



TURISMO, INDUSTRIA DE REUNIONES

Panorama[®] Turístico

AÑO XXXVI, NO. 6, JUNIO 2026.



AMEREF:

MÁS ALLÁ DE LA INFRAESTRUCTURA

DEL 01 AGO
AL 18 OCT

Vendimias GUANAJUATO 2 0 2 6

Programa tu visita en: guanajuato.mx

GUANAJUATO.mx
ABRE NUEVOS CAMINOS

GUANAJUATO
¡Si Sabe!

UVA Y VINO
DE GUANAJUATO

Ruta del
Vino
VALLE DE LA INDEPENDENCIA
GOBIERNO DEL ESTADO DE GUANAJUATO

Cada edición especial una oportunidad para detenernos a observar hacia dónde se dirige una industria. Esta tercera colaboración entre Panorama Turístico y la Asociación Mexicana de Recintos FERIALES (AMEREF) nace precisamente con ese propósito: abrir un espacio para escuchar a quienes hoy están construyendo el presente y el futuro de los centros de convenciones y recintos feriales de México.

Más allá de la infraestructura, los recintos se han convertido en plataformas donde convergen conocimiento, innovación, desarrollo económico y colaboración. En las páginas que siguen participan directivos, especialistas y líderes que, desde distintas responsabilidades, comparten experiencias, reflexiones y propuestas sobre los desafíos que enfrenta una industria en constante evolución.

Nos entusiasma especialmente que esta edición refleje la diversidad de miradas que hoy enriquecen al sector. Aquí

conviven temas como la profesionalización, la seguridad, la inclusión, la tecnología, el desarrollo de talento, la accesibilidad, la cultura de servicio y la transformación de los recintos en espacios capaces de generar valor mucho más allá de la realización de un evento.

Agradecemos profundamente a AMEREF por la confianza depositada nuevamente en Panorama Turístico para desarrollar este proyecto editorial, así como a cada uno de los autores que aceptaron compartir su experiencia y contribuir a una conversación que fortalece a toda la industria de reuniones.

Confiamos en que esta edición se convierta en un espacio de encuentro para las ideas y, sobre todo, en una invitación permanente a seguir aprendiendo, colaborando y construyendo juntos el futuro de nuestros recintos.

*Panorama
Turístico.*

EN EL TOP
10

DE LOS 100 MEJORES
CENTROS
DE CONVENCIONES DEL MUNDO 2026

#1
MÉXICO
Y LATAM

 **¡Número 10 en el mundo!**



De acuerdo al ranking Top 100 Convention Centers in the World 2026 Publicado por Travel And Tour World (TTW) un medio internacional en la industria de turismo y reuniones.

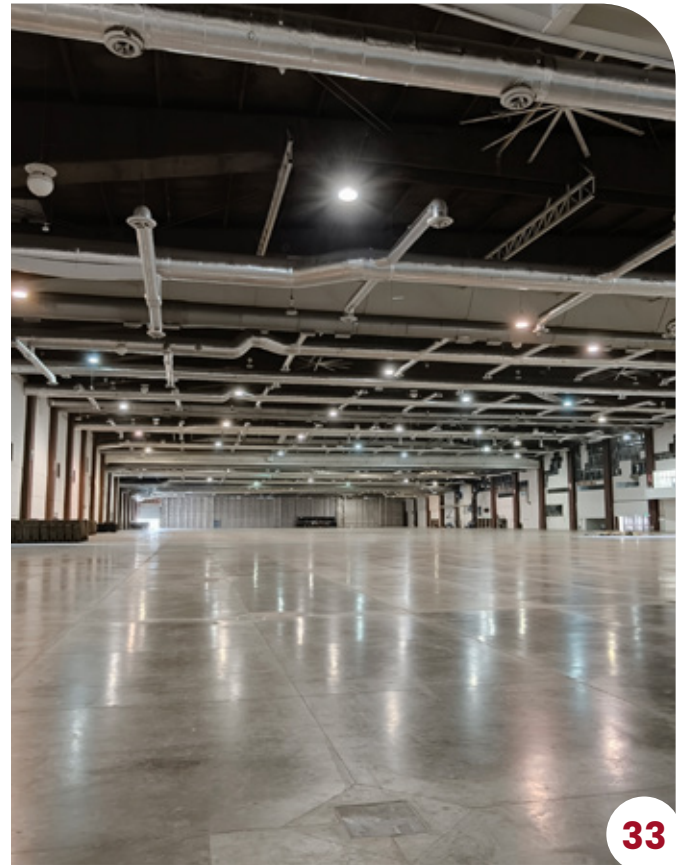


Un listado que reconoce a los recintos que lideran la industria global de reuniones, exposiciones y congresos.

16



39



33

- 1** Editorial
- 6** Directorio
- 8** AMEREF:
Profesionalización, legado
y visión hacia el 2031
Alfredo Espinosa
- 16** Con Innovación,
sustentabilidad y
responsabilidad social,
Expo Guadalajara
impulsa el desarrollo en la
Industria de Reuniones

- 26** Centros de Convenciones
y Recintos Feriales:
el negocio detrás de
los negocios
Gustavo Contreras
- 33** Los recintos mexicanos
ante su nueva agenda
de valor
Panorama Turístico
- 39** Expo Chihuahua:
donde el recinto y el
destino se encuentran

49 La nueva inteligencia de los recintos

Christian Fernández

56 De la reacción a la prevención: tecnología, sostenibilidad y hospitalidad en la seguridad de eventos

Mark Herrera

65 El futuro de los recintos: la inclusión

Elena Cano

71 Recintos accesibles

Sismundi Esparza

76 Los recintos como plataformas de transformación humana

Luis Pineda



82 Los recintos como catalizadores del desarrollo de los destinos

Liliana Sarabia

87 Recintos del futuro: tecnología, comunidad y sostenibilidad

Hugo Lozano

95 Aprender, compartir y construir juntos: Instituto AMEREF

Sara García

101 El relevo generacional de la Industria de Reuniones

Saúl Ancona

108 La siguiente evolución de la industria ya comenzó

Panorama Turístico

MÉXICO ^{ESTÁ DE} MODA



PUEBLA
♦ EL LATIDO DE MÉXICO ♦

SIENTE
EL LATIDO DEL MUNDIAL

DESCUBRE LAS
RUTAS MUNDIALISTAS
EN:

visitPUEBLA.mx



Panorama[®] Turístico



**AÑO XXXVI • No. 6
JUNIO 2026**

GUSTAVO CONTRERAS GONZÁLEZ

Director General / Publisher

Héctor Nuñez Mejía

Director de Alianzas Estratégicas

Aura Luz Meneses Luna

Directora de Arte y Diseño

Guadalupe González Sandoval

Ventas y Relaciones Públicas

**GRACIAS POR COLABORAR
EN ESTA EDICIÓN:**

Alfredo Espinosa, Liliana Sarabia, Luis Pineda, Mark Herrera, Christian Fernández, Elena Cano, Sismundi Esparza, Hugo Lozano, Sara García y Saúl Ancona.

RAÚL MENDOZA WALDO †

Presidente Grupo Panorama

MEDIO ALIADO



Anuncia tu producto o servicio en Panorama Turístico

55 45 10 11 16 • gcontreras@panorama-turistico.com.mx

PANORAMA TURÍSTICO

Derechos Reservados© 2024, Año XXXVI, No. 6, JUNIO 2026. 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 autorización por escrito de los editores. 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.

EXPO SANTA FE[®] MÉXICO

EXPO SANTA FE *ESPACIOS QUE CONECTAN EL FUTURO*

TECNOLOGÍA, COMUNIDAD Y SOSTENIBILIDAD
EN CADA ENCUENTRO

En Expo Santa Fe, creemos que los eventos son mucho más que reuniones: son oportunidades para transformar ideas en acciones y generar un impacto positivo en las personas, las industrias y el planeta.

TECNOLOGÍA QUE TRANSFORMA

Infraestructura de vanguardia, conectividad de alto nivel y soluciones digitales que optimizan cada etapa de tu evento.

COMUNIDAD QUE INSPIRA

Un punto de encuentro para personas, ideas y sectores que comparten un mismo propósito: crear valor y construir futuro.

SOSTENIBILIDAD QUE TRASCIENDE

Comprometidos con prácticas responsables que cuidan nuestro entorno y dejan una huella positiva en cada evento.

Diseñamos experiencias que dejan huella. Desde congresos y convenciones hasta ferias y lanzamientos, en Expo Santa Fe creamos el entorno ideal para que tu evento conecte, inspire y trascienda.

El futuro se construye hoy, en cada encuentro.
BIENVENIDOS A EXPO SANTA FE.

**MÁS DE
40,000 m²
DE ESPACIOS
VERSÁTILES**

**EQUIPO
EXPERTO Y
SERVICIO
PERSONALIZADO**

**UBICACIÓN
ESTRATÉGICA
EN LA CIUDAD
DE MÉXICO**

www.exposantafe.com.mx

A woman in a dark grey dress stands at the front of a modern office, gesturing towards a large whiteboard. She is addressing a group of professionals seated at desks. The room has large windows on the left, and the audience members are seen from behind, focused on the presentation. The desks are equipped with laptops and some have small charts or documents on them.

AMEREF: PROFESIONALIZACIÓN, LEGADO Y VISIÓN HACIA EL 2031

POR: ALFREDO ESPINOSA*

Durante el pasado Congreso de AMEREF Acapulco 2026 quedó claro que el futuro de la industria de reuniones en México depende, en gran medida, de la profesionalización de sus integrantes y de la capacidad de sus asociaciones para construir también, una visión de largo plazo.

En ese marco, sostuvimos una reunión tres expresidentes y un servidor de AMEREF con el propósito de reflexionar

sobre el futuro de la asociación con miras al 2031, cuando celebramos 30 años de nuestra fundación. Fue un ejercicio de memoria, responsabilidad y compromiso, en el que coincidimos en algo fundamental: AMEREF nació con una visión clara de profesionalizar a quienes trabajan en los centros de exposiciones, congresos y eventos del país.

Los fundadores dejaron un gran legado. No solo crearon una asociación, sino una estructura sólida, con identidad, propósito y vocación de servicio. Sus sucesores estamos convencidos de la importancia de honrar ese legado, pero también de actualizarlo frente a los nuevos retos de la industria: innovación, sostenibilidad, tecnología, competitividad, capacitación y desarrollo humano.

La relevancia de AMEREF también se refleja en su presencia dentro del Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones, COMIR. Hoy, un expresidente de AMEREF

encabeza este organismo nacional, y la presidenta electa también proviene de nuestra asociación. Esto confirma el peso específico que AMEREF tiene dentro del sector y demuestra que su trabajo ha trascendido más allá de los recintos, influyendo en la agenda nacional de la industria de reuniones.

Uno de los grandes pilares de esta historia han sido los talleres de AMEREF, que tienen ya 25 años de existencia. Estos espacios de formación han sido fundamentales para la profesionalización y conexión de los colaboradores de los recintos.



Hoy, esta visión se fortalece con cuatro talleres anuales especializados: comercial, operaciones, administración, y alimentos y bebidas.

Cada taller representa una oportunidad para compartir mejores prácticas, elevar estándares, fortalecer equipos y construir una industria más profesional. Porque los recintos no solo se distinguen



por su infraestructura, sino por la preparación, actitud y capacidad de las personas que los operan.

AMEREF es una asociación estructurada, vigente y con visión de futuro. Su mayor fortaleza está en su gente y en la convicción de que la profesionalización es el camino para consolidar recintos más competitivos, destinos más preparados y una industria de reuniones más fuerte para México.

El reto hacia el 2031 es claro: preservar el legado, fortalecer la profesionalización y seguir construyendo, juntos, el futuro de AMEREF.

En un plan estratégico de este consejo 2026

5 Ejes Transversales

- Sostenibilidad
- Innovación
- Profesionalización

- Impacto económico
- Unidad del sector

Cronograma Trimestral 2026

Q1: Dirección y orden

Q2: Capacitación y activación

Q3: Posicionamiento y proyección

Q4: Resultados, legado y continuidad

Resumen Ejecutivo del Plan Estratégico 2026

Propósito: Consolidar a AMEREF como la voz nacional de los recintos feriales y de exposiciones, fortaleciendo su impacto económico, su profesionalización y su proyección nacional e internacional.

Prioridades Estratégicas:

1. Fortalecimiento institucional
2. Posicionamiento y relación institucional
3. Profesionalización del sector

4. Innovación y sostenibilidad

5. Promoción y proyección internacional

Ejecución:

- Enfoque trimestral
- Trabajo quincenal Consejo–Dirección
- Metas claras y seguimiento



*** Alfredo Espinosa Leal.**

CMP, CEM.

Presidente AMEREF 2025-2026
y Director General del Querétaro
Centro de Congresos.

El punto de
encuentro
para las
**ideas que
transforman**
industrias



CONVENCIONES

CONGRESOS



EXPOSICIONES

EVENTOS

CORPORATIVOS

SOCIALES

expoguadalajara.mx



CON INNOVACIÓN, SUSTENTABILIDAD Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL,

EXPO GUADALAJARA

IMPULSA EL DESARROLLO EN LA
INDUSTRIA DE REUNIONES



La vocación de los recintos a nivel mundial ha cambiado. En un entorno cada más más interconectado, donde la baraja de opciones para un organizador de eventos es más amplia que nunca, la competitividad ya no solo se mide en extensión comercializable y número de eventos realizados.

Ser un espacio de clase mundial significa versatilidad, experiencia del visitante, vocación de servicio, infraestructura hotelera y conectividad. Factores que, desde hace años, definen la esencia de Expo Guadalajara, con 32 espacios modulables y distribuidos en 90,000 m², una de las cocinas de alta gama más grandes del país, 3,300 habitaciones de hotel a menos de cinco minutos caminando, y una ubicación estratégica dentro de la ciudad, a 22 km del aeropuerto, con 34 vuelos internacionales directos. Estos factores, sumados al compromiso con la excelencia y la atención al detalle, han permitido al recinto jalisciense

reafirmar su liderazgo en exposiciones, congresos y encuentros corporativos.



No obstante, para Expo Guadalajara, su función y su identidad han evolucionado. Hoy asume con firmeza la convicción de ser una plataforma de desarrollo, no solo en términos económicos, sino también a nivel social. En ese sentido, el recinto más grande de México, desde hace varios años, ha impulsado iniciativas que no solo buscan elevar su competitividad dentro de la industria, sino también generar progreso.



Sustentabilidad

Desde 2024, Expo Guadalajara cuenta con una estrategia de sustentabilidad, lo que permite alinear esfuerzos previos y actuales, de cara al objetivo de ser un espacio carbono neutral en 2050. Esta hoja de ruta abarca cuatro ejes; medio ambiente, social, gobernanza e identidad, y 20 objetivos clave.



Entre las acciones más destacadas de esta estrategia figuran más de 3,000 m² de paneles solares, que generan cerca de 499kW, es decir, un promedio del 10% del consumo eléctrico de las instalaciones; un sistema de captación de agua de lluvia, con capacidad de 10,000 litros, y una base de la Cruz Roja Mexicana dentro de sus instalaciones, que atiende el 14 % de los servicios de esta institución en la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Responsabilidad social

Por otro lado, el recinto jalisciense es también el único centro de eventos y convenciones en contar con una fundación, que impulsa iniciativas de coinversión a organizaciones civiles y promueve la responsabilidad social empresarial, a través de iniciativas como el Bumerán Social: Pitch con propósito, que donó en 2025 una bolsa de 1.5 millones de pesos a 10 asociaciones, y Transformando Realidades, que involucra directamente a eventos para que adopten una causa social.



La convicción detrás de estas acciones es que el éxito solo tiene sentido cuando sus beneficios trascienden los propios muros. Por ello, cada exposición, congreso o encuentro corporativo representa oportunidades dentro y fuera de la cadena de valor.

Innovación

Con el objetivo de mantener estándares competitivos, Expo Guadalajara impulsa procesos de actualización tecnológica y modernización de infraestructura. Entre las acciones más recientes destacan la digitalización de espacios publicitarios, la renovación de la pantalla LED de Plazoleta y un proyecto integral de insonorización y renovación estética del Salón Guadalajara, el salón techado libre de columnas más grande de México. Estas inversiones fortalecen la experiencia de organizadores y visitantes, al tiempo que permiten responder a las altas exigencias de una industria cada vez más globalizada.



Expo Guadalajara continuará evolucionando para consolidarse como una plataforma que conecta industrias, impulsa sectores y construye desarrollo. De esta forma, fortalece sus capacidades para atraer eventos de alto impacto y consolidarse como uno de los espacios más importantes para la industria de reuniones en América Latina.



38 salones

Desde 30 hasta 4,000 personas en
el Centro de Convenciones

DONDE CADA EVENTO IMPULSA NUEVAS POSIBILIDADES

9 salas de exposiciones
1,634 stands.

Alimentos y bebidas
in-house.

Servicio de catering
externo al recinto.

WiFi compartido
y dedicado.

¿Por qué en Monterrey, Nuevo León, México?



80 vuelos directos
(54 nacionales y 26
internacionales).



4 hoteles a pasos de distancia
(691 habitaciones) y más de
16,000 habitaciones en la
ciudad.



Atracciones turísticas,
5 Pueblos Mágicos, más de
17,000 restaurantes, 289 malls y
centros comerciales.

CENTROS DE CONVENCIONES Y RECINTOS FERIALES: EL NEGOCIO DETRÁS DE LOS NEGOCIOS

POR: GUSTAVO CONTRERAS*



Pocas industrias tienen la capacidad de reunir en un mismo espacio a empresarios, académicos, científicos, funcionarios públicos, inversionistas, asociaciones profesionales y líderes de opinión. La industria de reuniones lo hace todos los días. Congresos, convenciones, exposiciones y ferias son mucho más que eventos en un calendario: son plataformas donde se generan negocios, se intercambia conocimiento, se fortalecen sectores productivos y se construyen relaciones que, en muchos casos, terminan transformando organizaciones, destinos e incluso trayectorias personales.

México ha logrado consolidarse como uno de los mercados más importantes de América Latina para este sector. Su conectividad, infraestructura turística, oferta hotelera y capacidad organizativa han permitido que cada año miles de encuentros profesionales encuentren en el país un espacio para desarrollarse. Sin embargo, detrás de cada evento exitoso existe un

actor que rara vez ocupa los titulares, pero que resulta fundamental para que todo ocurra: los centros de convenciones y recintos feriales.

La conversación sobre estos espacios suele concentrarse en aspectos tangibles. Capacidad instalada, número de salones, equipamiento tecnológico, accesibilidad o ubicación geográfica son variables indispensables para competir en un mercado cada vez más exigente. Sin embargo, basta observar la evolución reciente de la industria para entender que el papel de los recintos se ha vuelto considerablemente más complejo y estratégico.



Los destinos ya no compiten únicamente por atraer visitantes. Compiten por atraer conocimiento, inversión, innovación y oportunidades de desarrollo. En ese contexto, los recintos se han convertido en plataformas capaces de articular ecosistemas completos alrededor de sectores productivos, cadenas de valor y comunidades profesionales. Su impacto se refleja en la actividad económica que generan, pero también en la transferencia de conocimiento, la creación de redes de colaboración y el fortalecimiento de industrias enteras.

Las conversaciones que marcaron el reciente Congreso AMEREF dejaron claro que los desafíos de hoy van mucho más allá de la infraestructura. Tecnología, sostenibilidad, seguridad, accesibilidad, experiencia del usuario, inteligencia artificial, profesionalización y cultura de servicio forman parte de una agenda que evoluciona al mismo ritmo que lo hacen los organizadores, los asistentes y los propios destinos.



La transformación no es menor. Los recintos del futuro no serán necesariamente los más grandes ni los más espectaculares. Serán aquellos capaces de entender su papel como agentes de desarrollo, espacios de encuentro y plataformas de generación de valor para las comunidades a las que sirven.

Por eso, hablar de recintos es hablar de competitividad, de colaboración y de visión de largo

plazo. Es hablar de los espacios donde convergen las ideas, los negocios y las personas que impulsan el crecimiento de múltiples sectores económicos. Es entender que detrás de cada gran evento existe una infraestructura que sostiene la operación, pero también una comunidad que le da sentido.

Quizá por eso la conversación que hoy mantiene la industria ya no gira únicamente alrededor de los edificios. La verdadera discusión está en aquello que sucede dentro de ellos y en el impacto que son capaces de generar mucho después de que termina un evento.



*** Gustavo Contreras.**
Director General | Publisher
Panorama Turístico.

El escenario perfecto para grandes ideas.

CIC Yucatán, un recinto moderno preparado para conectar ideas, a la industria y los destinos.

Tecnología, versatilidad y una ubicación privilegiada hacen del CIC Yucatán una sede ideal para eventos profesionales con visión.

ón y política

comunicación comunicacional.
a forma política previa (Iglesia).
eron a las monarquías absolutas.
os, a las élites aristocráticas.
nacional...

nes a toda la nación, sino
upales".

Comunicación y política

- La clave es la transformación comunicacional.
- La imprenta destruyó la forma política previa (Iglesia).
- Los periódicos, destruyeron a las monarquías absolutas.
- Los medios electrónicos, a las élites aristocráticas.
- Las redes, a la política nacional...

Ta no hay temas comunes a toda la nación, sino
intensidad de temas "grupales".

ms

Comunicación y política

- La clave es la transformación comunicacional.
- La imprenta destruyó la forma política previa (Iglesia).
- Los periódicos, destruyeron a las monarquías absolutas.
- Los medios electrónicos, a las élites aristocráticas.
- Las redes, a la política nacional...

Ta no hay temas comunes a toda la nación, sino
intensidad de temas "grupales".

ms

Lleva tu evento al centro de la conversación.



**Centro
Internacional
de Congresos
de Yucatán**

✉ info@cicyucatan.com

🔍 www.cicyucatan.com

☎ (999) 920 1118

📷 [cic_yucatan](https://www.instagram.com/cic_yucatan)

🎵 [cic_yucatan](https://www.youtube.com/cic_yucatan)

f [cicyucatanmexico](https://www.facebook.com/cicyucatanmexico)

LOS RECINTOS MEXICANOS ANTE SU NUEVA AGENDA DE VALOR

STAFF PANORAMA TURÍSTICO

La conversación sobre el futuro de los centros de convenciones y recintos feriales dejó de concentrarse exclusivamente en la infraestructura. Aunque la capacidad instalada, la tecnología y la operación continúan siendo factores determinantes para competir en la industria de reuniones, los desafíos

que hoy ocupan a los líderes del sector apuntan hacia dimensiones mucho más amplias y complejas.

La profesionalización es una de ellas. En un entorno donde los organizadores de eventos exigen mayor especialización, mejores estándares y experiencias cada vez más sofisticadas, la gestión de los recintos ha evolucionado hacia modelos que demandan conocimiento técnico, visión estratégica y una permanente actualización. La operación de un recinto moderno implica coordinar múltiples disciplinas que van desde la comercialización y la tecnología hasta la sostenibilidad, la seguridad y la experiencia del usuario.

La tecnología, por su parte, ha dejado de ser un elemento diferenciador para convertirse en una condición indispensable. Más allá de la conectividad o los sistemas audiovisuales, los recintos comienzan a incorporar herramientas de análisis de datos, automatización, inteligencia artificial y plataformas

que permiten optimizar procesos y personalizar experiencias. La discusión ya no gira alrededor de qué tecnología incorporar, sino de cómo utilizarla para generar valor real para organizadores y asistentes.



Otro de los grandes temas que ha cobrado relevancia es la experiencia humana. La industria de reuniones se sostiene sobre la capacidad de conectar personas, facilitar el intercambio de conocimiento

y generar oportunidades. En consecuencia, conceptos como cultura de servicio, hospitalidad, accesibilidad e inclusión han dejado de ser aspectos complementarios para convertirse en componentes centrales de la propuesta de valor de los recintos.

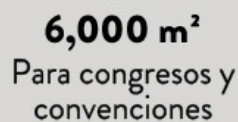
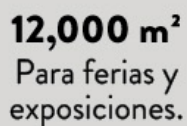
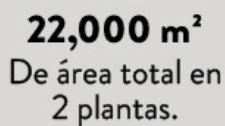
La seguridad también forma parte de esta nueva agenda. Los modelos basados exclusivamente en la reacción han dado paso a enfoques preventivos que combinan tecnología, capacitación y protocolos orientados a proteger a los asistentes sin afectar la experiencia del evento. La confianza se ha convertido en un activo estratégico para cualquier recinto que aspire a competir en mercados cada vez más exigentes.

Al mismo tiempo, los centros de convenciones y recintos feriales están siendo llamados a demostrar un impacto que va mucho más allá de la derrama económica inmediata. Hoy se espera que contribuyan

a fortalecer sectores productivos, impulsar la transferencia de conocimiento, atraer inversión, promover la innovación y generar beneficios tangibles para las comunidades donde operan.

Quizá esa sea la transformación más profunda que vive actualmente la industria. Los recintos ya no son evaluados únicamente por los eventos que albergan, sino por el valor que son capaces de generar antes, durante y después de cada encuentro. En esa capacidad para conectar tecnología, personas, conocimiento y desarrollo económico se encuentra buena parte de la conversación que hoy está definiendo el futuro de la industria de reuniones en México.

**El escenario perfecto
para tu evento**



expochihuahua.com.mx



614 427 9616

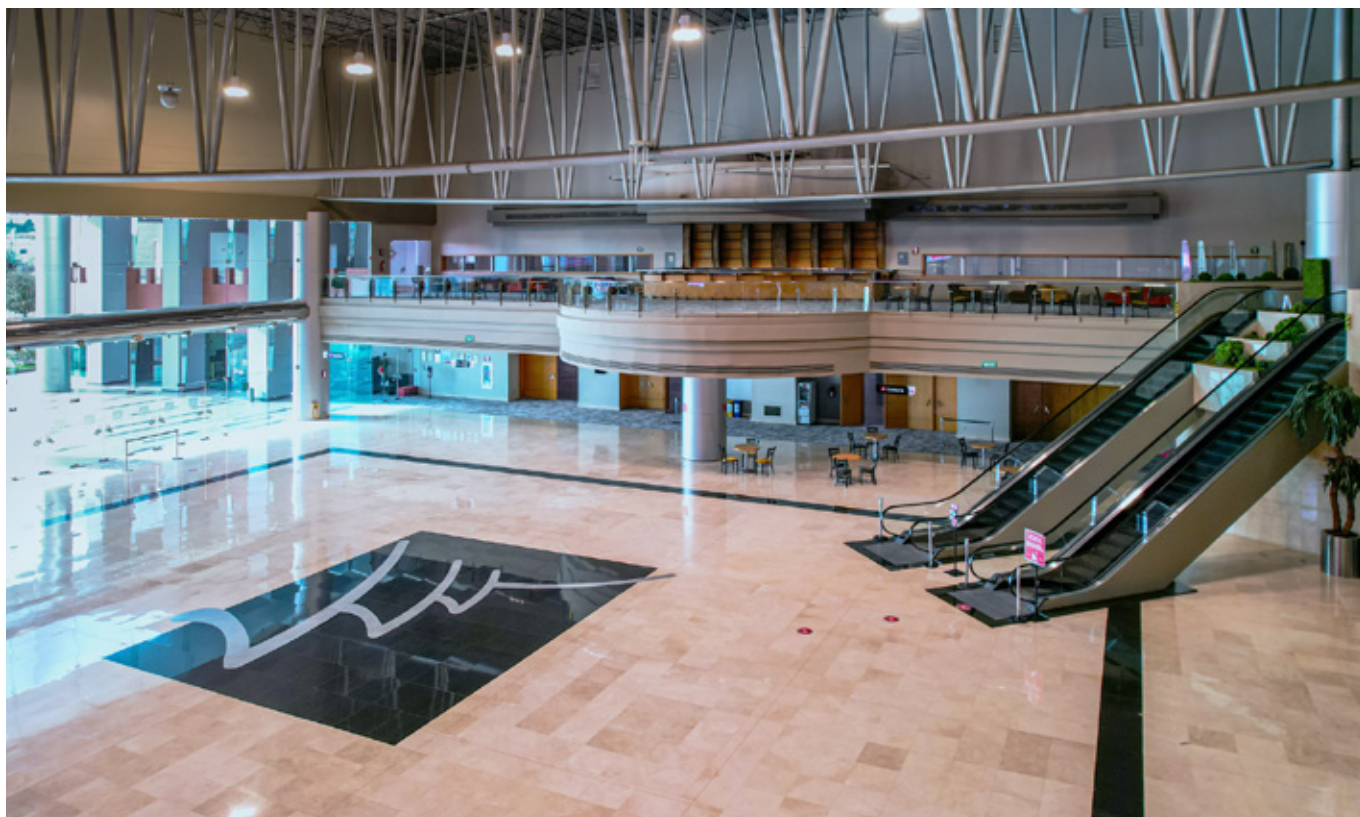
EXPO CHIHUAHUA:

DONDE EL RECINTO Y EL
DESTINO SE ENCUENTRAN



Hay algo que los organizadores descubren después de coordinar suficientes congresos, convenciones o exposiciones: cuando un recinto funciona bien, casi nadie habla de él. Cuando funciona mal, todo gira alrededor de sus limitaciones.

La industria de reuniones ha evolucionado hacia eventos cada vez más complejos, con agendas simultáneas, requerimientos tecnológicos específicos, experiencias más personalizadas y presupuestos que exigen eficiencia en cada decisión. En ese contexto, el recinto dejó de ser un simple contenedor de actividades para convertirse en una herramienta estratégica que puede facilitar o complicar el trabajo de organizadores, expositores y asistentes. Por eso los mejores espacios ya no compiten únicamente por tamaño o capacidad. Compiten por resolver necesidades.



Expo Chihuahua ha construido su propuesta precisamente bajo esa lógica. Más que ofrecer infraestructura, apuesta por crear condiciones que permitan a los organizadores concentrarse en sus objetivos y no en la operación del espacio. La integración entre sus áreas de convenciones y exposiciones, ubicadas a unos cuantos pasos una de otra, facilita la movilidad de los asistentes, mejora los flujos y reduce tiempos muertos durante el desarrollo de los eventos.



La diferencia puede parecer sutil, pero quien organiza un congreso médico con múltiples sesiones simultáneas, una exposición industrial o una convención corporativa sabe que la experiencia del usuario también se construye a partir de esos detalles. Cuando los espacios están diseñados para funcionar de manera intuitiva, el evento gana ritmo, comodidad y eficiencia.



A ello se suma una infraestructura pensada para adaptarse a distintos formatos. La posibilidad de operar hasta 18 salas simultáneas en el área de convenciones y transformar los espacios de exposición según las necesidades de cada encuentro permite responder a las exigencias de una industria donde cada evento tiene objetivos, dinámicas y públicos distintos. La flexibilidad deja de ser una característica técnica para convertirse en una ventaja operativa.



Otro elemento cada vez más valorado por los organizadores es la capacidad del recinto para integrar soluciones que normalmente representarían inversiones adicionales. Equipamiento audiovisual, pantallas LED, conectividad, soporte técnico especializado y servicios complementarios forman parte de una visión que busca simplificar procesos y ofrecer mayor certidumbre en la planeación.



Sin embargo, quizá una de las fortalezas más relevantes de Expo Chihuahua es entender que ningún recinto opera de manera aislada. Su participación dentro de la cadena de valor de la industria de reuniones en Chihuahua permite conectar la experiencia del evento con una red de aliados, proveedores, hoteles, autoridades y actores especializados que fortalecen la propuesta integral del destino.



Al final, los eventos más exitosos rara vez son recordados por el tamaño de un salón o por la altura de un techo. Se recuerdan porque todo funcionó como debía funcionar. Porque las personas pudieron concentrarse en aprender, hacer negocios, intercambiar ideas o generar nuevas oportunidades.

Y en una industria donde la experiencia se ha convertido en el principal indicador de éxito, los recintos que logran facilitar ese resultado terminan aportando mucho más que espacio. Se convierten en parte de la solución.

MÁS DE 10 MINUTOS

de lectura
promedio
por edición*.

de nuestra revista digital



En una época dominada por contenidos de consumo rápido, **nuestros lectores dedican tiempo a profundizar** en los temas que impulsan al turismo y la industria de reuniones.

** Promedio de lectura de nuestra revista digital.*



Panorama Turístico

LA NUEVA INTELIGENCIA DE LOS RECINTOS

AUTOMATIZACIÓN, INTELIGENCIA
ARTIFICIAL Y EL FUTURO DE LA
INDUSTRIA DE REUNIONES

POR: CHRISTIAN FERNÁNDEZ*



La transformación tecnológica que vive la industria de reuniones está dando paso a una nueva generación de recintos donde la competitividad ya no dependerá únicamente de la infraestructura física, sino de la capacidad para operar de manera más inteligente, eficiente y sostenible.

En este nuevo escenario, la automatización y la inteligencia artificial comienzan a desempeñar un papel estratégico.

Los recintos generan diariamente grandes volúmenes de información provenientes de procesos comerciales, operación de eventos, servicios, atención al cliente, seguridad, mantenimiento, energía y múltiples puntos de interacción con organizadores, expositores y visitantes. Sin embargo, el verdadero desafío no consiste en recopilar más datos, sino en convertir esa información en conocimiento capaz de generar acciones y aprendizaje continuo para la organización.

La automatización está permitiendo simplificar procesos que tradicionalmente requerían una alta carga operativa. Actividades relacionadas con la atención a clientes, gestión de solicitudes, seguimiento comercial, coordinación de servicios y administración de recursos pueden ejecutarse con mayor rapidez, precisión y trazabilidad, liberando tiempo para que los equipos se concentren en tareas estratégicas de mayor valor.



La inteligencia artificial también está transformando la manera en que se toman decisiones dentro de los recintos. Más allá de los asistentes virtuales y las herramientas generativas, la inteligencia artificial está ampliando la capacidad de los recintos para identificar patrones, anticipar necesidades y apoyar la toma de decisiones.

Esta evolución permitirá que los recintos transiten de modelos reactivos a modelos predictivos. En lugar de responder a los problemas una vez que ocurren, podrán anticipar necesidades, optimizar recursos y mejorar continuamente la experiencia de todos los actores involucrados en un evento.

La sostenibilidad también encuentra en estas tecnologías una poderosa herramienta. La capacidad para monitorear consumos energéticos, analizar niveles de ocupación, optimizar el uso de espacios y reducir desperdicios permite tomar decisiones

más responsables y eficientes. La sostenibilidad deja de depender únicamente de la infraestructura para convertirse en una práctica respaldada por información y automatización.



La tendencia es clara: las organizaciones que logren integrar tecnología, procesos y talento humano serán las que generen mayores ventajas competitivas en los próximos años. Sin embargo, el reto más importante no será tecnológico. Será cultural.

La verdadera transformación ocurrirá cuando las organizaciones adopten una visión donde la información, la automatización y la inteligencia artificial formen parte natural de la manera en que se operan, se colaboran y se toman decisiones.

La próxima generación de recintos no se definirá únicamente por la infraestructura que construya, sino por la inteligencia que sea capaz de desarrollar para transformar información en decisiones, decisiones en acciones y acciones en valor para su ecosistema.

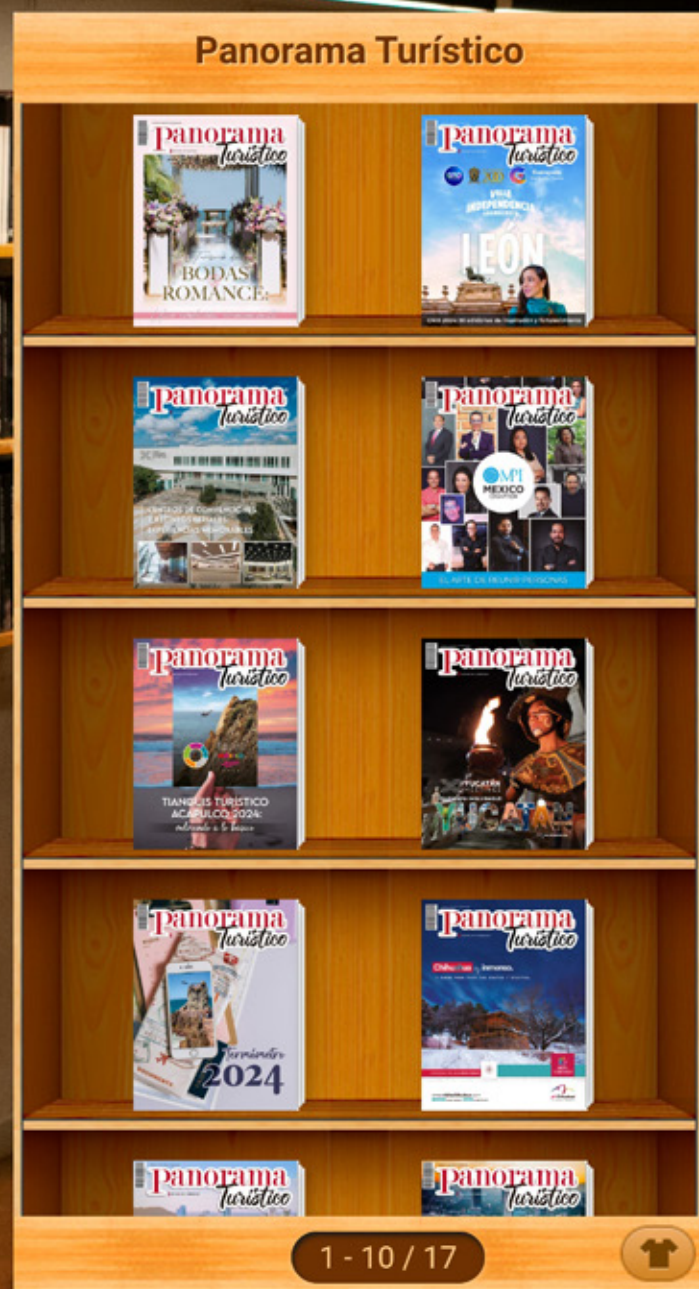


*** Christian Fernández.**

Subgerente de Innovación y Transformación Tecnológica en Expo Guadalajara. Especialista en modernización de procesos, transformación digital y adopción de tecnologías emergentes aplicadas a la industria de reuniones. Su trabajo se enfoca en desarrollar modelos operativos más eficientes, fortalecer la experiencia de clientes y usuarios, e impulsar la evolución tecnológica de los recintos feriales y centros de convenciones. Recientemente, su participación fue reconocida como una de las más destacadas dentro del programa TOP 26 de AMEREF.

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.

DE LA REACCIÓN A LA PREVENCIÓN: **TECNOLOGÍA, SOSTENIBILIDAD Y HOSPITALIDAD**

EN LA SEGURIDAD DE EVENTOS

POR: MARK HERRERA*



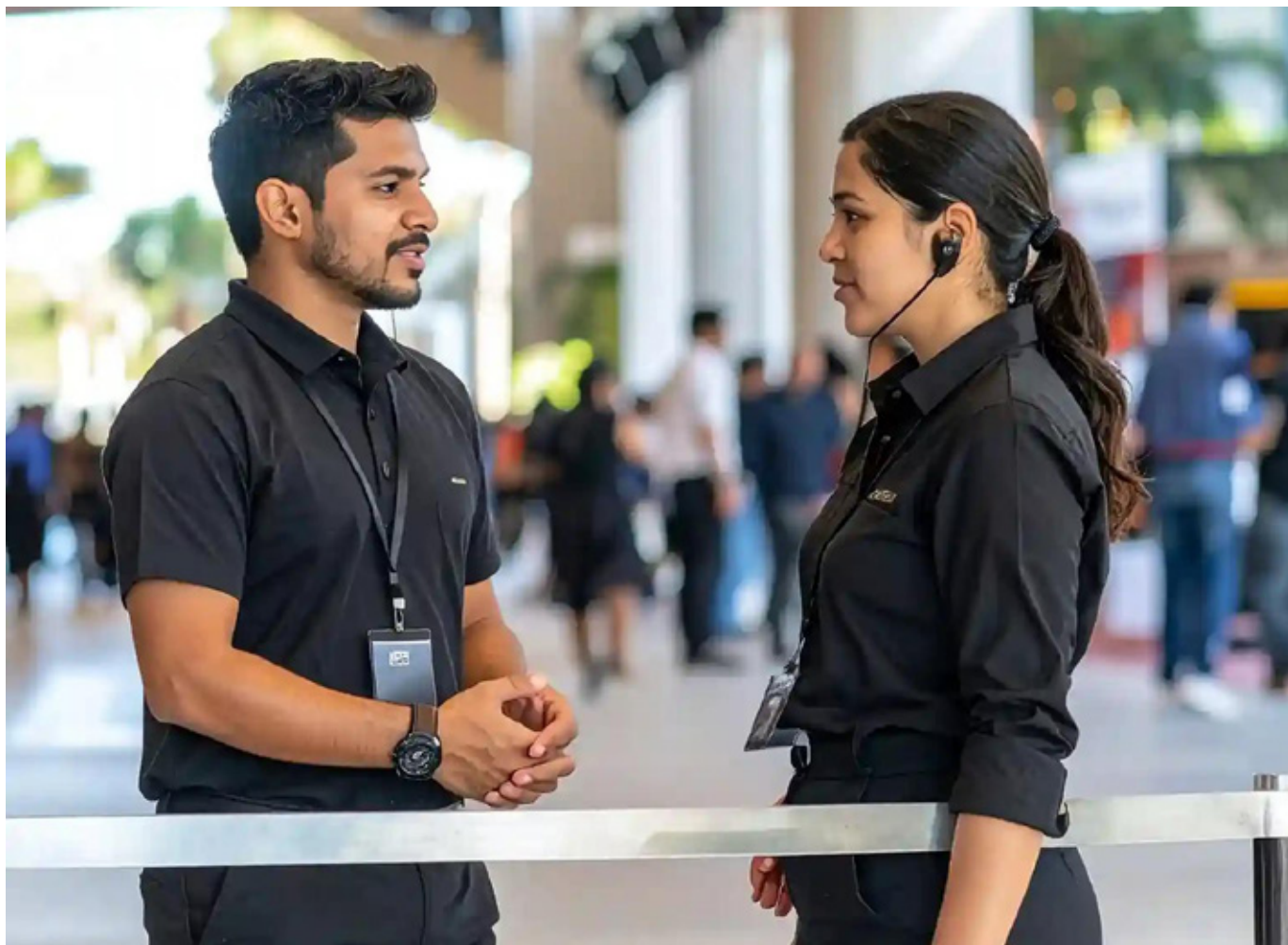
La industria de reuniones, congresos y eventos vive un momento decisivo. Hoy, los organizadores no solo deben crear experiencias memorables; también deben construir entornos seguros, resilientes, sostenibles y preparados para responder a un mundo cada vez más complejo. Esta fue una de las ideas centrales del workshop que tuve el honor de presentar en Acapulco durante AMEREF: la seguridad moderna en eventos ya no puede depender únicamente de la reacción. Debe construirse desde la prevención, la observación temprana, la coordinación entre equipos y una cultura de hospitalidad que proteja la experiencia del asistente.

Cuando hablamos de sostenibilidad en eventos, muchas veces pensamos en reducción de residuos, eficiencia energética y uso responsable de recursos. Todo eso es esencial. Sin embargo, existe otra forma de sostenibilidad igual de importante: la sostenibilidad operativa. Esto significa proteger a las personas, cuidar

al personal, reducir incidentes prevenibles, preservar la continuidad del evento y fortalecer la confianza de asistentes, expositores, proveedores y la comunidad anfitriona. Un evento verdaderamente sostenible no solo protege el medio ambiente; también protege a las personas que se reúnen dentro de él.

La tecnología juega un papel fundamental en este esfuerzo. Las herramientas digitales pueden ayudar a los equipos a capturar observaciones en tiempo real, identificar condiciones emergentes de riesgo, documentar casi incidentes y transformar información dispersa en inteligencia accionable. Muchos incidentes no comienzan como grandes emergencias. Frecuentemente inician con indicadores tempranos: comportamientos inusuales, congestión de multitudes, confusión, emociones en escalada, preocupaciones relacionadas con alcohol, puntos de acceso vulnerables o fallas de comunicación entre departamentos. La diferencia entre una organización

reactiva y una organización preparada está en su capacidad de reconocer esas señales temprano y actuar antes de que escalen.



Durante el workshop de AMEREF hablamos del perfilamiento conductual predictivo como una disciplina profesional de observación basada en comportamiento, contexto, comunicación y entorno. No se trata de

juzgar personas; se trata de reconocer patrones de comportamiento que no son conducentes al ambiente. En un recinto, centro de convenciones, estadio, hotel o espacio de reunión pública, el riesgo muchas veces se revela cuando la conducta de una persona no coincide con el entorno, el flujo de la multitud o la experiencia esperada del invitado.

Reconocer estos patrones complementa la tecnología, pero también representa un enfoque avanzado para mitigar riesgos antes de que ocurra un incidente. Cámaras, sensores, sistemas de acceso, herramientas de reporte y tableros digitales pueden proporcionar información valiosa, pero las personas capacitadas le dan significado a esa información. Un miembro del equipo que entiende el comportamiento base de un entorno puede identificar cuando algo no encaja, intervenir de manera apropiada y elevar la preocupación antes de que se convierta en crisis.



Aquí es donde la observación humana y la tecnología trabajan juntas: la tecnología captura datos, pero los profesionales capacitados interpretan comportamiento, contexto e intención.

Aquí también es donde los servicios al invitado se convierten en una de las herramientas más poderosas de mitigación de riesgo en la industria de eventos. Un colaborador bien entrenado que saluda, orienta, redirige, escucha o interactúa con calma puede prevenir que una situación escale mucho

antes de que se requiera una respuesta de seguridad. La hospitalidad no está separada de la seguridad; muchas veces es la primera capa de prevención.

El manejo efectivo de multitudes también depende del trabajo en equipo. Seguridad, servicios al invitado, operaciones, acomodadores, taquilla, liderazgo, proveedores y contratistas deben comprender su responsabilidad compartida en proteger la experiencia. Cuando los equipos se comunican temprano, reportan preocupaciones sin temor y actúan con un propósito común, dejan de ser departamentos separados y se convierten en una red protectora.

La tecnología por sí sola no reemplaza el criterio humano. Pero cuando las herramientas digitales se combinan con equipos capacitados, liderazgo alineado, conciencia conductual predictiva y hospitalidad profesional, las organizaciones pueden reducir riesgos, mejorar el flujo de multitudes,

fortalecer la toma de decisiones y proteger tanto la experiencia del invitado como a las personas que la hacen posible.

El futuro de la industria de eventos dependerá de nuestra capacidad para integrar seguridad, servicio, tecnología, sostenibilidad y liderazgo en una sola visión compartida. La prevención también es una forma de hospitalidad. Cuando una organización aprende a anticipar el riesgo, hace más que prevenir incidentes: construye confianza, reputación y valor a largo plazo.



*** Mark A. Herrera.**

Fundador y Presidente de Global Awareness Professionals (GAP). Especialista internacional en seguridad para recintos, gestión de riesgos, liderazgo en crisis y reconocimiento conductual. Con más de 30 años de experiencia en seguridad pública, protección de instalaciones y capacitación especializada, es considerado una de las voces más influyentes en materia de seguridad para recintos, eventos y espacios de reunión a nivel mundial.



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.savantoils.com



EL FUTURO DE LOS RECINTOS: LA INCLUSIÓN

POR: ELENA CANO*

Cuando pensamos en los recintos del futuro, solemos hablar de tecnología, inteligencia artificial, automatización o sostenibilidad, y definitivamente son temas importantes y necesarios. Sin embargo, durante estos años de haber organizado y operado distintos eventos, he llegado

a una conclusión: el verdadero futuro de nuestra industria también dependerá de nuestra capacidad para construir experiencias más humanas.

Quienes somos recinteros sabemos que cada evento representa un desafío diferente. En cada montaje, acceso y recorrido hay diversas personas con necesidades, expectativas y formas distintas de vivir una experiencia. Y es precisamente ahí donde la inclusión cobra sentido.

Anteriormente, entendía la inclusión como una cuestión de infraestructura. Pensaba en rampas, elevadores, señalización o espacios preferenciales de estacionamiento. Con la observación constante de la operación, entendí que va mucho más allá de esto. Se trata de preguntarnos constantemente: ¿Qué necesita esta persona para disfrutar plenamente el evento? ¿Qué necesitamos hacer para que se sienta como en casa?



Las lecciones más valiosas que he aprendido no han venido de los procedimientos o de un reglamento de operación, sino de la interacción directa con los asistentes. Ver cómo una persona puede disfrutar una experiencia gracias al acompañamiento y orientación correcta o simplemente a la disposición de alguien para ayudar. Esto me recuerda que la inclusión es un tema 100% humano, es una actitud.



Por lo anterior, considero que los recintos del futuro deberán combinar tecnología, infraestructura y procesos con algo que no siempre aparece en los planes estratégicos y operativos: la empatía. Ninguna herramienta tecnológica puede sustituir completamente

la capacidad de un equipo para comprender las necesidades de las personas y actuar con sensibilidad. ¿Qué pensarían de un equipo capaz de comunicarse con personas sordas, de atender y acompañar a personas con debilidad visual, o bien, de interactuar con personas que requieren asistencia especial motriz? Un staff ideal, ¿no?

Personalmente, tuve la oportunidad de aprender LSM [Lengua de Señas Mexicana], y de auxiliar a gente sorda para poder comunicarse en un entorno en donde esta comunidad aún está segregada. Puedo asegurar que la convivencia con la comunidad sorda es increíble y sumamente enriquecedora, ellos me hicieron parte de su dinámica. Me ayudaron a ver el mundo de los eventos desde otra perspectiva.

Por lo cual, confirmo que la inclusión es para todos: cada barrera que eliminamos no solo permite una mayor participación, sino que también nos brinda la

oportunidad de aprender, conectar y crecer como sociedad, como humanos. Desde este punto de vista la inclusión no es unilateral, es un esfuerzo compartido.

Hoy estoy convencida de que la inclusión debe entenderse como una oportunidad para diseñar mejores experiencias para todos. Porque al final, el éxito de un recinto no se mide únicamente por la cantidad de eventos que alberga o por el número de asistentes que recibe, sino por la capacidad de los equipos de hacer que cada persona se sienta bienvenida y como en casa.



*** Elena Cano.**

Gerente de Atención a Clientes en Centro Banamex (OCESA) y profesional de la industria de reuniones con más de una década de experiencia. Es licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma Metropolitana y cuenta con un Máster en Relaciones Públicas y Protocolo por CEUPE. Miembro activo de AMEREF, su trabajo se enfoca en la experiencia de los asistentes, la hospitalidad y la inclusión. En el Congreso AMEREF 2026 obtuvo el primer lugar en la categoría de cartel electrónico por su proyecto sobre inclusión y accesibilidad en eventos.



Recintos

accesibles

POR: SISMUNDI ESPARZA*



Funcionalidad, palabra clave en los recintos que nos invita a realizar un análisis más profundo sobre las diferentes necesidades del público usuario, dentro del cual habemos un número en crecimiento de personas con discapacidad. En ese universo de PCD [personas con discapacidad], estamos los usuarios de silla de ruedas y otro tipo de aparatos y accesorios que nos facilitan nuestra movilidad, tales como andaderas, muletas, bastones, prótesis, etc.

Y es cuando nace la pregunta interesante y a la vez incómoda, ¿Los recintos en México están bien adaptados para este tipo de usuarios? La respuesta es: ¡NO!

Puertas estrechas que no permiten el paso de una silla de ruedas, lavamanos o lavabos sin la altura necesaria o sin el espacio inferior para acercarte con la silla de ruedas, rampas con inclinaciones que parecen toboganes, estacionamientos que nadie vigila ni cuida

y que por lo consiguiente nadie respeta. Y así nos podemos seguir con este tipo de ejemplos.



Citando a nuestro amigo y colega, Javier Gámez, es muy importante recordar que los protagonistas son los eventos y sobre todo los usuarios, no los recintos. Por esta imperativa razón, se deben cuidar los aspectos físicos y estéticos, pero si no cumplen a entera satisfacción las necesidades del cliente, no están cumpliendo del todo su FUNCIÓN.

Las barreras físicas son hoy en día, una de las razones por las cuales muchas personas con discapacidad no pueden asistir a eventos en recintos, centros de convenciones y auditorios mal diseñados, mal contruidos o mal adaptados.



Esta una invitación para reflexionar y replantear los diseños de los recintos, para sean universales, no solo accesibles, es decir, que los puedan usar TODAS las personas sin importar su condición física.

Quizás con excepción de los elevadores y los sanitarios, los demás espacios pueden cumplir esos criterios, que no necesariamente son más costosos en términos de construcción, como generalmente se piensa.

Recintos universales, recintos accesibles, recintos sin barreras.



*** Sismundi Esparza.**

Director General del Centro de Convenciones y Polyforum Chiapas, así como de Viajes Chiapas DMC. Cuenta con más de tres décadas de experiencia en turismo, reuniones y operación de destinos. Ha encabezado organismos como la Oficina de Convenciones y Visitantes de Chiapas, la AMAV Chiapas y la Asociación de Empresas de Turismo de Reuniones (AETUR). Reconocido por su labor en el fortalecimiento de la industria turística y de reuniones en el estado, es socio activo de AMEREF y referente del sector en el sureste mexicano.





LOS RECINTOS COMO PLATAFORMAS DE TRANSFORMACIÓN HUMANA

POR: LUIS PINEDA*

Durante una Expo a la que asistí hace algunos meses en ciudad de México, me acerqué a un conocido que observaba atentamente el ir y venir de los asistentes. Le pregunté qué le había parecido el evento, que si había valido la pena su decisión de asistir.

El me respondió: "La verdad vine por obligación, pero ¿sabes algo?, resulta que aquí conocí a alguien que seguramente se convertirá en mi socio; además escuché una conferencia que me hizo replantear mi vida, y ahora regreso a casa con la decisión de emprender un proyecto que llevaba años posponiendo".

Esa conversación me hizo reflexionar en algo que rara vez nos planteamos: ¿cuántas vidas cambian al interior de un recinto ferial?

Durante décadas hemos medido el éxito de nuestros espacios a través de indicadores como la ocupación,

número de eventos, derrama económica, número de asistentes y metros cuadrados comercializados. Sin embargo, quizá ha llegado el momento de incorporar una nueva métrica: el impacto humano que somos capaces de generar.

Vivimos en lo que algunos autores llaman la economía de las transformaciones. En ella, las personas ya no buscan únicamente productos, servicios o incluso experiencias memorables. Buscan convertirse en una mejor versión de sí mismas. Quieren aprender, conectar, encontrar oportunidades, fortalecer relaciones, descubrir nuevas ideas y regresar a casa siendo diferentes de como llegaron.

Un recinto ya no es solamente un contenedor de exposiciones, ferias o congresos. Es un escenario donde nacen empresas, se fortalecen comunidades, se generan alianzas, se descubren vocaciones y se construye capital social.



Cada oportunidad de networking puede crear una sólida amistad profesional. Cada conferencia puede inspirar nuevos comportamientos. Cada encuentro casual en un pasillo puede dar origen a un nuevo negocio o incluso, cambiar el rumbo de una carrera profesional.

La pregunta ya no es: "¿Cómo organizamos un evento exitoso?", sino: "¿Cómo diseñamos las

condiciones para que ocurran encuentros que transformen personas?".

Esto implica pensar más allá de una logística impecable, la cual no deja de ser fundamental. Significa diseñar espacios que favorezcan la conversación, el aprendizaje, la colaboración y el bienestar. Implica entender que la hospitalidad no consiste únicamente en atender bien a los visitantes, sino en ayudarlos a alcanzar aquello que vinieron a buscar, incluso cuando ellos mismos todavía no lo saben. Implica que quienes trabajan en estos recintos desarrollen nuevas habilidades para estar a la altura de las circunstancias.

Al final del día, pocos recuerdan los metros cuadrados de un recinto. Los asistentes recuerdan la idea que les cambió la perspectiva, el contacto que les abrió puertas, la conversación que les devolvió la esperanza o el negocio que transformó su vida.

Quizá el futuro de los recintos feriales no esté solamente en ser más “inteligentes”, sostenibles o tecnológicamente avanzados. Quizá el verdadero desafío sea convertirse en plataformas de transformación humana.



*** Luis Pineda.**

Conferencista internacional, facilitador y especialista en psicología positiva, ciencias del comportamiento y diseño de experiencias transformadoras. Licenciado en Hotelería por la UDLAP, cuenta con un MBA por ESADE Business School y una Maestría en Psicología Positiva Aplicada por la Universidad de Pennsylvania. Su trabajo se enfoca en ayudar a organizaciones y líderes a generar bienestar, conexión humana y transformación a través de experiencias con propósito.



LOS RECINTOS COMO CATALIZADORES DEL DESARROLLO DE LOS DESTINOS

POR: LILIANA SARABIA*



La industria de reuniones es una de las herramientas más efectivas para impulsar el desarrollo económico, el empleo y el posicionamiento de los destinos.

Sin embargo, pocas veces reflexionamos sobre el papel de los recintos. Más allá de ser espacios físicos, los recintos modernos se han convertido en verdaderos catalizadores de transformación para las regiones donde operan.

Durante años se consideró que su éxito dependía de metros cuadrados, capacidad o ubicación. Si bien estos elementos importan, hoy la verdadera diferencia radica en la capacidad de generar valor para toda la cadena productiva. Cada congreso, convención o espectáculo activa una compleja red que incluye hoteles, restaurantes, transportistas y comercios locales. El impacto trasciende las paredes del inmueble y beneficia a toda la comunidad.

Esta realidad obliga a los administradores a asumir una visión más amplia. Nuestro papel ya no consiste únicamente en comercializar espacios, sino en contribuir al desarrollo estratégico del destino

mediante alianzas con organismos de promoción, gobiernos, universidades y cámaras empresariales para construir una oferta competitiva.

Otro aspecto fundamental es su capacidad para convertirse en plataformas de conocimiento e innovación. Los eventos reúnen talento, investigación y oportunidades de negocio que generan beneficios más duraderos que la derrama económica inmediata, fortaleciendo sectores productivos y favoreciendo la transferencia de conocimiento.



Asimismo, los recintos tienen una responsabilidad creciente en sostenibilidad y legado social. Hoy se buscan espacios comprometidos con

prácticas responsables que reduzcan impactos ambientales y promuevan la inclusión. La sostenibilidad ya no es un elemento diferenciador; es una condición indispensable para la competitividad.

Por otro lado, la resiliencia depende de la capacidad de adaptación. Los recintos vigentes son aquellos que entienden que la innovación incluye nuevas formas de colaboración. En este contexto, la industria MICE vive una transformación profunda gracias a la inteligencia artificial [IA]. Esta revolución ya redefine la operación de eventos mediante la automatización de procesos, el mantenimiento predictivo y herramientas de personalización que optimizan la eficiencia en los espacios, mejoran la seguridad y elevan la experiencia del asistente al convertir los datos en inteligencia accionable.

En un entorno competitivo, los recintos debemos asumir un liderazgo activo. Tenemos la oportunidad

de ser impulsores del desarrollo económico, promotores de la cultura y espacios de encuentro que fortalezcan el tejido social. El futuro de la industria de reuniones no se construirá únicamente con mejores instalaciones, sino con una visión amplia sobre el valor que generamos. Ahí radica el verdadero potencial de los recintos y su contribución al crecimiento sostenible.



PALCCO

*** Liliana Sarabia Castañeda.**

Directora General del Palacio de la Cultura y los Congresos (PALCCO) en Guadalajara. Cuenta con una destacada trayectoria en la industria de reuniones, turismo y gestión de eventos nacionales e internacionales. Ha liderado proyectos de alto impacto y participa activamente en organismos como AMEREF, AMPROFEC y SKAL International, promoviendo la profesionalización, la innovación y el desarrollo de los destinos a través de la industria de reuniones.

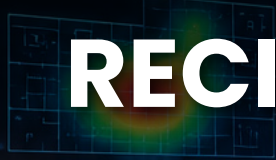
RECINTOS DEL FUTURO: TECNOLOGÍA, COMUNIDAD Y SOSTENIBILIDAD

NIVEL DE SATISFACCIÓN



★★★★★
4.7/5

FLUJO DE ASISTENTES



Ocupación del recinto

Networking
Conferencias
Talleres
Expo

RECOMENDACIONES

Actividades sugeridas
según tus intereses

- Taller de IA
- Experiencias Inmersivas
- Demo de tecnología

POR: HUGO LOZANO*



Hay una pregunta que debería guiar cada decisión que tomamos quienes operamos recintos de eventos en México: ¿estamos construyendo espacios para el presente o para los próximos veinte años?

La respuesta no es técnica, sino visionaria y de ella depende si nuestra industria seguirá siendo relevante en un mundo donde la tecnología redefine la experiencia humana casi en tiempo real.

Tecnología al servicio de la experiencia, no al revés

Durante años, la tecnología en los recintos fue sinónimo de pantallas más grandes y mejor conectividad. Hoy, esa visión resulta insuficiente. Los recintos del futuro integran inteligencia en cada capa de la operación: desde sistemas de gestión de afluencia con visión computacional, hasta plataformas

de personalización que permiten a cada asistente vivir un evento distinto dentro del mismo espacio físico.

En airó events, esta convicción nos ha llevado a entender la tecnología no como un atributo del recinto, sino como una extensión del propósito del evento. La pregunta correcta no es "¿qué tecnología tenemos?", sino "¿qué experiencia queremos provocar, y qué tecnología la hace posible?". Ese cambio de perspectiva lo transforma todo.

Comunidad: el verdadero activo de un recinto

Un recinto sin comunidad es solo infraestructura. Lo que convierte a un espacio en un punto de referencia es su capacidad para generar encuentros que importan: conversaciones que derivan en alianzas, ideas que se vuelven proyectos, personas que se reconocen entre sí como parte de algo mayor.

Los recintos del futuro no esperan a que los eventos lleguen; los co-crean con su comunidad. Eso implica entender profundamente el ecosistema donde operan —las empresas, las instituciones, los talentos, las necesidades— y diseñar espacios que sirvan como catalizadores. Un recinto que conoce a su comunidad se transforma constantemente para crear experiencias de otro nivel, esa es la base de Showcenter Complex.



Servicio: que cada cliente salga más contento de lo que entró

La Cultura de servicio en airó no es un departamento ni una política: es una decisión estratégica que se permea a cada nivel de la organización. En la industria de recintos y eventos, esa premisa cobra una dimensión especial: cada evento es irrepetible, y cada falla en el servicio es permanente en la memoria del asistente.

El objetivo que guía nuestra operación es claro: que el cliente siempre salga más contento de lo que entró. Para lograrlo, no basta con capacitar en procedimientos; hay que formar equipos con mentalidad de servicio, donde cada persona — desde el acceso hasta la cocina— entienda que su rol es parte de una experiencia total. La cultura de servicio no se improvisa: se diseña, se entrena y se mide constantemente.

En la práctica, esto significa anticipar necesidades antes de que el cliente las exprese, resolver con autonomía y rapidez cuando algo falla, y sorprender positivamente en los momentos que nadie espera. Un recinto que convierte el servicio en cultura —no en protocolo— genera lealtad que ningún descuento puede comprar.

Sostenibilidad: una expectativa, no un diferenciador

La sostenibilidad dejó de ser ventaja competitiva para volverse requisito. Los organizadores y sus marcas exigen métricas claras de impacto ambiental. Los recintos que no tienen una estrategia operativa en este frente quedarán fuera de la conversación. Más allá del cumplimiento, quienes lideren la transición hacia modelos más circulares y eficientes construirán reputación y abrirán mercados que hoy priorizan el impacto sobre el precio.



El recinto como plataforma

El futuro no pertenece al recinto más grande ni al más equipado. Pertenece al que sea capaz de ser una plataforma viva: tecnológicamente inteligente, profundamente conectado con su comunidad, comprometido con su entorno y con una cultura de servicio que convierta cada evento en una

experiencia que el cliente quiera repetir este es el principio primario para crear recintos de alto nivel mundial de Grupo Inmobiliario Monterrey.

Esa es la conversación que debemos liderar como industria. Y este es el mejor momento para tenerla.



airó
EVENTS

*** Hugo Lozano Villarreal.**

Director General, airó events
25 años liderando operación y
experiencia en eventos

www.airoevents.mx

APRENDER, COMPARTIR Y CONSTRUIR JUNTOS: INSTITUTO AMEREF

POR: SARA GARCÍA*



Hablar del Instituto AMEREF es hablar de una iniciativa que ha contribuido significativamente a fortalecer la profesionalización de la industria de reuniones en México.

La formación y la capacitación han sido parte de la visión de AMEREF desde sus orígenes. A través de talleres, congresos, certificaciones y master classes, la asociación ha impulsado de manera permanente el desarrollo de los profesionales de los recintos.

La creación del Instituto AMEREF en 2023, impulsada por la visión de Tony Gámez como Presidenta de AMEREF vino a consolidar y dar continuidad a una vocación que siempre ha distinguido a la asociación: aprender y compartir conocimientos. A Tony, le agradezco la oportunidad y la confianza para integrarme a este gran proyecto como Alta Comisionada del Instituto AMEREF.



Actualmente a través del Instituto, se han realizado talleres especializados de Alimentos y Bebidas, Administración, Comercial y de Operaciones, que se llevan a cabo en distintos recintos sede del país, generando espacios de aprendizaje e intercambio de experiencias. Los recintos anfitriones han recibido a los participantes, permitiéndoles vivir los eventos desde una perspectiva diferente, ahora como asistentes; además, han tenido la oportunidad

de conocer las instalaciones de los distintos recintos mediante visitas técnicas de gran valor y disfrutar de algunos de los atractivos de cada destino.

Como resultado, en 2024 los talleres lograron reunir a alrededor de 150 participantes provenientes de todo el país. Para 2025, la cifra ascendió a 218 asistentes de diversos recintos asociados, logrando integrar una comunidad caracterizada por la disposición para compartir experiencias y buenas prácticas, en un ambiente de colaboración y confianza.



Uno de los mayores valores que ha generado el Instituto AMEREF es la creación de redes de comunicación entre los participantes. Conscientes de la importancia de mantener esta relación y dar continuidad al intercambio de conocimientos, al concluir su participación todos los asistentes son integrados a un grupo denominado Colegios, en el que se mantiene una comunicación abierta y permanente entre sus integrantes. Este espacio ha fortalecido los vínculos de colaboración y apoyo entre los profesionales de los distintos recintos, permitiendo que el aprendizaje y el intercambio de experiencias continúen.

Más allá de los edificios, los eventos y las cifras, esta es una industria hecha por personas y para las personas. Mi agradecimiento a los integrantes de la Mesa Directiva de AMEREF y del Instituto, al equipo de MICE Market y a cada uno de los participantes que han aportado su tiempo, experiencia y compromiso.

Sigamos aprendiendo, compartiendo y
construyendo juntos el futuro de la industria de
reuniones en México.



*** Sara García Villegas.**

Directora Comercial de Cintermex y cuenta con más de tres décadas de experiencia en la industria de reuniones. Ha liderado estrategias comerciales y de marketing en algunos de los principales recintos de México y cuenta con las certificaciones internacionales CEM, CVP y CED, que respaldan su especialización en la gestión de recintos y eventos. Actualmente es Alta Comisionada del Instituto AMEREF, donde coordina el área educativa de la asociación, además de formar parte del Consejo Ciudadano de la Secretaría de Turismo de Nuevo León.



EL RELEVO GENERACIONAL DE LA INDUSTRIA DE REUNIONES

EMPIEZA CON LA FORMACIÓN
PROFESIONAL

POR: SAÚL ANCONA*

Hace casi dos mil años , Lucio Anneo Séneca advertía: “No prendemos para la vida, sino para la escuela”; la frase, más que una sentencia educativa, era una crítica a una formación desconectada de la realidad .

Esa advertencia conserva una vigencia incómoda, en sectores tan dinámicos como la industria de reuniones, la formación profesional no puede quedarse en el plano teórico: debe acercar a los estudiantes al mundo real de la productividad, la operación y la toma de decisiones.

Pero ese acercamiento no debe darse desde la distancia ni como simples espectadores. Los jóvenes deben participar como protagonistas activos, inmersos en el día a día de una industria que necesita abrirles espacios, como en su momento también lo hicimos quienes llevamos años formando parte de ella.

Formar para producir no significa adelantar etapas ni improvisar responsabilidades; significa acercar a los

estudiantes al mundo real de la industria, donde el conocimiento debe convertirse en criterio, experiencia y productividad. En uno de sus estudios más recientes, el Foro Económico Mundial identificó algunas de las habilidades esenciales hacia 2030; junto con capacidades tecnológicas como la inteligencia artificial y el big data, destacan el pensamiento analítico, la curiosidad, el aprendizaje continuo, la motivación, el autoconocimiento, así como la resiliencia, la flexibilidad y la agilidad.



En este sentido, tanto la academia como la industria deben construir alianzas estrechas, estratégicas y corresponsables. Esto es crucial para que las instituciones de educación superior no se limiten a ofrecer planes de estudio teóricos o alejados de la realidad laboral; asimismo, la industria no puede permitirse detenerse, perder capacidad de innovación o enfrentar la falta de nuevos perfiles y liderazgos capaces de proyectar la importancia de la industria de reuniones en el desarrollo productivo del país.

Cada generación ha tenido sus luces y sombras. Sin embargo, el mundo sigue en movimiento y así seguirá, sin importar si hablamos de generación Z, alfa o beta. Nuestra responsabilidad está en asumir el reto del relevo generacional, convirtiéndonos en mentores activos y abriendo espacios a nuevos rostros, nuevas ideas y nuevas formas de entender la industria.



Quienes hoy estamos activos en la industria de reuniones tenemos una responsabilidad que va más allá de operar eventos, generar negocios o consolidar trayectorias personales: debemos abrir caminos a las nuevas generaciones porque el verdadero legado no está solo en lo que logramos construir, sino en la capacidad de formar, acompañar y dar oportunidades a quienes deberán llevar esta industria hacia su siguiente etapa.

Por eso resulta tan relevante que, desde la Asociación Mexicana de Recintos FERIALES (AMEREF), con el liderazgo de su presidente Alfredo Espinosa Leal, y desde la International Association of Destination Wedding Professionals (IADWP), encabezada por Kitzia Morales Torres, podamos construir, junto con la academia, planes de trabajo alcanzables y beneficios concretos para las nuevas generaciones.

Este esfuerzo puede abrir oportunidades reales para jóvenes que hoy se preparan en licenciaturas como turismo, comunicación, dirección de empresas de entretenimiento, diseño multimedia y otras áreas afines, acercándolos desde su formación profesional a una industria que necesita talento, creatividad, criterio operativo y visión de futuro

Hoy queremos que nuestros estudiantes aprendan para la vida y para una gran industria de reuniones que necesita talento preparado, una visión fresca y

nuevos liderazgos. Porque el relevo generacional no se decreta, sino que se forma, se acompaña y se abre camino desde ahora.



*** Saúl M. Ancona Salazar.**

Doctorante en Investigación de la Comunicación por la Universidad Anáhuac Mayab y profesor-investigador de la Facultad de Comunicación. Con más de 30 años de experiencia en turismo, promoción de destinos, relaciones públicas e industria de reuniones, ha ocupado posiciones estratégicas como Secretario de Turismo de Yucatán, Director General del Centro Metropolitano de Convenciones de Tijuana y Coordinador del Comité Organizador del Tianguis Turístico México 2025 en Baja California, además de participar en proyectos emblemáticos de infraestructura y promoción turística a nivel nacional.



Compartir conocimiento,
multiplicar oportunidades.

Una industria más fuerte
se construye en conjunto.

CONEXIONES
QUE INSPIRAN
FUTURO

LA SIGUIENTE EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA YA COMENZÓ

STAFF PANORAMA TURÍSTICO

Toda industria madura comparte una característica: deja de concentrar sus esfuerzos únicamente en competir y comienza a invertir tiempo en aprender de sí misma. Comparte conocimiento, documenta experiencias, forma nuevos liderazgos, desarrolla estándares y entiende que el crecimiento colectivo termina fortaleciendo también a cada uno de sus integrantes.

La industria de reuniones en México parece haber llegado a ese momento. Durante años, la conversación giró alrededor de atraer más congresos, construir mejores recintos, ampliar la conectividad o incrementar la derrama económica. Todos esos objetivos siguen siendo indispensables, pero hoy conviven con una agenda mucho más amplia. Profesionalización, innovación, accesibilidad, seguridad, cultura de servicio, sostenibilidad, desarrollo de talento y colaboración forman parte de un mismo proceso de evolución que ya no puede entenderse de manera aislada.

Quizá la mejor señal de esa transformación sea que el conocimiento dejó de permanecer dentro de cada organización para comenzar a compartirse. Los talleres especializados, las redes de colaboración, las alianzas entre academia e industria, los espacios de intercambio de mejores prácticas y la disposición de los propios líderes para compartir experiencias hablan de un sector que entiende que los grandes desafíos no se resuelven de manera individual.

Esa lógica colaborativa representa uno de los cambios más relevantes que vive actualmente la industria de reuniones. Los recintos continúan compitiendo por atraer eventos, pero al mismo tiempo colaboran para elevar los estándares de operación, fortalecer el talento, incorporar nuevas tecnologías y responder a las expectativas de un mercado cada vez más sofisticado. Lejos de ser una contradicción, esta combinación de competencia y colaboración se ha convertido en una de las mayores fortalezas del sector.



También resulta significativo que la conversación haya dejado de centrarse exclusivamente en los edificios. Los recintos siguen siendo la infraestructura indispensable donde ocurre la industria de reuniones, pero su verdadero valor comienza a medirse por la capacidad de generar conocimiento, impulsar el desarrollo económico, formar personas y construir comunidades profesionales que trascienden los propios eventos.

Las transformaciones más profundas rara vez ocurren de manera repentina. Se construyen mediante decisiones constantes, aprendizaje compartido y una visión de largo plazo. Cada taller, cada alianza, cada nueva generación de profesionales que se incorpora a la industria y cada experiencia que un recinto comparte con otro forman parte de un proceso mucho más amplio que apenas comienza a mostrar sus resultados.

Quizá esa sea la mejor noticia para la industria de reuniones en México. La siguiente evolución no dependerá únicamente de nuevas inversiones, de edificios más grandes o de tecnologías más avanzadas. Dependerá, sobre todo, de la capacidad de seguir aprendiendo juntos, de fortalecer una comunidad profesional que comparte conocimiento con generosidad y de entender que el futuro de los recintos también se construye mucho antes de que se abran las puertas del siguiente evento.

DONDE LAS MARCAS SE CONVIERTEN EN
HISTORIAS QUE MUEVEN A LA INDUSTRIA

Panorama[®] Turístico

En Panorama Turístico
conectamos tu marca
con los líderes que deciden



Tu próxima gran conexión empieza aquí >

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