



TURISMO E INDUSTRIA DE REUNIONES

Panorama[®] Turístico

AÑO XXXV. NO. 5. JUNIO 2025.

MÁS QUE UN
CONGRESO,
ES EL MOMENTO
DE LA *INSPIRACIÓN*

expomundoimperial.com



EXPO
Mundo Imperial
RIVIERA DIAMANTE
ACAPULCO

DONDE LAS GRANDES IDEAS COBRAN VIDA

CENTROS DE
CONVENCIONES Y
RECINTOS FERIALES:

EVOLUCIÓN DIGITAL Y SUSTENTABLE

El Champagne de los aceites

Aceite de Oliva
extra virgen

— ♦ —
Recién cosechado

— ♦ —
Sin aditivos, certificado de
pureza, cosecha y proceso

— ♦ —
Exclusiva selección de
aceitunas Arbequina y
Coroneiqui



Cómpralo en:



mercado
libre



www.savant oils.com

En cada espacio donde la industria de reuniones se congrega, hay una historia que contar. Y en esta edición, decidimos reunir varias de ellas. Con profundo respeto y admiración por la labor de los recintos feriales y centros de convenciones del país, presentamos una entrega dedicada a reconocer su evolución, su capacidad de adaptación y su mirada puesta en el futuro.

A través de esta alianza con la Asociación Mexicana de Recintos Feriales (AMEREF), buscamos no solo dar voz a sus líderes, sino también proyectar el impacto que estas infraestructuras tienen en el turismo de reuniones y en el desarrollo regional de México. Nos honra abrir estas páginas con la visión

de Alfredo Espinosa, presidente de AMEREF, y sumar los valiosos aportes de profesionales de todo el país.

Esta edición es también un homenaje a quienes, con visión, profesionalismo y compromiso, mantienen viva la esencia del encuentro.

¡Bienvenidos a otra edición que celebra el poder de reunirnos!

*Panorama
Turístico*

EXPO

SANTA
FE
MEXICO

Tu punto de encuentro para eventos de gran impacto.

Versatilidad, tecnología y hospitalidad en un solo lugar.

- *Fácil acceso gracias a la zona donde nos encontramos ubicados.*
- *Espacios amplios, multifuncionales y de gran capacidad.*
- *Producción audiovisual total o parcial con MTTN*
- *Servicios de alimentos y bebidas in-house de alta calidad con Kiu Quintana Catering*

"Expo Santa Fe México: donde los grandes eventos encuentran su mejor escenario."

¡Contáctanos!

55 5292 5350

Instagram, YouTube, Facebook icons @exposantafemx

www.exposantafe.com.mx

Somos una empresa de
HOST ENTERTAINMENT
& EVENTS GROUP MX

Editorial
01

Directorio
06

AMEREF.
Asociación
Mexicana
de Recintos
Feriales, A.C.

Expo Mundo Imperial:
donde la magia de
los grandes eventos
comienza

14

Expo Chihuahua,
una plataforma
multifuncional que
impulsa el norte de México

27

**Una colaboración de alto
nivel: AMEREF y Panorama
Turístico impulsan la
narrativa de los recintos
feriales en México**

22

Del Recinto al
Ámbito Nacional:
Un Compromiso
de Liderazgo con
la Industria de
Reuniones

37

**Relación
Recinto-
Organizador**

41

¿Cómo funciona
el modelo de
Messe Alemán y
su parecido con
el modelo de
CINTERMEX?

45

Factores para la construcción y gestión de recintos en México

48

El Distrito León MX: Un ecosistema de innovación, cultura y negocios

55

¿Cómo liderar el marketing de todo un destino desde un recinto?

59

La Industria de Reuniones: Una gran responsabilidad

65

¿Y si tu recinto ya pudiera hablarte? Inteligencia Artificial al alcance de todos

72

Ejemplo de permanencia y posicionamiento, a más de cuatro décadas de existencia

77

¿Cómo se puede transformar un recinto para volver al camino de la competitividad?

83

Centros de Convenciones: Infraestructura con alma para transformar ciudades

88

El Centro de Convenciones y Exposiciones Ideal

92

Del Contenedor al Conector: Repensando el Rol de los Centros de Convenciones

99



Panorama® Turístico

AÑO XXXV / NO. 5 / JUNIO 2025

GUSTAVO CONTRERAS GONZÁLEZ

Director General / Publisher

Corina Tlali Ortega

Editora

Aura Luz Meneses Luna

Directora de Arte y Diseño

Mireya Santiago

Community Manager

GRACIAS POR COLABORAR EN ESTA EDICIÓN:

Alfredo Espinosa Leal, Gabriel Rosel, Toni Gamez, Eduardo Chaillo, Seyed Rezvani, Luis Emilio Ortíz, Alejandro Gutiérrez de Velasco Mendoza, Elena Hurtado, Gustavo Mendoza, Jaime Salazar Figueroa, Javier Gámez, Lissette Sierra, Alejandro Ramírez Tabche y Luis Díaz.

RAÚL MENDOZA WALDO †

Presidente Grupo Panorama

Fotografías de apoyo: freeepik.com, pexels.com

Anuncia tu producto o
servicio en Panorama
Turístico

• 55 45 10 11 16 •

**gcontreras@
panorama-turistico.com.mx**

PANORAMA TURÍSTICO
Derechos Reservados© 2024,
Año XXXV, No. 5, JUNIO 2025.
Es una publicación mensual en
formato digital publicada por
Gustavo Contreras González,
PANORAMA TURÍSTICO®
Salvador Díaz Mirón 186-5,
Col. Santa María la Ribera,
06400 CDMX, México.
Editor responsable:
Gustavo Contreras González.

Las opiniones expresadas por
los autores no necesariamente
reflejan la postura del editor.

Prohibida la reproducción total o
parcial del contenido sin la auto-
rización por escrito de los edi-
tores. Los productos, servicios y
destinos que aquí se exhiben son
responsabilidad exclusivamente
de los anunciantes.

PANORAMA TURÍSTICO no se
hace responsable del contenido,
calidad, oferta y precios de los
mismos.

MEDIO ALIADO





TU ALIADO PARA
EVENTOS
DE ALTO IMPACTO

Con más de 23 años siendo sede de los eventos más importantes nacionales e internacionales

Centro Banamex combina experiencia, calidad y servicio.



EN 23 AÑOS

14,500
eventos realizados


42.5 Millones
de visitantes



11 Millones
de cubiertos servidos


111 Millones
de m² de exhibición vendidos


¡Contáctanos!


Más que un recinto, creamos historias de éxito.


 www.centrobanamex.mx

  [CentroBanamex](#)

  [centrobanamex](#)

 + 52 55 5268 2000

 Avenida del Conscripto 311, Lomas de Sotelo, 11200 Miguel Hidalgo, CDMX

 info@centrobanamex.mx



AMEREF

Asociación Mexicana de Recintos Feriales, A.C.

POR: ALFREDO ESPINOSA*

Para la Asociación Mexicana de Recintos Feriales (AMEREF), nuestra misión es clara: fortalecer la industria de los recintos feriales en México, fomentar las buenas prácticas y generar valor para nuestros asociados, a través del trabajo colaborativo, la profesionalización y una representación sólida ante organismos públicos y privados.

Uno de los logros más relevantes para esta asociación ha sido el de nuestro fortalecimiento institucional

como parte activa del Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones (COMIR). Esta participación nos ha permitido tener mayor visibilidad, influir en decisiones clave para el sector y posicionar el papel fundamental que juegan los recintos en la reactivación económica y turística del país, mostrando no sólo la fuerza de cada uno de nuestros asociados, si no de el poder que generamos en conjunto como recintos, para robustecer la industria de reuniones en nuestro país.



Gran parte de los principales objetivos para la AMEREF se centran en desarrollar y promover espacios de capacitación profesional para nuestros miembros, a través de talleres, seminarios virtuales y encuentros presenciales, en los que abordamos temas como la sostenibilidad, la seguridad operativa, la transformación digital, las tendencias del mercado y la gestión integral de recintos. Estas acciones han impulsado una cultura de mejora continua dentro de nuestra comunidad.

En el ámbito de relaciones institucionales, desde la asociación se trabaja de la mano con gobiernos estatales y dependencias federales para visibilizar el impacto económico y social de los eventos que albergan nuestros recintos. Estas gestiones son clave para que se generen políticas públicas que reconozcan a nuestra industria como una herramienta estratégica para el desarrollo regional.

Lo anterior nos ha fortalecido como gremio y ha permitido que la familia AMEREF crezca, integrando recintos de distintas capacidades, ubicaciones y perfiles. Esta diversidad nos enriquece, nos da mayor representatividad y fortalece nuestras decisiones como agrupación, fomentando un ambiente de colaboración, donde el intercambio de experiencias y buenas prácticas se convierte en una herramienta poderosa de transformación.

No obstante, seguimos enfrentando retos importantes: la recuperación total tras la pandemia, el aumento de costos operativos y la necesidad de mantenernos competitivos en un entorno global cada vez más exigente, sin embargo, nos hemos demostrado, a lo largo de estos últimos años, que, con unidad y visión, la reactivación es una realidad y los eventos siguen teniendo incluso mayor fuerza que antes; he ahí la importancia de la

profesionalización y capacitación de los servicios en los recintos, y por lo tanto, de nuestra asociación.

Los recintos somos el pilar de la cadena de valor de la industria de reuniones y contar con una asociación que los respalde en México, da muestra de la importancia y de la potencia de dicho segmento en nuestro país ¡Seguiremos trabajando para seguir impulsando!



*** Alfredo Espinosa Leal.**
Presidente.
Asociación Mexicana de
Recintos Feriales (AMEREF).

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

SEMINARIO EN ALTA, DIRECCIÓN TURISTICA

MÉTODO
DEL CASO

Problemas reales
Soluciones reales
Resultados reales...



Luis Sánchez

Director General
Hotel Quinta Los Azufres



Yuriko Mizué

Directora General
Grupo Mizué



Gerardo Morales

Director General
Grupo Chulavista



Invitado
sorpresa



Invitada
sorpresa



Jueves **7 agosto 2025**

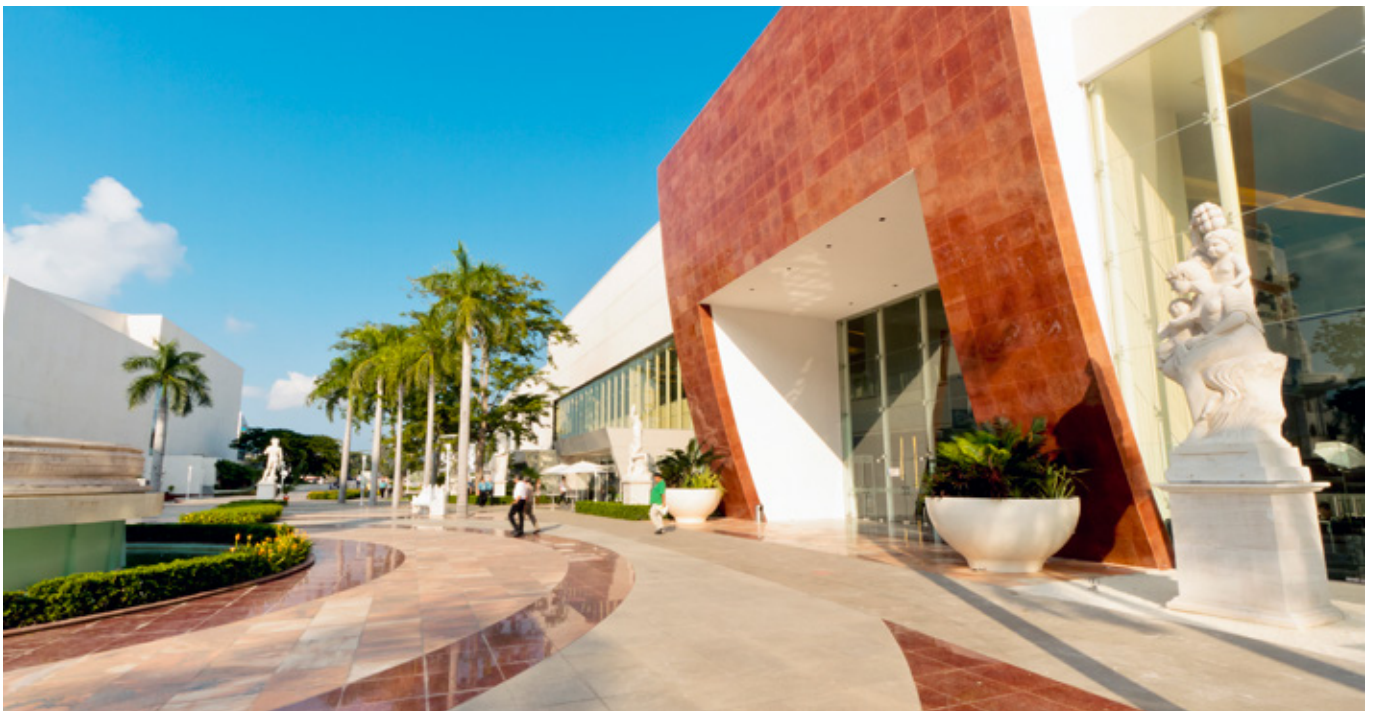
HOTEL EXE ALAMEDA
REFORMA



EXPO MUNDO IMPERIAL:

donde la magia de los grandes eventos comienza

En el corazón de la Riviera Diamante Acapulco se encuentra un recinto que ha trascendido la simple idea de ser sede de eventos para convertirse en una plataforma de experiencias memorables:



Expo Mundo Imperial. Con más de una década de trayectoria y una sólida visión de futuro, este espacio se ha consolidado como un punto de referencia para la industria de reuniones en México.

La campaña “Donde las grandes ideas cobran vida” no es solo un lema; es el reflejo del enfoque estratégico con el que Mundo Imperial entiende los eventos. En este recinto, cada metro cuadrado está diseñado no solo para cumplir una función operativa, sino para provocar encuentros, inspirar emociones y facilitar conexiones duraderas entre personas, ideas y marcas.



Expo Mundo Imperial forma parte del ecosistema que conforma Grupo Mundo Imperial, un complejo turístico de clase mundial que incluye experiencias gastronómicas, bienestar, hospedaje de lujo y entretenimiento. Esta integración permite ofrecer a organizadores y asistentes una experiencia 360°, donde el evento no termina al salir del salón, sino que se transforma en una vivencia multisensorial.



La infraestructura del recinto es una de las más completas del país. Su versatilidad le permite recibir desde exposiciones y congresos hasta convenciones corporativas de alto nivel. Actualmente, el recinto alberga más de 40 eventos anuales y recibe a más de 300,000 visitantes cada año, reflejando no solo capacidad logística, sino también impacto real en la industria.



En sinergia con el Palacio Mundo Imperial —hotel con más de 800 suites—, el venue ofrece un servicio integral con atención al detalle, personal altamente capacitado y tecnología de última generación, incluyendo plataformas digitales, salones inteligentes y conectividad de alta velocidad.



Uno de los aspectos más valiosos que distinguen a Expo Mundo Imperial es su resiliencia. Tras el embate del huracán Otis, fue uno de los primeros recintos en reactivarse, reabriendo sus puertas en tiempo récord con una oferta renovada. Bajo el concepto “Hagamos Magia”, el recinto no solo recuperó su operatividad, sino que se redefinió como un aliado estratégico y emocional para cada organizador.

La sostenibilidad también forma parte de su visión a largo plazo. A través del manejo responsable de residuos, el ahorro energético, el uso de materiales reciclables y el fomento del consumo local, Mundo Imperial busca armonizar la operación de alto nivel con un compromiso tangible hacia el entorno.



Eventos como el Tianguis Turístico, la Convención Bancaria, el Congreso Nacional de Minería y encuentros corporativos y gubernamentales de

gran escala son solo una muestra de su capacidad y prestigio.

Hoy más que nunca, en un contexto donde los recintos deben evolucionar para responder a nuevas demandas, Expo Mundo Imperial se presenta como una herramienta clave para lograr objetivos de alto impacto. Porque en este lugar, más que salones, hay atmósferas; más que logística, hay emoción. Y más que eventos, hay encuentros que transforman.



EXPO

Mundo Imperial

RIVIERA DIAMANTE
ACAPULCO

expomundoimperial.com

 800 090 9900

 ventas.grupos@mundويمperial.com



SIGUIENTE



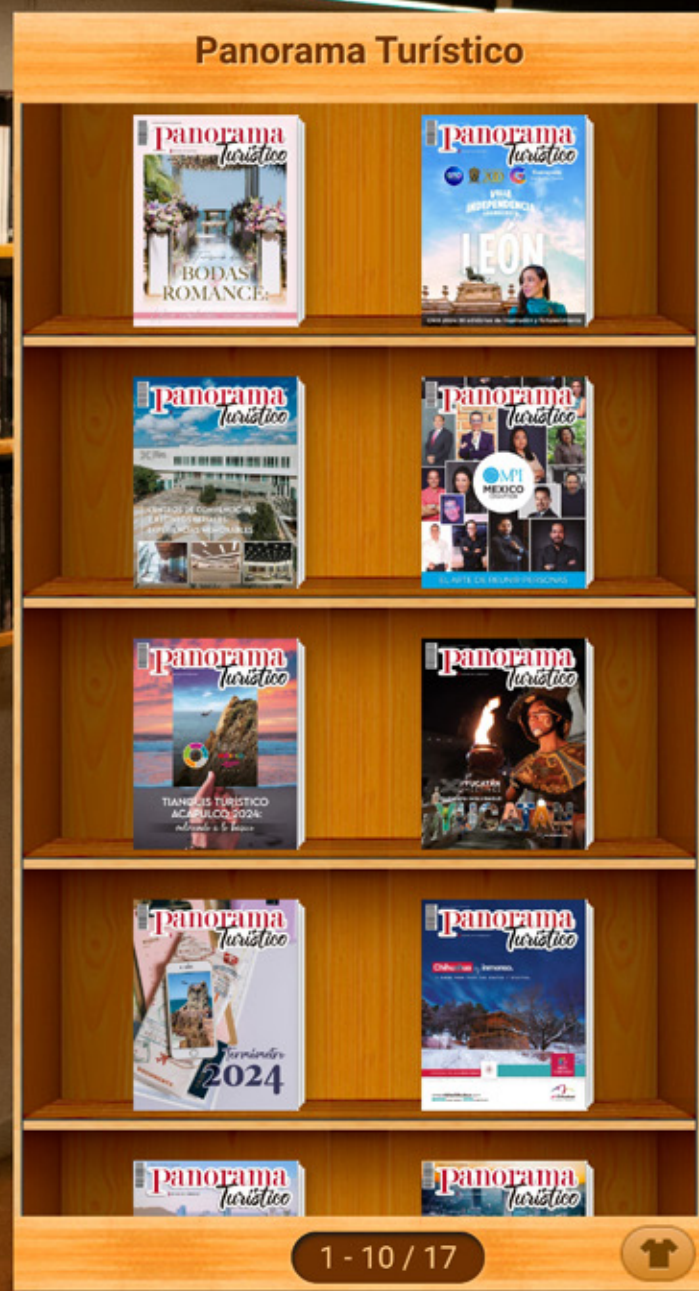
ANTERIOR



**REGRESAR AL
CONTENIDO**

No te pierdas todos los ejemplares de **Panorama Turístico**, la revista en línea que une al turismo con la industria de reuniones.

Haz click y visita nuestra librería:



En **Panorama Turístico** conectamos destinos, impulsamos encuentros.



UNA COLABORACIÓN DE ALTO NIVEL:
AMEREF Y PANORAMA TURÍSTICO
IMPULSAN LA NARRATIVA DE LOS
RECINTOS FERIALES EN MÉXICO

POR: GUSTAVO CONTRERAS*

A lo largo de los años, los centros de convenciones y recintos feriales han sido más que estructuras físicas: se han consolidado como nodos de encuentro, desarrollo económico y motores de cohesión territorial. Conscientes de esta realidad, *Panorama Turístico* y la Asociación Mexicana de Recintos Feriales (AMEREF) han unido esfuerzos, por segundo año

consecutivo, para dar forma a una edición editorial sin precedentes que visibiliza el papel transformador de estos espacios en la industria de reuniones en México.

El proyecto editorial nació desde una visión compartida: la de generar contenidos que no solo informen, sino que inspiren, conecten y documenten la evolución del sector desde la mirada de sus protagonistas. Bajo el título *Centros de Convenciones y Recintos Feriales: Evolución Digital y Sustentable*, esta edición reúne la voz de líderes y profesionales que impulsan cambios concretos en sus territorios, combinando estrategias de sostenibilidad, innovación operativa y liderazgo institucional.

La AMEREF, a través de su presidente Alfredo Espinosa, ha sido un aliado clave en la convocatoria y articulación de este número especial. En su artículo de apertura, se destaca la fuerza del gremio en su conjunto, el

papel estratégico de la asociación en la construcción de políticas públicas, así como la necesidad de avanzar en la profesionalización, la colaboración interinstitucional y la generación de conocimiento compartido.

Esta edición refleja también una evolución editorial que conecta a los recintos con las agendas



contemporáneas: eficiencia energética, inteligencia artificial aplicada a la operación, impacto social y gobernanza, desarrollo sostenible, y nuevas fórmulas de gestión comercial. Desde las propuestas de inteligencia artificial presentadas por Toni Gámez, hasta los enfoques de liderazgo compartido y marketing territorial como el de Mundo Imperial, los contenidos permiten reconocer la versatilidad y ambición del sector.

Más allá de los artículos, esta edición se consolida como una herramienta de promoción, posicionamiento y diálogo entre recintos, organizadores, autoridades, empresas y profesionales del turismo. El esfuerzo colaborativo de más de una decena de recintos — cada uno aportando una visión particular desde su contexto regional— deja ver una industria viva, resiliente y profundamente conectada con los retos del presente y las oportunidades del futuro.

Hoy, los recintos no solo albergan eventos. Son espacios donde se construyen narrativas, se proyecta el desarrollo local y se impulsa la competitividad de los destinos. Esta edición es prueba de ello.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

* **Gustavo Contreras.**
Panorama Turístico.

EXPO CHIHUAHUA

UNA PLATAFORMA MULTIFUNCIONAL
QUE IMPULSA EL NORTE DE MÉXICO



exposiciones de gran formato y 6,000 m² de salas de reuniones adaptables, lo posiciona como un recinto listo para responder a las nuevas dinámicas de la industria.



Expo Chihuahua no solo destaca por sus dimensiones, sino por su **flexibilidad y tecnología de punta.** Su diseño arquitectónico, equipado con **pantallas LED 4K,** sistemas de audio e iluminación de última generación, permite una operación fluida y una experiencia memorable tanto para organizadores

como para asistentes. Gracias a sus **muros sonoaislantes**, el recinto puede dividirse en múltiples secciones, facilitando la realización de **eventos simultáneos** sin comprometer calidad ni confort.



Uno de sus mayores diferenciales es su **servicio integral de hospitalidad y alimentos**, avalado por el **Distintivo H** y respaldado por la **cocina industrial más grande del norte del país**.



Operada por chefs y personal especializado, esta infraestructura permite servir banquetes de hasta **5,000 personas en simultáneo**, manteniendo estándares de calidad, presentación y temperatura gracias a una logística eficiente con **42 carros térmicos**. A esto se suma la **certificación de capacidades por parte de la Asociación de Profesionales de Convenciones de Norteamérica (PCMA)**, lo que refuerza su prestigio internacional.



Más allá de su infraestructura, Expo Chihuahua se inserta en una ciudad vibrante que ofrece **una atractiva combinación de turismo de negocios, aventura y cultura**. Desde la ruta del **Chepe y las Barrancas del Cobre**, hasta los **Cañones del Pegüis y el Parque Nacional Cumbres de Majalca**, la región invita a extender la experiencia más allá del recinto, conectando eventos con identidad y territorio.



La visión que hoy proyecta Expo Chihuahua es la de un **recinto integral, sustentable y conectado con la innovación**, capaz de adaptarse a las nuevas exigencias de la industria sin perder el toque humano que lo distingue. Con un equipo técnico y operativo altamente calificado, su compromiso es no solo ofrecer espacios, sino crear experiencias que impulsen los objetivos de cada cliente.



En esta edición de *Panorama Turístico*, enfocada en la evolución digital y sustentable de los recintos del país, Expo Chihuahua confirma su lugar como **una plataforma de alto impacto para el desarrollo de eventos en el norte de México**, y como un aliado confiable para quienes buscan resultados, calidad y una experiencia completa.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

EL ESPACIO IDEAL PARA TU EVENTO



22,000 m²
De área total en
2 plantas.



12,000 m²
Para ferias y
exposiciones.



6,000 m²
Para congresos y
convenciones



**4 salas
VIP**



EXPO
CHIHUAHUA

expochihuahua.com.mx

/ ExpoChihuahua

614 214 2600

614 427 9616



DEL RECINTO AL ÁMBITO NACIONAL:

Un Compromiso de Liderazgo con la Industria de Reuniones

POR: LUIS DÍAZ*

Asumir la presidencia del Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones (COMIR), desde la dirección de un recinto, es una oportunidad que

valoro profundamente. Los recintos no solo albergan eventos; son espacios donde se conectan personas, se intercambian ideas y se activa la economía. Esta posición me ha permitido tener una visión amplia de los desafíos y las oportunidades que vive nuestro sector, compuesto por OCVs, meeting planners, DMCs, organizadores de congresos y exposiciones, proveedores y, también, por el segmento de bodas de destino.



Representar a este panorama diverso requiere de un liderazgo incluyente, que sepa escuchar y construir consensos. COMIR es una plataforma clave para sumar esfuerzos, para impulsar políticas públicas que realmente reflejen nuestro impacto y que permitan dar mayor visibilidad al valor estratégico que tiene la industria de reuniones en el desarrollo del país.

Al frente del Consejo, durante el periodo 2025–2027, trabajaremos con un plan claro que incluye cinco líneas de acción: mejorar la competitividad, fortalecer la inteligencia sectorial, avanzar en sostenibilidad, elevar la profesionalización y consolidar nuestra representación institucional. En estos ejes se enmarcan proyectos muy puntuales, como nuevos indicadores, certificaciones, alianzas interinstitucionales y mejores prácticas de gestión.

Nuestro enfoque será siempre el de sumar: integrar a todos los actores, unir regiones y proyectar una visión

común que posicione a la industria de reuniones como parte esencial de una economía más dinámica, innovadora y con futuro.

Desde el recinto he podido ver cómo se construyen comunidades y se detonan oportunidades. Desde COMIR, estoy convencido de que podemos hacer que esa fuerza colectiva se traduzca en una industria más sólida, más visible y con mayor impacto para todo México.



*** Luis Díaz Pascual.**
Director General Expo Santa Fe.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

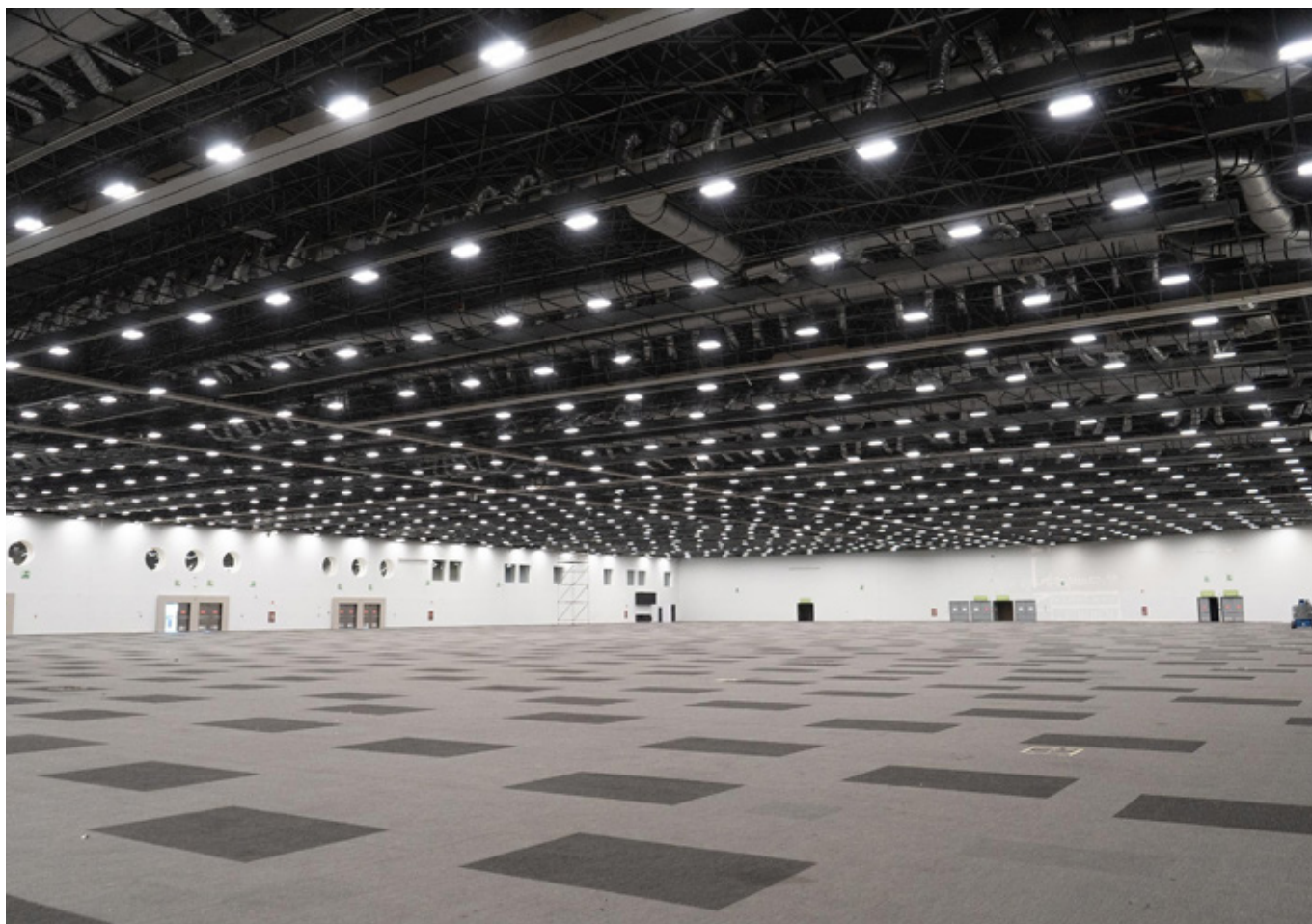
 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

RELACIÓN RECINTO - ORGANIZADOR

POR: ELENA HURTADO*

Desde mi punto de vista personal, hay un factor clave para el éxito de la relación recinto – organizador de evento; en primera instancia, considero que es de suma importancia mantener siempre una comunicación cercana, constante y respetuosa, entre cada una de las partes, pues el vínculo que generamos en esa relación debería

siempre buscar el bien común, así como una escucha activa de ida y vuelta, para conocer, tanto las necesidades de los organizadores, como las capacidades de infraestructura física, humana y de servicio que pueda ofrecer cada recinto.



Otro punto que me parece importante a resaltar es la disposición de ambos actores, recinto – organizador, para evolucionar, ya que, tanto el recinto, como

los organizadores, buscamos mejores prácticas, certificaciones, sustentabilidad, rentabilidad, entre otras, y para avanzar dependemos unos de otros, por lo tanto, la disposición para evolucionar de la mano es clave, así como brindar actualizaciones constantes y generar espacios donde podamos ponernos al tanto de las metas y necesidades de todas las partes.



Cuando un recinto es testigo del crecimiento de un evento, el equipo de trabajo es parte fundamental del éxito del organizador y debe de continuar preparándose para que dicho avance no se detenga. Por otro lado, como comité organizador,

siempre será un acierto llevar a un evento a un espacio en donde se brinde la confianza, la calidad, el servicio, la tecnología y la amabilidad necesarias para que los expositores puedan tener oportunidades de negocios.



*** Elena Hurtado.**
Directora General Expo Guadalajara.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

¿CÓMO FUNCIONA EL MODELO DE **MESSE ALEMÁN** Y SU PARECIDO CON EL MODELO DE **CINTERMEX**?

POR: LISSETTE SIERRA*

CINTERMEX es un recinto multifuncional que recibe eventos nacionales e internacionales de gran tamaño y complejidad, tales como exposiciones, congresos y eventos culturales y deportivos.



El modelo messe alemán es un referente a nivel internacional, conocido por la infraestructura de calidad, un enfoque en la innovación, gran compromiso con las prácticas sustentables y sostenibles, así como una excelente gestión profesional.



Por lo tanto, el parecido del concepto que se maneja en CINTERMEX, con el modelo messe alemán, consiste en que este recinto mexicano cuenta con una infraestructura con espacios versátiles que maximizan su uso; hace uso de prácticas responsables como tecnología led en el 70% de la iluminación y sensores de movimiento para ahorrar energía; cuenta con servicio de hoteles, restaurantes y áreas verdes

cercanas, al mismo tiempo de que se trata de un motor económico de la ciudad: Monterrey.

A esto, se suma que CINTERMEX desarrolla eventos propios y de terceros, lo que lo distingue entre otros recintos a nivel nacional e internacional, sin dejar a un lado las oportunidades y fortalezas con las que cuenta la ubicación de este importante centro de negocios.

Con todo lo anterior, podemos decir, sin dudar, que Cintermex es un recinto a la vanguardia, que ofrece una experiencia integral para la realización de grandes eventos, impulsando con ello al segmento de la industria de reuniones en México.



*** Lissette Sierra.**
CEO CINTERMEX.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

FACTORES PARA LA **CONSTRUCCIÓN Y GESTIÓN** **DE RECINTOS EN MÉXICO**

POR: JAVIER GÁMEZ*

No hay más, el recinto es la pieza central del gran rompecabezas que es la producción de eventos. Los participantes de los eventos y casi toda la cadena de valor que los produce terminan confluyendo en el sitio de la reunión.

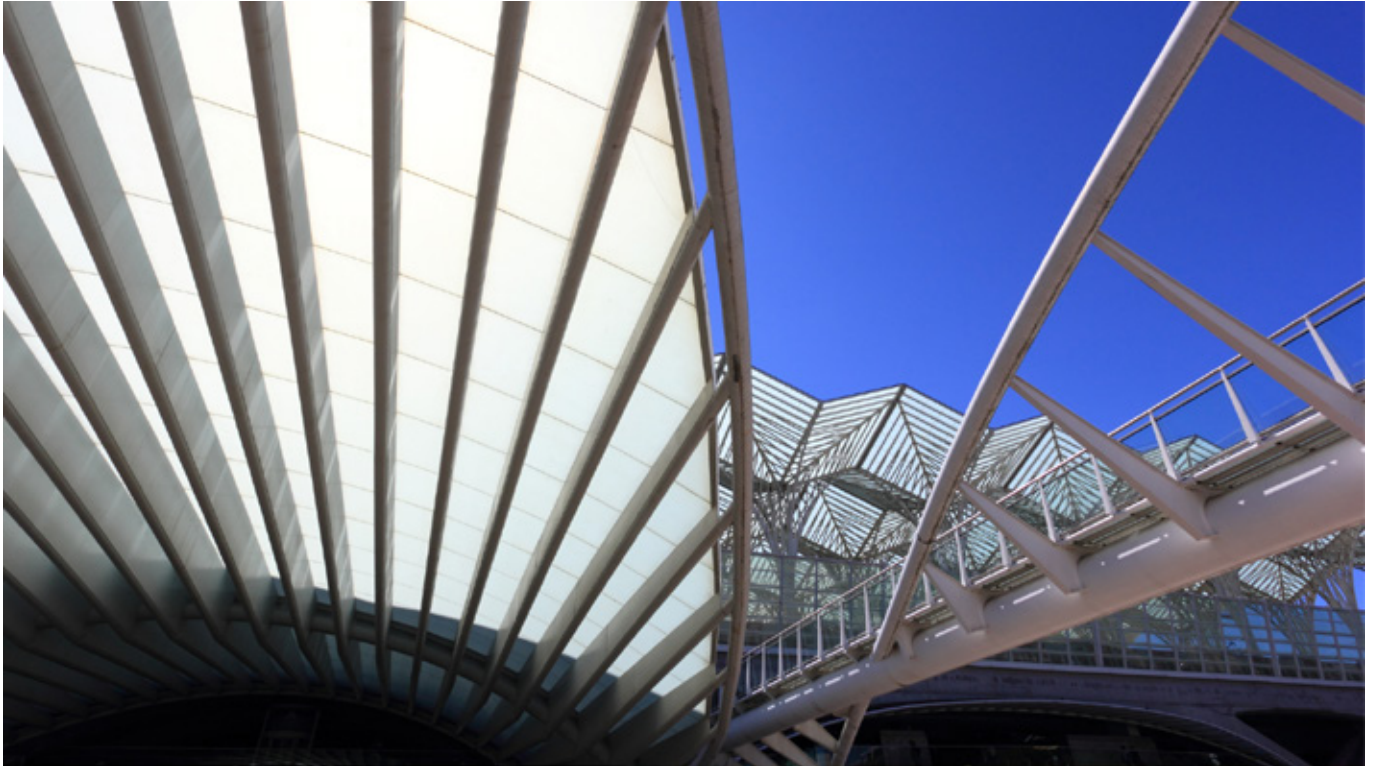


Debemos tener claro que hay varios tipos de recintos y de espacios. Los principales, que no todos, son: hoteles con salones, centros de convenciones, centros de exposiciones, salones para eventos y la mezcla de estos tres últimos: los centros de congresos.

Hoy solo tocaremos lo que respecta a recintos que cumplen tres condiciones: no tienen servicios de hospedaje, especializados para eventos de negocios, congresos, convenciones, eventos corporativos y exposiciones, y que fueron ideados para eventos que involucran a todo el destino.

El primer elemento a considerar para construir un recinto es la vocación del destino. Que sirva, primero, para satisfacer las necesidades y oportunidades de la ciudad, dadas sus características y oportunidades socioeconómicas. Así, una ciudad industrial podría

empezar por un centro de exposiciones, mientras que una ciudad turística podría iniciar con un centro de convenciones.



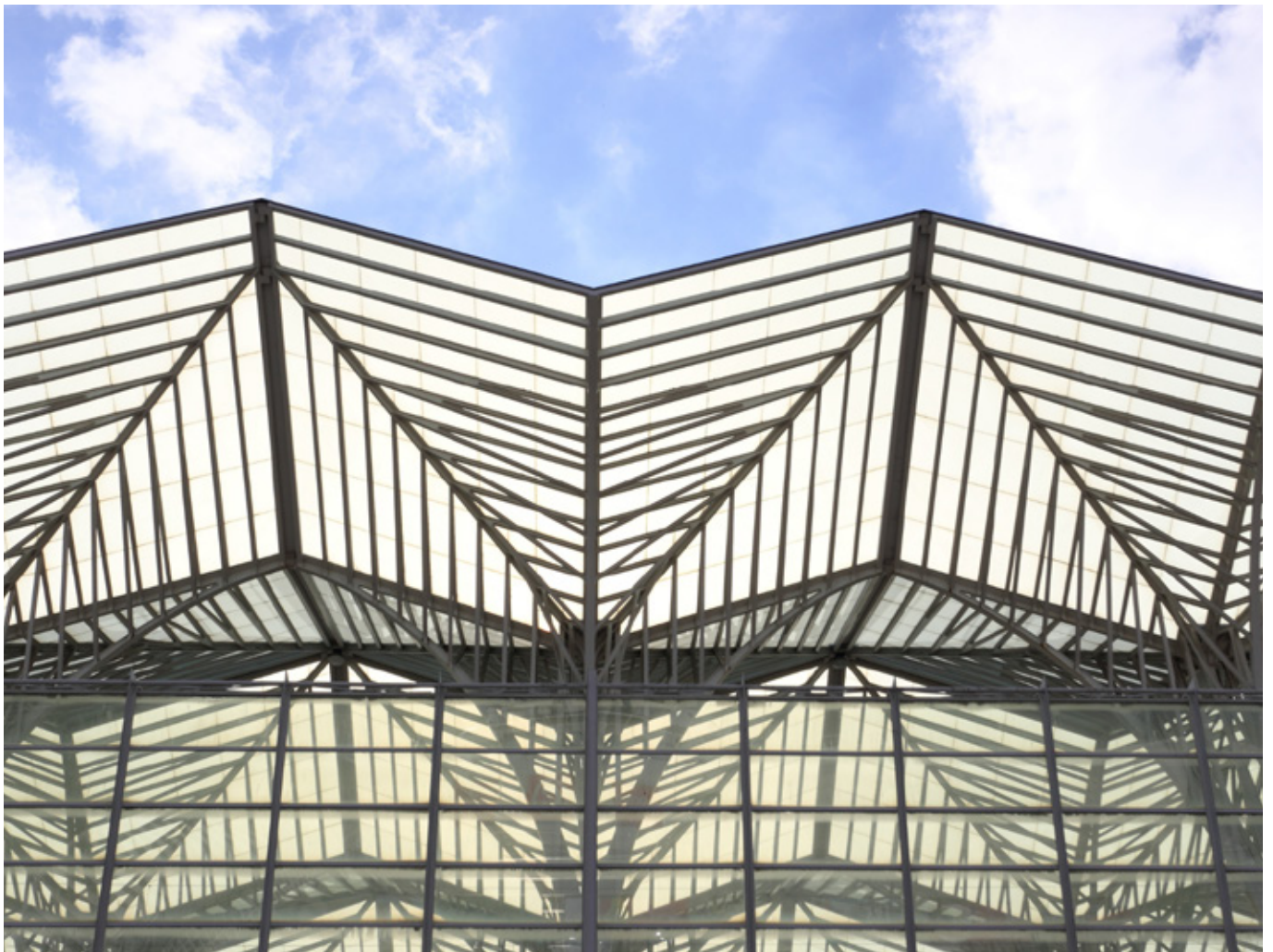
En segundo lugar, se debe de tomar en cuenta la gran visión de la ciudad; hacia dónde enfoca su desarrollo. Así, hoy puede ser una ciudad industrial, pero que proyecta diversificarse hacia el turismo y, entonces, también deberá tomar en cuenta la construcción de salones para convenciones y espacios para la recreación. Hay en México casos exitosos:

los que previeron ampliaciones de acuerdo con una ciudad en evolución y que pensaron en reservas territoriales, modelo de negocios, comercialización y financiamiento, enfocados al futuro planeado.

El tercero es definir la ubicación. No es tema menor, secundario, accesorio o de acuerdo a la disponibilidad de terrenos, sino asunto de máxima prioridad. Al ser un lugar de reunión, se requiere de accesibilidad desde cualquier punto donde se encuentren los usuarios, de acuerdo a su vocación y visión. Así, por ejemplo, un recinto de convenciones estará más cerca de los hoteles y atractivos turísticos; uno de exposiciones, más cerca a los distritos de negocios y a la población.

Para quien cree que lo más importante de un recinto es que esté bonito, la realidad nos demuestra que es más, mucho más importante, que sea funcional. Este Cuarto elemento significa que los espacios sean

cómodos y habitables, con clara y fácil circulación dentro del edificio, tanto en áreas de evento, como en el “back of the house”; que existan suficientes servicios para los participantes y, muy importante, rico en opciones para que el organizador diseñe el evento. Muchos de estos requisitos están listados en el Certificado de Competitividad Global de PCO Meetings México.



La sostenibilidad es el quinto elemento. Incluye no solo equipos para cogeneración o ahorro de energía, por ejemplo, sino materiales de fácil lavado y cuidado; económicos para su operación y mantenimiento; detalles de construcción y seccionamiento del edificio para efficientizar su uso y mantenimiento, pero también temas de viabilidad y sostenibilidad financiera.

El edificio debe de ser atractivo, SI, pero el protagonista es el evento, no los salones. Desde mi punto de vista, en este sexto factor, el edificio debe de ser un ícono de la ciudad, desde su fachada y áreas comunes, pero los salones deben ser neutrales, dúctiles, moldeables, además de habilitados y enfocados para que el organizador los convierta en el sitio que diseñó para el éxito y el lucimiento de su evento.

El cabalístico séptimo elemento es la gestión del recinto. Éste debe estar en manos de profesionales especializados en la administración de recintos,

haciendo equipo con profesionales en la gestión pública y social. Hoy, a diferencia de hace dos décadas, hay abundancia de talento formado por AMEREF, completamente capaces para cumplir con las responsabilidades de hacer de un gran edificio, un proyecto exitoso para la sociedad.

Hay notables ejemplos de recintos que son exitosos, aún sin contar con uno o varios de los primeros 6 elementos, pero no conozco uno solo que, ni aún contando con los primeros 6, sea un recinto exitoso si no tiene cubierto el séptimo elemento: el talento humano.



*** Javier Gámez.**
Director General Mice Market +.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

EL DISTRITO LEÓN MX: UN ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN, CULTURA Y NEGOCIOS

POR: ALEJANDRO GUTIÉRREZ DE VELASCO*

El Distrito León MX es un polígono urbano de vanguardia, en el corazón de Guanajuato, diseñado para ser un detonador de innovación, cultura y negocios. Este espacio no solo impulsa el desarrollo económico y social del estado, sino que también posiciona a la

ciudad de León como un referente de competitividad a nivel nacional e internacional. A través de una visión estratégica, el Distrito León MX integra infraestructura de primer nivel, conectividad y una agenda integral que fomenta la colaboración entre sectores clave: industria, academia, gobierno y sociedad.

En el núcleo de este ecosistema se encuentra Poliforum León, un recinto emblemático que ha sido motor de desarrollo por décadas. Este centro de convenciones y exposiciones es mucho más que un espacio para eventos; es un punto de encuentro que conecta ideas, genera sinergias y propicia el intercambio de conocimiento. Con una trayectoria de éxito en la organización de eventos de clase mundial, Poliforum León ha albergado congresos, ferias, exposiciones y encuentros culturales que trascienden fronteras, atrayendo a miles de visitantes y fortaleciendo la economía local.



Con el objetivo de fortalecer su vocación como líder en la industria de reuniones, Poliforum León ha dado un paso significativo con la reciente ampliación de las salas C5 y C6. Esta expansión no solo incrementa la capacidad del recinto, sino que también incorpora tecnología de punta para satisfacer las demandas de eventos cada vez más complejos y especializados. Las nuevas salas están diseñadas para ser espacios multifuncionales, capaces de adaptarse a formatos diversos, desde congresos internacionales y exposiciones comerciales, hasta eventos culturales y sociales.

La ampliación de Poliforum León y el fortalecimiento del Distrito León MX consolidan a la ciudad como un destino líder en la industria de reuniones en el país, siendo testimonio del potencial de Guanajuato para liderar el desarrollo de México. Con una visión de futuro y un compromiso con la calidad, este polígono urbano continuará siendo un impulsor de progreso, atrayendo talento, inversión y oportunidades que transformarán la región.



*** Alejandro Gutiérrez de Velasco Mendoza.**
Director General Poliforum León.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

¿Cómo liderar el MARKETING de todo un DESTINO desde un recinto?

POR SEYED REZVANI*



Liderar el impulso de un destino desde un recinto es posible cuando se tiene una visión clara y, sobre todo, compromiso con la comunidad.

Más allá de ser espacios físicos para recibir visitantes, los recintos tienen el poder de convertirse en motores de promoción, de unión y de desarrollo turístico. Cuando un recinto asume ese papel de liderazgo y representación de su destino, con decisión y compromiso, puede convertirse en un punto de partida para articular esfuerzos, sumar voluntades y proyectar al sitio con fuerza hacia el exterior.

Un ejemplo de ello es lo que sucede en Riviera Diamante Acapulco, en donde, desde los espacios como Expo Mundo Imperial y la Arena GNP Seguros, se generan dinámicas que van mucho más allá de la operación de eventos, para concretar en la creación de experiencias, abriendo puertas a nuevas

audiencias y colaborando con sectores clave para consolidar una oferta turística robusta.

A través de eventos internacionales, congresos, conciertos y competencias deportivas, este recinto ha logrado atraer la atención nacional e internacional en Acapulco, posicionándose como un destino vigente, renovado y con mucho que ofrecer.



La estrategia ha sido clara: sumar, conectar y comunicar. Y parte de eso se demuestra al haber tomado iniciativa para impulsar la Alianza Riviera Diamante Acapulco, un proyecto que une a los principales actores del sector, bajo un mismo propósito.

Dicha alianza nació de la necesidad latente en el destino de trabajar en conjunto, de aprovechar lo mejor de cada quien para ofrecer una experiencia turística integral. Con ello, al unir infraestructura, talento, servicios y vocación, el resultado se transformó en lograr transmitir un mensaje sólido y atractivo: Riviera Diamante está lista para recibir al mundo con calidad, seguridad y calidez.

Esfuerzos como este reflejan la calidad de la oferta hotelera de Acapulco, teniendo como exponentes a grandes prestadores de servicios como Princess Mundo Imperial, Palacio Mundo Imperial, Pierre

Mundo Imperial, Encanto Acapulco, Banyan Tree Cabo Marqués y Holiday Inn La Isla; una red hotelera que ofrece mucho más que hospedaje, pues cada propiedad suma una propuesta distinta y valiosa: spas de talla internacional, campos de golf, gastronomía de autor, espacios para el bienestar y acceso a playas únicas. Todo ello convierte a Riviera Diamante en un destino capaz de atender al visitante más exigente.

Además, el entretenimiento ha sido una pieza clave en esta estrategia. A través del concepto exclusivo de Funtainment, se ha transformado la forma en que se vive un evento. No se trata solo de asistir, sino de ser parte de algo más grande. Esta visión ha permitido programar 15 grandes eventos para el segundo semestre del año, desde conciertos con artistas como Grupo Firme, Ángeles Azules o Emmanuel y Mijares, hasta espectáculos culturales y deportivos como el México Major Pádel o el Ballet Nacional Ruso.

Convencidos de que el turismo transforma, Desde Grupo Mundo Imperial se tiene la visión de que cada acción que se emprende busca ir más allá del presente, deseando que Riviera Diamante Acapulco no solo recupere su lugar, sino que lo fortalezca con una nueva narrativa: la de un destino resiliente, vibrante y preparado para recibir al mundo con los brazos abiertos.



*** Seyed Rezvani.**

Director General de Grupo
Mundo Imperial.

Ventasgrupos@mundoiimperial.com

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

LA INDUSTRIA DE REUNIONES:

Una gran responsabilidad

POR: GABRIEL ROSEL*

Hablar de la maravillosa industria de reuniones, no es algo difícil. Mi cercanía con este segmento del turismo empezó no hace mucho, de manera directa, aunque en mis años de hotelero, no solo empecé con ella, si no que fue parte muy importante de mis primeras vivencias.

La experiencia en conjunto de esta industria la hace única: los actores y factores que se involucran en ella hacen que esto sea mejor que un baile coordinado en el mejor de los espectáculos. No solo son los recintos preparados con logísticas de gran magnitud, tecnología propia en sus techos y paredes, hay más.

Hoy estamos siendo llamados a ser responsables en nuestras prácticas diarias, hablando de temas que van desde los ahorros energéticos, hasta tratamientos de agua, pasando por paneles solares. En ese sentido, me gustaría continuar con lo que respecta a nuestra responsabilidad directa.

En este segmento nuestra labor no solo se centra en cumplir con los contratos, por el contrario, estamos llamados a ser facilitadores de toda la industria, y no únicamente de los clientes, quienes por supuesto, buscarán siempre el mejor trato y a aquellos

proveedores que hagan que sus eventos sean más rentables; si no de todos los actores involucrados.

En la actualidad debemos de hacer una revisión de nuestros procesos y de nuestras políticas, buscando que el quehacer de nuestro equipo no parezca un obstáculo, si no el camino que nos dirige a que ese baile, del que se habló anteriormente, salga perfecto.



Cuando tomé el cargo al frente del Centro Internacional de Congresos, tuve el reto de analizar con mucho cuidado los procesos que se tenían, pero sin descuidar el control que gubernamentalmente podía desencadenarse en horas y horas de explicaciones, al momento de recibir a los auditores que, sin fallar, cada año nos visitan.

Algo de gran ayuda, en mi experiencia, fue el hecho de venir de otra, también fantástica y audaz, industria: La Hotelería. Sin duda, ese camino se tornó en la mejor escuela sobre cómo transformar expectativas y, regresando al punto importante: adaptarse o morir, como dicen por ahí.

Teníamos que encontrar el punto medio, lo cual consistía en lograr hacer algo para facilitar ese proceso, en el que constantemente se pedía mayor flexibilidad, por parte de los clientes. La clave de todo esto es el equipo de trabajo. Y fue

precisamente eso lo que nos permitimos explotar desde su máximo potencial para hacer que las cosas funcionaran, logrando que todos y cada uno de los implicados, desde sus respectivas áreas de trabajo, supieran qué es lo que había que hacer y con una comunicación estricta, y adecuada conseguimos transformar los protocolos en experiencias. Aún hace falta continuar con el proceso de adaptación, pero el camino ya está trazado.

Incluso, con todas estas mejoras y actualizaciones, hoy en día nuestro papel tiene como prioridad asegurar la debida coordinación de toda la cadena de valor involucrada aunque ello implique un gran riesgo. Aviones, hoteles, transporte, venues PCO, Meeting Planners, DMCs, todo al mismo nivel, todos con el mismo objetivo. Para lograr una gran experiencia, lo primero que debemos de entender es el tipo de cliente al que nos enfrentamos y lo que esperan de su estancia en nuestro destino.

Es entender que los clientes son una parte importante de nuestro presupuesto y que el detalle en cada servicio que ofrezcamos es vital para que, a la hora de hablar de destinos, seamos los primeros en la lista. Y no siendo eso suficiente, a ese gran reto se le agrega algo que frecuentemente ha sido causa de muchos debates; cuando hablamos de una adecuada capacitación y profesionalización de todos los equipos, desde los comerciales, los administrativos y los operativos, entre



otros, en donde todos vayamos al mismo ritmo, si no le damos la importancia a la actualización de los equipos, corremos el riesgo de quedarnos rezagados en una industria que cada día cambia.

No solo debemos de descansar en las cabezas de cada equipo, a ellos también hay que actualizarlos y empujarlos, motivarlos. Sin esas herramientas, difícilmente tendremos un equipo consolidado y leal a nuestros objetivos, por eso, lo anterior solo se logra con un involucramiento total, desde los propietarios y líderes, hasta los que están en la primera línea de contacto con nuestros clientes: Si uno falla, ¡fallamos todos!



*** Gabriel Rosel Ramírez.**
Subdirector General de Recinto
Fideicomiso Público para el Desarrollo
del Turismo de Reuniones en Yucatán.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

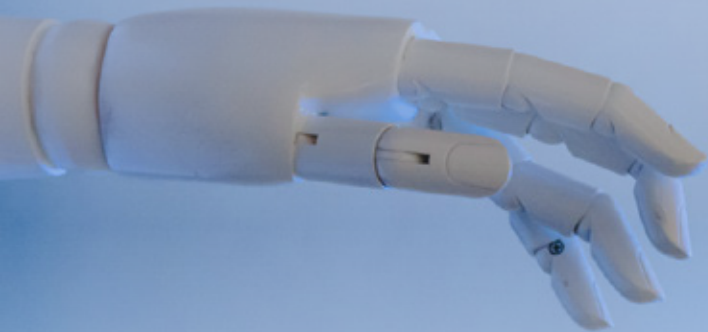
 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

¿Y SI TU RECINTO YA PUDIERA
HABLARTE?

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

AL ALCANCE DE TODOS

POR: TONI GAMEZ*



Imagina que estás en tu recinto, es el día previo a un gran congreso. Caminas por los pasillos revisando montajes y de pronto tu teléfono te avisa: “En la sala B, el consumo energético está 15% por encima del promedio. ¿Quieres ajustar el sistema de climatización?” No, no es ciencia ficción es: Inteligencia Artificial y sí, ya está a tu alcance.

Cuando escuchamos “IA”, muchos pensamos en inversiones millonarias, desarrollos propios o equipos de programadores; pero hoy puedes empezar a integrarla con herramientas que probablemente ya usas. Por ejemplo, ¿tienes un CRM para eventos? algunos ya analizan patrones de comportamiento, te muestran qué tipo de asistentes se registran más, qué pabellones generan más interés o qué tipo de contenidos son más atractivos. Eso es la IA trabajando para ti.

Ahora, piensa en tu página web o app. ¿Cuántas veces te han preguntado lo mismo? ¿Medidas

del recinto, montajes, tiempos de carga? Puedes incorporar un chatbot inteligente que no solo responda preguntas frecuentes, sino que también pueda aprender de cada interacción y se vuelva más eficiente con el tiempo. No necesitas programar nada hay plataformas que lo hacen por ti, muchas de ellas accesibles y escalables según el tamaño de tu recinto.



¿Y qué pasa con la operación diaria? Imagina que puedes prever en qué baños habrá más tráfico, en qué momentos conviene abrir una segunda entrada, o cuándo será más eficiente programar limpieza o servicios de mantenimiento. La IA puede analizar tus datos históricos (asistencia, horarios, tiempos de montaje) y darte información en tiempo real para que tomes decisiones más ágiles y acertadas.

Te comparto un ejemplo sencillo: en IMEX 2025, celebrado en Frankfurt el pasado mes de mayo, Centro Banamex destacó por su innovador uso de tecnología y realidad virtual. A través de un recorrido inmersivo con lentes VR, logramos acercar a los clientes a nuestro recinto, permitiéndoles explorarlo de forma interactiva y envolvente. Esta iniciativa no solo mostró el espacio, sino que ofreció una experiencia memorable, porque hoy más que nunca, las experiencias son un factor clave en la toma de decisiones de nuestros clientes.

Este avance no busca reemplazar el talento humano ni convertirnos en expertos tecnológicos. Se trata, más bien, de aprovechar al máximo los recursos disponibles y comenzar, paso a paso, a incorporar herramientas que potencien nuestro valor. De cambiar la pregunta “¿cuánto cuesta?” a “¿por dónde empiezo?” porque el verdadero cambio ocurre cuando comprendes que tu recinto ya te está hablando... solo necesitas aprender a escucharlo.



*** Ma. Antonieta Gámez Sánchez.**
Presidente de AMEREF y Directora
General de Centro Citibanamex.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**



EJEMPLO DE PERMANENCIA Y POSICIONAMIENTO, A MÁS DE CUATRO DÉCADAS DE EXISTENCIA

POR: GUSTAVO MENDOZA*

Ceconexpo Morelia es mucho más que un solo recinto, es un organismo público descentralizado creado en 1981 y que hoy administra 6 edificios con

diferente usos y una solo vocación: reunir personas. Expo Centro, Salón Michoacán, Teatro José María Morelos, Teatro Mariano Matamoros, Orquidario de Morelia y Planetario de Morelia, son los diferentes espacios con los que cuenta este gran lugar.

Tras más de cuarenta años en funcionamiento, ha sido fundamental la evolución del recinto para responder a las necesidades actuales de visitantes, organizadores de eventos y a la comunidad local, buscando mantenerse como un recinto moderno, mediante diversas estrategias de renovación y adaptación. Entre sus principales esfuerzos destacan la rehabilitación y la remodelación de algunos de sus espacios físicos para ofrecer mayor comodidad y funcionalidad a los asistentes, lo que incluye mejoras en la eficiencia energética, accesibilidad universal, sostenibilidad ambiental y diseño arquitectónico contemporáneo, sin perder su valor histórico.

En ese sentido, en Ceconexpo Morelia se ha buscado la actualización de la infraestructura tecnológica, como la incorporación de sistemas de sonido, iluminación y conectividad de última generación, que permitan albergar eventos con estándares actuales. Así mismo, en la actualidad se está concretando un proyecto para la digitalización de los servicios, mediante una plataforma inteligente de reservación, procesos internos administrativos y operativos, que permitirá atraer Congresos, Ferias y Convenciones Nacionales e Internacionales.

Por otro lado, una de las estrategias más importantes, implementada en los últimos cuatro años, y que ha permitido la permanencia y el posicionamiento del Ceconexpo dentro de las mejores opciones del mercado, ha sido la constante capacitación del recurso humano que colabora en el Organismo conformado por alrededor de 346 personas; un equipo integrado por el personal de Estructura, el

Personal de Base y Sindicalizados, el Personal de Contrato por Tiempo Determinado e Indeterminado, así como el Personal Eventual que apoya a demanda de los eventos contratados en actividades de limpieza, seguridad, meseros, escamoteo, entre otros.



Así mismo, y derivado de la Pandemia, se han adoptado políticas de flexibilidad en la contratación de servicios y proveedores, lo que ha permitido que la prestación de los servicios sea más eficiente y eficaz y, por ende, más accesible para nuestros clientes, fortaleciendo con ello los vínculos de colaboración entre todos los involucrados, lo que ha resultado en un incremento en la atracción de un mayor número

de clientes provenientes, tanto del sector público, como de la iniciativa privada.

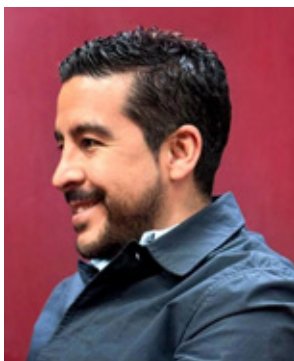
Además, el recinto se ha modernizado desde lo conceptual al adoptar una gestión cultural dinámica, siendo sede de eventos que integran arte, tecnología, gastronomía y experiencias inmersivas que vinculan al recinto con la identidad michoacana y las tendencias globales.

También, se ha diversificado la oferta de servicios y se ha apostado por la sustentabilidad, integrando prácticas más responsables con el medio ambiente.

Así pues, se trabaja en la apertura hacia alianzas estratégicas, tanto con el sector público, como con la iniciativa privada, que permitan detonar inversiones, innovación y nuevos usos del espacio, como áreas de coworking, galerías interactivas o áreas de recreación.

Todo esto ha permitido que este recinto siga siendo un espacio competitivo y atractivo para congresos, convenciones, exposiciones y eventos culturales de alto impacto en la región.

Modernizar no solo significa renovar lo físico, sino reimaginar el rol del Centro de Convenciones de Morelia como un punto de encuentro vivo, flexible y conectado con el presente y el futuro de la Ciudad y del Estado.



*** Gustavo Mendoza.**
Ceconexpo.

▶ **SIGUIENTE**

◀ **ANTERIOR**

◀◀ **REGRESAR AL
CONTENIDO**



¿CÓMO SE PUEDE TRANSFORMAR UN RECINTO PARA VOLVER AL CAMINO DE LA COMPETITIVIDAD?

POR: LUIS EMILIO ORTÍZ*

Para que un recinto recupere su competitividad en un entorno cada vez más exigente, es esencial ofrecer un valor diferencial que impacte positivamente, tanto a los organizadores de los eventos, como a los asistentes. La clave está en brindar un acompañamiento personalizado, diseñado estratégicamente para identificar, comprender y potenciar las necesidades específicas de cada evento,

sin importar su naturaleza o escala. Esta atención profesional y exclusiva no solo marca la diferencia frente a otros espacios, sino que también permite construir relaciones sólidas basadas en la confianza, el compromiso y el entendimiento mutuo.

Este enfoque centrado en el cliente transforma al recinto en mucho más que un espacio físico: lo convierte en un socio estratégico dentro de la cadena de valor. De esta manera, nos consolidamos como facilitadores del sector turístico y de eventos, capaces de generar sinergias entre todos los actores involucrados: organizadores, IP local, instituciones públicas, comunidades locales y asistentes. A través de una gestión proactiva, colaborativa e innovadora, fomentamos una comunidad viva y dinámica, donde cada participante encuentra oportunidades reales para crecer, crear, innovar y aportar desde su experiencia.



Impulsar la competitividad requiere contemplar, no sólo la modernización de la infraestructura, sino también la optimización de los procesos internos. Es fundamental implementar una combinación de estrategias clave que fortalezcan el posicionamiento del recinto, incluyendo acciones en el desarrollo de marca, la obtención de certificaciones internacionales, la atracción de eventos al participar activamente en ferias y congresos, incorporar tecnologías e

innovación digital que mejoren la experiencia del usuario, aumentar la eficiencia y excelencia operativa, la reducción del impacto ambiental, tener mayor responsabilidad social, la evaluación y la mejora continua, manteniendo una alineación con todas las demandas actuales del mercado y del entorno competitivo. La sostenibilidad, accesibilidad y digitalización son hoy pilares indispensables para ofrecer un servicio de clase mundial.

Podemos decir que volver al camino de la competitividad implica una transformación integral: humana, tecnológica, operativa y estratégica. Solo así es posible crear experiencias memorables y convertir al recinto en un punto de encuentro donde el valor, la innovación y la colaboración son los protagonistas.

En definitiva, para que exista una competitividad real y sostenible, es de vital importancia que el

posicionamiento del recinto vaya de la mano con el posicionamiento del destino. El Centro Internacional de Convenciones y Exposiciones Campeche XXI no puede entenderse de forma aislada, sino como parte integral de la oferta que nuestro estado posee. Solo a través de estrategias conjuntas entre recinto y destino será posible atraer nuevos mercados, generar mayor valor económico y proyectar a Campeche como un referente nacional e internacional en la industria de reuniones.

“La competitividad no depende ni del tamaño ni de los recursos, depende de la iniciativa para la innovación” – Jorge González Moore.



*** Luis Emilio Ortíz.**
Director General de Centro de
Convenciones Campeche XXI.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

CENTROS DE CONVENCIONES:

INFRAESTRUCTURA CON ALMA PARA TRANSFORMAR CIUDADES

POR: ALEJANDRO RAMÍREZ *

En la industria global de reuniones, los centros de convenciones juegan un papel clave como catalizadores del desarrollo económico, la transferencia de conocimiento y la proyección internacional de las ciudades. Para posicionarse como un recinto de clase mundial, se requieren atributos que trascienden la infraestructura física.

Casos de éxito como el Melbourne Convention and Exhibition Centre en Australia, el Tel Aviv Convention Center en Israel y el Hong Kong Convention and Exhibition Centre demuestran cómo una gestión estratégica y una visión a largo plazo pueden convertir un recinto en un nodo central de la economía del conocimiento y del turismo de reuniones.

Un recinto de primer nivel debe ser versátil, con espacios modulares que se adapten a distintos formatos y tamaños; integrar soluciones tecnológicas de última generación en conectividad y producción audiovisual; operar bajo criterios de sustentabilidad certificados; y contar con accesibilidad eficiente, tanto local como internacional.

Pero, sobre todo, debe estar conectado con su ciudad y su ecosistema: universidades, clústeres productivos, industrias creativas, hotelería y autoridades turísticas.



Desde BTC, creemos que el éxito no radica solo en el edificio, sino en su modelo de gestión. La profesionalización de la operación, un gobierno corporativo sólido y la capacidad de generar alianzas estratégicas con destinos, organizadores y asociaciones internacionales son claves para una comercialización eficaz.

La internacionalización también debe ser prioridad. Participar activamente en asociaciones globales como ICCA, UFI o AIPC posiciona al recinto y al destino en el

radar de los grandes congresos y ferias del mundo. De igual forma, contar con una propuesta de valor clara, una narrativa de marca atractiva y un equipo comercial especializado es esencial para competir en un entorno global cada vez más exigente.

En definitiva, un centro de convenciones de clase mundial no solo aloja eventos: impulsa ideas, conecta industrias y transforma ciudades. Es una herramienta de diplomacia económica, un espacio para la innovación y un símbolo de confianza internacional.

En BTC trabajamos todos los días para construir recintos con alma, con visión y con impacto.



*** Alejandro Ramírez Tabche.**
CEO
BTC.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

EL CENTRO DE CONVENCIONES Y EXPOSICIONES IDEAL

POR: JAIME SALAZAR*

¿Cuál es el recinto ideal? En esta oportunidad trataré de describir cómo debería ser un centro de convenciones y exposiciones ejemplar, desde las necesidades del cliente, pero también a partir de las observaciones hechas en los recintos en los que he tenido la oportunidad de visitar en tres continentes.



Aunque existen distintos tipos de propiedad de los recintos en México y en el mundo; propiedad privada, fideicomisos, fideicomisos mixtos, propiedad gubernamental, entre otros, y que en buena medida esto determina el tipo de instalaciones, servicios, precios términos y condiciones, en esta ocasión nos concentramos exclusivamente en la infraestructura que resulta ideal para la celebración de actividades de la industria de reuniones, a saber, ferias, exposiciones, congresos, convenciones y todo tipo de eventos.

Si bien es cierto que a partir de la pandemia causada por el virus del Covid 19 se aceleró el uso de las plataformas digitales en las sociedades, a nivel internacional, ante la imposibilidad de las reuniones presenciales, al día de hoy hemos reconocido que las plataformas digitales, lejos de eliminar a las reuniones presenciales, como algunos llegaron a afirmar, abrieron una nueva y muy rentable línea de negocios a través del mundo virtual.

Las empresas y asociaciones, así como otro tipo de entidades que organizan eventos en la industria de reuniones, se han visto obligadas a adaptar su propuesta de valor para atender las necesidades y deseos de sus respectivos clientes, ya que hablar hoy de ferias y exposiciones comerciales, por ejemplo, va mucho más allá del encuentro entre proveedores y compradores de un determinado sector de la economía.



Hoy, los eventos deben considerar que hay que atender su core business, sin duda, que es el de reunir en un solo lugar, durante un periodo corto de tiempo determinado, a proveedores y compradores especializados, pero que hay que ir más allá y ofrecer al mismo tiempo un programa de contenido, actividades lúdicas y sociales y toda clase de experiencias gastronómicas que se hagan indispensables para los asistentes, para que acudan a los llamados que se hacen y no solo para hacer negocios, sino para capacitarse, tener actividades de networking con sus colegas, divertirse y, en resumen, vivir un experiencia completa.

Así que, el día de hoy, el recinto ideal para la industria de reuniones necesita ofrecer el suficiente espacio en metros cuadrados, bajo techo y al aire libre, para recibir todo tipo de exposiciones, pero también requiere ofrecer salones con distintas configuraciones para celebrar conferencias, reuniones, eventos lúdicos y una cocina lo suficientemente robusta para ofrecer

banquetes, inclusive multitudinarios, con calidad e inocuidad de clase mundial.

Las telecomunicaciones son esenciales hoy en día y un recinto debe ofrecer conectividad suficiente para que miles de visitantes puedan conectarse simultáneamente a internet, no solo para atender necesidades personales, sino porque actualmente los eventos ofrecen realidades extendidas en el mundo virtual, tanto de contenido, como de información general.



En este sentido, existe un debate sobre si el servicio de internet debe de cobrarse o no, pero lo que sí es una realidad y un hecho contundente, es que en cualquier caso debe de ofrecer una conexión lo suficientemente robusta para que todos los asistentes tengan una buena experiencia de conectividad.

Es muy importante que los recintos revisen sus procesos y propuestas de valor para alinearlas con las necesidades de los clientes, ya que, a la fecha, la mayoría de los recintos en México tienen alineadas su propuesta de valor con sus procesos internos y sus necesidades de ingresos.

En conclusión, existen un sinnúmero de servicios especializados, características prioritarias, experiencias que ofrecer, y más, cuando de recintos se habla, sin embargo, estas no son más que reflexiones iniciales para poner un contexto que nos ubique frente a la realidad de los recintos, al día de hoy. Sin

embargo, lo que sí es un hecho irrefutable, es que los recintos resultan sino es que el principal, un medio fundamental para la realización de grandes eventos de primer nivel, y en nuestro país contamos con un buen número de espacios magníficos para ello.



*** Jaime Salazar Figueroa.**
Socio Director de Grupo Vanexpo.

▶ SIGUIENTE

◀ ANTERIOR

◀◀ REGRESAR AL
CONTENIDO

DEL **CONTENEDOR**

AL CONECTOR:

Repensando el **Rol** de los
Centros de Convenciones

POR: EDUARDO CHAILLO, CMP, CMM, CITE, CASE*



Durante mucho tiempo, los centros de convenciones fueron pensados como grandes cajas funcionales: recintos logísticos enfocados en albergar, ordenar y facilitar eventos. Metros cuadrados, techos altos, aire acondicionado industrial, salones modulares, pocas columnas y una agenda saturada eran suficientes para justificar su existencia. Hoy, esa lógica es obsoleta.

La industria de reuniones ha evolucionado, y con ella, las expectativas de quienes organizan y asisten a eventos. Ya no se trata solo de ofrecer espacio; se trata de ofrecer propósito, experiencia, narrativa y conexión. En este nuevo contexto, los centros de convenciones están llamados a transformarse: de contenedores pasivos a conectores activos, de edificios aislados a distritos inteligentes que detonan economía, reputación y conocimiento.

El organizador ya no busca metros; busca aliados. La personalización de la experiencia se vuelve crítica.

Recintos capaces de anticipar necesidades, adaptar su ambiente y co-crear emociones con base en los perfiles psicográficos del público, destacan sobre los que solo cumplen con lo básico. Desde la señalética hasta la iluminación, desde la entrada hasta el último café servido, todo comunica. La hospitalidad se convierte en estrategia, y la experiencia del participante es el nuevo KPI.



En paralelo, la atracción de eventos dejó de ser un ejercicio de venta transaccional. Requiere una gestión relacional, donde el recinto actúe como articulador de redes: conectando al organizador con el ecosistema local, vinculando a los eventos con universidades, clústeres productivos, cámaras empresariales y comunidades anfitrionas. El centro de convenciones deja de ser solo sede; se convierte en socio de contenido, de narrativa y de impacto.

La tecnología, por su parte, dejó de ser un “extra”. Es hoy infraestructura emocional y operativa. El recinto del futuro no solo necesita buena conexión: requiere ancho de banda robusto, infraestructura para experiencias inmersivas, soporte para transmisiones en 4K, sistemas de traducción inteligente y la capacidad de recibir ponentes en forma de hologramas interactivos. Los conos de sonido direccional, las plataformas de matchmaking y los tableros de datos en tiempo real para los organizadores son ya parte del estándar

esperado. La conectividad no sustituye el contacto humano, pero sí lo amplifica.

La sostenibilidad, por otro lado, exige acciones más allá del discurso. No basta con medir huella de carbono: hay que rediseñar los espacios desde su origen. Los nuevos centros deben privilegiar la iluminación natural, las terrazas funcionales, la ventilación cruzada, y reducir al mínimo la dependencia de recursos energéticos intensivos. Espacios



abiertos, flexibles y vivos se vuelven no solo una necesidad operativa postpandemia, sino un activo estratégico de diferenciación. Y no hablamos solo de sostenibilidad ambiental: la sostenibilidad social —accesibilidad, empleos dignos, relación con la comunidad— es parte del nuevo mandato.

En este escenario, el talento humano se reafirma como el activo más valioso. Un centro de convenciones vale lo que vale su equipo. La atención al detalle, la calidez, la capacidad de resolver en tiempo real, y la inteligencia emocional de quienes operan el día a día, hacen la diferencia entre lo aceptable y lo memorable. Invertir en capacitación, inclusión, idiomas y bienestar laboral ya no es opcional: es parte del modelo de negocios.

Todo esto obliga también a repensar los modelos de gestión. Las fórmulas tradicionales —demasiado públicas o demasiado concesionadas— requieren

adaptabilidad. Hoy se valoran estructuras híbridas, consejos asesores multisectoriales, indicadores estratégicos más allá del número de eventos, y una gobernanza ágil y profesional que permita tomar decisiones con visión comercial y sentido público. No se trata solo de operar el espacio, sino de operar el significado.

Pero tal vez el cambio más profundo sea conceptual. Un centro de convenciones ya no debe pensarse como un edificio. Debe concebirse como un distrito que activa la economía, proyecta el conocimiento, da identidad a su entorno y conecta la ciudad con el mundo. Su impacto no se mide en habitaciones ocupadas ni en metros vendidos, sino en alianzas creadas, talento retenido, contenido compartido y oportunidades sembradas.

En un mundo donde las reuniones son plataformas de transformación y no solo encuentros, el recinto

que entienda su rol como catalizador de conexión humana —en lo económico, lo científico, lo cultural y lo emocional— será el que lidere el futuro de nuestra industria.



*** Eduardo Chaillo.**
CMP, CMM, CITE.

 **SIGUIENTE**

 **ANTERIOR**

 **REGRESAR AL
CONTENIDO**

ANUNCIA • COMPARTE • COMUNICA • VENDE



LA AUDIENCIA MÁS INFLUYENTE DEL TURISMO Y
LA INDUSTRIA DE REUNIONES ESTÁ EN:

Panorama Turístico



CONTACTO

Genera nuevos negocios entre compradores
calificados, que tienen en común la misma pasión.

55 4510 1116 • gcontreras@panorama-turistico.com.mx