre de 2023, el 55% de los miembros de LinkedIn había sido impactado” por ella, precisó Gungadin. En Mercadeo y Ventas, destacó, puedes tener ahorro en tus costos con el uso de la IA y más allá del ahorro, puedes impulsar tus ingresos en un 53%. “Esto ya está pasando”, aseguró.

¿Qué es la IA generativa? Se entiende más con ejemplos y Gungadin fue listándolos: Tu familia ya puede convertir un documento de texto en un PPT, ver 150 páginas en 20 minutos con un asistente virtual, Apple ya lanzó Apple Intelligence, Zoom está trabajando en eso y para ello te pide permiso para aprender de tus interacciones; también hay vídeos



de autoridades de naciones generados con Open IA, está Debin, el primer software creado con inteligencia artificial, Upword, un portal de personas autónomas, y los ejemplos siguen.

En cuanto a la industria de reuniones, específicamente, habló del uso que en Singapur se le está dando a SPARK. En eventos como este, menciona, creamos contenido original, es grabado y lo utilizamos para publicar blogs, para las redes sociales, y funciona muy fácil: pones el vídeo en la plataforma y le dices que te escriba un blog del tema que necesitas, seleccionas el idioma e inmediatamente vas a tener un artículo escrito. También puedes utilizarlo para desarrollar estrategias de mercadeo. Escribes en tu idioma de qué trata el evento, los puntos clave, cuánto tiempo tienes hasta el evento y tendrás todo un plan de mercadeo con diferentes fases.

Como todo, desde la aparición de la internet, el asunto con la Inteligencia Artificial no es preguntarse cuándo o qué se hará sino pre-

pararse, pensar en qué leyes hay que desarrollar, cómo será esa interacción con el mundo social. Gungadin lo resume en una palabra: **adaptarse.**

Lo anterior significa, en palabras del experto en Inteligencia Artificial, regresar a lo básico, que personas y organizaciones se alineen con el por qué, con cómo hacer este cambio y, por último, experimentar con cosas que pueden funcionar o no. Luego, hablar abiertamente de los éxitos, de los fracasos y entrenar al equipo, a la organización. “Podemos encontrar el por qué hacia nuestra perspectiva con la competitividad y la eficiencia operacional; te puedes posicionar a ti mismo como un líder global en innovación y podemos definir el por qué debemos estar haciendo algunos cambios; la innovación es cambiar las tendencias globales”.

El mensaje final de Gungadin fue: Necesitamos organizarnos a nivel individual, a nivel de país, no tener miedo, pero si actuar con precaución, en definitiva, debemos adaptarnos.

Intervenciones y Debate De Ministros y Ministras, Líderes Políticos y Representantes De Entidades Internacionales Presentes.

Concluida la presentación, **Araldo Nardone** en su rol moderador principal del primer debate se dirigió a **Sherrif Karamat, presidente y director ejecutivo de PCMA (Estados Unidos)**, a quien preguntó si estaba optimista o temeroso con esto de implementar la IA en la industria de eventos.

La respuesta que recibió fue directa. “Si ustedes y sus organizaciones no han empezado a usar la inteligencia artificial me temo que se van a quedar atrás. Creo que en el corto plazo la IA no te va a quitar el trabajo, te lo

van a quitar las personas que lo estén utilizando de forma más inteligente”. Piensa, además, que, a la industria, incluida la de eventos, le falta una transformación; y que la sostenibilidad junto a la IA es dos de las co-



sas más transformadoras que tendrán en la vida. “Sí, me siento optimista, pero como industria tenemos que unirnos porque tendremos muchos desafíos hacia adelante y me alegra que los políticos estén aquí, y estén escuchando atentamente”, agregó Karamat.

Del lado del sector público, fue invitado a reflexionar sobre el tema el **director nacional de Turismo de Uruguay, Roque Baudéan**, quien destacó que sabiendo utilizar las herramientas que hoy da la tecnología les permiten hacer los cambios más rápido. Con la inteligencia artificial, opina, también hay que preparar los destinos inteligentes, y ponderó que Uruguay tiene una gran oportunidad, porque dispone de una conexión de las más importantes a nivel mundial y de tres ciudades inteligentes: Montevideo, Punta del Este y, recientemente, la ciudad de Colonia. Manifestó que desde el Ministerio de Turismo entienden que la IA es muy importante y se vienen preparando para ello desde hace tres años, así como también están convencidos de que la asociatividad público-privada es fundamental para desarrollar este tipo de cosas.

Por otra parte, la postura de Argentina sobre este tema llegó con **Franco Arone, subsecretario de Turismo de la provincia de Santa Fe** la cuál su población asciende a 3.2 millones de habitantes, quien acotó que todo aquel que tenga una función pública no tiene otra alternativa que generar escenarios favora-

bles para montarse en esta ola. “La IA genera una oportunidad muy clara para que podamos volcar toda esa información – de la que disponemos y que antes no podíamos aprovechar porque era muy costoso procesarla– y generar modelos que nos permitan tener mejor capacidad de respuesta y ser mucho más claros y contundentes con las políticas que queremos proponer desde la parte pública”. Y fundamentalmente, aportó Arone, creo que el gran desafío que tenemos es generar las condiciones para que el sector público y privado puedan capacitarse rápidamente sobre esta caja de herramientas que existe a partir de la IA.

Luego correspondió la palabra a la **viceministra de Turismo de Ecuador, Silvana Ramírez**, quien argumentó sobre la necesidad de tener un marco normativo claro, que defina las estrategias y cuál será el límite en el desarrollo de la IA. “Si bien la tecnología nos ayuda a optimizar costos, a acelerar procesos, no hay nada mejor que poder interactuar, las emociones, la necesidad de ir investigando, profundizando”, adujo, e insistió en que se deben generar políticas en base a las necesidades de cada destino, trabajando de forma articulada con los diferentes actores privados.

Martin Boyle, CEO de la Asociación Internacional de Organizadores Profesionales de Congresos (IAPCO), que representa aproximadamente 100 empresas y generó un



impacto económico de 15 mil millones de dólares el año pasado mediante unos 1,700 eventos, enfocó su participación en el tema cómo la IA podría ayudarles en las licitaciones para desarrollar eventos. “Identificar los sectores clave a los que quieren apuntar para sus licitaciones, a los influencers y líderes de opinión y llegar a ellos a través de la IA, y cuando entremos a una licitación ya tenemos un pie adentro porque el que recibe la oferta ya tiene la información. El desafío sería identificar de manera colaborativa qué quieren abordar, encontrar las personas correctas, contactarlos, empezar a mapear la información y luego empiezan a mapear su estrategia”.

La viceministra de Honduras, Reizel Vilorio,

también percibe oportunidades en la inteligencia artificial, y las enumeró: para encontrar aquellas actividades puntuales que son importantes y que nos toman tiempo; para encontrar esos destinos que no estamos ganando y posicionarse al nivel para poder competir; utilizar esa herramienta para hacer ese estudio de mercado, para encontrar aquel nicho donde puedo ingresar a través de la IA y posicionarme como un destino atractivo. En pocas palabras, “utilizar la herramienta como algo estratégico de posicionamiento”, afirmó.

Ricardo Martínez Fajardo, presidente de COCAL, la Federación de entidades organizadoras de congresos y eventos afines de Latinoamérica, dirigió su postura al tema



del talento humano y la necesidad de hacer llegar a los jóvenes la información sobre este mercado al que pueden acceder. “Lo que dijo Veemal rompe tres paradigmas. Primero comenzamos con el tema de que ‘el pez más grande se comía al más chiquito’, luego salió otra persona diciendo que es ‘el pez más ágil el que domina’, y ahora vemos que es ‘la especie más inteligente la que va a dominar’. Esto es un cambio radical. A lo mejor esta situación ha pasado una y otra vez, y no debemos temer, debemos seguir adaptándonos. Unas estadísticas del BID (Banco Interamericano de Desarrollo) indican que ya la tendencia de nuestros jóvenes no es estudiar grandes carreras, la tendencia es especializarse. De hecho, ahora preferimos personas que vengan especializadas para cumplir con tareas mucho más rápidas y eso va a afectar nuestros sistemas educativos de una forma

muy radical, y urge que nosotros aupemos a estas instituciones para que los jóvenes reciban este tipo de información mucho más puntual y no se desesperen”, comentó.

Por su parte, la representación del sector público costarricense representado por su **ministro de Turismo, William Rodríguez**, desbordó optimismo. “¿Qué podemos esperar? Que todo lo que venga sea positivo, las plataformas de reservaciones, de transporte, lo que ha venido a hacer la IA es a facilitar nos la vida. Y en el turismo ha jugado un papel fundamental. ¿Qué es lo que debemos hacer? Gestionar lo que decidimos, y eso es lo que estamos haciendo en Costa Rica, porque entendemos lo que significa el turismo de reuniones para el país, y si lo comparamos con la cantidad de personas que nos provee al año es igual que un mercado euro-

peo que nos provee una cantidad de gente importante y por la cual hacemos una serie de actividades mercadológicas que tratan de hacer llegar más personas a la actividad”, comentó.

Y sobre la sostenibilidad, invitó a dejar de hablar y a actuar más. Y anunció que, en 2025, cuando este mismo evento se desarrolle en su país, van a compensar la huella de carbono de todos los asistentes.

La viceministra de Turismo de Panamá, Magda Durán, llamó a no tener miedo a la IA porque en el turismo MICE, todas las organizaciones del sector pueden encontrar “muchísima ayuda” y esto es algo que ya está demostrado como herramienta de planificación. **“Ahora la IA debe ser adoptada como una política de Estado, porque llegó para quedarse”**.

Sherrif Karamat, de PCMA, intervino nuevamente. Alegó que frente a la IA lo que está sucediendo es que todo está pasando a una gran velocidad, y tanto los gobiernos como el sector privado no han hecho mucho en referencia a las políticas, para ir a la misma velocidad y para atacar los temas de ciberseguridad y demás desafíos que se pusieron sobre la mesa. También lanzó dos retos. A las organizaciones y gremios, recordar que los humanos necesitan humanos, que están en un negocio de personas y que uno de sus desafíos básicos pasa por el cuidado de la sa-

lud mental. **“Los seres humanos no estamos conectando de una manera física, debemos dejar la discusión de la IA donde pertenece y trabajar en las conexiones humanas”**.

Asimismo, retó a los políticos a moverse más rápido para crear leyes y políticas que vayan delante de lo que está pasando en internet.

Gilberto Salcedo, vicepresidente de Turismo de ProColombia, hizo un mea culpa por la industria del turismo. **“Lo que está sucediendo en el sector turismo es que todavía no hemos sido capaces de incorporar la tecnología en debida forma, el sector tiene todavía por delante un reto grande en adopción e incorporación”**. Y conectando con lo que dijo el ministro de Costa Rica, añadió Salcedo, creo que puede haber un buen momento para motivar e incentivar el uso de la tecnología y de este tipo de tecnologías en particular, y me refiero al tema de comunicar, porque al aplicar la tecnología hay que tener claro para qué la ponemos en movimiento.

También exhortó a no quedarse solo en el hablar, sino a encontrar la manera de sacarle provecho a la tecnología y, en materia de sostenibilidad, a ubicarla en el corazón de la aplicación de la IA. Y puso un ejemplo relativo a lo que está sucediendo con la demanda. **“Booking nos está diciendo que el 90% de las experiencias que están buscando las personas son experiencias sostenibles, y que**

7 de cada 10 de esas experiencias las personas las están declinando porque dudan de que realmente sean sostenibles, y por cuenta de eso se está derivando un tráfico muy bueno a Latinoamérica. Tenemos que poner el ojo allí y dar un salto cuántico para no terminar siendo espectadores y al final del día compradores de tecnología”, insistió el vicepresidente de ProColombia.

Ana María Viscasillas, chairwoman de EIC, Events Industry Council, aprovechó para lanzarle un reto a los representantes de los gobiernos presentes, que se resume en cómo el apoyo público puede incluir financiamiento, para que la industria avance en términos de sostenibilidad e inteligencia artificial.

“No solamente son los incentivos para atraer eventos, señaló, ¿por qué no ponemos plata para ayudarlos a profesionalizar y lograr las certificaciones? ¿Y por qué hablo de certificaciones? La palabra sostenibilidad suena maravillosa, pero ¿cómo yo individualmente puedo ayudar a que un evento sea sostenible.? tan importante es un stand para atraer a mi destino clientes, como lo es saber explicarle al cliente que tenemos el conocimiento, que podemos ayudarle a lograr sus objetivos de valor agregado para su comunidad y para su industria y hacerle saber lo económico, porque entendemos la sostenibilidad”.

Jaqueline Gil, directora de Marketing Internacional, Negocios y Sostenibilidad del

Instituto Brasileño de Turismo - EMBRATUR, acogió el reto de Viscasillas. “Ana María dejó una pregunta muy fuerte. Como hacer políticas públicas para invertir y quisiera comenzar con un cambio que parece sencillo, pero con el que queremos crecer a otras iniciativas. Hemos decidido no hacer ninguna inversión más en souvenirs, que es muy común en tema de eventos (bolsos, botella de agua, cuaderno, que incluso son artesanales, etc). Comprendemos que la inversión que hacíamos allí ahora podemos hacerla en iniciativas socioambientales que promueven la recuperación de la naturaleza. Empezamos en Alemania a principios de este año y luego en Frankfurt. Ahora llevamos un certificado en papel reciclado y de forma digital le damos la invitación al stakeholder, posible socio o invitado, para ser padre o madre de un pequeño arrecife de coral que está en regeneración, y ahí queremos seguir para que la IA nos ayude a promover la conservación de la naturaleza. Con este caso en concreto buscamos sostenibilidad en la industria de negocios y eventos. También contribuir con la estrategia de residuos cero, incluso construyendo conexiones emocionales con este ‘madre’ o ‘padre’ del arrecife de coral”.

Concluida esta profunda discusión, llegó el momento de escuchar el segundo tema central del Foro Político.

El Valor Multidimensional De Los Eventos Profesionales Como Catalizadores De Innovación, Colaboración y Crecimiento

Luego del primer debate de la jornada, se dio paso al segundo tema del día a cargo del conferencista **James Latham, fundador de Intellectual Capitals y The Iceberg - Joint Meetings Industry Council - JMIC** (Reino Unido), quien abordó el tema “El valor multidimensional de los eventos profesionales como catalizadores de innovación, colaboración y crecimiento”.

Creador de una plataforma que alinea la relevancia de los proyectos empresariales y profesionales con la transformación social y económica, este visionario del sector de eventos profesionales puso sobre la mesa tres historias que demuestran cómo la narrativa, cómo creerse la historia y aprender a contarla puede dimensionar el impacto de esta industria.

“Creo que hay una oportunidad para que los Ministerios de Turismo se puedan elevar más allá de las cifras de visitantes porque estos eventos empresariales no tienen el mismo impulsor que otros tipos de turismo”, manifestó Latham. Algunos, por ejemplo, se reúnen en torno a un desafío común y así introdujo su

primer caso, el de la Sociedad Europea de Radioterapia y Oncología, cuya actividad se desarrolló aún en medio de la pandemia, en 2021.

Narró que para trabajar el legado identificaron que existía un vacío de información sobre el uso de la radiología en el tratamiento del cáncer y que, quien la necesite, tenga acce-



so a ella. En vista de lo anterior, una parte de legado del evento fue crear un sitio web que le brinda información a los pacientes, a los médicos y a las familias, para ayudarles a entender el cáncer. Además, se hizo una asociación público privada para dar herramientas a los líderes del país, y todo fue posible por los procesos que crearon.

“Como resultado de la iniciativa de generar conciencia entre el público, 700 millones de euros que se generaron ahora se están invirtiendo en todos los hospitales de España donde hay escasez de equipo, y la primera investigación muestra que se salvaron cientos de vidas en España, y en un espacio de 25 años del ciclo de vida de los equipos, se van a salvar un cuarto de millón de vidas” agregó Latham.

En los KPI tradicionales, señaló, se habrían medido la cantidad de personas sobre los asientos, entre otros aspectos. El experto argumenta que estos eventos no existen para consumir esa cadena de suministros, que se debe invertir en sostenibilidad, que hay que mitigar el impacto sobre el ambiente, y trabajar lo más fuerte posible para asegurar que los legados que se derivan de los eventos tengan un impacto positivo en términos de salud, de comercio, impulsando empleos dentro de sus países y dentro de sus ciudades.

La segunda historia que Latham trajo a la jornada se relaciona con la creación de la va-

cuna contra el VPH. En 1994, dos científicos que estaban estudiando el virus del papiloma humano para entender la causa de cáncer cervicouterino coincidieron en un congreso de verrugas genitales, y decidieron trabajar colaborativamente. Eso llevó a que el desarrollo del tratamiento se adelantara 10 años. “Durante 10 años 100 millones de mujeres hubieran contraído a nivel global el cáncer, 90 millones hubiesen requerido tratamiento y 10 millones hubieran muerto. Ese es el éxito de un evento corporativo porque se centra en la misión y el propósito”.

La última historia se relaciona con los equipos que se utilizan para escanear el cerebro. Uno de los investigadores más importantes fue a un evento en Halifax, Nueva Escocia, Canadá. Estando allí se percató que estaba en una capital intelectual, un epicentro de la investigación, y los fabricantes concluyeron que si transferían la investigación y desarrollo a esa ciudad podrían repoblar los hospitales con estos equipos. Era un gran negocio, sí, indicó Latham, pero esos fabricantes están empleando a unas 9 mil personas, es el segundo empleador, después del gobierno, y esa es la clase de impacto que puede tener un evento empresarial.

“Así que ya sea para el comercio, ya sea para la innovación, ya sea para la asistencia sanitaria, estos impactos socioeconómicos medioambientales superan con creces la huella común de todos”, concluyó Latham.

Intervenciones y Debate De Ministros y Ministras, Líderes Políticos y Representantes De Entidades Internacionales Presentes.



De esta manera llegó el momento para abrir el segundo debate de la jornada. El primero en participar fue **Sherrif Karamat**, quien parte diciendo que discrepa de Latham en cuanto a que exista un turismo de negocios o empresarial, y hasta que se den cuenta de ello y que en alianza con ese sector pueden avanzar, no podrán ver todo lo que está debajo de la punta del iceberg, haciendo alusión a la analogía que utilizó el expositor. “Si

[se van a mantener los eventos de negocios en el sector turístico entonces tienen que tener estrategia”,](#) dijo Karamat.

Dirigió entonces su reflexión hacia el sector público. “Yo sé que todos los países tienen una marca turística fuerte que les permite obtener beneficios de forma inteligente, pero la economía verdaderamente transformadora tiene que tener un asesoramiento empre-

serial que impulse el crecimiento económico del sector para suministrar recuperación”.

Nardone aportó diciendo que esto puede ser una gran oportunidad para que, además, los otros ministerios entiendan, en conversación con los ministros de Turismo, que también son parte de ese proceso de captación de eventos, para mejorar las áreas que ellos representan habitualmente. Y dio un ejemplo vinculado a la salud. “Cuando por primera vez se hace el congreso mundial de AIDS (SIDA) en Sudáfrica comienzan a aparecer las primeras terapias para el tratamiento de la enfermedad, no antes”.

Correspondió la palabra en esta oportunidad al **director nacional de Turismo de Uruguay, Roque Baudean**. Se refirió a dos experiencias de congresos académicos que consideraron importante efectuar en sus destinos y que les han dado réditos: enoturismo y termalismo. “Era muy importante el intercambio de experiencias con profesionales de todo el mundo, de todos los continentes, era no solamente traer un congreso, sino desde el punto de vista académico, de inversiones, de capacitación, y así se hizo”.

Eduardo Chaillo, Global Leadership Committee - Destinations International, opinó que uno de los problemas en América Latina es semántico porque se sigue poniendo el turismo de reuniones debajo de la cuestión turística y no necesariamente a su lado. Propuso

que para 2025 se invite a ministros de otras carteras –Economía y Educación–, para que ellos escuchen de lo que está hecha esta industria y que eso los ayude también con la atracción de talento.

Y aquí se detuvo para hacer énfasis en el tan necesario cambio de narrativa. “Cuando hablas de convenciones, de congresos, a lo mejor los jóvenes piensan que van a reservar cuartos de hotel, a recoger gente en los aeropuertos y que van a montar stands, lo cual tenemos que hacer y creo que lo hacemos muy bien, pero esto trasciende todo eso, si los jóvenes entienden que lo que estarían haciendo en esta industria es tan valioso para la humanidad estoy seguro que seríamos mucho mejores en captar talentos”.

Nardone, en su rol de moderador principal, aceptó el desafío de invitar a otros ministros representantes de otras carteras para la próxima edición del Foro Político, y cedió la palabra al **subsecretario de Turismo de la provincia de Santa Fe, Franco Arone**, quien destacó que en Argentina muchos destinos están trabajando herramientas prácticas para construir el legado del evento, el cual, mencionó, puede ir desde infraestructura hasta la modificación de una política pública. Y una de esas herramientas que están utilizando y que les ha dado una oportunidad de crecimiento importante es el **Programa Embajadores Turísticos**, en el cual detectan personas influyentes de un campo disciplinar o

una persona destacada de la vida pública o del arte o una persona que participe en un board internacional o nacional y que tenga la posibilidad de postular sus destinos como sede de eventos.

Y cuando hablo de legado, dijo Arone, recuerdo la ciudad de Rosario que a partir de ese programa lanzó “Rosarinos por el mundo”, una herramienta que permite que personas oriundas de allí o han vivido en algún momento en Rosario sean representantes de la ciudad y que ayuden a captar eventos.

La chairwoman Ana María Viscasillas, de EIC, también apeló por cambiar la forma en que se venden los destinos y que se le dé valor a su profesión. Y esa narrativa, remarcó, la tenemos que cambiar por industria y por evento. “No hay una sola industria en este mundo que no tenga asociaciones, que no tenga corporaciones y que no se tenga que reunir”, argumentó Viscasillas y narró una experiencia que ilustraba su punto.

Durante un Congreso de Infectología, aún en pandemia, dijo Viscasillas, conocí a un infectólogo que me dijo que él está en el negocio de la medicina y que, si no va a un congreso, si no se sienta a tomar un café con otro colega en ese escenario, no descubre por dónde van los avances de la medicina.

Así que tenemos que salir al ruedo a hablar de nuestro propio valor, remarcó. Y si lo vemos desde la perspectiva de un evento, a mí me parece que nosotros debemos utilizar a cada participante, buscar un gancho local para que todos nuestros clientes sean portavoces: un mensaje, millones de voces. “La única manera de acelerar, en mi opinión, la transformación social, económica y ambiental, si lo llevo a la sostenibilidad, es a través de la industria de eventos; nosotros podemos provocar en cada destino oportunidades, pero tenemos que creernos el cuento y cacarearlo”, enfatizó Viscasillas.



Arnaldo Nardone se dirigió entonces a **Sen-thil Gopinath, CEO de ICCA** quien por su rol se encuentra en contacto con países emergentes y con destinos consolidados. “De acuerdo a tu experiencia, ¿cuáles son los países que lo están haciendo mejor?” cuestionó Nardone.

Gopinath comenzó por advertir que cada vez más países se fijan en los sectores que son importantes para el PBI, como el sanitario, el farmacéutico y el agrícola. En primer lugar, explicó, seleccionan el sector, luego se enfocan en el ministerio correspondiente y su visión y se centran allí en términos de negocio, de atraer eventos empresariales al país. Y mencionó a Qatar, Singapur y Tailandia como buenos ejemplos del sector. Destacó que existe un mandato del gobierno para trabajar el sector estructuralmente, y que las oficinas de Turismo se alinean para traer eventos que tengan que ver con los sectores que se están construyendo.

Así que cuando elige el sector, se trabaja estructuralmente para construirlo, porque ese es un mandato del gobierno federal. “Lo que ocurre cuando se hace eso es que se obtiene un buen apoyo financiero del gobierno y los inversores locales son capaces de encontrar ese mercado porque eso es lo que el país quiere emprender, ya que el gobierno reconoce que los eventos empresariales impulsan el crecimiento de los sectores aportando reuniones, conocimientos y desarrollando la economía del conocimiento”, compartió Gopinath.

A continuación, Nardone cedió la palabra a **Martin Boyle, CEO de IAPCO**, para cerrar la discusión. Boyle felicitó a James Latham por la forma en que presentó las tres historias que muestran lo que puede significar un evento empresarial o un congreso para la humanidad.

Y a partir de esos ejemplos propuso crear tres, cuatro o cinco preguntas estándar que todos los equipos de sus asociaciones les hagan a sus clientes de congresos, por ejemplo: —¿Qué quieren conseguir? ¿Qué hacemos para ayudarlo?—, con el propósito de que si toda la industria opera a partir de ese marco unificado, cada año podrán mirar hacia atrás y corroborar cómo están logrando objetivos y ayudando a sus clientes y a la sociedad.

“James, el concepto de iceberg ya existe. Creo que cuenta una historia muy, muy sólida. Pero creo que tenemos que ayudar a nuestros equipos a ser capaces de formular las preguntas adecuadas y luego comunicar cómo construimos esas mismas historias. Y si podemos hacerlo en colaboración, creo que vamos a cambiar la conversación que mantenemos, tanto a nivel político como directamente con los clientes, y vamos a estar en un lugar muy, muy fuerte”, concluyó el ejecutivo del Reino Unido.



11° FORO POLITICO
Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones
PREMIO FORUM 2024

Premio Forum 2023

Concluida la jornada de intercambio de conocimiento e ideas para el futuro cercano, el director de FIEXPO Exhibitions Group se preparó para anunciar al ganador del premio Fórum, un galardón destinado al sector público, a la autoridad que hace una contribución significativa para el desarrollo de la industria de reuniones de Latinoamérica.

Este año, la ganadora del premio Fórum lo tiene muy bien ganado, dijo Nardone, y explicó por qué.

“Muchas veces nosotros tenemos oficinas de promoción turística, por un lado, de promoción de negocios, pero si los ministros que son de la cartera no apoyan esa gestión es muy difícil que se puedan lograr esos objetivos que esas oficinas se ponen en la mente. Si

ustedes piensan que en los últimos tres años Panamá creó el Panama Association Hub para que se instalen asociaciones de todo tipo en este país y dio las facilidades; abrió la oficina de ICCA para Centroamérica –la segunda sede en la región, la primera está en la ciudad de Montevideo–, para que sea el association partner único de ICCA en la región; que haya aumentado el negocio, que los universitarios estén participando como embajadores, que el equipo que dirige el turismo de reuniones y la industria de reuniones en este país haya sido reconocido Congreso mundial de ICCA hace poco en Bangkok y su presentación fuera recibida con mucho respeto”.

Por todo ello, anunció Nardone, **el premio va para Panamá, para Denise Guillén, ministra de Turismo.**







11° FORO POLITICO

Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones

11 de junio de 2024

Panamá