



EVENTOS CORPORATIVOS

Personalización, tecnología y experiencia:
Tres pilares fundamentales

19

ARNALDO NARDONE RECIBIÓ EL
PREMIO LATINO 25 ANIVERSARIO
"SERGIO BARITUSSIO"

22

ENTREVISTAMOS A LINDA GARZÓN
DE MEET4IMPACT

48

MOTIVATION LUXURY SUMMIT 2025
CELEBRARÁ ENBARBADOS DEL
13 AL 17 DE SETIEMBRE

EN COSTA RICA CADA LOGRO SE CELEBRA CON UNA NUEVA AVENTURA.

Meta superada



Incremento de productividad



Team Building en los rápidos



esencial®
**COSTA
RICA**

INCENTIVOS
AL ESTILO 
PURA




VIDA



costaricapuremeetings.com

SUMARIO

- 04 COSTA RICA: Eventos con alma verde
- 08 El programa de académico de IMEX America destaca la comunidad y el liderazgo
- 12 Punta del Este: plataforma regional para los negocios y el networking
- 16 25 años de historias, encuentros y propósito compartido
- 18 Entrevista: CHARISSE SLIGHT
Chairwoman MPI Foundation LATAM 2025
- 19 Arnaldo Nardone recibió el Premio Latino 25 Aniversario “Sergio Baritussio”
- 22 Entrevista: Linda Garzón. Tendencias en legado y sostenibilidad enLatinoamerica
- 24 Enjoy Punta del Este, el nuevo epicentro MICE de Sudamérica
- 28 Eventos Corporativos. Personalización, tecnología y experiencia: tres pilares fundamentales para eventos corporativos
- 38 FIEXPOLatin America marca un hito con su edición inaugural en Costa Rica





- 41 XII Foro Político Latinoamerica sobre la industria de reuniones
- 42 Entrevista: Eduardo Chaillo. Recibió el Premio a la Trayectoria otorgado por FIE expo Latin America
- 45 Entrevista: Elva Yáñez. Coordinadora del Área de Turismo de Reuniones MICE de Promperú
- 47 Noticias ICCA
- 48 Motivation Luxury Summit 2025 celebrará en Barbados del 13 al 17 de setiembre
- 51 Cocal en Honduras, edición numero cuarenta y uno



Editorial

Increíblemente ya nos encontramos a menos de ciento veinte días de finalizar el año, un año muy movilizador para nuestra editorial ya que hemos festejado nuestros primeros 25 años, y esos festejos incluyeron volver a reconocer y celebrar a los líderes más influyentes de América Latina, lo cuál hicimos aprovechando el marco inigualable de la Cena de Gala de FIE expo Latin America. ¡Pero también quisimos celebrar con impacto y que mejor que hacerlo con MPI Foundation, celebrando la RENDEZVOUS en Costa Rica!

FIE expo Latin America celebró su edición número dieciocho, la cuál concluyó con resultados impactantes que la consolidan como la feria más importante de la industria en Latinoamérica, durante la cual recibió la Bandera Azul Ecológica para eventos, reconocimiento que distingue a aquellos encuentros que integran prácticas responsables en su planificación, ejecución y montaje.

ICCA por primera vez ofreció un reconocimiento a sus socios con 10, 15, 20, 30 y 40 años de membresía, y también presento formalmente a las nuevas autoridades del capítulo Latino en la reunión realizada durante FIE expo Latin America.

Sostenibilidad y Legado son dos temas que importan y mucho a quienes somos parte de la industria y Meet4impact viene trabajando fuertemente en lograr resultados, entrevistamos a Linda Garzón para aprender más sobre su trabajo.

Los Eventos Corporativos son un sector dentro de la industria muy importante y que han sufrido algunos cambios post pandemia, como por ejemplo el menor tiempo de planificación, pero también han incorporado el diseño de experiencias y la personalización como elementos claves para lograr los objetivos propuestos.

Para finalizar elegí una frase del CEO de ICCA, Senthil Gopinath, publicado en el informe anual, que me pareció muy oportuna para el momento que atraviesa nuestra industria: **“Juntos, estamos construyendo un futuro donde las reuniones importen más que nunca”**

¡Que así sea!

CAROLINA ADANO
DIRECTORA

COSTA RICA:

Eventos con alma verde

El destino más sostenible de América redefine la manera en que las empresas organizan sus reuniones, convenciones y viajes de incentivo. Naturaleza, innovación y propósito se unen para ofrecer experiencias corporativas transformadoras.

En un mundo corporativo cada vez más consciente del impacto ambiental y social, Costa Rica se posiciona como el destino más sostenible de América para reuniones, congresos, viajes de incentivo y eventos empresariales de alto impacto.

Una nueva era para el turismo de reuniones

La industria de reuniones vive un cambio de paradigma. Las empresas ya no buscan únicamente espacios funcionales para llevar a cabo sus convenciones o encuentros anuales: hoy, el éxito de un evento se mide también por su conexión con el entorno, su responsabilidad social, su capacidad de inspirar y dejar una huella positiva. En ese nuevo escenario, Costa Rica emerge como un líder natural, no solo por su biodiversidad y belleza escénica, sino por haber construido, durante décadas, un modelo turístico que apuesta por la sostenibilidad, la calidad y la innovación.

Sostenibilidad real, no discurso vacío

Costa Rica no adoptó la sostenibilidad como una moda pasajera. Lo hizo parte de su ADN. Más del 98% de su electricidad proviene de fuentes renovables, protege más del 25% de su territorio bajo esquemas de conservación, y ha sido reconocido globalmente como un ejemplo de desarrollo responsable.

Para el sector MICE, este enfoque se traduce en **eventos con propósito**: congresos con certificaciones de carbono neutral, reuniones que integran acciones de voluntariado corporativo, viajes de incentivo que promueven el respeto por la naturaleza y las comunidades. Es un destino donde la sustentabilidad no es una promesa, sino una vivencia diaria.



Conectividad ideal

Costa Rica es un destino accesible, especialmente para el mercado latinoamericano. Desde ciudades clave como Ciudad de México, Bogotá, Lima o Panamá, hay vuelos directos que llegan a sus dos aeropuertos internacionales: Juan Santamaría (San José) y Daniel Oduber (Liberia). Su ubicación geográfica estratégica permite que la mayoría de los vuelos tarden entre 2 y 5 horas, ideal para grupos que buscan minimizar traslados largos y maximizar el tiempo en destino.

Además, su extensión editorial facilita la organización de eventos en distintas regiones del país. Una convención puede desarrollarse en la capital, complementarse con actividades de integración en el bosque nuboso de Monteverde y cerrar con una cena de gala en las playas de Guanacaste. Todo sin traslados largos ni complicaciones logísticas.

Espacios que inspiran

Costa Rica ofrece una combinación única de infraestructura moderna y escenarios naturales. El **Centro de Convenciones de Costa Rica**, a solo minutos del aeropuerto internacional, es una de las sedes más completas de América Central: puede albergar hasta 4,000 personas, cuenta con arquitectura bioclimática y cumple con estándares internacionales de sostenibilidad.

A esto se suman **hoteles y resorts de marcas internacionales como Marriott, Hilton, Westin, Hyatt o Barceló**, así como propuestas boutique con salones al aire libre, jardines tropicales y vistas impresionantes, ideales para eventos íntimos, retiros ejecutivos o lanzamientos de alto perfil.



Incentivos que transforman

Costa Rica ha entendido que los viajes de incentivo son más que premios: son herramientas de motivación y fidelización que deben inspirar, emocionar y transformar. En ese sentido, la oferta de experiencias es inigualable:

- ➔ Rafting en ríos de aguas cristalinas, entre bosques tropicales donde la adrenalina se equilibra con la armonía natural.
- ➔ Caminatas en parques nacionales, donde se puede observar la fauna endémica guiados por biólogos apasionados.
- ➔ Clases de cocina local, degustando café de altura y platillos tradicionales preparados con ingredientes orgánicos.
- ➔ Talleres de sostenibilidad, donde los equipos corporativos pueden plantar árboles, colaborar con comunidades indígenas o participar en proyectos de conservación.

Estas actividades no solo refuerzan el trabajo en equipo: conectan a los participantes con valores universales como el respeto por la vida, la responsabilidad ambiental y la importancia de dejar un legado.

Cultura cálida

Uno de los mayores activos de Costa Rica es su gente. La calidez, hospitalidad y profesionalismo del "tico" se reflejan en cada aspecto de la experiencia. Desde los guías turísticos hasta los organizadores locales, pasando por chefs, artesanos y personal de hotel, todos comparten un mismo objetivo: hacer que cada visitante se sienta bienvenido, valorado y cuidado.

Para los meeting planners, esto representa una ventaja operativa

y emocional: trabajar con proveedores comprometidos, capacitados y flexibles, que entienden las exigencias del sector corporativo y aportan siempre una dosis de creatividad y pasión.

Seguridad, estabilidad y respaldo institucional

Costa Rica es uno de los países más estables de América Latina, tanto política como socialmente. No tiene ejército desde 1948, su democracia es robusta, su sistema de salud es reconocido y su infraestructura vial y digital ha mejorado significativamente. Estos factores se traducen en un entorno confiable para organizar eventos internacionales.

El Instituto Costarricense de Turismo (ICT) apoya activamente la promoción del destino en el segmento MICE, facilitando herramientas, contactos clave y estrategias para atraer grupos desde todo el continente.

Una visión compartida

Elegir Costa Rica para realizar un evento corporativo no es solo una decisión logística: es una declaración de principios. Es decirle a los colaboradores, socios y clientes que la empresa apuesta por experiencias transformadoras, por el bienestar común y por un futuro más responsable.

En un momento en que las empresas buscan alinear sus prácticas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y fortalecer su reputación desde la acción, Costa Rica ofrece una plataforma real para integrar estos valores en sus estrategias de reuniones e incentivos.



“Aquí, los negocios florecen en la naturaleza, las ideas se oxigenan y cada evento deja un legado positivo. Bienvenidos a Costa Rica, el alma verde del turismo MICE en América Latina.”

En Costa Rica, cada reunión cobra vida en un escenario natural único. Cada congreso se convierte en una oportunidad de aprendizaje compartido. Cada incentivo inspira un nuevo comienzo.

Si estás buscando un destino que ofrezca valor tangible, retorno emocional y reputación positiva, Costa Rica te espera con los brazos abiertos y el alma verde. Porque aquí, los negocios y la sostenibilidad no son caminos paralelos, sino parte de una misma experiencia.



El programa de académico de **IMEX America** destaca la comunidad y el liderazgo



La comunidad es fundamental para la experiencia humana, ya que proporciona seguridad, apoyo y un sentido de identidad. Un informe reciente de Meeting Professionals International (MPI), socio estratégico de IMEX, reveló que, al crear planes de acción comunitarios, las organizaciones pueden lograr un alto rendimiento en los KPI y objetivos de sus eventos.

Community Builders es una de las dos nuevas áreas del programa de formación avanzada de IMEX América. El evento, que se celebrará del 7 al 9 de octubre, cuenta con más de 150 sesiones educativas, todas diseñadas para brindar a los organizadores de eventos globales la perspectiva, los contactos y la inspiración que necesitan para optimizar sus reuniones con proveedores.

Tahira Endean, directora de Programación de IMEX, explica: «Ya sea que reunamos a empleados, clientes, miembros o seguidores, nos dedicamos a construir comunidades a través de nuestros eventos. Todas nuestras áreas se centran en la participación activa, con un equipo internacional de expertos de toda la industria y de otros sectores, que compartirán qué funciona, qué no funciona y por qué».

Trayectorias de aprendizaje de IMEX

Antes del lanzamiento del programa educativo completo en línea el próximo mes, se revelarán las nueve trayectorias, incluyendo dos nuevas. Los planificadores pueden combinarlas para encontrar la ruta de aprendizaje ideal para ellos.

Constructores de comunidades:



David Adler, emprendedor de medios y un estudioso empedernido de la conexión humana, sin duda generará un debate animado en su sesión: Un foro de Gathering Point para constructores de comunidades. «Nos dedicamos a poner la piel de gallina», afirma. **«Cuando se organizan correctamente, los grandes**



IMEX

Some trade shows
promise the world.
We actually deliver it.

Where deals are done, relationships are real, and our team is right there beside you.

Because that's how business should be. No empty promises.
Just pure business impact.



IMEX LAS VEGAS
OCTOBER 7-9 2025

IMEX FRANKFURT
MAY 19-21 2026

Let's go where the
buying power is.

imexevents.com

eventos no solo llenan las butacas. Aceleran el ritmo cardíaco. Generan conversaciones inesperadas”.



En un mundo donde casi la mitad de los trabajadores se sienten infravalorados, la galardonada emprendedora **Andrea Driessen** tiene la solución: Gracenotes®. Ella lo llama: “La navaja suiza para la vida moderna que nos transforma de invisibles a invaluable. Cuando sentimos que importamos, nos sentimos vistos, importantes y necesarios”. Andrea presenta una serie de sesiones en la feria, entre ellas: Mensajes que importan: aprovecha Gracenotes® para lograr mayor impacto, significado y propósito.

Liderazgo y cultura:

“¡Realmente me escapé de casa para unirme al circo!”, afirma **Duncan Fisher**, Director de Operaciones de Espectáculos del Cirque du Soleil Entertainment Group. Supervisa todos los espectáculos del Cirque du Soleil, con un equipo de 3200 personas que actúan en todo el mundo. Explica la filosofía detrás de su sesión: Cómo gestionar tu negocio global como un circo. “En mi experiencia, el circo es un lugar que funciona como un reloj, dirigido por un equipo de personas de innumerables naciones, que hablan diferentes idiomas, con diferentes



orígenes, y que literalmente confían sus vidas entre sí”.

El Dr. Ferron Gray, presidente y fundador de la Fundación Grae Matta, se ha propuesto mejorar el acceso a los servicios de salud mental en el lugar de trabajo y la educación superior. En su sesión “Cómo liderar con impacto en tiempos extremos”, profundizará en algunos de los consejos que compartió en el reciente informe homónimo de IMEX. ¿Cuál es el consejo de Ferron para los líderes? “La resiliencia no se construye en tiempos de calma, sino a través de cómo respondemos cuando las cosas se complican”.



Las otras áreas de formación son:

- ➔ Logística de eventos: desde la elaboración de presupuestos y la preinscripción hasta la gestión de alimentos y bebidas y la contratación.
- ➔ Diseño de eventos experienciales: incluye asesoramiento experto sobre neuroinclusión, sesgo inconsciente, eventos que fomentan la curiosidad, eventos deportivos, festivales, experiencias transformadoras y más.
- ➔ Impacto: abarca ESG (ambiental, social y de gobernanza), RSE y cero emisiones netas, además de historias e ideas impactantes y personales.
- ➔ Marketing y engagement: las habilidades de comunicación, persuasión y ventas para convertir el alcance de la audiencia en engagement real.
- ➔ Innovación tecnológica e IA: todos los avances tecnológicos en un solo lugar, con sesiones para principiantes en IA y sesiones para usuarios más experimentados.
- ➔ Tendencias e investigación: prepárese para el futuro con información sobre los grandes cambios del mercado y microaprendizajes sobre perfiles, generaciones y tipos de personalidad.
- ➔ Bienestar: donde la personalización es clave. Abarca la salud social, la seguridad psicológica y la ansiedad de los asistentes.

Toda la formación profesional en IMEX America es gratuita, incluyendo los eventos especializados de la feria para organizadores asociativos, corporativos y agencias que se celebran el lunes bajo el título Smart Monday, impulsados por MPI. Muchas sesiones educativas ofrecen puntos para la acreditación de Certified Meeting Professional (CMP), también están aprobadas por CSEP (Certified Special Event Professional) y acreditadas por ICCASkills.



¡DESCUBRE POR QUÉ TU PRÓXIMO CONGRESO DEBE SER EN CHILE!
PAISAJES IMPRESIONANTES, HOSPITALIDAD ÚNICA
Y ESPACIOS MODERNOS TE ESPERAN



INFRAESTRUCTURA
DE PRIMER NIVEL



ECONOMÍA
ESTABLE



CALIDAD
DE VIDA



AVANZADA
CONECTIVIDAD



PAISAJES
SORPRENDENTES



CULTURA
Y PATRIMONIO

El Destino Natural para Reuniones

Descubre los Convention Bureaus que tiene nuestro país en www.chile.travel

ARICA / IQUIQUE / ANTOFAGASTA / LA SERENA / VALPARAÍSO / VIÑA DEL MAR / SANTIAGO
SANTA CRUZ / CHILLÁN / CONCEPCIÓN / LOS RÍOS / PUERTO VARAS / CHILOÉ / AYSÉN / PATAGONIA



@meetingsChile



mice@chile.travel



MEET IN CHILE



ChileTravelMICE



PUNTA DEL ESTE:

Plataforma regional para los negocios y el networking

El Punta del Este Convention & Exhibition Center consolida su rol como punto de encuentro estratégico en el Cono Sur para eventos que conectan personas, ideas y oportunidades.



La conectividad, la calidad de vida y la creciente profesionalización del ecosistema local han sido factores clave en este posicionamiento. El CEC funciona como una verdadera puerta de entrada a una nueva etapa del destino: la de una ciudad capaz de atraer y retener eventos internacionales de alto impacto, durante todo el año.

En el último año, el venue ha albergado encuentros clave en áreas como ciencia, medio ambiente, tecnología, educación, salud, energía y negocios, atrayendo a delegaciones de todo el mundo. Eventos como la tercera sesión del Open-En-

ded Working Group on Chemicals and Pollution de Naciones Unidas (OEWG 3.2), celebrada en junio, no solo pusieron a prueba con éxito la capacidad logística y técnica del Centro, sino que reafirmaron su valor como sede para diálogos multilaterales que trascienden lo local.

Este tipo de encuentros dinamiza la economía local, con impacto directo en hotelería, gastronomía, transporte, comercio y servicios en general, generando un efecto multiplicador de largo plazo. Los eventos son también plataformas para proyectar al mundo las fortalezas del destino, generar relaciones institucionales, atraer inversiones y fomentar la innovación.



¿Por qué Punta del Este?

Ventajas estratégicas del destino para eventos regionales

- ➔ **Conectividad aérea y terrestre:** a poca distancia de Buenos Aires, San Pablo, Porto Alegre y Asunción.
- ➔ **Ciudad segura y accesible:** escala humana, servicios de primer nivel y movilidad sin complicaciones.
- ➔ **Entorno único:** paisajes naturales, mar, gastronomía y oferta cultural durante todo el año.
- ➔ **Infraestructura profesional:** centro moderno, versátil y con soporte técnico especializado.
- ➔ **Networking de alto impacto:** espacios diseñados para potenciar vínculos comerciales y estratégicos.





Un entorno favorable para encuentros memorables

Punta del Este se presenta como un entorno naturalmente favorable para el networking de alto nivel. La escala humana de la ciudad, su seguridad, la cercanía entre sedes, alojamientos y atractivos, y la posibilidad de integrar tiempo libre y actividades sociales en marcos escénicos únicos, convierten cada evento en una experiencia memorable.

La versatilidad del CEC, con más de 11.000 m² de superficie para eventos, permite albergar múltiples actividades en simultáneo. Desde congresos académicos y convenciones sectoriales, eventos de gobierno, hasta ferias internacionales, lanzamientos de productos, eventos de entretenimiento y encuentros corporativos. Esta capacidad se complementa con una propuesta de servicios especializados y un equipo profesional que acompaña cada etapa de la producción.

La propuesta de valor se potencia aún más al considerar la ubicación estratégica de Punta del Este en el mapa regional. A menos de dos horas de vuelo de ciudades como Buenos Aires, San Pablo, Porto Alegre o Asunción, y con una infraestructura vial eficiente hacia Montevideo y el interior del país, el destino logra

reunir públicos diversos sin requerir grandes desplazamientos. Esta accesibilidad lo convierte en una opción muy atractiva para organizaciones que buscan descentralizar sus eventos sin perder conectividad ni calidad.

Un ecosistema comprometido con el desarrollo MICE

El trabajo articulado entre el sector público y privado ha sido determinante en la consolidación del destino. Desde el apoyo institucional para captar eventos hasta la colaboración con cámaras empresariales, asociaciones y operadores turísticos, existe un ecosistema comprometido con el turismo de reuniones como motor de crecimiento sostenible.

En un contexto donde los eventos ya no se piensan solo como actividades puntuales, sino como plataformas de conexión, aprendizaje e innovación, el rol del Convention & Exhibition Center adquiere cada vez más relevancia. Ser anfitrión no es solo abrir las puertas: es generar condiciones para que las ideas circulen, las personas se conecten y los proyectos se concreten.



PUNTA DEL ESTE
CONVENTION
& EXHIBITION
CENTER

Invitados internacionales



RADLA

XLI REUNIÓN ANUAL
DE DERMATÓLOGOS
LATINOAMERICANOS
PUNTA DEL ESTE 2025

RADLA

XLI REUNIÓN ANUAL
DE DERMATÓLOGOS
LATINOAMERICANOS
PUNTA DEL ESTE 2025

CONECTAMOS IDEAS CREAMOS FUTURO



+598 42 47 74 74
ventas@centrodeconvenciones.com.uy
www.centrodeconvenciones.com.uy

25 AÑOS

de historias, encuentros y propósito compartido

Han pasado veinticinco años desde que Eventos Latinoamericanos nació con un claro propósito: proyectar a nuestra región como un destino clave para congresos y eventos internacionales.

Fue en mayo del 2000 cuando Sergio Baritussio dio vida a este proyecto que, con los años, se convirtió en un referente para toda la industria en Latinoamérica.

Desde entonces, cientos de entrevistas, noticias y reportajes han llenado nuestras páginas, pero más allá de la tinta y el papel, lo que verdaderamente ha dado sentido a este camino son las personas: los líderes, los visionarios, los colegas y amigos que han creído en este proyecto.

Como parte de esta emotiva celebración, y durante la **Cena de Gala de FIEXPO Latin America en Costa Rica**, rendimos homenaje a grandes profesionales que han dejado huella en nuestra industria y han recibido en años anteriores el Premio Latino. Con una pequeña pero significativa plaqueta, reconocimos a **Arnaldo Nardone**, **Claudio Sances**, **Alejandro Abulafia**, **Pablo Sismanian**, **Alisson Batres**, **Santiago González**, **Elizabeth Tovar** y **María Eugenia Oriani**. Fue un instante cargado de emociones y un momento de agradecer por su compromiso con la industria.





El momento más simbólico de la noche fue la entrega del **Premio Latino 25 Aniversario “Sergio Baritussio”**, que recibió, **Arnaldo Nardone**.

Pero no quisimos celebrar solo con reconocimientos. También quisimos celebrar con impacto. Por eso, apoyamos la labor de **MPI Foundation**, una organización que transforma vidas a través de la educación, brindando becas y certificaciones que fortalecen el talento latino.

Gracias a todos los que participaron de la *Rendezvous*, a quienes donaron su tiempo, su energía, su corazón, especialmente a Charisse Slight, presidenta de MPI Foundation Latam, y a todo el equipo: Felipe Pérez Henao, Margarita González y Daniel Rocha. A Esteban Pastora de Global Events y a Vivian Nardone de FIEEXO Latin America, por su impecable coordinación.

Gracias por ser parte de esta historia. Gracias por creer, construir y sumar.





ENTREVISTA

CHARISSE SLIGHT

Chairwoman MPI
Foundation LATAM 2025

Hace cuantos años eres miembro MPI y cuáles consideran son sus fortalezas?

Soy socia MPI desde el 2021, soy miembro del Capítulo México, desde el inicio me sentí bienvenida y contenida en un networking muy valioso de colegas y amigos de la industria. Estar en MPI es estar en la red más influyente del mundo en la Industria del Turismo de Reuniones.

MPI ACADEMY, también ha sido una gran fortaleza para el crecimiento de mi empresa y de todo mi staff. MPI ACADEMY es una plataforma de desarrollo profesional ofrecida por MPI que proporciona educación y capacitación presencial y en línea para profesionales de reuniones y eventos.

¿Cuál es el objetivo de la Fundación y como ha impactado en tu vida profesional?

Desde que entré a MPI, estoy en MPI FOUNDATION y las razones son por que soy una apasionada en reconocer a las mujeres de la industria y porque las nuevas generaciones se profesionalicen en nuestra industria MICE.

Entre a MPI en plena pandemia, muchos colegas estaban abandonando sus estudios, por falta de recursos y cuando conocí la labor de la fundación y quise apoyar desde allí.

El objetivo de MPI Foundation LATAM es generar fondos para becas e investigaciones que impulsen la industria MICE en América Latina. Para lograr estos objetivos, MPI Foundation LATAM se asocia con organizaciones y realiza eventos de recaudación de fondos, como el RENDEZVOUS, que se lleva a cabo en ferias internacionales como FIEXPOLATIN AMERICA e IMEX América.

Estamos muy agradecidos con la revista EVENTOS LATINOAMERICANOS, ya que en junio, nos ofreció su celebración del 25 aniversario, para realizar con gran éxito nuestro RENDEZVOUS FIEXPOLATIN AMERICA 2025.

MPI FOUNDATION LATAM ha impactado de manera positiva en mi vida y en la vida de muchos colegas en LATAM.

¿Como presidenta de la Fundación cuales han sido tus objetivos?

Uno de los objetivos de nuestro BOARD es dar a conocer las FUN-

CIONES DE MPI FOUNDATION LATAM en todo el Continente, para que haya más apoyos para nuestra Industria, en temas de becas e investigación.

Otro los objetivos de nuestro BOARD 2025, es generar más de \$20,000.00 us para las becas de 20 meetings planners de LATAM para el WEC 2026 en SAN ANTONIO, TEXAS.

Todos los presidentes de MPI Argentina, Colombia, Central America, Ecuador, Perú, y México están unidos apoyando a MPI FOUNDATION LATAM para lograr los objetivos en la generación de fondos, con sorteos, subastas y Rendezvous.

¿Cuáles consideras son los atributos más importantes para un meeting planner?

SER UN APASIONADO, INTENSO y CREATIVO... Ser un loco desquiciado para recorrer el mundo CO-CREANDO CON TUS CLIENTES las mejores experiencias, desde el corazón y con gran honestidad.

¿Qué consejos le darías a quienes recién comienzan en la industria de reuniones?

Me encanta compartir mi experiencia en la industria MICE, que comenzó en los 90's, cuando todo era un emocionante desafío. Sin estudios previos en eventos, fui descubriendo el mundo de los eventos y reuniones con pasión y dedicación.

Mi consejo para ustedes es que se enfoquen en aprender sobre planificación de eventos, gestión de proyectos y comunicación efectiva.

Recuerden ser flexibles y buscar mentores que les guíen en el camino. Y lo más importante, mantengan una actitud positiva y disfruten del proceso. ¡Estoy segura de que van a hacer un trabajo increíble y crear experiencias inolvidables para todos!

¿Cómo ves la industria de aquí a cinco años?

En 5 años, vemos a nuestra industria MICE, PODEROSA, FUERTE, DINÁMICA, JOVEN Pero con Experiencia. UNIDA, COMPROMETIDA, HABLANDO EL MISMO IDIOMA: CO-CREANDO EN ARMONÍA y ABUNDANCIA.

ARNALDO NARDONE

recibió el Premio Latino 25 Aniversario “Sergio Baritussio”



¿Qué significado para ti recibir el Premio Latino 25 aniversario “Sergio Baritussio” durante FIEXPO Latin America en Costa Rica?

Bueno, fue un momento muy especial, un momento de shock. Primero no me lo esperaba y segundo, tiene un significado mucho más allá del premio, o sea, el nombre, la persona, quien representó para mí durante los años que nos conocimos. Porque más allá de haber transitado juntos en la industria de reuniones, él en un momento y recuerdo ese momento, fue en el año 97/98 me dice Arnaldo, mira tengo que pasarte la posta porque vengo trabajando desde la Fundación de COCAL así que me gustaría que vos fueras en representación de Uruguay. Por primera vez voy a COCAL en Medellín y tome la posta a partir de ahí. Este entre las tantas anécdotas que tengo con él.

En el año 2000 estábamos juntos en La Habana promoviendo el Congreso de Uruguay de COCAL del 2001, salíamos de una cena y justo nos encontramos con Maradona. Este, obviamente en un estado interesante y alguien dice son de Uruguay. Viene y nos abraza. Todavía estoy tratando de buscar esa foto que fue increíble.

Entonces por la persona, quién era, lo que representaba, lo que representó para muchos, un fundador de una sociedad, un amigo, entonces para mí tiene un significado tremendamente importante.

No quise por eso decir ni una sola palabra en ese momento, porque estaba muy emocionado y bueno, tengo esa buena memoria, así que para mí es un un recuerdo muy especial, un premio muy sentido.

¿Cuál fue el momento clave en que descubriste que tu vocación, tu pasión o tu vida iba a estar enfocada a la industria de reuniones?

Lo tengo muy claro, pero no fue solo en esa ocasión, sino que ese fue el comienzo y después se reafirmó, básicamente por un pedido muy especial. Yo había entrado en el año 1976 en lo que era el Victoria Plaza Hotel, el principal hotel de la ciudad de Montevideo. Ese hotel ya en esa época tenía un salón muy importante que era el zafiro room que estaba a la entrada del hotel y tenía también en un segundo piso unas seis salas y ahí más o menos yo miraba los eventos que transcurrían muy importantes en esa época, pero todavía no me había entrado esa pasión ni mucho menos.

Pero luego se construye una torre nueva detrás del Victoria plaza e incluye un centro de convenciones, el cual se inaugura en marzo del 95 con un gran congreso de oncología.

Realmente ahí empiezo a tomarle el gusto a la industria, a ver ese otro mundo, lo que hasta ese momento no habíamos tenido posibilidades por razones obvias, no teníamos infraestructura adecuada en Uruguay para tener eventos de ese calibre. Entonces ahí comienza y se reafirma increíblemente tres años después.

El gerente general Peter Schwarte de origen austriaco pero radicado en los Estados Unidos fue quién en el año 98 me dice "Usted tiene que convertir esto en el Centro de Convenciones más importante de la región y tiene que meterse en ICCA". En ese momento yo era el Director de Ventas, Convenciones y Marketing.

Incluso hay una anécdota buenisima, que en ese momento que él me está dando la orden, en la oficina que teníamos en el piso siete y me habla de ICCA, justo viene su secretaria a anunciar una visita inesperada.

Era Wessel Satter, finanzas de ICCA en ese momento en Amsterdam y venía recorriendo América Latina para hacer socios. Creo que la sorpresa que se llevo fue mayúscula, porque salimos los dos a recibirlo y le dijimos que lo estábamos esperando y nos asociamos. Ese mismo año, 1998, voy al primer Congreso de ICCA, y no dejé de ir ininterrumpidamente hasta el día de hoy.

¿Cómo describirías la evolución de la industria justamente desde que tú comenzaste hasta ahora?

En terminos de negocios y comparandolo con el turismo, si bien involucra a todos los sectores pero dado que en la mayoría de los países el presupuesto que se destina a MICE esta dentro del Ministerio de Turismo, podemos decir que ha tenido un crecimiento exponencial desde el punto de vista del conocimiento, de la cantidad de negocios que se generan y del valor del negocio.

Pero lo que si veo es que se dio un corte en la profesionalización durante la pandemia en el sector y eso impacto mucho no solo a nivel global sino en latinoamérica donde tenemos una alta rotación en el sector político, sumado a la emigración de muchísimos profesionales del sector nuestro, que de alguna manera venían consolidando lo que se llama el conocimiento y la aplicación del conocimiento.

Comparativamente entre 2010 y 2015 teníamos más gente preparada, hoy a pesar de tener más webinars y acceso a la educación, posiblemente por la rotación que se da tanto a nivel público como privado, no vemos profesionales liderando destino desde hace 20 años como era usual antes. No se termina de entender que las relaciones personales hacen a este negocio diferente.

Hay destinos que desaprovechan la bonanza por desconocimiento. Hay mucho negocio pero hacen inversiones sin un analisis profesional y eso ha erosionado el crecimiento de la región.

Es un momento complejo en ese aspecto, veo falta de liderazgo profesional en los destinos por la alta rotación de los cargos públicos.

¿Cuál crees ha sido tu mayor contribución a la Industria de Reuniones?

Bueno, yo toda mi vida fui un fanático del conocimiento. Por un lado, traté de aprender con los números uno del mundo. Tuve la suerte de compartir en el board de ICCA, en COCAL, en el JMIC, con grandes profesionales, y todo ese conocimiento que fui adquiriendo trate de compartirlo en América Latina y fuera también.

Traté de compartir el conocimiento organizando talleres, siendo uno de los primeros en ICCA, de hacer los videos, workshops en distintas partes del mundo y luego con la consultora desde el año 2002 recorriendo América Latina, capacitando equipos.

Por ejemplo, puedo poner el ejemplo de Argentina, donde estuve prácticamente ocho años asesorando, recorriendo Argentina, que es uno de los países más grandes del mundo. Norte a sur, este a oeste, donde a partir de 4 buros pasamos a tener 30, generando así además lo que no teníamos: 46 destinos para eventos de la Argentina. La recorría de 2 a 3 veces al año capacitando a los profesionales. Y eso también lo hacía en toda América Latina, en congresos y en consultorías.

Por eso creo que la generación y el compartir conocimientos fue una de las principales contribuciones, otra considero fue la apertura de la primer oficina para América Latina de ICCA. Después abrí la de Middle East y abrí la de Sudáfrica. Esas son contribuciones importantes y bueno poner un poco a América Latina en el tapete con la presidencia de ICCA y demostrar que los latinos tenemos capacidad de liderar una entidad de esta naturaleza y gigante.

¿Qué reto ves en el futuro cercano para América Latina?

Entender que podemos ser protagonistas de este negocio, que podemos estar a la altura de cualquiera en competitividad. Seguimos mirando hacia afuera como que todo lo que llega de afuera es mejor. No estoy de acuerdo, porque cuando la falta de todo lo que hablamos antes de experiencia, conocimiento, rotación de personal nos ha llevado a perder confianza.

Y eso no es bueno para el crecimiento de una región, no es bueno ni en el sector público ni en el sector privado hay que saber que tenemos muchísima fortaleza, que tenemos la capa-

idad intelectual, profesional de salir adelante y que tenemos que pensar que no todo lo que viene de afuera es mejor que lo que hacemos nosotros. Nosotros también somos generadores de conocimiento.

Tienes varios libros publicados, pero recientemente en FIEXPOLatin America se presentó un libro sobre tu vida y ahí una de las cosas que más me llamó la atención, fueron algunas anécdotas de cuando fuiste periodista deportivo ¿Cuál es la experiencia que mas recuerdas de esa época?

Cuando yo comienzo lo hago para medios totalmente impen-sados. Empiezo a como representante para América Latina, de medios árabes situados en Qatar, Kuwait, Arabia Saudita. Participe en campeonatos y torneos en Qatar, y luego tuve a mi cargo la la cobertura del mundial de España y de México.

Una de las tantas anécdotas es que en el Mundial de 1982 está-bamos en el estadio Bernabéu y nuestro fotógrafo tuvo un acci-dente cuando venía bajando las tribunas y se fractura. El pobre estaba en camilla, agarró una Nikon, la pone en automático, me dice toma. Me la cuelga del cuello y entro a la final entre Alema-nia e Italia. Eso fue increíble. Pasar sorpresivamente de ser un periodista de cobertura gráfica a ser fotógrafo en cinco minutos.

¿Qué te falta por hacer en la industria de reuniones?

Para mí la industria reuniones es pasión y seguramente voy a tener muchos retos por delante. Me siento todavía plenamente activo y sigo con mucho networking a nivel internacional.

Así que el desafío por delante es seguir consolidando América Latina, y obviamente con FIEXPOLatin Exhibition Group, llevar adelante a que cada día sea mejor, cada día sea más reconocida, por lo que da, no únicamente por la marca que construyó, sino que esa marca se siga sosteniendo en la realidad de lo que pasa año a año y cada año mejorarlo.

Hablar de este negocio y otras cosas que hablamos siempre es lindo. De esto se trata justamente la industria de reuniones. Relaciones personales, intercambio de conocimiento, intercambio de la vida misma. Eso es lo que mantiene la llama encendida de este negocio.

Te invitamos a ver la **entrevista completa** en el podcast: Cara a Cara



Tendencias en legado y sostenibilidad en Latinoamérica



ENTREVISTA

LINDA GARZÓN

Consultora en Impacto Social, forma parte del equipo Meet4Impact, liderando su presencia en Latinoamérica.

¿Cómo surge Meet4Impact? ¿Cuál fue el detonante de crear una organización enfocada justamente en el impacto social de la industria de reuniones?

Meet4Impact es una organización sin ánimo de lucro que nace en Canadá luego de que su fundadora, Genevieve Leclerc, tomara la decisión de hacer un alto en su exitoso camino como Meeting Planner. Ella organizaba muchísimos eventos para sociedades científicas y demás, en un momento decide hacer un alto en el camino y repensarse con vistas a un propósito superior.

Genevieve es súper apasionada por la industria eventos y pensaba cómo puedo utilizar esta pasión, todos estos años haciendo eventos por todo el planeta y generar un impacto, en ese punto se dedica a estudiar, a entender cómo se genera un impacto, un legado. Ahí nace esa idea de cómo una organización puede colaborar, co-crear con organizaciones de cualquier lugar para que los eventos sean esa plataforma que cataliza el impacto.

¿Hay algún proyecto que puedas ponernos como ejemplo?

Quisiera resaltar dos proyectos que se han venido desarrollando en la región y entendiendo que estos proyectos no son proyectos de corto plazo. Esos son proyectos de largo plazo que se alinean a visiones estratégicas, porque muchas veces nosotros queremos que las cosas cambien ya, pero finalmente eso requiere unos procesos, una adaptación, cambios de mentalidades y demás que no son de corto plazo, sino que son de largo plazo.

Lo bueno es que a través de estos proyectos se establecen unas victorias tempranas, unos objetivos a corto, mediano y largo plazo como para no desmotivarnos. Uno de los ejemplos que estamos trabajando con el destino de Guadalajara en una feria que se llama Intermoda.

Intermoda, es la feria más importante alrededor de la industria de la moda de Latinoamérica y a mí me gusta mucho porque fi-



nalmente cuando hablamos de moda, es bastante controversial, tiene unos temas de producción complejos, unos temas de comercialización, de fast fashion y demás. Entonces, en algún momento junto con el destino de Guadalajara, dijeron bueno vamos a hacer un alto del camino y vamos a empezar a generar ese cambio de cómo llevamos nuestra industria hacia una moda más sustentable, hacia una moda mucho más sostenible.

Pero al mismo tiempo, cómo utilizamos Intermoda, que es esta feria que además es gigante, como esa plataforma para empezar a generar esos mensajes claves que nosotros queremos hacer. En ese orden de ideas, pues eso es un trabajo que lleva desde el 2023, donde nos sentamos con todos los actores que hacían parte del ecosistema de la moda para entenderlos, para ver esas visiones de corto, mediano y largo plazo y así plantear un proyecto lindo que ya va por su tercer año y pues que ha generado unas cosas demasiado interesantes.

Se planteo un desafío en el término de cómo generamos esas estéticas de la moda y como somos más incluyentes, más diversos, más equitativos, pues vamos a visibilizar este tipo de cosas. Se empezaron a activar una serie de cambios en donde yo como diseñador debo tener en cuenta que el diseño va a ser diferente porque mis piezas no se van a mover igual en una silla de ruedas que una persona que camina.

Eso es un ejemplo súper chiquito, donde vemos que se empiezan a generar unos cambios poderosos.

El segundo ejemplo es FIEXPO Latin America, donde también generamos unos impactos positivos en términos de juventud, de cómo lideramos ese proceso de hacer eventos mucho más sostenibles desde el enfoque ambiental. Un tema de jóvenes extremadamente valioso, un tema artesanal y cultural de como también nosotros que hacemos parte de esta industria, nos educamos para ser catalizadores.

Estos dos ejemplos son bastante apasionantes y creo que mandan un mensaje muy interesante a nivel internacional, mandan el mensaje que en Latinoamérica también están pasando cosas.

¿Cuáles son las tendencias más relevantes que tú estás viendo en Latinoamérica en este tema?

Estamos viendo acciones que se están generando en la integración de comunidades, este tema es súper obligatorio, donde trabajemos y escuchemos a las comunidades, porque muchas veces tenemos muy buenas intenciones, por ejemplo vamos a intervenir un colegio, entonces vamos y pintamos el colegio, pero pocas veces escuchamos si de verdad pintar el colegio es lo que a ellos les va a generar valor, si realmente ahí estoy solucionando alguna problemática de ellos. Entonces de ahí la importancia de uno escuchar a la comunidad.

Ahora vamos con lo ambiental. Entonces vamos a medir la huella de carbono, la vamos a compensar, la vamos a reducir. Tenemos que evolucionar la conversación a que esto se trata de desarrollo y no solamente económico. Hay que quitarle el apellido del desarrollo económico y ver un desarrollo como algo mucho más complejo, en donde abarca productividad, capitales intelectuales, capitales culturales, capitales políticos, de infraestructura.

Entonces creería que más allá que decirte las tendencias, si se ve en estos momentos que muchos países en Europa están utilizando marcos o frameworks para hacer una acción específica, darle continuidad a la estrategia y de comparar. Eso es sumamente importante porque permite diseñar ese impacto y que puedas medir y comparar.

Esta nota es un extracto de la entrevista realizada en el **podcast Cara a Cara**. Puedes escucharla completa en:



ENJOY PUNTA DEL ESTE,

El nuevo epicentro MICE de Sudamérica

Ubicada estratégicamente sobre la costa atlántica, Punta del Este ha sido durante décadas sinónimo de turismo de verano, vinculado al sol y a las playas. Sin embargo, en los últimos años, la ciudad ha iniciado una profunda transformación, rompiendo con esa estacionalidad para convertirse en un destino atractivo durante todo el año. Uno de los grandes impulsores de este proceso ha sido el turismo MICE (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions), con Enjoy Punta del Este como gran referente de este cambio dentro del escenario regional.

Una nueva temporada alta

La instalación de nuevos residentes de diferentes partes del mundo a lo largo de los últimos años, que eligen la ciudad para vivir

durante todo el año, sumado al desarrollo y crecimiento de diferentes segmentos de turismo, han contribuido a resignificar el concepto de “temporada alta”, que ya no se limita a los meses de calor.

Dentro de los segmentos que más han aportado a este cambio, el turismo de congresos y convenciones es el que, indudablemente, mayor impacto genera en Punta del Este fuera de la temporada de sol y playa. Con una infraestructura de clase mundial y un equipo con más de 27 años de experiencia en la industria MICE, Enjoy Punta del Este ha jugado un rol central, que hoy lo consolida como verdadero epicentro para la realización de eventos dentro de la región.



Durante esta nueva temporada alta de congresos y convenciones –que abarca de marzo a noviembre–, en 2024 Enjoy Punta del Este recibió 67 eventos corporativos, con un total de 8.200 asistentes, captando la atención de empresas y organizaciones de Latinoamérica y Estados Unidos. En tanto, entre febrero y mayo de 2025, se han realizado 27 eventos corporativos con más de 4.100 asistentes. Empresas de sectores como finanzas, agroindustria, salud, tecnología, automotriz, real estate, farmacéutica y asociaciones profesionales eligieron al resort para realizar sus encuentros, convenciones y celebraciones.

Algunas empresas, como es el caso de AIVA, confían desde hace más de 15 años en el resort para llevar a cabo sus convenciones anuales, reafirmando el valor de trabajar hombro con hombro con un equipo comprometido, altamente profesional y apasionado por los detalles.

Más allá del evento, una experiencia completa

El Salón Punta del Este es el corazón del Centro de Eventos y Convenciones del resort, brindando un espacio moderno, amplio, divisible y dotado de tecnología de punta, con la posibilidad de

subdividir y adaptar los espacios a medida, según las necesidades de cada evento. Junto a él, converge un total de 18 salones versátiles, lo que permite realizar actividades con hasta 4.500 personas en simultáneo, adaptándose a múltiples formatos, desde workshops ejecutivos hasta ferias o premiaciones.

A esta infraestructura, que garantiza la calidad de los eventos, se suman las características del resort, que permiten conjugar todo lo necesario para realizar actividades corporativas, sumado a un ambiente de entretenimiento y relax. Con 292 habitaciones distribuidas en 17 pisos, todas con terrazas y vista al mar, Enjoy Punta del Este garantiza una experiencia 360°: evento y alojamiento, sumado a espacios para desconectar, experiencias gastronómicas de alto nivel y amplias opciones de entretenimiento, con una agenda que no se detiene.

Los asistentes pueden disfrutar de 7 restaurantes, un SPA con tecnología de última generación, 3 piscinas, 2 canchas de pádel, un casino reconocido internacionalmente –siendo el estilo Las Vegas en Sudamérica–, un beachclub y un nightclub, todo esto sumado a una agenda de shows y espectáculos que está activa durante todo el año.





Espacios para conectar y potenciar la creatividad

Uno de los distintivos de Enjoy Punta del Este dentro de los venues de la región es su capacidad de ofrecer espacios no convencionales y escenografías únicas, ideales para generar impacto, emoción y momentos memorables.

Con un ambiente moderno, OVO Nightclub es un espacio ideal para la realización de fiestas privadas, afters corporativos o lanzamientos disruptivos. Por su parte, el restaurant OVO Beach, con una vista privilegiada frente al mar, se convierte en una opción perfecta como locación para actividades de team building, almuerzos relajados o sunsets con los pies en la arena.

Los jardines del SPA cuentan con una terraza con vista panorámica del océano, perfecta para disfrutar de cocktails al atardecer y realizar presentaciones boutique o generar experiencias sensoriales. A su vez, Blend Terrace se presenta como otra opción con una atmósfera íntima y elegante, ideal para recepciones ejecutivas e instancias distendidas de networking.

Más allá del sol y playa

Las participaciones de Enjoy Punta del Este en ferias internacionales del sector, como FLEXPO o Motivation Luxury Summit, demuestran que la percepción de Punta del Este como destino exclusivamente de verano está cambiando. La ciudad cuenta hoy con infraestructura de primer nivel, excelente conectividad digital, seguridad ciudadana, beneficios fiscales, y sobre todo, un ecosistema profesional listo para recibir eventos de cualquier escala.

Esta evolución se ve acompañada, además, por un notable crecimiento del turismo enológico, impulsado por bodegas de categoría mundial que han encontrado en esta región de sierras, océano y praderas fértiles, un entorno ideal para desarrollar vinos que ya cosechan prestigio internacional.

En este contexto, Enjoy Punta del Este creó en 2022 el paquete Punta Wine Trip, que ha captado durante estos años a más de

1.000 turistas brasileños para recorrer las bodegas de la zona, alojarse en el hotel y vivir la experiencia enológica del destino. Además, el evento del Salón del Vino, que en 2025 contó con más de 6.000 asistentes entre sus ediciones nacional e internacional y presencia de más de 140 bodegas, contribuye año a año a afianzar a Punta del Este como destino de turismo enológico.

28 años siendo líder en entretenimiento

Desde hace más de 28 años el turismo del juego ha pasado a ser el gran atractivo del resort, potenciando un segmento turístico que da vida al destino durante todo el año. Mucho más que un destino de verano, Enjoy Punta del Este atrae turistas y aficionados al juego con una propuesta integral, única en la región. Su casino –el único estilo Las Vegas en Sudamérica– es el corazón de una experiencia que fusiona adrenalina, servicios de primer nivel y premios inigualables. Con más de 4.000 m², 500 slots, 20 ruletas y 47 mesas es sede de los torneos de póker, slots y ruleta más relevantes, que crecen cada año. Solo en torneos VIP se estiman para 2025 más de USD 15 millones en premios entregados, en una agenda que combina emoción, exclusividad y hospitalidad durante los 12 meses.

Una invitación a vivir la diferencia

Ser parte de un evento en Enjoy Punta del Este es mucho más que asistir a una convención. Es sumergirse en un universo donde cada detalle está diseñado para sorprender, inspirar y generar experiencias únicas que potencien el impacto de cualquier encuentro.

Punta del Este ya no es solo sinónimo de verano, sino también de innovación, proyección internacional y experiencias de alto nivel durante todo el año. A 28 años de su llegada a la ciudad, el Casino & Resort continúa evolucionando y liderando con una propuesta única para todo el año. En este nuevo escenario, se consolida como uno de los venue MICE más versátiles y completos de Sudamérica. Una elección estratégica para empresas y organizaciones que, más que un lugar, busquen generar experiencias memorables.



CENTRO DE EVENTOS & CONVENCIONES

EQUIPO CON 25 AÑOS DE TRAYECTORIA, QUE SE CARACTERIZA POR BRINDAR UN SERVICIO INTEGRAL A CARGO DE PROFESIONALES QUE CUIDAN CADA DETALLE PARA PERMITIR EXPERIENCIAS ÚNICAS EN UN LUGAR INIGUALABLE.



18 salas versátiles con capacidad hasta 5.000 personas. Iluminación computarizada y equipamiento audiovisual de última generación.



Amplias propuestas gastronómicas con cocina nacional e internacional que garantizan calidad y servicio.



294 habitaciones que permiten alojar a los asistentes del evento en un mismo lugar con todas las comodidades de un Resort 5 estrellas.



Completo SPA con piscinas internas y externa, gimnasio, área de relax, jacuzzis, sauna y tratamientos de relax a disposición.



Entretenimiento durante todos los días de la semana.

MÁS INFORMACIÓN: SALES@ENJOY.CL // (+598) 4247 2400

Personalización, tecnología y experiencia:
tres pilares fundamentales para

EVENTOS CORPORATIVOS



Los eventos corporativos son parte esencial de la estrategia de cualquier empresa ya que sirven para fortalecer relaciones entre el personal pero también con los clientes, son una excelente forma de promover la marca, lanzar nuevos productos y servicios. Planificar y ejecutar estos eventos de manera efectiva puede traer numerosos beneficios y ayudar a alcanzar los objetivos empresariales.

BC&D Meetings plantea en su informe que la personalización se ha vuelto cada vez más vital, con un mayor enfoque en ofrecer experiencias personalizadas y con la sostenibilidad como una prioridad, especialmente para las organizaciones multinacionales.

La personalización y la generación de experiencias son cada vez más importantes. Las empresas están enfocándose en ofrecer experiencias personalizadas para conocer mejor a los asistentes y captar su atención. Esto incluye la incorporación de componentes virtuales, la elección de sedes alineadas a los objetivos de la empresa, y el uso de herramientas de IA generativa.

“Aunque se reporta una disminución del 34% en viajes de negocios, los programas de incentivos y las reuniones con impacto comercial siguen firmes: el 92% de los líderes empresariales considera que los eventos presenciales son críticos para el crecimiento y por cada dólar invertido en viajes, se genera un retorno documentado de USD 14,60 en utilidad operativa. No es casualidad que en este contexto Latinoamérica esté ganando terreno : México y el Caribe siguen como favoritos para incentivos, mientras Bogotá, Buenos Aires y Panamá fortalecen su infraestructura para competir en el mercado global”

Eduardo Chaillo Ortiz, Director Regional para América Latina de Maritz





La integración de la inteligencia artificial (IA) está desempeñando un papel crucial en la innovación y la eficiencia dentro de los eventos. La IA ayuda a automatizar tareas administrativas, permitiendo que los equipos se concentren en tareas más significativas y creativas. Además, la IA se utiliza para mejorar la participación de los asistentes y optimizar las operaciones.

Pero también la sostenibilidad sigue siendo una prioridad, especialmente para las organizaciones multinacionales. Las empresas están profundizando en el seguimiento de los impactos de sus eventos y adaptando sus estrategias para ser más sostenibles. Esto incluye la incorporación de prácticas sostenibles en la planificación y ejecución de eventos.

Para crear experiencias memorables es importante entender los intereses, motivaciones y expectativas de los asistentes. Utilizar una narrativa coherente y que genere conexión, además de reforzar el mensaje del evento.

El cuidado de los detalles, desde la decoración hasta la gastronomía, la realización de actividades interactivas

donde se permita a los asistentes ser protagonistas de su propia experiencia, así como la utilización de herramientas como realidad virtual o gamificación para crear experiencias innovadoras y atractivas.

Pero también lo emocional influye ya que las emociones positivas generan recuerdos que perduran en el tiempo, impactando en forma significativa en la percepción y valoración del evento y la marca asociada.

Tecnología y Personalización

La personalización de un evento es parte de la experiencia y contribuye a que los participantes se sientan más valorados, por lo cual la tecnología es un gran aliado para lograrla.

Por ejemplo al momento de registrarse los asistentes pueden proporcionar información sobre sus intereses y preferencias. Esto permite a los organizadores personalizar la agenda del evento, ofreciendo sesiones y actividades que sean relevantes para cada participante.

El registro con reconocimiento facial para el momento del registro, las aplicaciones móviles donde el participante puede ver el programa, horarios e información de las distintas actividades, incluso recibir las fotos del evento, pero solo específicamente en las que el sale, son solo algunos de los múltiples usos de la tecnología para eventos.

Experiencias inolvidables

Incorporar elementos de entretenimiento y bienestar, por ejemplo música en vivo, sesiones de magia, actividades de mindfulness, o sesiones de ejercicio son algunas opciones para crear experiencias. Pero también la elección del destino u hotel influyen mucho en el tipo de experiencia que se puede planificar. Por ejemplo si el evento se realiza en un destino con naturaleza o playa tenemos opciones distintas a un hotel de ciudad.

Organizar actividades que fomenten la interacción entre los asistentes, sesiones de speed networking o actividades de team building mejoran la experiencia del evento y también genera valiosas conexiones profesionales.

Para conocer lo que piensan los actores de este segmento hemos entrevistado a profesionales de diferentes áreas.





ANA MARÍA GALLEGO

Country Business Director |
BCD Meetings & Events

¿Qué tendencias están marcando el rumbo de los viajes corporativos en 2025?

En 2025, se anticipa que los viajes corporativos estarán fuertemente influenciados por varias tendencias clave. Una de las más significativas es el aumento en la digitalización y el uso de herramientas tecnológicas para la gestión eficiente de viajes. Por ejemplo, se prevé que el uso de plataformas móviles y aplicaciones integradas para reservas y seguimiento de gastos se vuelva estándar. Además, la personalización de las experiencias de viaje, basada en las preferencias individuales de los empleados, fomentará un compromiso más alto y una mayor satisfacción.

Otra tendencia relevante es el enfoque en la sostenibilidad. Un estudio reciente ha mostrado que el 70% de los viajeros de negocios prefieren empresas que implementan políticas sostenibles. Esto ha llevado a BCD M&E a priorizar la selección de proveedores y destinos que respeten prácticas ecológicas, lo que a su vez responde a las expectativas crecientes de los clientes de que sus viajes sean responsables.

¿Han incorporado la inteligencia artificial en la operativa de la empresa?

Sí, BCD M&E ha incorporado inteligencia artificial en varias áreas operativas. La implementación de chatbots para el servicio al cliente ha permitido brindar asistencia 24/7, resolviendo rápidamente las consultas de los viajeros y mejorando la eficiencia. Además, el análisis de datos basado en inteligencia artificial se utiliza para predecir patrones de viaje y optimizar la planificación, lo que se traduce en una reducción de costos operativos y una mejora en la experiencia del cliente.

Por ejemplo, mediante algoritmos de aprendizaje automático, hemos podido ajustar nuestras recomendaciones de itinerarios según el histórico de preferencias de los clientes, lo que ha resultado en un aumento del 20% en la satisfacción del cliente.

Uno de los usos más importantes es el desarrollo de nuestra propia plataforma de IA denominada EMPOWER, en la cual todos los colaboradores de BCD M&E en el mundo podemos acceder a traducciones, compilación de documentos, redacción de documentos, elaboración de propuestas y en general los usos que hoy se consiguen en las plataformas de IA generales pero con enfoque y contenido especializado de nuestra compañía.

¿Cómo visualizas el futuro de los viajes corporativos en los próximos cinco años?

El futuro de los viajes corporativos se visualiza como un panorama más integrado y adaptativo, donde la tecnología jugará un papel central. Dentro de cinco años, será común que las empresas utilicen soluciones de realidad aumentada y virtual para realizar recorridos de los destinos antes de la compra de viajes, mejorando la toma de decisiones.

Además, la flexibilidad se convertirá en un estándar, con políticas que permiten a los empleados modificar itinerarios sin penalizaciones severas. La salud y el bienestar también serán criterios cruciales en la planificación de viajes, con un énfasis en opciones que maximicen la seguridad y el confort de los viajeros.

¿Qué peso tiene para los clientes el hecho de que el destino/venue tenga incorporada la sostenibilidad?

La sostenibilidad se ha convertido en un factor crítico para muchos clientes al elegir destinos o venues para sus eventos corporativos. De acuerdo con estudios recientes, hasta el 65% de los viajeros de negocios afirman que priorizarían un destino sostenible en su decisión de viaje. Esto incluye opciones de alojamiento que ofrezcan prácticas ecológicas, como la reducción de residuos y el uso de energías renovables.

BCD M&E apoya esta tendencia al colaborar con proveedores comprometidos con la sostenibilidad y al promover destinos que cumplen con estándares medioambientales. Al ofrecer estas opciones, no solo respondemos a las expectativas de nuestros clientes, sino que también contribuimos a la preservación del entorno para futuras generaciones.

¡Para ampliar esta información los invitamos a leer el Informe de Tendencias 2025 que pueden encontrar en el Blog de BCD M&E en: info.bcdme.com/meeting-and-event-industry-trends constantemente publicamos información interesante y actualizada al servicio de toda la industria!



RODOLFO MACEDO

Director Ejecutivo de la
Mexican Travel Bussines
Association (MBTA)

¿Cuál es la misión de la asociación y cómo apoya la industria de los viajes corporativos?

Bueno, nuestra misión es proporcionar a los miembros un espacio de educación y negocios que le permita desarrollarse profesionalmente en el sector de viajes y eventos corporativos en un ambiente transparente y totalmente participativo. De hecho, te puedo decir que somos la primera asociación 360 que involucra no solamente a los travel managers, sino también a todo lo que es la proveeduría de la industria.

Incluyendo a aquellas personas que organizan los eventos dentro de la empresa, son el staff de la misma compañía que se dedica a hacer los eventos.

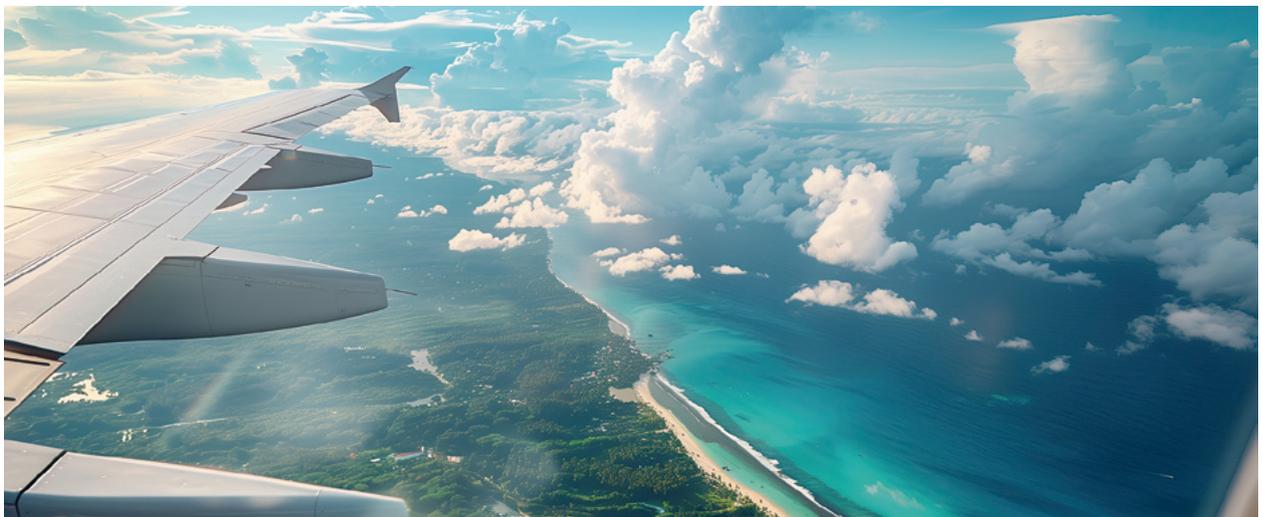
En general no vemos mucha participación de los Meetings Planners Corporativos en los eventos del sector, ¿Cuál es tu impresión de esa situación?

Pues mira, es complicado porque si como bien lo comentas, no participan mucho en en este tipo de eventos o inclusive cuando son invitados directamente por los proveedores, yo creo que por dos razones. La primera es el compromiso de las compañías que no les permiten pues recibir, ya sabes, obsequios, inclusive ni una comida puede recibir por parte de los proveedores.

Algunas empresas son muy estrictos en esto y les puede costar su trabajo. Entonces yo creo que es una situación que nos tiene muy aislados del resto de la industria, y sin embargo lo que estamos haciendo como asociación es posicionar cada vez más esta figura de la empresa, de tal manera de que puedan enseñarle el valor a la alta dirección de participar en este tipo de eventos, porque es educación, porque es relacionamiento, porque es el hacer inclusive benchmark con otros colegas. Entonces tiene muchos valores esta participación.

¿Cómo piensas que ha evolucionado el rol del Travel Manager en México y en Latinoamérica en los últimos años?

Pues ha evolucionado muchísimo. Yo conozco la industria desde hace varios años y antes veía un retraso significativo en los países de Latinoamérica con respecto a Estados Unidos por ejemplo en tecnología, que llegaba muchos años después y sin embargo creo que ahorita está más desarrollado. Acabamos de hacer un estudio de perfil de un travel manager en México y los resultados que nos arrojan es que aproximadamente el 60% de los managers tiene más de 15 años de experiencia.





where business
meets *pleasure.*



essential[®]
**COSTA
RICA**

COSTARICAPUREMEETINGS.COM

Recientemente tuvieron su Foro MBTA en México, ¿Cuáles fueron los principales temas que se trataron?

Estamos muy contentos por el resultado y como siempre buscamos abarcar partes de operación, la administración de eventos corporativos, también vemos un poquito de la parte de responsabilidad social.

Una de las sesiones que tuvimos, que fue el resultado del estudio que hicimos del perfil, es que el 47% aproximadamente tiene el doble rol dentro de la compañía, esto es, maneja viajes individuales y viajes grupales.

Otro resultado del estudio que me parece interesante, es que el 17% maneja solo México, pero ya hay un 12% que maneja la parte de Norteamérica o sea Canadá, Estados Unidos y México y, pero hay un 30% que incluye todo lo que es Latinoamérica y México.

Entonces eso nos habla de que el rol del travel manager está cada vez teniendo mucho más responsabilidad, llegando incluso al asesoramiento en la selección de la sede y seguramente esto también se presenta en Latinoamérica. Yo recuerdo de algunos encargados regionales que están basados en Costa Rica, otros en Panamá, otros en Colombia. Depende mucho de la empresa. Entonces esa es otra de las tendencias que hemos podido encontrar en el mercado latinoamericano.

Por eso precisamente una de las ideas de hoy es crecer hacia el lado de Latinoamérica.

¿Cómo están aprovechando los datos y la inteligencia artificial?

Fíjate, no medido como tal, pero si estamos convencidos de que la inteligencia artificial va a ser parte del negocio. Sobre todo en la previa de los eventos corporativos y es parte de lo que estamos tratando de mostrarle a los miembros, los beneficios que tienen al utilizar la inteligencia artificial para controlar, comunicar y otras tareas.





NICOLÁS AIETA

Director de Ventas y
Marketing de Hilton Bogotá
Corferias.

¿Qué tendencias están marcando el rumbo de los viajes corporativos en 2025?

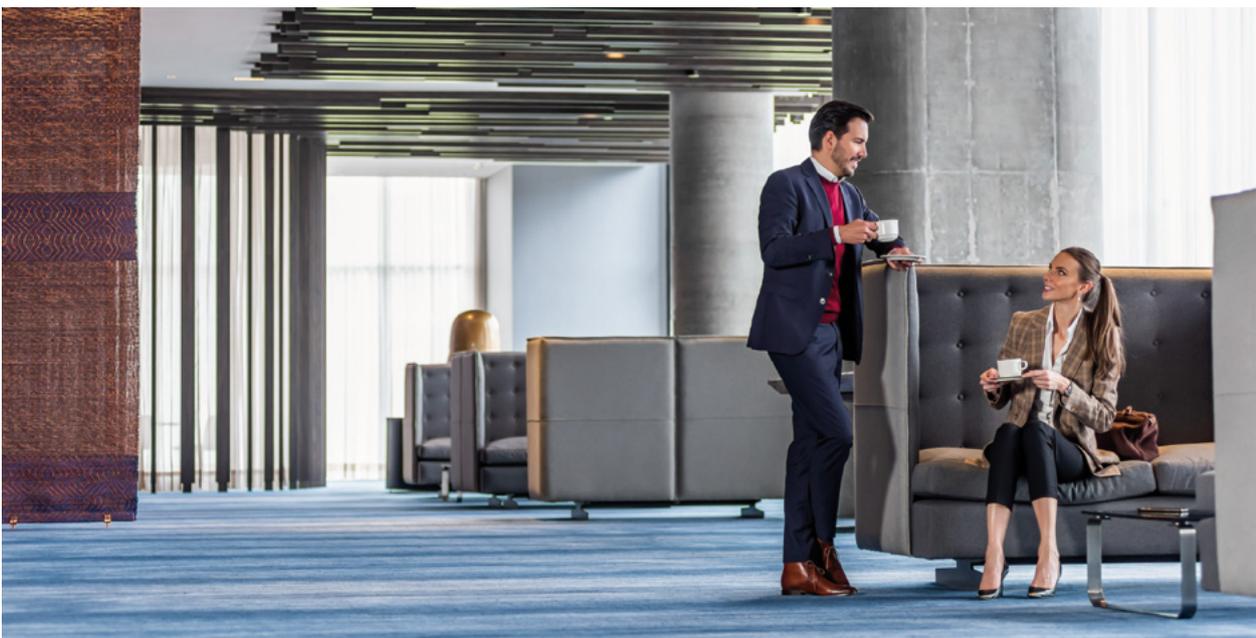
En 2025, vemos una consolidación de tres grandes tendencias que están transformando los viajes corporativos: la personalización de la experiencia, la integración de soluciones digitales y un creciente enfoque en la sostenibilidad. Hoy, los viajeros de negocios no solo buscan eficiencia, sino experiencias que les permitan combinar trabajo con bienestar, descanso y conectividad. En Hilton Bogotá Corferias hemos fortalecido nuestra propuesta de valor con servicios como check-in digital, espacios de coworking flexibles y una oferta gastronómica que responde a este nuevo perfil de viajero híbrido.

Este enfoque también se complementa con la tendencia creciente de los viajes bleisure, en los cuales los empleados amplían su estadía por motivos personales. En 2025, las empresas ofrecerán más flexibilidad, permitiendo que sus empleados disfruten de nuevas experiencias y equilibrando su vida personal y profesional. El término bleisure refleja una necesidad creciente de no solo cumplir con objetivos profesionales, sino también de hacer que el viaje sea enriquecedor a nivel personal.

“Eliminamos las botellas plásticas de nuestras habitaciones, lo que nos ha permitido reducir 14.000 kilos de plástico al año. Ahora usamos botellas de vidrio reutilizables, ofreciendo agua purificada de cortesía a nuestros huéspedes. Además, también participamos activamente en la donación de alimentos a través de la plataforma Eatcloud”.

¿Han incorporado la inteligencia artificial en la operativa de la empresa?

Sí, y ha sido clave para mejorar tanto la eficiencia como la experiencia del huésped. La inteligencia artificial nos permite personalizar servicios y optimizar procesos internos. A través de herramientas de análisis hemos agilizado y mejorado la atención. Además, nuestros sistemas de retroalimentación en tiempo real ayudan a identificar oportunidades de mejora con una precisión que antes no era posible.





¿Cómo visualizan el futuro de los viajes corporativos en los próximos cinco años?

Vemos un futuro híbrido, tecnológico y profundamente humano. Los viajes corporativos seguirán siendo esenciales, pero con un enfoque más selectivo, estratégico y consciente. Las reuniones presenciales se reservarán para lo verdaderamente significativo, mientras que la tecnología seguirá haciendo más eficientes los desplazamientos. En Hilton Bogotá Corferias estamos preparados para ofrecer experiencias flexibles, sostenibles y memorables, con infraestructura y servicios que respondan a esta evolución del viajero de negocios: más conectado, pero también más exigente en calidad de vida y propósito.

¿Qué peso tiene para los clientes el hecho de que la cadena tenga incorporada la sostenibilidad en su operativa habitual?

Tiene un peso cada vez mayor. Hoy, nuestros clientes no solo evalúan el servicio, sino el impacto social y ambiental de su es-

tadía. En Hilton Bogotá Corferias, la sostenibilidad es parte de nuestro ADN: desde la reducción de plásticos de un solo uso hasta sistemas inteligentes de ahorro de energía y programas de abastecimiento responsable. Esto no solo genera confianza, sino que fortalece la relación con empresas que comparten los mismos valores. Para el viajero corporativo, alojarse en un hotel comprometido con el planeta no es un extra, es un estándar esperado.

“Hilton Bogotá Corferias ha sido clave para posicionar a la ciudad en el mapa global de la industria de reuniones, gracias a su infraestructura de vanguardia y ubicación estratégica. Así mismo, su proximidad al Aeropuerto Internacional El Dorado nos convierte en una opción altamente atractiva para este sector”.



BETIANA ROSENDO

Gerente de Marketing, Ventas y Congresos · Radisson
Montevideo Victoria Plaza Hotel

¿Que tendencias están marcando el rumbo de los viajes corporativos en 2025?

En 2025 los viajes corporativos están marcados por una fuerte apuesta a la personalización, la sostenibilidad y la tecnología. Las empresas buscan viajes que combinen eficiencia con experiencias más personalizadas, que establezcan vínculos de confianza.

Tenemos un crecimiento del bleisure (business+leisure) donde los ejecutivos de empresas extienden sus estancias de trabajo para descansar o conocer algo del destino. Otra gran tendencia es la flexibilidad: políticas de cancelación adaptables, opciones de pago virtuales, todo más dinámico.

¿Han incorporado la inteligencia artificial en la operativa de la empresa?

Si, ha comenzado a formar parte de nuestros procesos tanto operativos como de estrategias. Desde sistemas de reservas inteligentes, chatbots para atención al cliente, herramientas de análisis de datos que nos permite anticipar comportamientos y así crear o adaptar ofertas. También la usamos para automatizar tareas administrativas. Sin embargo, siempre buscamos que la tecnología complemente la calidez del servicio humano que sigue siendo el diferencial en la hospitalidad.

¿Cómo visualizas el futuro de los viajes corporativos en los próximos cinco años?

Si hablamos solo de viajes corporativos o congresales les diría que nunca van a desaparecer. Durante la pandemia pensábamos

que ya no existirían casi los eventos presenciales y que se sustituirían por virtuales o híbridos pero el encuentro presencial siempre agrega valor a un Congreso o encuentro empresarial.

Por otro lado, creo que se valorará mucho más el impacto ambiental del viaje y el bienestar del viajero (físico como emocional) por eso solo se harán viajes muy largos en caso de ser estrictamente necesarios, sino se cambiarían por encuentros virtuales.

¿Qué peso tiene para los clientes el hecho de que el destino/venue tenga incorporada la sostenibilidad?

Es un factor cada vez más relevante a nivel internacional, aunque en Uruguay hay mucho por hacer aún. Muchos de nuestros clientes, especialmente de empresas internacionales, nos eligen justamente porque trabajamos bajo estándares de sostenibilidad asociados a HMV (Hoteles más verdes) y el Sello Verde de la Intendencia de Montevideo. Valoran desde prácticas simples como el uso eficiente del agua hasta la gestión de residuos y la inclusión social. Muchos eventos publicitan que se hace en un espacio responsable desde el punto de vista sustentable por lo que les agrega valor y mejora su imagen corporativa.

Radisson Montevideo Victoria Plaza fue el primer Hotel uruguayo en implementar un programa global para compensar las emisiones de carbono mediante aportes a iniciativas de reforestación.

Además capacitamos a nuestro personal para mejorar la accesibilidad con las señalizaciones en braille, gestión ambiental y demás temas asociados.



FIEXPO LATIN AMERICA

marca un hito con su edición inaugural en Costa Rica



La primera edición de FIEXPO Latin America en Costa Rica concluyó con resultados impactantes que consolidan a la feria como la plataforma más influyente para el turismo de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones en América Latina y el Caribe. Durante cuatro días, Costa Rica se convirtió en el epicentro regional de la industria MICE, recibiendo a más de 1.800 participantes, entre ellos más de 700 expositores y representantes de 87 destinos, incluyendo nuevas delegaciones provenientes de España y el Caribe.

Del 9 al 12 de junio, diversas sedes de la capital costarricense fueron el escenario de una nutrida agenda de negocios, formación, innovación y sostenibilidad. Esta edición inaugural marcó también el inicio de una trilogía histórica para Costa Rica, que

será sede oficial de FIEXPO Latin America durante 3 años consecutivos. En esta primera entrega, se concretaron más de 12.000 reuniones de negocios, generando oportunidades comerciales superiores a los 60 millones de dólares.

FIEXPO Latin America fue mucho más que una feria. Fue una experiencia transformadora y colectiva. Cada foro, taller y encuentro fue diseñado con una premisa clara: participación real, aprendizaje aplicado y co-creación de soluciones concretas. Lejos del formato tradicional, los más de 30 speakers internacionales no solo compartieron conocimientos, sino también herramientas prácticas y metodologías accionables, asegurando que cada asistente se involucrara directamente en la construcción del futuro de la industria.



La agenda académica incluyó certificaciones internacionales de alto nivel, como la SITE CIS Certification, la ICCA AI Advantage Certification –centrada en el uso estratégico de inteligencia artificial para eventos– y el MPI Event Impact Forum: People & Planet, una propuesta formativa pionera que fusionó sostenibilidad, neuroinclusión y acción climática a través de dinámicas participativas y casos reales.

FIEXPO también fue escenario de espacios exclusivos de reflexión estratégica. El 12° Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones reunió a ministros, cámaras empresariales y líderes internacionales para debatir políticas públicas que fortalezcan el desarrollo económico sostenible. El Foro de Asociaciones Inter-



nacionales, organizado junto a ICCA, abordó la profesionalización de las organizaciones, la inteligencia de mercado y la evolución de las membresías. En paralelo, el Foro Corporativo, impulsado por PCMA, se centró en el liderazgo estratégico para el diseño de eventos de alto impacto en el segmento privado y corporativo. Destacaron también programas como el Convention Bureau Challenge, un laboratorio de soluciones para burós y destinos, y el Next Generation Summit, que reunió a más de 100 estudiantes de universidades regionales en una experiencia inmersiva para diseñar eventos globales y generar contenido digital con impacto. El Business Owners Conclave permitió a empresarios del

ecosistema MICE debatir desafíos actuales y estrategias de largo plazo para el crecimiento sostenible del sector. Una actividad que cada vez crece más en participación es el panel de mujeres, que este año se tituló “Con Voz Propia, Mujeres que Inspiran, Deciden y Transforman”, fue un evento donde las mujeres de la industria MICE tomaron el centro del escenario, compartiendo sus historias, desafíos y logros, en una jornada de empoderamiento, conexión y transformación.

En línea con su compromiso ambiental, FIE expo Latin America 2025 con el apoyo del Centro de Convenciones de Costa Rica



MPI / FIE expo FIRMAN IMPORTANTE ACUERDO DE COLABORACIÓN

En el marco de FIE expo Latin America 2025 se llevó a cabo la firma de un acuerdo estratégico con Meeting Professionals International (MPI), reforzando el compromiso conjunto con el desarrollo de la industria de reuniones en la región, con la presencia destacada de Paul Daventer, Presidente y CEO de MPI.

Paul Daventer, Presidente y CEO de MPI, Carolina Adano y Arnaldo Nardone, Directores de FIE expo Exhibition Group.



by Heroica, fue galardonada con la Bandera Azul Ecológica para eventos, reconocimiento que distingue a aquellos encuentros que integran prácticas responsables en su planificación, ejecución y desmontaje. Esta distinción promueve la reducción del impacto ambiental y la generación de un legado positivo en todos los asistentes.

El programa de sostenibilidad sigue consolidándose como un motor de transformación, promoviendo prácticas responsables y un desarrollo sostenible. En este camino, Colombia renovó su compromiso, patrocinando e impulsando iniciativas que generan un impacto real.

El impacto de FIEXP0 se sintió más allá del recinto ferial: más de 60 empresas locales participaron activamente en la operación del evento, el 60% de ellas pequeñas y medianas empresas. Los

beneficios alcanzaron a sectores clave como transporte, tecnología, artes gráficas, interpretes, producción audiovisual, servicios de catering, diseño de stands, universidades, entre otros contribuyendo al fortalecimiento del ecosistema nacional. Gracias a esta estrategia sostenida, Costa Rica se posiciona hoy como el octavo destino más destacado de América Latina en el ranking ICCA de turismo de reuniones.

Tatiana Orozco, directora del Bureau de Convenciones de Costa Rica, lo resumió de esta manera: **“FIEXP0 representa una visión compartida. Más que una feria, es una apuesta país que fortalece toda la cadena de valor del turismo de reuniones y proyecta a Costa Rica como un destino globalmente competitivo”.**

Durante la **Cena de Gala** se hizo entrega, como es habitual, de los distintos premios que reconocen a profesionales y destinos que se han destacado en la industria.

El FIEXP0 Sustainability Commitment Support fue otorgado a Colombia y al Centro de Convenciones de Costa Rica, quienes se han comprometido con el Proyecto de Sostenibilidad y Legado impulsado por FIEXP0 Latin America, siendo recibidos por Maria Eugenia Oriani y Alvaro Rojas respectivamente.



Mención Especial por su trabajo destacado en la gestión de sus destinos: Elva Yañez de Promperú y Corey Garret de Barbados.



Maria Eugenia Oriani, Gerente de la Industria de Procolombia recibió el FIEXP0 AWARD “Conni Ibarra”.



Lupita Robles, Secretaria de Turismo del Estado de Guanajuato, México fue reconocida con el Premio a la Gestión de Destino.



El premio Destino Revelación fue recibido por Marcela Abhelard y Franco Arone en representación de Santa Fe, Argentina.

XII FORO POLÍTICO LATINOAMERICANO

sobre la industria de reuniones



Durante el Foro Político Latinoamericano de la Industria de Reuniones, que se realiza cada año previo al inicio de FIEXPOLATAM, se abordaron las preocupaciones más urgentes del sector ante la creciente incertidumbre global. Con la presencia de ministros de toda Latinoamérica y líderes internacionales de la industria de reuniones se debatió la dirección estratégica de la región en medio de conflictos armados, rivalidades tecnológicas, creciente proteccionismo, aranceles e imprevisibilidad regulatoria.

Con la bienvenida del Ministro de Turismo de Costa Rica, William Rodríguez, dio comienzo la XII edición donde Senthil Gopinath, Director Ejecutivo de ICCA, destacó la importancia de los eventos asociativos y de la industria de reuniones.

“Las reuniones de asociaciones abarcan todos los sectores, desde la tecnología, la ciencia y la salud. Los eventos son los motores clave del desarrollo científico, económico y social”, afirmó. Se refirió a la actual inestabilidad política mundial y sus repercusiones en las universidades, los centros de investigación y la in-

novación. “Cuando se recorta la financiación académica, profesores y médicos no pueden asistir a congresos internacionales. Esto no solo afecta al número de asistentes a los eventos, sino que socava el futuro de la salud y la educación a nivel mundial”.

Martin Boyle, director ejecutivo de IAPCO, presentó cifras obtenidas de dos encuestas independientes, una de IAPCO y otra de la Sociedad Europea de Ejecutivos de Asociaciones. **Casi el 55 % de los miembros afirmó que los conflictos globales han afectado directamente su capacidad para planificar y organizar conferencias internacionales. Casi el 50 % de los encuestados reportó pérdidas de entre 50 000 y 150 000 euros por evento.** Los datos nos ayudan a comprender mejor las cosas, pero solo cuando nos reunimos, la industria, las asociaciones y los responsables políticos, podemos actuar en consecuencia», señaló Martin Boyle.





ENTREVISTA

EDUARDO CHAILLO

Fue Distinguido con el Premio a la Trayectoria durante FIEXPOLATAM en Costa Rica.

Posee una Licenciatura en Administración, el CMP (Certified Meeting Professional), CMM (Certification In Meeting Management), CASE (Certified Association Sales Executive), DES (Digital Event Strategist), CITP (Certified Incentive Travel Professional) de SITE.

Recibió el Power and Profile Award del Joint Meetings Industry Council en 2011 y en el 2013, fue incluido en el grupo del Hall of Leaders del CIC (Convention Industry Council). Recibió el Premio Latino en 2015 y en 2016 MPI México le dio el premio Hell como líder por excelencia.

Fue Director Ejecutivo de Turismo de Reuniones, Director Regional para Estados Unidos y Canadá del Consejo de Promoción Turística de México.

Actualmente se desempeña como Director Regional para América Latina de Maritz y es propietario de la empresa Global Meetings and Tourism Specialists, especializada en consultoría, capacitación e investigación en la Industria de Reuniones y Turismo.

Esta información figura en su CV pero nos interesaba conocer a la persona detrás del profesional destacado y reconocido por todos, al hombre y orgulloso padre.





uf100

UFI Global Congress

19-22 November 2025
Hong Kong SAR



REGISTER NOW



uficongress.org

Host



AsiaWorld-Expo
亞洲國際博覽館

UFI Diamond Sponsors



AsiaWorld-Expo
亞洲國際博覽館



THAILAND
MICE
MEET THE MAGIC



visit
QATAR

¿Cómo esta conformada tu familia?

Mi familia nuclear somos mi esposa Fabiola (33 años de casados) y yo, así como mis tres hijas Michelle Fabiola (31), Martha Daniela (29) y Regina (22). También tengo el privilegio de aún contar con mi mamá Martha (79) y mi hermana Emilia (53) que viven en México.

¿Qué te gusta hacer en tu tiempo libre?

Me gusta caminar, trotar, leer noticias, ver películas con la familia, convivir con amigos, tocar el piano y cantar.

¿Cuál es tu cantante / tipo de música preferida?

Mi cantante preferido es José José (QEPE) y mi música preferida es el bolero o las baladas románticas.

¿Tienes alguna rutina diaria que tratas de no alterar a pesar de viajar muy seguido por tus compromisos laborales?

Salir a correr-trotar-caminar por las mañanas esté donde esté, leer las noticias de la industria y de México.

¿Cuál es tu plato / comida favorita?

Esa es difícil, mis comidas favoritas son la mexicana (obviamente) y la libanesa, mi plato creo que es el cordero, pero me encantan los plátanos machos (maduros) ya sea en arroz blanco ó como postre.

¿Que consejo le has dado a tus hijas y consideras ha sido importante para ellas?

Que no vivan de las apariencias, que sean siempre generosas con quienes menos oportunidades tienen, que trabajen mucho (there is no free lunch) y siempre hablen con la verdad.

Llevas casado muchos años, lo que no es fácil teniendo en cuenta que tu trabajo te obliga a estar mucho tiempo ausente de tu casa. ¿Cuál es el secreto?

Creo que la comunicación constante y abierta ha sido el pilar; en mi caso, también me ayudado el salir constantemente de la rutina...además por supuesto de valores como la lealtad, el acompañamiento, la empatía y el amor. Tengo una esposa que se la ha rifado conmigo en las buenas y malas, de arriba para abajo y teniendo ella el gran peso de la responsabilidad de la educación cotidiana de las niñas.

¿Como fueron tus comienzos en la industria de reuniones?

Siendo estudiante en la carrera en México presidí la Asociación de Empesarios del ITAM y me tocó organizar el primer congreso internacional de emprendedores en Zacatecas, México eso me

llevó a mudarme de la Cd de México a esa Cd un año después.... y lo demás es historia... primero en el sector público representando al Estado, después mi país y ahora en el sector privado como consultor y constructor de puentes con Maritz.

¿Cuáles consideras son los principales obstáculos que enfrentan los destinos latinoamericanos para posicionarse como sede de eventos internacionales?

Los tres gran obstáculos desde mi punto de vista son : la falta de continuidad en los promotores de destinos, la informalidad con la que nos seguimos conduciendo en algunos casos y el insistir en sólo ubicar a la actividad de reuniones bajo el amparo de las autoridades turísticas.

¿Tienes algún pendiente a nivel profesional?

Jajaja Muchos diría yo: quisiera aportar más a la reconstrucción institucional en México, escribir un libro que plasme y ayude con lo que me ha tocado experimentar, y contribuir a la transformación global de las organizaciones de destino.





ENTREVISTA

ELVA YÁÑEZ

Coordinadora del Área de
Turismo de Reuniones MICE de
Promperú

¿Cómo llegaste a la Industria de Reuniones?

Llevo más de 20 años trabajando en el sector turismo, principalmente desde la gestión pública, sobre todo en PROMPERÚ, aunque en un inicio estuve enfocada en el turismo interno. Parte de mi trayectoria la desarrollé fuera de Lima, en regiones como Tumbes y Madre de Dios, ambas zonas de frontera con Ecuador y Brasil. Esa experiencia marcó un antes y un después para mí, porque pude ver de cerca el impacto real que tiene el turismo en el desarrollo local.

Luego regresé a Lima y pasé por el Congreso de la República y Cenfutur, que es el centro de formación en turismo del Ministerio. Fue en esa etapa que recibí una llamada de Claricia Tirado, con quien había trabajado antes en PROMPERÚ. Me comentó que quería formar un nuevo equipo... eso fue hace ya 10 años. Y así comencé en el mundo MICE, siendo parte de la feria FIEXP0 en Lima. Desde entonces, sólo tuve una pausa para encargarme de la Subdirección de Turismo Receptivo en PROMPERÚ por 18 meses, una etapa muy enriquecedora que me ayudó a fortalecer mis capacidades estratégicas y de liderazgo.



Desde octubre del año pasado asumí la coordinación del área de Turismo de Reuniones, y siento que estoy aplicando todo lo aprendido con el cargo directivo, y siento que está rindiendo sus frutos, el MICE en Perú está creciendo.

¿Qué es lo que más te apasiona de tu trabajo?

Llevo más de 20 años trabajando en el sector turismo, principlO que más me motiva es liderar equipos. Me encanta estar al frente, guiando y empujando para alcanzar los objetivos que nos hemos trazado juntos. Siempre con la idea de que no se trata de logros individuales, sino de un trabajo en equipo, con sus aciertos y también con sus desafíos.

También disfruto mucho el hecho de poder delegar y confiar. Sí, me toca dirigir, pero también enseñar, acompañar y sacar lo mejor de cada persona según sus fortalezas. Me gusta crear un ambiente positivo, donde todos sientan que pueden aportar y crecer. Para mí, liderar es compartir responsabilidades sin dejar de estar presente.

Y, sin duda, algo que me llena de orgullo es haber contribuido al fortalecimiento del área MICE en PROMPERÚ. Ver cómo el Perú va ganando cada vez más espacio en esta industria a nivel internacional es muy gratificante. No solo nos reconocen afuera, sino también los operadores peruanos que confían en nosotros y nos acompañan en ferias. Que me hayan nominado es un honor, pero lo siento como un reconocimiento compartido con todo mi equipo.

¿Cómo logras compatibilizar la vida profesional con la familiar?

Soy mamá de tres niños pequeños, así que encontrar el equilibrio no siempre es sencillo. Pero con organización, buena comunicación y enfocándome en la calidad del tiempo más que en la cantidad, lo voy logrando día a día. Para mí es importante sentirme motivada y contenta con lo que hago, porque sé que eso también se refleja en mi familia. Mis hijos son mi principal motor. Justo hace poco, uno de ellos me preguntó si me gustaba mi trabajo... y le respondí sin dudar: "¡Me encanta!". Me encantaría que el día de mañana ellos también encuentren algo que los apasione.

Otra clave ha sido rodearme de un buen equipo, en todos los aspectos de mi vida. Delegar, confiar y soltar el control en ciertos momentos ha sido fundamental. Y cuando realmente te gusta lo que haces, todo empieza a fluir. Las piezas se acomodan, encuentras energía y motivación incluso en los días más desafiantes, sin dejar de lado lo que más importa.

¿Cómo mujer qué acciones piensas deberíamos tomar para poder fortalecer nuestro rol en la industria?

Creo que el primer paso es creérnosla. Confiar en nuestras capacidades, en nuestra preparación, y dejar de sentir que tenemos que demostrar constantemente por qué estamos en deter-

minados espacios. Nos lo hemos ganado con esfuerzo, talento y compromiso. A veces nos ponemos la vara demasiado alta, y eso solo nos limita.

Desde mi experiencia, una de las claves ha sido no tener miedo a asumir retos, incluso cuando no tengo todas las respuestas. Prepararse, sí, pero también lanzarse. Atreverse. Creo que las mujeres debemos ocupar no solo espacios operativos, sino también estratégicos, donde se toman decisiones, donde se marca el rumbo. Eso fortalece nuestro rol y abre camino para muchas más.

Otra acción fundamental es apoyarnos entre nosotras. Reconocer el trabajo de otras mujeres, visibilizarlo y celebrarlo. No competir, sino colaborar. Cuando entendemos que el crecimiento colectivo tiene más impacto que el individual, las cosas empiezan a cambiar de verdad.

Y por supuesto, ser referentes también desde lo humano. Al final, creo que se trata de estar presentes con autenticidad, de liderar sin dejar de ser nosotras mismas, y de confiar en que tenemos muchísimo que aportar para transformar esta industria.



Asumen **LAS NUEVAS AUTORIDADES** del capítulo de Latinoamérica y el Caribe durante la reunión celebrada en FLEXPO Latin America en Costa Rica

Con la presencia de Diana Rodríguez y Juan José García, integrantes de la Directiva de la Asociación, Senthil Gopinath, CEO de ICCA Andrés Escandón, Director del Capítulo Latinoamérica y el Caribe, Leticia Serrano, Gerente Regional y un número record de miembros, asumieron previo al inicio de FLEXPO Latin America las nuevas autoridades del Capítulo.

María Eugenia Oriani (Procolombia - Colombia) quién se había desempeñado como vicepresidente del capítulo, asumiendo luego la presidencia interina en lugar de Eugenia Powell (Promptur - Panamá), fue electa como presidente, acompañada por Vivian Nardone (Mice Consulting- Uruguay) como vicepresidente.

En su asunción resaltaron la necesidad de seguir trabajando por nuestra región.



María Eugenia Oriani (Colombia), Vivian Nardone (Uruguay)

ICCA realiza reconocimientos a sus miembros

“Empoderar a las nuevas generaciones de profesionales significa crear espacios reales donde sus voces, ideas, intereses y visiones sean escuchados y tenidas en cuenta. Hoy celebramos la incorporación de Juliana Nascimento (Brasil), como nueva representante del Capítulo al Future Leader Council”, comentó Andrés Escandón- Director Regional de ICCA para América Latina y el Caribe.

La multitudinaria reunión que contó con un número record de participantes también sirvió como marco para el reconocimiento a los miembros que llevan 10,15,30 y 40 años en la asociación.

Los miembros reconocidos fueron: Visit Río (40 años), Messe Frankfurt Argentina (30 años), Instituto Guatemalteco de Turismo (15 años), Guayaquil Convention Bureau, Punta del Este Convention & Exhibition Center, Turenlaces, Quito Turismo, WTC Sao Paulo (10 años).



Juliana Nascimento, como nueva representante del Capítulo al Future Leader Council



MOTIVATION LUXURY SUMMIT 2025

celebrará en Barbados del 13 al 17 de setiembre

El próximo mes de setiembre se celebrará la quinta exitosa edición del Motivation Luxury Summit (MLS), el evento boutique especializado en el mercado de viajes de incentivos y de lujo, impulsado por FIEEXPO Exhibitions Group.

Esta edición se llevará a cabo del 13 al 17 de setiembre de 2025 en Barbados, un destino icónico del Caribe por su belleza natural, excelencia hotelera y atractivo para el segmento de alto nivel. El evento tendrá lugar en el Wyndham Grand Barbados Sam Lord's Castle Resort & Spa, una propiedad cinco estrellas frente al mar que combina elegancia contemporánea con historia local. Este resort ofrece una experiencia sofisticada que incluye spa de lujo, gastronomía internacional y amplios espacios para eventos, rodeados por exuberantes paisajes tropicales.

Motivation Luxury Summit se distingue por su formato boutique, que conecta a los principales compradores internacionales del segmento de incentivos y lujo con expositores de América Latina, el Caribe y otros destinos internacionales. A través de citas de negocios, se fomenta la generación de alianzas estratégicas y concreción de negocios en un entorno profesional. El programa incluye también experiencias únicas que permiten vivir lo mejor del destino anfitrión, en este caso, el encanto vibrante de Barbados.

Con una excelente conectividad aérea, seguridad, infraestructura de primer nivel y un fuerte enfoque en sostenibilidad y experiencias auténticas, Barbados se posiciona como el escenario perfecto para inspirar, motivar y recompensar a los equipos de alto rendimiento. La isla ofrece una combinación ideal entre cultura, lujo y naturaleza, lo que la convierte en un destino cada vez más solicitado a nivel global en el mundo de los viajes de incentivo.





MOTIVATION LUXURY SUMMIT

Experience the Future of
*Luxury Incentive Travel
& Networking*

BARBADOS[®]

SEPT 13 to 17, 2025

**50 VIP
Hosted Buyers**

**100%
Decision Makers**

**50 Luxury
Suppliers**

Organized by:



sales@motivationluxurysummit.com

 Motivation Luxury Summit
 Motivation Luxury Summit
 @mluxurysummit

Andrea Franklin, Directora Ejecutiva de Barbados Tourism Marketing Inc. (BTMI), expresó:

“Barbados se honra en ser el anfitrión del Motivation Luxury Summit de este año, recibiendo a algunos de los líderes e innovadores más influyentes del sector global de viajes de incentivos. Este encuentro representa una oportunidad única para conectar con referentes de la industria, explorar tendencias emergentes y fomentar alianzas estratégicas que continúen elevando la posición de Barbados en el escenario internacional.

A medida que seguimos consolidando nuestra marca como un destino refinado y deseable, este evento llega en un momento ideal. Es una oportunidad para mostrar la belleza natural de nuestra isla, su riqueza cultural y nuestra reconocida hospitalidad. Además, refuerza nuestro compromiso con ofrecer experiencias de clase mundial. Ser sede de un evento de este prestigio **subraya la preparación y capacidad de Barbados para responder a las crecientes expectativas del viajero de lujo y de negocios. Nos sentimos orgullosos de compartir lo mejor de nuestra isla con el mundo.**”



Estudios recientes de la Incentive Research Foundation (IRF) destacan una recuperación sostenida y creciente del mercado de viajes de incentivo. Las organizaciones están aumentando sus presupuestos, ampliando la duración de los programas y priorizando destinos que ofrecen experiencias auténticas, sostenibles y personalizadas. Además, la mayoría de los hoteles y planificadores considera este segmento como clave dentro de su estrategia de negocio, reflejando una sólida confianza en el poder de los viajes de incentivo como herramienta de motivación y fidelización.

Con un enfoque diferencial, orientado a resultados y vivencias memorables, Motivation Luxury Summit se consolida como una plataforma esencial para impulsar a los destinos de América Latina y el Caribe en el competitivo mundo del turismo de incentivos. Del 13 al 17 de setiembre de 2025, Barbados será el escenario perfecto para esta experiencia de negocios única que combina networking de alto nivel, cultura caribeña y oportunidades estratégicas.



COCAL EN HONDURAS

Edición número cuarenta y uno.



Luego de doce años Honduras vuelve a recibir el congreso de la Confederación de Entidades Organizadoras de Congresos de América Latina, COCAL, celebrando de esta manera su edición número cuarenta y uno.

San Pedro Sula fue la ciudad elegida para el encuentro y el Centro de Convenciones COPANTL fue la sede, superando las expectativas de todos los asistentes gracias a un gran programa académico con énfasis en temas transversales a toda la industria como “Comunicar con Impacto” a cargo de Marcela Torres de PCMA, “Gestión de Crisis y Liderazgo Emocional” por Rodrigo Reveco, consultor especializado en crisis provocadas por desastres naturales, accidentes y atentados, “Neurociencia aplicada a los eventos” dictada por Daniel Castro, médico y conferencista, “Como liderar en tiempos de incertidumbre” a cargo de Jorge Rosas y “Power Skills” una charla del famoso escritor y conferencista Borja Castelar.

Además por supuesto de conferencistas y panelistas de la industria que compartieron sus conocimientos y experiencias con

los más de 300 asistentes, entre los que destacamos el panel a cargo de Alisson Batres, ex presidente de COCAL, Gustavo Alvarado en representación del Instituto Costarricense de Turismo y Alejandra Hernández, consultora en sostenibilidad, quienes compartieron experiencias para hacer eventos sostenibles, Eduardo Chaillo aportó todo su conocimiento sobre cómo Latinoamérica puede competir globalmente utilizando datos y cultura local, la Viceministra de Honduras Reizel Vilorio, junto a Denisse Mac Cubbín del Buró de Lima y Michel Wolmurth, presidente del COMIR participaron en el panel sobre cómo potenciar destinos y el papel de los Burós de Convenciones.

La tecnología y el manejo de redes también tuvieron su instancia con las charlas de Santiago Barrientos de Incontacto y Edgardo Flores quienes mostraron ejemplos de utilización de la IA, y de Jesús Aguilar de Funky Company quien dio tips de cómo optimizar el uso de las redes.

Juan Fernando Rubio nos mostró cómo diseñar eventos estimulantes para los participantes y cerrando el primer día, Julio César



Bojórquez sumergió a la asistencia en una experiencia digital sobre la industria de reuniones.

También los destinos emergentes tuvieron su momento en el programa a cargo de Guillermo Orellana y Mauricio Magdaleno de Monterrey, acompañados de Mercedes Lanzani en representación del Buró de Buenos Aires quién está liderando el ranking de cantidad de eventos según ICCA.

El Foro de Jóvenes profesionales, patrocinado por IMEX y a cargo de un equipo liderado por Andrea Zuluaga contó con la asistencia de más de 150 estudiantes avanzados de hotelería y turismo provenientes mayoritariamente de Cuba, El Salvador y Honduras, quienes participaron en un desafío por equipos obteniendo el ganador un cheque por usd 3.000 para poder hacer realidad su proyecto, fomentando de esta manera el emprendedurismo y la innovación en la industria.

Un gran equipo del Insituto Hondureño de turismo liderado por la viceministra de turismo Reizel Vilorio, junto a Hellen Montoya y Stephany Mena, junto al equipo del Buró de Convenciones de San Pedro Sula, liderado por su presidente Guillermo Orellana, diseñaron un magnifico evento que contó con una gran puesta en escena, tecnología y muchas experiencias ya que en cada coffee break se podía vivir una experiencia inmersiva distinta conociendo un poco más de la rica cultura hondureña.

Los eventos sociales fueron instancias muy esperadas por todos los participantes y permitieron disfrutar el cálido clima centroamericano así como la excelente gastronomía hondureña.



Durante la reunión de miembros de la asociación se definió que la próxima sede del congreso de COCAL para el mes de julio 2026 sera la ciudad de Fortaleza en Brasil, quién concurre con una nutrida delegación para presentar el destino, asimismo se ratificó que Quito será la sede del 2027 durante el coctel de cierre, el cual contó con diversos platos ecuatorianos así como el tradicional canelazo.

La reunión de miembros también fue el momento para dar cierre a la directiva de transición y anunciar la nueva directiva presidida por Julio César Bojórquez de AMPROFEC (México), Andrea Zuluaga de ASOEVENTOS (Colombia), Mercedes Lanzani de AOCA (Argentina), Alma Lopez, Universidad de Medellín (Colombia), Juan

Fernando Rubio (Colombia), Guillermo Orellana, Buró de Convenciones de San Pedro Sula (Honduras), Eduardo Chaillo de Maritz (México), Enid Camara de Vasconcelos de ABEOC (Brasil) y Carolina Adano de AUDOCA (Uruguay).

La nueva estructura de la asociación crea nuevas categorías permitiendo de esa manera la participación de miembros individuales profesionales, docentes e integrantes de instituciones educativas y estudiantes.

También se incorpora al ex presidente a la directiva como forma de mantener una transición y crea a su vez el cargo de vicepresidente para cada categoría como forma de garantizar la representación de todos y un consejo consultivo que tendrá la labor de asesorar a la directiva.

De esta manera COCAL busca adecuarse a los cambios e inquietudes planteadas por sus miembros para seguir siendo la asociación con mayor representación en nuestro continente y dar continuidad al espíritu latinoamericano de quienes la fundaron.

Durante el acto de cierre del congreso se realizó un sentido homenaje a Jorge Castex de Argentina, recientemente fallecido y quién fuera uno de los fundadores de la Asociación, así como un reconocimiento al presidente saliente Luis Ricardo Martínez y a toda la directiva por parte del Insituto Hondureño de Turismo.





Exhibit Anywhere



rmbdesignsolutions.com

■ Barcelona

■ Buenos Aires

■ Ciudad de México

■ Madrid

■ Miami

■ San Pablo

MEDIA PARTNER
EXCLUSIVO PARA
AMÉRICA LATINA Y
EL CARIBE DE:



MEDIA PARTNER DE:



MEDIA PARTNER DE
LOS SIGUIENTES
EVENTOS
INTERNACIONALES:



Índice de anunciantes

COSTA RICA PURE MEETINGS	RETIRO DE TAPA
IMEX EVENTS	09
CHILE-DESTINO NATURAL PARA REUNIONES	11
PUNTA DEL ESTE CONVENTION & EXHIBITION CENTER	15
ENJOY PUNTA DEL ESTE	27
COSTA RICA CONVENTION BUREAU	33
UFI GLOBAL CONGRESS	43
MOTIVATION LUXURY SUMMIT - FIEXPO GROUP	49
RMB - EXHIBIT ANYWHERE	53
EVENTOS LATINOAMERICANOS	RETIRO DE CONTRATAPA
COSTA RICA - MOTIVATION MEETS INSPIRATION	CONTRATAPA

Fundada por Sergio Baritussio Scalone el 1º de enero de 2000

DIRECTORA: Carolina Adano

Jamaica esq. Av. España - Chalet Fontana Di Fiore

Parada 25, Playa Mansa - Punta del Este - Maldonado

20100 URUGUAY - Tel.: +598.9491.4754

e-mail: info@eventoslatam.com

www.eventoslatam.com

REGISTRO DEL M.E.C.: 1467

FOTOGRAFIA: Estudio Sebasca

DISEÑO: Diana Robledo Solares / Funky Company

IMPRESION: Gráfica Mosca / D.L. 371.552

EVENTOS LATINOAMERICANOS, publicación especializada en congresos, conferencias, seminarios, ferias, exposiciones, reuniones empresariales, viajes de incentivo y reuniones en general, con cobertura y distribución en América Latina, el Caribe y España, está dirigida a OPC's, Directores y Gerentes de predios feriales, centros de convenciones, hoteles, compañías aéreas, agencias de viaje, proveedores de materiales y servicios para eventos, burós de convenciones y visitantes, asociaciones profesionales, organismos y entidades nacionales e internacionales, entre otros. Su objetivo fundamental es la promoción de América Latina y el Caribe como sede habitual de eventos internacionales.

El contenido de los artículos, notas y avisos publicitarios publicados en esta revista, son de total y exclusiva responsabilidad de sus autores no siendo necesariamente compartidos por la Redacción. Se prohíbe la reproducción total o parcial de los artículos publicados, a menos que se cite su procedencia.

Descubre los secretos mejor guardados de la industria de reuniones en **nuestro podcast Cara a Cara**, donde cada episodio es una experiencia única que te llevará al **centro de la acción.**



¡Prepárate para descubrirlo y conocer la otra cara!

Disponible en:  YouTube  Spotify

**EVENTOS
LATINOAMERICANOS**

Una
coproducción
con



EN COSTA RICA
CADA REUNIÓN SE
VIVE COMO LA FUERZA
DE UN VOLCÁN.



Junta de estrategia comercial

10:00 am



Objetivos de ventas desde la tirolesa

11:30 am



**Despedida por aves silvestres a la salida
del centro de convenciones**

4:00 pm

CONVENCIONES
AL ESTILO

PURA
VIDA

esencial
**COSTA
RICA**



costaricapuremeetings.com