

# 7° FORO POLITICO

Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones

25 de noviembre de 2020

VIRTUAL

# ANÁLISIS Y PROYECCIONES





# ANÁLISIS Y PROYECCIONES

**Cláusula de confidencialidad:**

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



# Índice



## 7o Foro Político de Reuniones de FLEXPO ..... 7

■ Introducción .....	7
■ Participantes .....	10
■ Premios .....	12
■ JMIC Manifiesto .....	15
■ 15 Ways Business Events Create Strategic Advantage in Economic Recovery and Renewal .....	17
■ Five important policy implications .....	24

## Debate oficial del 7º Foro Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones ..... 29

## Impacto Covid-19 ..... 37

■ Importancia económica de la industria de reuniones (MICE) a nivel global .....	37
■ Definición de eventos MICE .....	41
■ Distribución por segmentos MICE .....	41
■ Reuniones ICCA identificadas para el 2020 .....	42
■ Distribución Temporal .....	43
■ Reuniones ICCA afectadas .....	43
■ Comportamiento de reuniones afectadas .....	44
■ Impacto Económico .....	46
■ Cantidad de participantes reuniones ICCA .....	46
■ Distribución por país impacto económico eventos ICCA .....	48
■ Impacto en empleo directo .....	49
■ Visión de Asociaciones internacionales .....	50
■ Manual de candidatura .....	50
■ Eventos 2021 .....	51
■ Respuesta Sanitaria del Destino .....	51
■ Evento Híbrido .....	52
■ Protocolo COVID-19 en evento .....	53
■ Aperturas & Protocolos situación Global .....	54
■ Requerimientos para considerar ante la reapertura .....	66
■ Recomendaciones de Gestión de Riesgos COVID-19 en la reapertura .....	67
■ Aplicación de Recomendaciones de Gestión de Riesgos COVID-19 .....	72
■ Fuentes de interés .....	74
■ Agradecimientos .....	75

# Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones de FIEXPO Latin America

## Introducción

Distinguidos Ministros, Vice Ministros, Secretarios y Subsecretarios de Turismo de América Latina, expresamente queremos agradecer a ustedes su participación por primera vez en forma virtual del 7º Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones de FIEXPO el pasado 25 de noviembre, no fue fácil tomar en esta oportunidad esta decisión, han sido muchos meses de incertidumbre, consultas e intercambio de ideas con colegas y profesionales de toda la región buscando una salida ante la imposibilidad de vernos en forma presencial.

El Foro Político es un ámbito estratégico para mantener una conexión imprescindible que garantice que todo el trabajo que se ha desarrollado por nuestra industria a lo largo de los últimos 20 años no se perdiera y máxime habiendo recorrido juntos una última década de éxitos y logros para Latinoamérica como nunca antes.

Estábamos conscientes y sabíamos que no podíamos perder el nexo con nuestros gobernantes, el sector privado y nuestros clientes, creando ese espacio necesario para trabajar junto a ellos y encontrar el camino de la recuperación. Frente a esto, FIEXPO LATIN AMERICA asumió nuevamente la responsabilidad de liderar con mucha responsabilidad este desafío, así como hace 14 años iniciamos FIEXPO, convencidos que América Latina necesitaba su propio lugar de encuentro que fuera capaz de plasmar sus necesidades y requerimientos de cómo mejorar la forma de incrementar el negocio y de conectarnos generando una fuerte alianza estratégica entre el sector público y privado.

Hoy estamos convencidos que podemos asumir ese liderazgo en conjunto con la región para poder encontrar el camino que nos permita afrontar todos los cambios que nos impone el nuevo escenario del mercado.

El Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones en su séptima edición representó una instancia fundamental para el intercambio sobre políticas y acciones que permitan la recuperación de los destinos latinoamericanos, generando un compromiso entre los sectores público y privado como nunca antes. El Foro en los últimos 6 años se ha convertido en un espacio único, en el cual se han creado nexos de alto valor entre ambos sectores que han permitido el crecimiento sostenido de la región y un profundo entendimiento entre ambas partes de cómo trabajar más unidos profesionalmente para alcanzar nuestros objetivos y metas, un espacio donde nuestro sector ha podido expresar sus ideas y necesidades como industria, generando cambios y mejoras de alto impacto en todos los destinos.

En esta oportunidad tuvimos el honor de contar con dos Keynote Speakers que simbolizan el espíritu del Foro Político. Por una parte, el Secretario General de ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración), Dr. Sergio Abreu, representando a toda la región Latinoamericana desde una institución que desde su creación ha trabajado para la integración de todos nuestros países y que realizó un llamado a esa necesaria unión de voluntades y acciones conjuntas para la recuperación, actuando desde los gobiernos nacionales y de ciudades. Por otra parte, el presidente de ICCA, Sr. James Rees, quien representa a una de las entidades globales más representativas e influyentes de nuestra industria de reuniones, como voz del sector privado.

Ambos invitados dieron su visión y su perspectiva para luego pasar a un intenso debate con ustedes Ministros y Viceministros de Turismo, así como con los representantes de las más importantes entidades globales de nuestro sector tales como SITE, UFI, IAPCO, ICCA, JMIC, MPI entre otras, sumando además a presidentes de asociaciones profesionales y académicas que compartieron con todos su visión y perspectiva del futuro de sus entidades.

Está de más decir que fue una oportunidad única y muy esperada para encontrarnos, que si bien no fue igual que en forma presencial de todas formas significó un valioso y necesario espacio de intercambio para generar juntos alianzas de cooperación y entendimiento en busca de la ansiada recuperación de nuestro negocio y decir bien fuerte ¡SOMOS LATINOAMERICA! y acá estamos más unidos que nunca.

El presente documento que ustedes están recibiendo fue diseñado y elaborado por el equipo de FIEXPO LATIN AMERICA con los aportes de nuestro partner es-

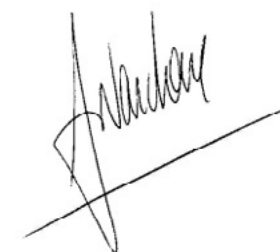
tratégico mundial, ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones) y del JMIC (Consejo Internacional de la Industria de Reuniones).

Gracias al trabajo conjunto hemos logrado reunir en este documento no solamente los resultados del importante debate y las conferencias magistrales de nuestros dos disertantes invitados, sino información muy valiosa para la toma de decisiones actuales y futuras en sus respectivos destinos para la reactivación del sector.

Los datos e información que se adjuntan provienen del Manifiesto Internacional sobre la Industria de Reuniones, publicado por el JMIC originalmente en julio 2020 y que luego fuera actualizado en el mes de diciembre, el cual contiene los principales argumentos de porqué este sector es clave y estratégico para el proceso de reapertura de nuestros destinos latinoamericanos e internacionales en general.

Además, incluimos el estudio actualizado al mes de Diciembre de ICCA sobre la situación en nuestro continente en el año 2020, con datos estadísticos de lo que ha acontecido con las reuniones y eventos y cuál fue su comportamiento, así como las tendencias y proyecciones para los próximos años. Este estudio tiene como sustento que el mismo fue elaborado en base a respuestas directas provenientes de 725 asociaciones profesionales que tienen residencia en América Latina y que cada una de ellas organiza como mínimo dos reuniones o eventos anuales.

Esperamos que este documento sea de mucha utilidad para que juntos sigamos trabajando para nuestra región en beneficio de nuestras comunidades.



**Arnaldo Nardone**  
Director  
FIEXPO LATIN AMERICA



## Participantes



**Ricardo Sosa**  
Secretario Ejecutivo  
INPROTUR  
Argentina



**Matías Lammens**  
Ministro  
Ministerio de Turismo  
y Deportes de la Nación  
Argentina



**Gilson Machado**  
Presidente  
EMBRATUR  
Brasil



**Andrea Wolleter**  
Directora Nacional  
SERATUR  
Chile



**Gilberto Salcedo**  
Vicepresidente de Turismo  
PROCOLOMBIA  
Colombia



**Gustavo Segura Sancho**  
Ministro de Turismo  
Instituto Costarricense  
de Turismo  
Costa Rica



**Mynor Arturo Cordón**  
Director General  
Instituto Guatemalteco  
de Turismo  
Guatemala



**Mauricio Aarón Reyna Guerrero**  
Director General de Innovación  
del Producto Turístico  
Secretaría de Turismo  
México



**Denise Guillén**  
Sub-Administradora General  
Autoridad de Turismo de Panamá  
Panamá



**Remo Monzeglio**  
Subsecretario de Turismo  
Ministerio de Turismo  
Uruguay



KEYNOTE SPEAKER



**Sergio Abreu Bonilla**  
Secretario General  
Asociación Latinoamericana  
de Integración (ALADI)  
Uruguay

KEYNOTE SPEAKER



**James Rees**  
Presidente  
International Congress  
and Convention Association  
(ICCA)  
Reino Unido



**Martin Boyle**  
CEO  
The International Association  
of Professional Congress  
Organisers (IAPCO)  
Reino Unido



**Jennifer Glynn**  
Presidente  
Society for Incentive  
Travel Excellence  
SITE Global  
Canada



**Rod Cameron**  
Director Ejecutivo  
Joint Meetings  
Industry Council (JMICO)  
Canada



**Mary Larkin**  
Presidente  
The Global Association  
of the Exhibition Industry (GAEI)  
Estados Unidos



**Sergio Vargas**  
Presidente  
MPI  
Colombia



**Alejandro Ferreiro**  
Presidente  
Sociedad Latinoamericana  
de Nefrología e Hipertensión  
Uruguay



**José Ibarгойen**  
Secretario General  
Organización Panamericana  
de Gastroenterología  
Uruguay

## Premios



### PREMIO FORUM 2020



**Matías Lammens**  
Ministro  
Ministerio de Turismo  
y Deportes de la Nación  
Argentina

### MENCIÓN ESPECIAL FORUM 2020



**Remo Monzeglio**  
Subsecretario de Turismo  
Ministerio de Turismo  
Uruguay



**Ricardo Sosa**  
Secretario Ejecutivo  
INPROTUR  
Argentina





## JMIC Global Manifesto 7º Foro Político FIEXPO

El JMIC | The Joint Meetings Industry Council es una organización que representa los intereses compartidos de 18 asociaciones internacionales de la industria de reuniones y eventos, esta organización se ha convertido en un foro permanente de intercambio de Información entre esta asociaciones en los últimos 50 años y recientemente se ha convertido en una entidad que articula y distribuye mensajes de la industria de reuniones a las comunidades y gobiernos que las representan así como también ha desarrollado excelentes mecanismos para documentar y respaldar a través de pormenorizados estudios, el valor que tiene la industria de reuniones en términos de impacto económico, académico, profesional y de desarrollo social.

El pasado 22 de julio del 2020, esta entidad publicó un importante documento llamado El MANIFESTO global de JMIC, que fue creado específicamente para sustentar el dialogo e intercambio de ideas entre los representantes de la industria de reuniones privados y sus respectivos gobiernos, tratando de mostrar y documentar los beneficios que la industria de reuniones tiene para la recuperación económica de los destinos en este difícil momento que vivimos con la pandemia COVID19 y que sin dudas es la prioridad numero uno de los gobiernos en todo el mundo.

Este MANIFESTO contiene claros argumentos que demuestran como nuestra industria puede estimular la reactivación de las economías y crear empleo tan necesario. Para su elaboración no participaron únicamente líderes de la industria de reuniones y entidades afines sino autoridades y profesionales externos al sector que dieron su experta opinión con valiosos aportes que incluyeron también ideas de cómo debería ser la distribución de este importante documento a través de un plan de comunicación en cada región específica y a nivel local de cada país incluyendo en este plan las Ferias y Foros más importantes del mundo como fue concretamente el Foro Político sobre la industria de reuniones de FIEXPO, donde el mensaje llegó directamente a los tomadores de decisión y personas influyentes en cada destino.

El MANIFESTO también desarrollo ideas de como proceder a lograr los objetivos y metas establecidos en forma segura respetando los protocolos de salud y segu-



idad puestos en práctica en todos los destinos, conjuntando y distribuyendo una guía de procedimientos y buenas prácticas que la industria podía desarrollar para contribuir a la ansiada recuperación económica.

En esta parte se incluyeron 15 argumentos muy bien sustentados profesionalmente con investigaciones y documentos realizados por expertos en todas las áreas que dan una garantía cierta y verdadera al proceso de reapertura de destinos. Como reflexión final este documento deja en claro que la colaboración, cooperación y compromiso entre el sector público y privado es fundamental para lograr esa ansiada reactivación económica que no será sencilla, sino que será un camino largo y con muchos desafíos pero que debe comenzar con un entendimiento entre ambos sectores, de como cada uno puede colaborar y ocupar un lugar importante en ese trabajo, estableciendo prioridades y siendo consistentes en las acciones y pasos a seguir tal cual quedo muy claro y registrado durante el Foro Político de Turismo de Reuniones de FIE expo y su interesante debate.

Las reuniones y eventos son una herramienta estratégica para la reactivación de la economía post pandemia y generar oportunidades nuevas, la industria de reuniones reúne diferentes actores de la cadena de servicios con vasta experiencia y eficiencia en sus funciones que están interconectados entre sí como organizadores profesionales, proveedores de diferentes servicios especializados, centros de convenciones y exhibiciones, hoteles, predios feriales y una serie de otros servicios que están directa o indirectamente relacionados y que juntos desarrollan y llevan adelante la concreción de miles de reuniones y eventos al año, todos estos actores y sus empresas y las reuniones que ellos organizan pueden y deben ser utilizados para la reactivación económica de los destinos al ser una plataforma estratégica de interacción desde el punto de vista académico, negocios, profesional, tecnológico y económico de gran relevancia que es lo que realmente se necesita para la apertura y vuelta a la normalidad de las economías de los países. A continuación, los principales argumentos que explican como las reuniones y eventos pueden generar una oportunidad y ventaja estrategia en la recuperación económica.

## 15 Ways Business Events Create Strategic Advantage in Economic Recovery and Renewal



### 1 | Innovation & Reinvention

**Business events drive commerce, innovation, re-invention, knowledge transfer and transition – all critical requirements for recovery:**

The entire purpose of these events is to accelerate progress in every sector they support through communications, information sharing and collective engagement. This naturally facilitates the kind of innovation and re-invention that is always a driver in economic and professional advancement but will be particularly critical in adapting to the demands and expectations that will result from the “new” economies and economic priorities arising in the post-pandemic period.



### 2 | Multi-sector Impacts

**Business events simultaneously advance a wide range of different sectors:**

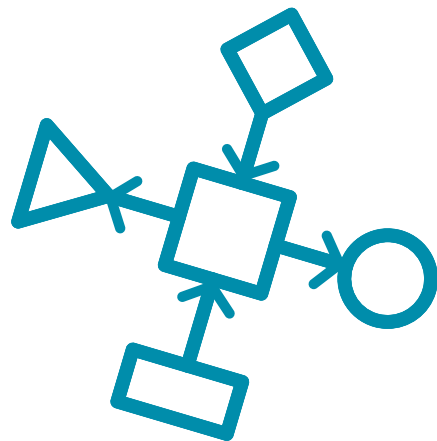
Business events are an efficient means of supporting the recovery and advancement of a wide range of economic, professional, academic and business sectors. As a result, they can drive activation, renewal and re-engagement across the many different sectors that will need to be stimulated in order to deliver a broad based recovery rather than simply addressing a limited range of these sectors individually. They enable action by others rather than being limited to what they can achieve on their own.



### 3 | Relationships & Trust

**Business events restore relationships and build trust:**

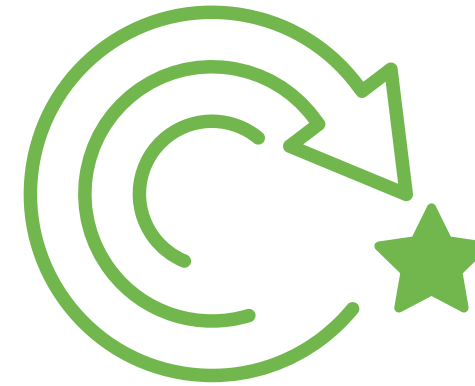
Business events efficiently utilize the collective power of group dynamics and thinking to achieve a high level of integration. This is directly relevant to the need to repair the many “disconnects” that will have resulted from measures taken to isolate and distance during the pandemic. They are also about creating and maintaining the productive networks which will be critically important in the face of the kinds of global tensions (border closures, transportation shutdowns, isolation measures) that have come about in the course of the pandemic and will persist beyond the time when such initial restrictions are removed.



### 4 | Diversification & Self-sufficiency

**They facilitate economic diversification and self-sufficiency:**

With the COVID-19 experience having disrupted supply chains and enhanced the evident value of economic self-sufficiency, many communities have realized the strength and resiliency to be had in a more self-contained and diversified local economy. Business events facilitate this process by supporting the kinds of exchanges that lead to new relationships, investments and non-traditional business activities that can be used to drive diversification in the local and regional economy, up to and including the creation of new events that engage key interests in a collective approach to selected sectors.



### 5 | Transition & Renewal

**They are the key to economic and societal transition and to repositioning in the “new” economies of the future:**

Evolving social and economic conditions arising from the pandemic-induced recession means that the new economy will likely be quite different, embodying elements of the experience and knowledge economies that are replacing older models. Business events that accompany recovery will serve as necessary agents of change and transformation to ensure a more progressive form of economic activity and a more stable and therefore resilient economy for the future, which is a new goal for governments everywhere.



### 6 | Talent & Investment

**They attract the talent and investment needed for economic diversification and can be focused on priority areas for government policy:**

Business events, particularly international events, are magnets for individuals and investment resources that drive key development and professional sectors. As a result, they are important strategic tools that can be used by a region or destination to selectively stimulate top economic and social development priorities. Criteria for pursuing specific business events can be readily adjusted to focus on areas of specific interest for economic, social and educational development that address government policy priorities for key sector development.



## 7 | Path to Sustainable Development

**They lead the “renewed” economy toward sustainability:**

A new priority for most governments is a focus on sustainable development due to a variety of new agendas (environmental, educational, social equity) that again require productive interactions to succeed. The key elements of sustainability have been embedded in the UN Sustainable Development Goals (UNSDGs), which are in turn directly addressed by industry events as demonstrated in recent studies that show meetings, conventions and exhibitions in fact address the widest possible spectrum of UNSDG's.



## 8 | Controlled Environment

**They take place in a highly controlled environment with strong health and safety measures in place and detailed contact tracing information available:**

Because of the highly structured nature of business events and facilities they represent a much more secure form of gathering relative to other forms of public assembly. In most cases, participants are pre-registered and organizers have many options for communicating with them in advance of, during and after an event. In addition, facility policies are generally such that rigorous standards are in place to ensure far better compliance with accepted protocols than would be possible in a general public setting or other gatherings such as concerts or sporting events.



## 9 | Community Legacies

**They leave valuable, relevant legacies in the host community:**

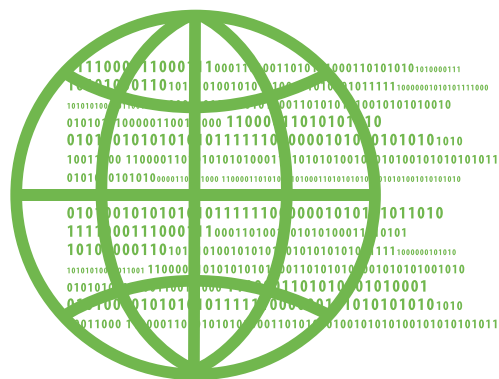
Major business and professional events generate key legacies for the host community in terms of destination profile, transferred skills and knowledge, new networks and image enhancement. These legacies can be shaped to address priority community needs through collaboration and creating shared objectives with the organizer, which at the same time is a way for a destination to compete more effectively for new business and re-shape how influential attendees regard that destination in a global context.



## 10 | Uses Existing Investments

**They often have funding mechanisms already in place:**

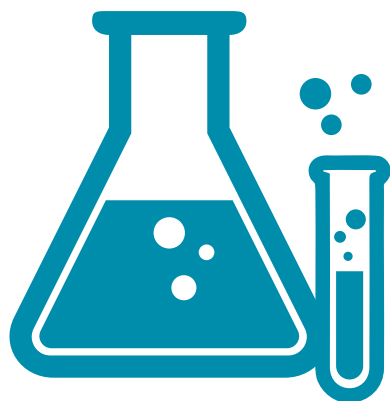
The nature of business events is that they are largely user-pay, which means that they offer huge leverage for any investment. As a result, they are not as capital-intensive as other sectors seeking support but still facilitate the desired outcomes. They also efficiently utilize existing government investments such as event facilities, transportation systems and infrastructure already in place such that business incentives can be quickly generated without the need to establish entirely new programs.



**11 |**  
**Digitization**

**They are already responding to the growing movement toward digitization and can deliver content and results in person, via the virtual world or both:**

As the world struggles with the disruptions associated with the pandemic a benefit arising is that most business events today have a companion “virtual” component that can further leverage global exposure, and these have become increasingly sophisticated. This means that the potential impacts of an event can be extended to a global audience, with correspondingly greater image and legacy benefits for the host community.



**12 |**  
**Laboratories for Public Policy**

**They can be used as “laboratories” for government policies by shifting the risk for testing new re-opening and business development strategies:**

Many aspects of the re-opening equation carry significant risks, including the possibility of a return to lockdown and the need to experiment with alternate economic recovery strategies. In these respects, business events can be valuable tools for testing new approaches in a safe, well-contained environment before they are more generally deployed, effectively testing both the direction to a “new normal” and the appetite for alternative business and social strategies.



**13 |**  
**Support for the Visitor Economy**

**They support the visitor economy and create a specific, timely rationale and incentive for travel:**

The road to travel recovery will likely be a long one – and many “optional” travel activities will thus likely lag far behind the restoration of capacity. However, business events offer a time-sensitive imperative that help overcome reluctance to travel and thus stimulate destination travel in a time when it is needed the most to enhance travel and hospitality revenues. They also offer opportunities for second or third tier destinations to build their profile at a time when many travelers are looking for new options.



**14 |**  
**Image & Reputation**

**Signature business events can make (or restore) a reputation as a business centre:**

Prominent business events generate profile and prestige for the host destination in a globally-visible way. In the changed world that will emerge from the COVID-19 experience established destinations will need to consolidate their leadership position under new conditions. At the same time, there will be new opportunities for other destinations to raise their profile as attractive business destinations if they can offer alternate attributes such as environmental quality and safety which will be increasingly in demand in a post-pandemic world.





## 15 | Measureable ROI

Their outputs are measureable –so ROI can be clearly demonstrated:

While the value proposition for business events includes both the economic impacts of delegate spending (tourism benefits) to economic and professional development outcomes they generate, reliable measures including sophisticated economic impact models, are already in place for both. Delegates and other event participants are not “incidental” visitors – so their travel purposes and spending patterns can be measured accurately and the returns can be measured and reported with greater precision.

Además de los 15 argumentos que el JMIC establece, se mencionan además 5 implicancias directas y fortalezas del sector que ayudan a entender la naturaleza misma de las reuniones y eventos de negocios primero diferenciándolas de los eventos públicos de masas en el entendido que las reuniones de negocios se realizan en ambientes seguros y controlados con logísticas únicas de funcionamiento. Que estas reuniones son relacionadas a la economía, las áreas científicas y profesionales, qué todas están alineadas con prioridades de políticas estratégicas de los países y destinos, qué actualmente existe una infraestructura ya construida en cada destino que debe ser utilizada y aprovechada para mejorar la competitividad en el mercado de reuniones y eventos generando además incentivos a la cadena de servicios que ha sufrido muchísimo durante esta pandemia que igual que el turismo tradicional han sido los sectores mas afectados y algo final pero no menos importante que las reuniones y eventos deben ser incorporados por los destinos dentro de la visión integral futura para la recuperación de las economías y el empleo.

## Five important policy implications

To be applied in a practical way, the arguments above can and need to be embedded in government policies and structure. A starting point for this process is an acknowledgment that:

### 1 | CONTROLLED GATHERINGS

Business events are not public gatherings but highly controlled assemblies and should be classified and distinguished as distinct from generic mass gatherings for the purposes of re-opening policies.

### 2 | ECONOMIC vs TOURISM POLICY

Business events are economic, scientific and professional in nature and only incidentally tourism-related (in that they support the hospitality economy). They should therefore be seen in the context of trade, economic development, social and investment policies rather than tourism policy.

### 3 | ALIGNMENT WITH POLICY PRIORITIES

There should be an effort to align business events and overall government policy priorities so that events with the greatest potential to support / advance those priorities (health, education, innovation, major events) can be targeted and more effectively utilized for this purpose.

### 4 | AVAILABLE FUNDING AND INFRASTRUCTURE

Existing investments in infrastructure and institutions should be reviewed for their potential to enhance competitiveness in the business events market. Financial support and increased competitiveness can often be delivered by offering relief to event organizers for the use of existing government-owned facilities rather than creating new incentive programs.

### 5 | AN INTEGRAL PART OF A 'VISION' FOR THE FUTURE

With governments today being called upon to articulate and demonstrate a vision for both health and safety management and economic recovery , business events can be incorporated into such strategies as strategic tools to achieve the stated goals.

Estamos convencidos que este extracto del MANIFESTO del JMIC debe ser utilizado por los gobiernos y el sector privado como una fuente de información muy valiosa para implementar en conjunto las acciones de coordinación que faciliten la utilización de este sector como una herramienta estratégica de recuperación y reactivación de las economías de nuestros países y destinos latinoamericanos. Estos argumentos e implicaciones fueron de alguna forma desarrollados durante el Foro Político no solamente por nuestros disertantes invitados sino durante el debate realizado entre nuestros distinguidos invitados que representaron desde el sector gobierno los intereses de cada uno de sus países y de la región en su conjunto.



## Debate oficial del 7° Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones

El 7° Foro Político Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones 2020, realizado por Fieppo Latin America, se ha desarrollado por primera vez en forma virtual y semipresencial en el salón de eventos del Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU).

Comenzó con la transmisión de un video, referido a la compleja situación que enfrenta América Latina y el mundo y la incertidumbre ante la paralización de este sector de la industria, y culminó con el eslogan **¿Qué estamos haciendo para reactivar la industria y cómo la reactivamos entre todos?**

El Señor Director de Fieppo Latin America, **Arnaldo Nardone**, saludó a los participantes a este 7° Foro Político, que reúne a representantes del gobierno del sector turístico de todos los países de Latinoamérica, a los presidentes de las principales asociaciones de reuniones internacionales y, en esta oportunidad, además, a los clientes, que son los que generan el negocio. Aprovechó la oportunidad para recordar el reciente fallecimiento de **Sergio Baritussio**, ex director de FIEXPO, uno de los gestores de estos foros.

A continuación, se le dio la bienvenida al secretario general de ALADI, **Dr. Sergio Abreu**, quien saludó en forma particular a quienes han potenciado estas reuniones clave en estos momentos. Destacó la importancia de los servicios turísticos en la balanza de pagos y en la actividad económica de los países, así como su impacto en la industria, el comercio, el empleo y la estabilidad.

Resaltó el papel de ALADI y su mensaje integrador en afianzar las relaciones entre el sector público y el privado, con innovación en ideas y desarrollo de políticas públicas que faciliten a los empresarios privados no solo el desarrollo de sus actividades, sino la proyección de nuevas ideas sobre el turismo en toda su expresión.

A este tipo de reuniones el Dr. Abreu las calificó como el ámbito propicio para desarrollar la creatividad, efectuar propuestas y despertar la sensibilidad de los

gobiernos en cuanto a fortalecer las políticas públicas que, en definitiva, permiten el desarrollo del sector y, fundamentalmente, la creación de empleo. Los responsables de las políticas públicas, expresó, deben tener la humildad y la profesionalidad suficientes para escuchar, entender y compartir ideas y propuestas, sobre todo en actividades tan sensibles como las de este sector del turismo, uno de los más afectados por la pandemia. Para culminar su exposición, se refirió al sector privado y lo definió como el que posee la capacidad de aportar innovación y creatividad.

A continuación, el director de Fiexpo dio comienzo al debate con la pregunta **¿Qué se requiere para que la industria de reuniones y eventos pueda comenzar a funcionar nuevamente y cuáles piensan que serían las etapas a seguir para lograr la recuperación total?**

El **señor Ministro de Turismo de la República Argentina, Matías Lammens**, informó que han optado por armar un plan a mediano y largo plazo, estrategia extensible a todos los países, y destacó lo importante de que este no haya sido alterado por factores políticos ni por el gobierno de turno. Entiende que potenciar este sector supone aunar esfuerzos y trabajar en forma conjunta y coordinada, por lo que le parece que esta es una buena oportunidad e invitación para empezar a trabajar de esa manera.

Por su parte, el **señor Ministro de Turismo de Costa Rica, Gustavo Segura Sanchó**, transmitió que en su país ven en la industria de reuniones, congresos y convenciones una oportunidad enorme y, por ello, se han elaborado protocolos muy estrictos de prevención. No obstante, decidieron proceder de forma dinámica y a partir de noviembre los requisitos para ingresar al país son: un seguro que cubra eventualidad y hospitalización con cuarentena y un formulario de salud digital. Luego se escuchó el mensaje de **Rod Cameron desde Vancouver, Director Ejecutivo de JMIC (Joint Meetings Industry Council)**, a cargo de elaborar el MANIFESTO que intenta persuadir a los gobiernos de la importancia del turismo de reuniones como camino a la apertura de las economías. Entiende importante concientizar sobre las reuniones de este sector de la industria del turismo, que se realizan en entornos controlados con protocolos de distanciamiento físico y de sanitización.

Ante la pregunta de cómo reactivar el negocio de la industria de reuniones, el **presidente del Instituto Brasileño de Turismo (EMBRATUR), Gilson Machado**, planteó la conveniencia de crear un protocolo único y que se aplique en todos los países de América Latina para promover la actividad turística. Comentó que el



requisito para visitar Brasil es tener un seguro de salud durante la permanencia en el país.

Por su parte, el **Director General del Instituto Guatemalteco de Turismo, Mynor Arturo Cordón**, informó que en Guatemala se adoptaron tres medidas de buenas prácticas para el negocio de hoteles, transporte, turismo, restaurantes, áreas naturales, sitios arqueológicos, etcétera, y las aplican a todo el sector. Hoy cuentan con dos sellos de bioseguridad: uno que entrega el Instituto Guatemalteco de Turismo y otro el SAFE Travels de WTTC.

Ante las hipótesis planteadas acerca de si los clientes quieren volver a reunirse o no, **Alejandro Ferreira, presidente de la Sociedad Latinoamericana de Nefrología e Hipertensión**, explica han aprendido que los congresos deparan múltiples beneficios, tanto para la comunidad académico-científica como para el país sede, pues se mueve toda la dinámica y maquinaria de producción científica a nivel local y se desarrollan contactos interpersonales e interinstitucionales, que permiten la colaboración de los científicos e investigadores locales con el exterior luego del congreso.

Para comenzar el segundo bloque de este 7° Foro Político se le dio la bienvenida al **presidente de ICCA y Director Ejecutivo de Excel London, Jame Rees**, quien desde el Reino Unido felicita por hacer posible esta reunión, claramente, en beneficio de todos y lamenta no estar en persona y que no sea posible reunirse en estos tiempos. Se refirió a los centros de convenciones y eventos como activos que poseen las ciudades y pueden ayudar a la recuperación futura. Compartió su experiencia personal al decir que, como prestadora del sector privado, la asociación que preside ha facturado, sin costo para el gobierno de Londres ni del Reino Unido, 4.5 millones de libras en beneficios económicos y la creación de 400.000 empleos.

Para enfatizar las diferencias del sector de turismo de reuniones, Rees puntualizó que se trata de eventos controlados y los organizadores conocen los detalles de cada uno de los asistentes, por tanto, poseen la capacidad para controlar a ese público de una manera muy profesional y segura. También destacó la conveniencia de cambiar la narrativa, enfocándola en los resultados de los eventos, y manifestó el deseo de la industria de las reuniones de recomenzar confiando en un cien por ciento de que los lugares, las instalaciones y las ciudades están listos para recomenzar. Las empresas no se van a arriesgar; Microsoft y Google, en principio, no organizarán reuniones antes de la segunda mitad del 2021, de



ningún tamaño. Los destinos tienen que darse cuenta de que los representantes van a ser más selectivos en los destinos que elijan y también, los asistentes. Calificó fundamental el trabajo en los próximos años, ya que recién en el 2023-24 se volverán a alcanzar los niveles de 2019; por lo tanto, los destinos tienen que comenzar el viaje ahora y apostar a la confianza para construir y ser recompensados más adelante.

Para finalizar, el presidente de ICCA dijo que los eventos generan la sensación de entendimiento, de pertenecer y eso crea vínculos de lealtad y hace que se recuerde esa asociación. Tenemos que ser parte para lograr buenos resultados, y los destinos tienen que poder demostrar la capacidad de entregar un legado sostenible para los planes de reuniones.

**Arnaldo Nardone** hizo referencia al MANIFESTO mundial de la industria de reuniones y eventos, publicado en julio de este año por JMIC, que expone argumentos para demostrar a los gobiernos por qué la industria de reuniones es la herramienta fundamental para reactivar la economía. Allí se manifestaron los quince argumentos que la industria de reuniones entendió como principales para la apertura; sin embargo, considera oportuno conocer la opinión de los gobiernos y formula la siguiente pregunta: **¿Cuáles de esos argumentos resultan más importantes a los gobiernos para adoptar medidas y tomar las riendas de la reactivación del turismo de reuniones?**

**La Directora de la Secretaría Nacional de Turismo de Chile, Andrea Wolleter**, comentó que en su país tienen seis protocolos para la industria y doce guías de recomendación para la cadena turística y, por supuesto, el turismo de eventos y reuniones. También cuentan con certificados de compromiso. Entiende que esto es importante para dar señales y mostrar al mundo que nuestros destinos están preparados. Agrega que no puede perderse la conversación permanente con la industria, y en eso ICCA es fundamental para poder generar acuerdos.

**Denise Guillén, Administradora General de la Autoridad de Turismo de Panamá**, apunta a las reuniones como una clave que va a contribuir a la recuperación económica y dice que para ello se han preparado durante todo este tiempo con la colaboración de empresas privadas. Prueba de eso es la construcción del Panamá Convention Center, un moderno y amplio centro con avanzada tecnología para posicionarse como uno de los más grandes de la región.



**Martin Boyle, CEO de IAPCO (The International Association of Professional Congress Organizers)**, manifestó que las 133 empresas que la integran generaron 21000 eventos durante el 2019, con un ingreso a las economías de los distintos destinos donde estuvieron de 12,8 millones de euros. Entiende esencial que los gobiernos reconozcan que las reuniones de este sector de la industria son diferentes, al realizarse dentro de un ámbito controlado y, a su vez, la profesionalidad y la logística que se aplica es de las mejores del mundo.

A continuación, se presencia un video que contiene el mensaje **Jennifer Glynn, presidenta de SITE GLOBAL**, quien resalta la importancia de trabajar juntos para volver a los eventos cara a cara. Recuerda que en 2019 los eventos generaron cifras millonarias e infinidad de puestos de trabajo, con mejoras en las ventas y relaciones más estables, con impacto sobre los individuos calificados, porque tienen la oportunidad de experimentar con sus colegas experiencias que no podrían experimentar solos.

**Ricardo Sosa, Secretario Ejecutivo de IMPROTUR**, comentó sobre el trabajo conjunto llevado a cabo por el sector público y el sector privado para la generación de los diversos protocolos en la Argentina. Agregó que más allá de los elaborados para locales gastronómicos, hotelería y demás, también está el protocolo sanitario del turismo de reuniones, que ha sido ponderado, además, con la participación de la entidad que representa las organizaciones de congresos y convenciones.

Entiende fundamental contar con el impulso del estado no solo en contención y acompañamiento, sino también en generación y desarrollo para los tres escenarios: primero, la coyuntura de la reapertura del sistema turístico con la pandemia; segundo, la reapertura con la llegada de la vacuna y, tercero, la normalización definitiva del ámbito cuando el virus esté controlado.

Ricardo Sosa considera que la transparencia será un elemento fundamental para difundir mensajes sobre las medidas que se están llevando a cabo, pero también trabajar en la adaptación al cambio y la capacitación para pensar en los posibles futuros escenarios. Cuando el turismo de reuniones está bien organizado es de los más seguros, porque se conocen quiénes van a venir, cuándo se van a hospedar y adónde.

Tras reiterar la importancia del turismo como motor de muchos segmentos del mercado, se presenta el mensaje de **Mary Larkin, presidenta de la UFI (Unión**

**de Ferias Internacionales)**, quien destaca que muchos eventos se han detenido en el mundo; no obstante, tenemos medidas de seguridad implementadas de acuerdo con las normas internacionales y locales. En la misma línea de los expositores anteriores, sostiene que hay que mantener los protocolos para que se puedan continuar realizando estas reuniones.

**Arnaldo Nardone** efectúa otra pregunta: **¿Qué beneficios creen ustedes son los más importantes que genera este sector para sus gobiernos como razón principal para reactivar el turismo de reuniones y cómo ve el proceso de reactivación?**

Al respecto, el **Subsecretario del Ministerio de Turismo de Uruguay, Remo Monzeglio**, opina que el turismo de reuniones va a ser el primero que se va a revitalizar, porque es el más organizado y justamente se programa con mayor cantidad de tiempo, además de ser el que puede dar mayores garantías. Agrega que ninguna virtualidad puede sustituir el encuentro fraterno de los participantes a los congresos. Por eso el mensaje de esperanza es que quienes trabajan en turismo tienen la obligación de ser optimistas, de pensar en ese día después que, según cree, vendrá antes de lo esperado; que el turismo de reuniones va a ser el primero en revitalizar todo el turismo de la región.

Por su parte, **Mauricio Aaron Reina, Director General de Innovación de Productos de México**, sostuvo que su país tiene una larga tradición en instancias de capacitación; que muchos profesionales, afortunadamente, están reunidos alrededor del Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones (COMIR), que integra 17 asociaciones, un músculo fuerte que les ha permitido poder encarar el desafío de la Covid-19. Comenta que la Secretaría de Salud de México estableció lineamientos que han trabajado y puesto en papel. Han identificado 167 actividades que de manera directa o indirecta están relacionadas con el turismo de su país. Cree que eso tiene un empuje en América Latina; es mucho lo que está en juego. En todos los casos se han abierto poco a poco todas las actividades en materia de turismo de reuniones, y todas han tenido que ser híbridas. Todas tienen el reto colectivo. Es un desafío global, comunitario, territorial; todos están implicados en todos los niveles. Reitera: el desafío es grande y hay que pensar que es un reto no vivido nunca antes; debe pensarse en qué dinámicas presenciales deben combinarse, con qué intensidad, en este nuevo modelo de turismo de reuniones.

**Pedro José Ibarгойen, Secretario General de la Organización Panamericana de Gastroenterología**, comenta que América Latina se encuentra obviamente afec-



tada por la falta de eventos de su especialidad, y sin duda están a la expectativa de que la actividad se renueve y puedan una vez más reunirse en los eventos presenciales, que son tan importantes para la especialidad y la organización: permite no solo participar de una manera mucho más reactiva, sino también realizar muchas actividades en vivo.

Por último, el **Vicepresidente de Turismo de Procolombia, Gilberto Salcedo**, señaló que parte de las estrategias que tienen para la reactivación del sector el siguiente año es contar con la posibilidad de organizar la feria Fiexpo en Cartagena de Indias, un ícono latinoamericano de turismo de reuniones y eventos; asegura estar listos para recibirlos. Desde setiembre de este año se encuentran reactivando el transporte aéreo internacional y la industria del turismo, y esta será una oportunidad única a esos efectos. Es así que invita a todos los presentes a que los acompañen en el 2021, y presenta un video promocional del futuro evento.

A continuación, se hizo la entrega habitual del premio Foro 2020, que le fue otorgado al **señor Ministro de Turismo de la República Argentina Matías Lammens** y hubo, además, dos menciones especiales para el **Subsecretario de Turismo de Uruguay don Remo Monzeglio** y para el **Secretario Ejecutivo de INPROTUR Argentina don Ricardo Sosa**.

El Foro culminó con la participación del **presidente de MPI Colombia, Sergio Vargas**, quien entiende hay tres fases para trabajar: «la primera es sobrevivir, luego recuperarse y por último crecer». Como le parece que eso puede llevar años, se dirigió a quienes están en la parte política e institucional, porque cuando se llegue a la etapa de crecimiento seguramente no continúen en sus cargos y formen parte de otros proyectos políticos; sin embargo, los empresarios sí forman parte del proceso y seguirán creando proyectos, organizando eventos y haciendo que los destinos sean contundentes para que cada vez más organizaciones elijan Latinoamérica. Se despidió destacando a Fiexpo como la mejor herramienta para poder conectar, porque es fundamental que la parte política y la institucional se conecten para que las cosas sucedan.

Arnaldo Nardone efectuó el cierre del 7° Foro Político de reuniones de FIEXPOLatin America agradeciendo a los disertantes especiales, distinguidos Ministros y Viceministros así como Secretarios Ejecutivos y Directores de institutos de promoción turística de diversos países, asociaciones regionales y globales de la industria de reuniones y asociaciones profesionales de América latina por su participación, invitándolos a la próxima edición del Foro y de Fiexpo Latin America en Cartagena de Indias en el año 2021.

## Importancia económica de la industria de reuniones (MICE) a nivel global

Este segmento de análisis comprende extractos del estudio generado por Oxford Economics donde se cuantificó la importancia total de la industria de reuniones a nivel global contabilizando todos los sectores del espectro MICE (Meetings, Incentives, Congress/Conventions and Exhibitions).

### ¿Qué califica como un evento comercial en este estudio?

Una reunión de 10 o más participantes con un mínimo de cuatro horas en un lugar contratado. Esto incluye eventos comerciales, pero excluye las actividades sociales, educativas (actividades educativas formales en educación primaria, secundaria y universitaria), y actividades recreativas, así como exposiciones de consumo.

### ¿Cuáles son los principales componentes del impacto económico?

**El impacto directo** se compone por el gasto y puestos de trabajo involucrados en la planificación y producción de eventos comerciales, adicionando los ingresos por los participantes que viajan para asistir a dichos encuentros, incorporando finalmente otros gastos relacionados durante la ejecución de cada evento.

**El impacto indirecto** se conforma por parte de los proveedores intermedios, también conocidos como integrantes de la cadena de suministro. Por ejemplo, insumos como energía e ingredientes para la elaboración de alimentos. Además, las instalaciones específicas para la organización de eventos dentro del espectro de negocios tienen contratos con proveedores de servicios especializados, como mercadeo, equipos de mantenimiento, limpieza, soporte tecnológico, contabilidad, asesoramiento legal y servicios financieros.

**Los impactos inducidos** ocurren cuando los empleados gastan sus sueldos y salarios en la economía en general. Por ejemplo, el gasto que los empleados de un hotel realizan mediante el pago de alquiler, transporte, comida, bebida y entretenimientos.



Los impactos se expresan en términos de producción económica, el cual incluye todas las ventas comerciales, el PIB (producto interno bruto), que se define como ventas comerciales menos insumos intermedios y empleos.

- **Número de participantes:** los eventos comprendidos en el espectro MICE estiman un promedio de más de 1.500 millones de participantes comprendidos en más de 180 países.
- **Gasto directo (ventas comerciales):** dentro del espectro MICE se estima que el gasto directo por concepto de eventos programados es de **USD 1.07 billones de gastos directos**, que representan gastos para planificar y producir eventos MICE, viajes relacionados con eventos comerciales y otros gastos directos, como los gastos de los expositores.
- **PIB directo (producto interno bruto) y empleo:** los eventos del espectro MICE respaldaron **10.3 millones de empleos directos** a nivel mundial y generan un aporte directo estimado al **PIB de USD 621.4 mil millones**.



**Fig. 1 - Impacto Directo e Impacto Total de la Industria MICE a nivel global.**



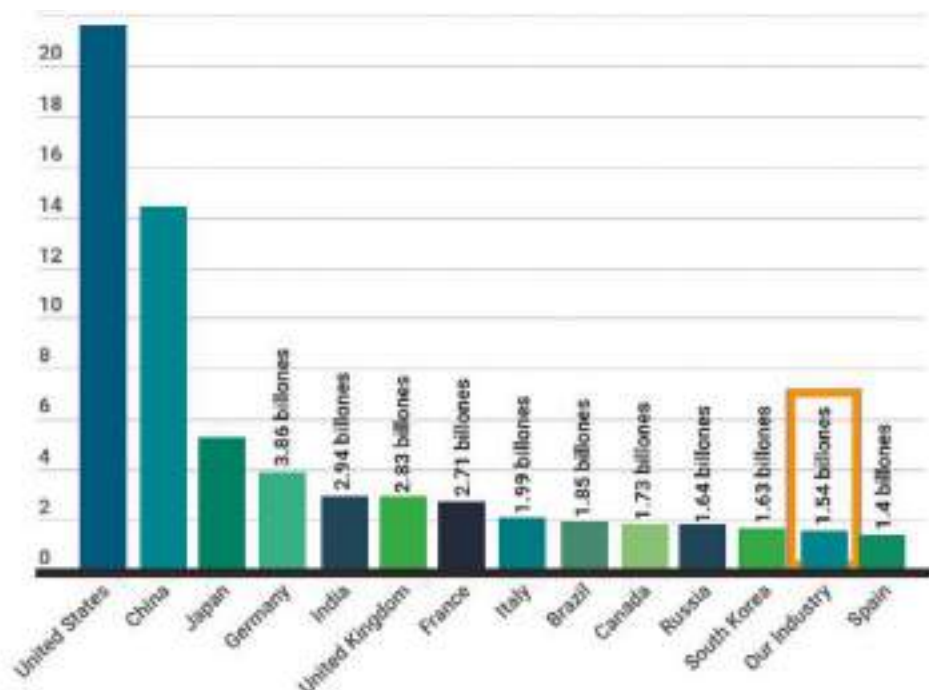
Fuente: Oxford Economics

Si tomamos en cuenta los impactos indirectos e inducidos, los eventos del espectro MICE estiman un aporte al impacto económico total a nivel global de:

- USD 2.5 billones de producción (ventas comerciales)
- 26 millones de empleos
- USD 1.5 billones de PIB



**Fig. 2 - Fondo Monetario Internacional PIB Top 20 - 2019.**



Fuente: Fondo Monetario Internacional

El sector MICE genera directamente más producción que muchos sectores globales, incluyendo productos electrónicos de consumo, computadoras y equipos de oficina. Los USD 1.5 billones del PIB total respaldado por eventos MICE globales clasificarían al sector como la **13ª economía más grande del mundo**, más grande que las economías de países como Australia, España, México, Indonesia y Arabia Saudita. Basado en su impacto directo en el PIB de \$ 621.4 mil millones, el sector MICE se ubicaría como la 22ª economía más grande del mundo.

Estos totales representan la combinación de impactos directos dentro del sector de eventos MICE (por ejemplo, \$ 1.07 billones de gastos directos de eventos comerciales y 10.3 millones de empleos directos), más los efectos indirectos e inducidos estimados. El **multiplicador de producción resultante** para el sector de eventos MICE es 2.36, lo que implica que **cada USD 1.00 en gastos directos de eventos de negocios genera \$ 1.36 adicionales** en gastos indirectos e inducidos en la economía global.



## Definición de eventos MICE

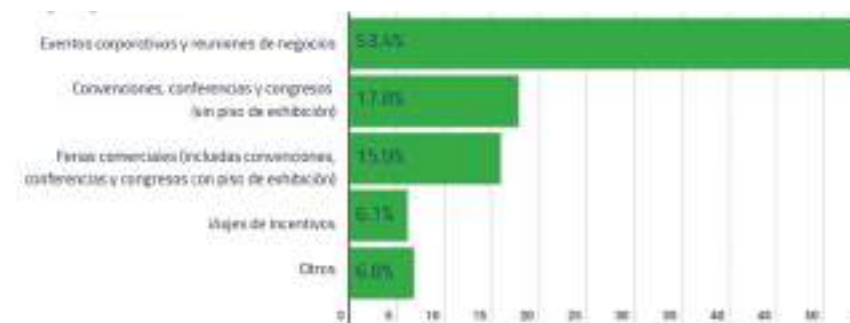
Los eventos de la industria de reuniones (MICE) incluyen convenciones, conferencias, congresos, eventos gubernamentales, ferias y exhibiciones, viajes de incentivos y eventos corporativos / de negocios y conocimiento.

Se excluyen actividades sociales (recepciones de bodas, fiestas, etc.), actividades educativas formales establecidas permanentemente (educación primaria, secundaria o universitaria), actividades puramente recreativas (como conciertos y espectáculos de cualquier tipo) o manifestaciones de campañas políticas.

## Distribución por segmentos MICE

Dentro del análisis global se estima una distribución por segmento acorde a la Fig. 3 dicha proporción es escalable a nivel nacional.

**Fig. 3 - Segmentos MICE.**



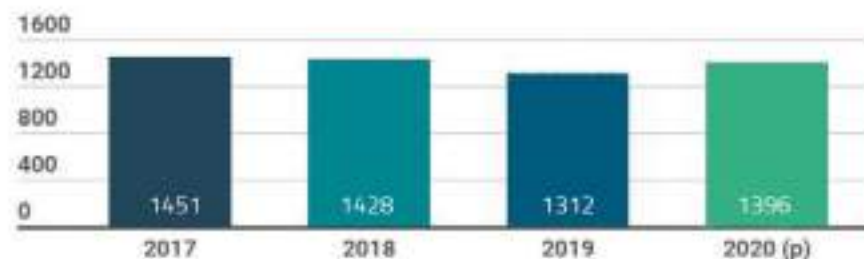
Fuente: Oxford Economics

## Reuniones ICCA identificadas para el 2020

La oficina para América Latina y el Caribe de la International Congress and Convention Association (ICCA por sus siglas en inglés) pone a disposición de sus miembros este informe de impacto para el cual se auditaron **1396 reuniones consideradas por ICCA** (Congresos Asociativos, con más de 50 participantes, una rotación mínima entre 3 países y organizados por una asociación internacional o regional). La muestra comprende todos los eventos cuya organización fue confirmada en 2020 previo al brote de la pandemia de COVID-19 en todo el continente Latino Americano y del Caribe (de México a Argentina).

La información ha sido obtenida en base a los datos proporcionados por los referentes de los destinos del continente y el equipo técnico de la oficina regional. El análisis de la muestra fue efectuado por el equipo técnico pudiendo existir eventos que no hayan sido detectados para este reporte.

**Fig. 5 - Evolución de reuniones ICCA en América Latina y el Caribe 2017 -2020.**



Fuente: Base de datos ICCA, reporte de Organismos de promoción turística de América Latina

En enero de 2020 la proyección de reuniones confirmadas para la región estimaba el cumplimiento del promedio de crecimiento esperado en base a los años anteriores como indica la Fig. 5.

Del total de las 1396 identificadas el método de auditoria consistió en el chequeo de cada uno de los sitios web oficiales correspondientes a cada evento más la notificación directa de los organizadores en caso de haberla obtenido vía email.



## Distribución Temporal

Dada la proyección estimada a inicio de enero de 2020 dentro del primer semestre se concentraban el 45.7% de las reuniones, mostrando un crecimiento del 9% en comparación al promedio histórico entre los años 2017 - 2019.

Los meses que concentraban la mayor cantidad de reuniones dentro del primer semestre fueron **marzo y junio** alcanzando conjuntamente el 23% del total de los eventos acorde a la Fig. 6.

**Fig. 6 - Distribución mensual año 2020 de reuniones ICCA en América Latina y el Caribe previo a impacto por COVID-19.**



Fuente: Base de datos ICCA, reporte de Organismos de promoción turística de América Latina

## Reuniones ICCA afectadas

El primer caso de COVID19 dentro del continente fue reportado el 26-02-2020 en Brasil, iniciando una alerta continental, consolidando el cierre total de fronteras de todos los países de la región e inicio de distanciamiento social. Dichas medidas impactaron directamente en la realización del 52.5% de las reuniones que estaban **programadas desde marzo hasta septiembre**, al momento de iniciada la toma de muestra (primera semana de abril).

Nuestra oficina ha realizado actualizaciones semanales y al cierre de noviembre el impacto directo estimado ha incrementado el número de reuniones afectadas, incluyendo reuniones que inicialmente fueron postergadas dentro del mismo año, alcanzando un **85.8% de las reuniones programadas para 2020** (Fig.7). Se debe tomar en cuenta que no todas las reuniones de marzo fueron directamente afectadas (8%), algunas pudieron ser realizadas a inicio de marzo (4%).

**Fig. 7 - Evolución eventos asociativos ICCA 2020 afectados por COVID-19. Periodo marzo/diciembre.**



Fuente: Base de datos ICCA, reporte de Organismos de promoción turística de América Latina

## Comportamiento de reuniones afectadas

Dentro del **52.5% de los congresos afectados, nuestro equipo técnico pudo detectar 3 variables de comportamiento predominantes a inicios de abril** (Fig. 8) en base a las medidas tomadas por cada organización luego del brote de COVID-19.



Con el avance de las semanas nuevas variables se han incorporado al comportamiento, incluyendo la realización de eventos 100% virtuales y un aumento significativo de los eventos reprogramados para 2021 manteniendo el destino sede de 2020.

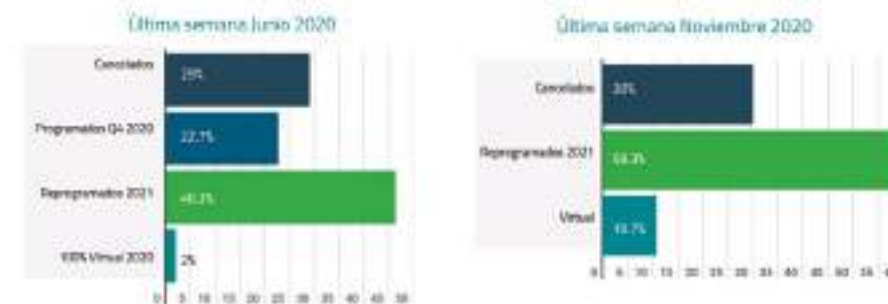
**Fig. 8 - Comportamiento eventos.**



Fuente: Base de datos ICCA, reporte de Organismos de promoción turística de América Latina

En la última actualización de la muestra de eventos afectados (Fig.9) dentro de los reprogramados para el próximo año 2021 (59.3%) se detecta una tendencia a que el 96% del total están considerando la incorporación de un componente híbrido dentro de sus reuniones a efectos de estar preparados para la disminución de participantes que puedan visitar el destino seleccionado de forma presencial.

**Fig. 9 - Comportamiento eventos afectados.**



Fuente: Base de datos ICCA, reporte de Organismos de promoción turística de América Latina

Dentro del **59.3% de eventos reprogramados para 2021** encontramos que un **44.6%** han programado su organización principalmente entre **agosto, setiembre, octubre y noviembre**. Un total de **10.7% de los eventos se realizaron en formato virtual** durante 2020.

El **82% de los eventos cancelados en 2020** comprenden una **rotación mundial**.

Se observa que dentro del total de reuniones reprogramadas para 2021 (59.3%) existe un 12.7% de reuniones, principalmente de rotación mundial, las cuales han iniciado un proceso de renegociación con la finalidad de reprogramar nuevamente su evento dándole prioridad a su próximo destino 2022, particularmente si su siguiente año de rotación se concentra en Europa o Asia, o a la ejecución de un nuevo proceso de licitación modificado dejando al destino original para el cierre del ciclo de sedes ya confirmadas dentro del periodo de rotación estipulado.

## Impacto Económico

El impacto económico (Fig. 10) a nivel regional se puede estimar en base a la suposición de que **30% de los congresos han sido cancelados, 59.3% han sido pospuestos para el 2021 y 10.7% han sido organizados de forma virtual** impactando directamente en los ingresos de 2020. El cálculo promedio se estima en un gasto por participante por día de **USD 420 (cuatrocientos veinte dólares americanos)**.

## Cantidad de participantes reuniones ICCA

La proyección estimada para 2020 en lo que refiere a participantes extranjeros por motivo de reuniones asociativas (congresos) se aproximaba a **628.200** antes del brote de COVID-19.

Luego de la extensión y endurecimiento de la aplicación de normas de contención adoptadas por los países afectados por COVID19 la proyección estima a finales de noviembre una **reducción del 85% (533.970) en la cantidad de pasajeros** que se esperaban recibir este año. Solamente el 15% de los eventos programados en 2020 lograron realizarse dentro del periodo (enero-febrero- marzo).



Fig. 10 - Impacto económico.



Fuente: Base de datos ICCA, reporte de Organismos de promoción turística de América Latina

Es importante destacar que esta métrica es un estimativo y comprende solamente el segmento MICE de Congresos Internacionales bajo los parámetros ICCA, ver Fig.3: distribución de segmentos.

Del resto de los ingresos que están comprendidos en la figura 1 dentro de la página 4 no existen datos concretos que permitan establecer una métrica en tiempo real, debido a la naturaleza no itinerante de dichos negocios, pero debe considerarse que a partir del cierre de fronteras en el 100% de los destinos turísticos del mundo, según la OMT, las corporaciones tomaron la medida de cancelar en su totalidad sus reuniones ya que su motivo principal se centra en la estrategia de posicionamiento y ventas, sin posibilidad de viajes, este segmento puede continuar con sus operaciones utilizando otras vías alternativas ya que la cancelación de sus eventos no impactan directamente en el ingreso líquido grueso de la compañía. Ferias y viajes de incentivos dependen naturalmente de que el sector corporativo este en actividad. El Sector de eventos gubernamentales también detuvo todas sus actividades presenciales hasta nuevo aviso.

Por lo tanto, las pérdidas dentro del segmento MICE al día de la fecha impactan en un estimado del **90% del total de los puestos de trabajos directos (10.3 millones)** y en un **85% de la generación de ingresos estimada en 2.5 billones de dólares** a nivel global.



## Distribución por país impacto económico eventos ICCA

Fig. 11 - Impacto económico por destino 2020.

País	Estimado ingresos USD por congresos ICCA	Estimado pérdidas USD por congresos ICCA afectados
México	179,760,000	152,796,000
Brazil	179,284,560	152,391,876
Argentina	147,922,320	125,733,972
Colombia	108,544,800	92,263,080
Chile	98,919,025	84,081,171
Perú	76,675,200	65,173,920
Uruguay	38,251,920	35,514,132
Costa Rica	35,456,400	30,137,940
Panamá	31,775,520	27,009,192
Ecuador	30,724,142	26,115,520
Paraguay	29,942,640	25,451,244
República Dominicana	23,301,600	19,806,360
Bolivia	19,941,600	16,950,360
Guatemala	12,672,240	10,771,404
Cuba	11,403,840	9,693,264
El Salvador	11,250,960	9,563,316
Puerto Rico	10,049,760	8,542,296
Nicaragua	5,360,880	4,556,748
Honduras	4,138,840	3,518,014

Fuente: Base de datos ICCA, reporte de Organismos de promoción turística de América Latina



## Impacto en empleo directo

Se estima que los eventos MICE generan un estimado de USD 621.4 mil millones de PIB directo y más de 10.3 millones de empleos directos a nivel global.

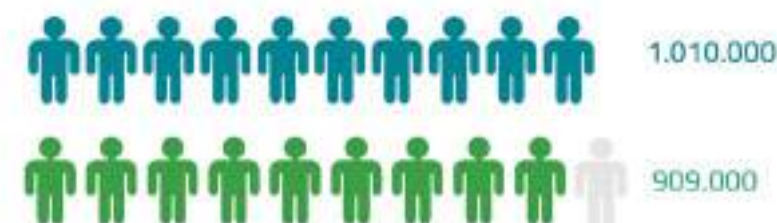
Los eventos MICE en Latino América generan un estimado de USD 20.6 mil millones en PIB directo, lo que representa el 3.3% del PIB mundial de eventos MICE, responsable de la generación de aproximadamente 1.010.000 de empleos directos (ver definición en pág.3).

En América Latina la alta afectación en los empleos directamente vinculados al segmento MICE se puede dar en base al despido de empleados, causa del cierre de operaciones o al envío al seguro de desempleo, dependiendo del marco legal de cada país.

Se estima que al cierre del mes de noviembre el **90% de los empleos directos vinculados al segmento MICE se encuentran** afectados por algunos de estos factores (Fig. 12)

Tomar en cuenta que esto no comprende todo el espectro de empleados que están vinculados a otras partes de la cadena de servicios turísticos, el número es el estimado de empleos directamente relacionado al MICE específicamente.

Fig. 12 - Impacto en empleo directo.



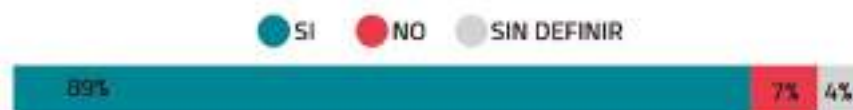
Fuente: Oxford Economics

## Visión de Asociaciones internacionales

En el marco del impacto causado por la pandemia, hemos realizado un **monitoreo permanente** con cuestionarios dirigidos a **Presidentes de Asociaciones académicas internacionales y regionales** comprendidas desde México a Argentina. En la muestra hemos cotejado más de **625 entidades** que amablemente han compartido sus opiniones a efectos de que podamos comprender el lado del cliente que es fundamental para la reactivación de todas nuestras actividades.

## Manual de candidatura

¿Debido a la situación generada por el COVID-19, su Asociación ha considerado modificar su manual de solicitud de candidatura?



La incorporación de modificaciones en los procesos de solicitud de candidatura ha incrementado sustancialmente en referencia a la encuesta realizada a inicios de abril. Esto indica una tendencia adoptada por el cliente que está en proceso de modificar o ya modificó su modelo de negocio incorporando los nuevos factores de cuidado sanitario e implementación de los elementos necesarios del punto de vista de protocolos y tecnología.



## Eventos 2021

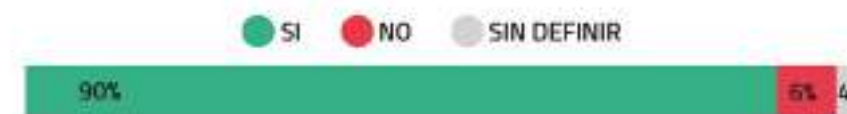
En caso de haber tomado la decisión de postergar la organización de sus eventos para el 2021. ¿Qué sucederá con la organización de los eventos que ya estaban pactados para ese año con destinos confirmados?



Tomando en cuenta que al momento estimamos que el 59.3% de los eventos asociativos dentro en la muestra general (1396) han sido reprogramados para 2021 manteniendo el destino sede seleccionado para 2020, hemos consultado al cliente sobre la decisión de la Junta Directiva frente al calendario de eventos ya preprogramados, dado a que la captación de eventos es un esfuerzo a mediano o largo plazo. La confirmación del efecto de arrastre generado por la reprogramación de eventos no es un dato menor ya que esto afectara en cadena a todos los eventos ya programados para los próximos años.

## Respuesta Sanitaria del Destino

¿Afectaría la selección del destino sede en base a su capacidad de respuesta sanitaria?



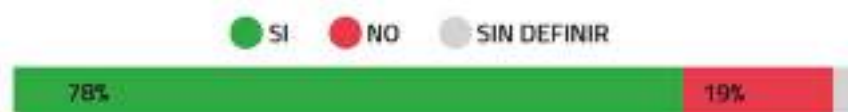
La respuesta sanitaria del destino ha cobrado un factor vital para la selección futura de destinos sedes de eventos, este requisito previo al COVID-19 no era un factor de alta relevancia.

Evidentemente los destinos que estén preparados para dar una buena respuesta sanitaria deberán utilizar este elemento como valor agregado dentro de su propuesta.

También la comunicación efectiva dentro de la cadena de servicios para la implementación de protocolos de distanciamiento social y fiscalización pertinente a efectos de poder brindar la percepción de seguridad necesaria a la que el cliente apunta.

## Evento Híbrido

Dada la coyuntura actual. ¿Ha pensado en realizar su evento de forma híbrida o 100% virtual?



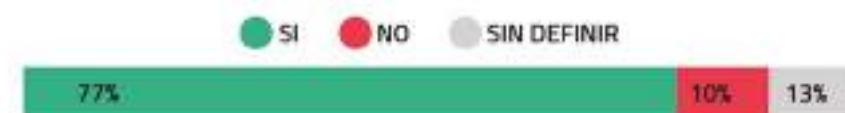
Con el pasar de los meses, la mayoría de los clientes han comprendido la necesidad de la incorporación de nuevos formatos para sus reuniones ya que la consecuencia de no hacerlo impactaría de forma significativa en los ingresos de la entidad. A medida que los proveedores, en su mayoría Organizadores Profesionales de Congresos (OPCs), han logrado explicar e incorporar la utilización de tecnologías, el cliente demuestra una tendencia muy alta para la realización de eventos con formato híbrido durante 2021.

Al momento de la mayoría de los eventos reprogramados para 2021 ya incorpora el elemento híbrido con la finalidad de cautivar al público que no podrá viajar debido a posibles restricciones de movilidad o de carácter económico. 10% han decidido por organizar su encuentro de forma 100% virtual, un gran porcentaje todavía demuestra una resistencia, la cual denota la necesidad de continuar adaptando nuestros modelos de negocios en base a las necesidades y posibilidades del mercado.



## Protocolo COVID-19 en evento

¿Está su asociación pensando en aplicar protocolos propios a pesar del establecido por el gobierno del destino seleccionado durante la organización de futuros eventos?



La importancia de esta pregunta radica en la realidad de que el cliente está en proceso de incorporar protocolos de seguridad adicionales y dado el rango de respuestas se puede identificar una amplia tendencia a delegar la labor de la aplicación de estas medidas a un OPC.

Aquí radica la importancia de la cooperación Publico-Privada y Privada-Privada a efectos de crear o potenciar programas de capacitación dentro de toda la cadena de servicios complementando con la correcta fiscalización. Los clientes marcan una fuerte tendencia a confiar más rápidamente en los destinos que sean capaces de mostrar este desarrollo.



## Aperturas & Protocolos situación global

### Alemania

Alemania está extendiendo su cierre parcial hasta al menos el 10 de enero. Los bares, teatros, gimnasios, salones de manicura y otras instalaciones de ocio permanecen cerrados, y los restaurantes solo pueden ofrecer comida para llevar. Las reuniones públicas están limitadas a 5 personas.

Previamente, el 15 de septiembre, el gobierno de Alemania declaró que las ferias comerciales eran "esenciales" y las excluyó de su prohibición de reuniones masivas que ha estado en vigor desde mayo. La información de viaje más reciente se puede encontrar aquí.

### Australia

Este país ha aflojado lentamente los bloqueos desde que su gobierno anunció un plan de tres etapas en mayo para aliviar las restricciones. Melbourne, que ha estado bajo estricto bloqueo desde julio, flexibilizó las reglas a partir del 27 de octubre. Se permitió la reapertura de restaurantes, cafés y bares, y se pudieron reanudar los deportes de contacto al aire libre. El 8 de noviembre, los residentes de Melbourne ya no podían viajar a menos de 16 millas de sus hogares. A partir del 23 de noviembre, las máscaras faciales no son obligatorias en situaciones al aire libre donde es posible el distanciamiento físico y los espacios pueden albergar hasta 300 personas, en instalaciones cerradas el aforo es de hasta 150 personas cumpliendo con todas las medidas de bioseguridad. En el resto del país, las reuniones públicas van desde 20 personas en Nueva Gales del Sur hasta 50 en Queensland, y en Tasmania se permiten hasta 350 personas en espacios cerrados y 1.000 personas al aire libre. Mientras tanto, el Centro Internacional de Convenciones de Sydney recibió la aprobación del Departamento de Salud de Nueva Gales del Sur para realizar eventos corporativos y conferencias para hasta 1.500 personas. Las reuniones deben cumplir con la guía de funcionamiento del recinto, con una persona por cada cuatro metros cuadrados y no más de 300 personas por sala.

Protocolo: <https://www.pm.gov.au/sites/default/files/files/covid-safe-australia-roadmap.pdf>



### Austria

Austria ha comenzado a aliviar el bloqueo que comenzó el 17 de noviembre. Sin embargo, varias restricciones de Covid-19 aún permanecen en vigor, incluido un toque de queda a partir de las 8 p.m. hasta las 6 a.m. Los eventos y exposiciones están prohibidos por el momento. Los hoteles solo pueden atender a los viajeros de negocios esenciales, mientras que los bares y restaurantes solo pueden ofrecer servicio de comida para llevar y entrega a domicilio. Se espera que las restricciones permanezcan vigentes hasta al menos el 6 de enero. Las últimas actualizaciones de reapertura se pueden encontrar en el portal de viajes de Austria.

### Bélgica

Bélgica entró en un segundo bloqueo el 2 de noviembre, que se espera que dure hasta el 13 de diciembre. Durante este tiempo, las tiendas y negocios no esenciales deben cerrar. Se anima a los empleados a trabajar desde casa y las reuniones públicas están limitadas a un máximo de cuatro personas. Los bares y restaurantes, que habían recibido la orden de cerrar durante un mes el 7 de octubre, permanecerán cerrados mientras dure el cierre. A medida que los casos comenzaron a aumentar después de la reapertura, los líderes del país promulgaron una regla que exige el uso de máscaras en las tiendas y en el transporte público, y los residentes que regresan de las vacaciones deben notificar a las autoridades belgas 48 horas antes de su llegada.

### Canadá

La frontera entre Canadá y Estados Unidos permanecerá cerrada hasta al menos el 21 de enero. La provincia de Ontario, que incluye a Toronto, entró en un cierre de 28 días el 23 de noviembre. Los restaurantes pueden seguir ofreciendo servicio de comida para llevar y entrega a domicilio. Todos los gimnasios, instalaciones recreativas y servicios de cuidado personal permanecerán cerrados. También se ordenó el cierre temporal de los espacios para reuniones y eventos. Los negocios esenciales están restringidos al 50 por ciento de su capacidad. Se recomienda encarecidamente a los residentes que se queden en casa, a excepción de las compras, las citas médicas, el trabajo y la escuela.



### **China**

El primer país afectado por COVID-19, China ha reabierto su economía, priorizando su sector manufacturero y expandiéndose gradualmente con la reapertura de parques temáticos, hoteles y otras atracciones que regresan, más recientemente cines y parques acuáticos.

### **Costa Rica**

A partir del 1 de septiembre, los viajeros estadounidenses podrán volver a visitar el país, siempre que sean residentes de Nueva York, Nueva Jersey, Nueva Hampshire, Maine, Vermont o Connecticut. Se espera que se agreguen más estados. Previamente, el 1 de agosto, Costa Rica reabrió sus fronteras a los residentes de la Unión Europea, Reino Unido, Canadá, Uruguay, Japón, Corea del Sur, Tailandia, Singapur, China, Australia y Nueva Zelanda.

### **Dinamarca**

Los viajeros de todos los países de la UE, excepto seis, ahora pueden ingresar al país, siempre que reserven durante al menos seis noches, pero deben ponerse en cuarentena si provienen de una ciudad de más de 750,000 personas. Los visitantes de Suecia todavía están prohibidos. Después de imponer un bloqueo a nivel nacional, Dinamarca comenzó a flexibilizar sus restricciones, reabrió centros comerciales el 11 de mayo, restaurantes y cafés el 18 de mayo y permitió deportes al aire libre sin espectadores. Se permiten reuniones de hasta 10 personas, y se espera que las reuniones más grandes estén prohibidas hasta al menos agosto.

### **Emiratos Árabes Unidos**

El 1 de octubre, Dubai permitirá nuevamente que se celebren reuniones internacionales en la ciudad. El Departamento de Marketing de Turismo y Comercio del destino publicó pautas para la realización segura de eventos empresariales, incluidas las precauciones que deben tomar los viajeros en sus vuelos, en el aeropuerto, en sus hoteles y mientras participan en el evento en sí. Anteriormente, el 7 de julio, Dubai había dado la bienvenida a sus primeros turistas internacionales desde la primera ola de COVID-19. Los líderes de la ciudad enfatizaron que las múltiples medidas de salud y seguridad implementadas en todo el destino han ayudado a posicionarlo como un destino seguro y atractivo a medida que los visitantes reanudan sus viajes con cautela. Dubai ya ha reabierto sus gimnasios, teatros y tiendas minoristas, y los ciudadanos y residentes ahora pueden viajar



supervisados. El 24 de junio, el Departamento de Cultura y Turismo de Abu Dabi reabrió varios de los sitios culturales del destino a los turistas, siguiendo estrictas pautas de salud y seguridad. Estos incluyen el Louvre Abu Dhabi, Qasr Al Hosn y la exposición de la Fundación Cultural y el estudio Artists in Residence. También reabrirán las áreas al aire libre de Al Ain Oasis, Qasr Al Muwajji, Al Jahili Fort y Al Ain Palace Museum. La organización también ha introducido una iniciativa de higiene y seguridad en todo el destino, denominada programa Go Safe Certification.

### **España**

El estado de emergencia, que fue declarado el 25 de octubre, ha sido prorrogado hasta el 9 de mayo por el Parlamento español. Está en vigor un toque de queda a nivel nacional, a partir de las 11 p.m. hasta las 6 a.m., con algunas excepciones para ir al trabajo, comprar medicamentos y cuidar a los miembros de la familia mayores y jóvenes. Los líderes regionales tendrán la capacidad de modificar el toque de queda, cerrar las fronteras regionales para viajar y limitar las reuniones a no más de seis personas de diferentes hogares.

El 8 de septiembre, España se convirtió en el primer país europeo en superar los 500.000 casos de Covid-19, por lo que los líderes del país han detenido algunos de sus planes de reapertura, cerrando clubes y bares nocturnos, mientras prohíben beber y fumar al aire libre en varias regiones, así como ampliar el mandato de llevar máscaras más allá del transporte público.

### **Estados Unidos**

Los casos de Covid-19 continúan aumentando en los Estados Unidos. En respuesta, muchos estados están tomando medidas para retrasar o revertir sus planes de reapertura.

Nevada está extendiendo una pausa en todo el estado hasta el 15 de enero. Los casinos, restaurantes y bares continuarán limitados al 25 por ciento de su capacidad y las restricciones permanecerán vigentes. En el estado de Washington, el gobernador Jay Inslee anunció una extensión para las restricciones Covid-19 hasta el 4 de enero. Están prohibidas las reuniones de negocios y cenas bajo techo en los centros de convenciones, hoteles y lugares para eventos.

Mientras tanto, la ciudad de Nueva York ha prohibido las comidas en espacios cerrados desde el 14 de diciembre.

### **Finlandia**

Después de levantar las restricciones fronterizas para varios países de la UE el 13 de julio, este país escandinavo ha vuelto a imponer restricciones de viaje.

Debido al aumento de casos, los viajeros provenientes de Islandia, Grecia, Malta, Alemania, Noruega, Dinamarca, Irlanda, Chipre, San Marino y Japón se limitarán a viajes esenciales a partir del 24 de agosto, y las personas que regresen de esos países deberán ponerse en cuarentena durante 14 días.

Se permiten eventos públicos en espacios cerrados y exteriores con menos de 50 asistentes. Se permiten reuniones hasta 500 asistentes si se garantiza el distanciamiento social.

### **Francia**

Francia ahora está suavizando gradualmente las restricciones, luego de un bloqueo nacional de un mes. Se permitió que las tiendas reabrieran el 28 de noviembre y el cierre se levantó el 15 de diciembre. Los cines, museos y teatros ahora pueden reabrir, pero los residentes deben respetar el toque de queda a partir de las 8 p.m. hasta las 6 a.m. Se prohíben las grandes reuniones. Los restaurantes permanecerán cerrados hasta el 20 de enero. Aún no se ha fijado una fecha para la reapertura de los bares. Las últimas actualizaciones se pueden encontrar aquí. Anteriormente, las restricciones variaban según la zona de la ciudad. En las áreas etiquetadas como "zona de alerta", las reuniones se limitaron a no más de 30 personas. Para las zonas de alerta máxima, las reuniones públicas se limitaron a 10 personas o menos.

### **Grecia**

Se ha extendido un cierre nacional hasta el 7 de enero. Durante este tiempo, se anima a las personas a quedarse en casa. Quienes se vayan por motivos laborales, de ejercicio o médicos deberán enviar un mensaje de texto a las autoridades. Toque de queda diario a partir de las 10 p.m. a las 5 a.m. Los restaurantes solo pueden ofrecer servicio de entrega a domicilio y se han suspendido las reuniones públicas. Cualquier persona que viaje a Grecia desde el extranjero debe presentar un resultado negativo en la prueba Covid-19.



### **Hong Kong**

Hong Kong y Singapur han retrasado hasta 2021 sus planes de entrar en una burbuja de transporte aéreo, lo que habría permitido a los viajeros entre las ciudades evitar una cuarentena al presentar una prueba de Covid-19 negativa antes de partir, al momento de la llegada y antes de regresar. El aumento de casos en Hong Kong ha retrasado el programa.

La Oficina de Turismo de Hong Kong está desarrollando protocolos estandarizados de higiene y anti-epidemia para las industrias relacionadas con el turismo. Las nuevas pautas, que se están desarrollando en asociación con la Agencia de Garantía de Calidad de Hong Kong, tienen como objetivo aumentar la confianza de los visitantes al viajar a la región. Más de 1.800 empresas han expresado interés en los protocolos. A los restaurantes se les ha permitido reabrir, siempre que recojan "declaraciones de salud" en la puerta y se mantenga distanciamiento de 2.5 metros entre las mesas, con una ocupación no mayor al 50 por ciento.

### **Irlanda**

El bloqueo de seis semanas en Irlanda terminó el 1 de diciembre. El país ahora ha pasado al nivel tres de sus restricciones de cinco niveles. No se permiten reuniones organizadas en espacios cerrados. Pueden tener lugar reuniones organizadas al aire libre de hasta 15 personas.

### **Italia**

El estado de emergencia en Italia se ha extendido hasta el 31 de enero de 2021. Un toque de queda nacional a partir de las 10 p.m. a las 5 a.m. permanece vigente en todo el país. Las restricciones adicionales de Covid-19 varían según la región en base a un sistema de tres niveles, que se introdujo el 3 de noviembre. En las áreas de la "zona amarilla", los restaurantes y bares pueden recibir público, pero deben cerrar a las 6 p.m. En las áreas de la "zona naranja", los restaurantes solo pueden ofrecer servicio de comida para llevar hasta las 10 p.m., aunque la entrega de alimentos puede continuar después de esta hora. Está prohibido viajar entre regiones y ciudades a menos que sea por motivos de trabajo, estudio o salud. Las regiones en la "zona roja" deben seguir todas las restricciones anteriores. Además, se han cerrado tiendas no esenciales y los residentes deben limitar los viajes dentro de sus ciudades.

### **Jamaica**

El 15 de junio, el país comenzó a recibir visitantes internacionales, realizando exámenes de salud en el lugar en el Aeropuerto Internacional Sangster en Montego Bay. El gobierno de Jamaica había anunciado previamente un plan de recuperación de cinco puntos que escalonará la reapertura de sus atracciones. Se requiere que cada hotel designe una "persona de contacto de seguridad COVID- 19" que realice controles al azar. Los restaurantes están abiertos al 70 por ciento de su capacidad y se permiten reuniones de hasta 10 personas.

### **Japón**

Japón actualmente rechaza la entrada a personas no japonesas que hayan estado en cualquiera de más de 100 países de todo el mundo en los últimos 14 días, incluidos Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Singapur, Malasia, Indonesia, Tailandia, Vietnam, Filipinas, Corea del Sur, China y la mayoría de los países europeos (incluido el Reino Unido), excepto en circunstancias especiales. Todas las restricciones a los viajes entre las prefecturas se levantaron el 19 de junio. Sin embargo, el aumento de las infecciones ha llevado a las prefecturas de Okinawa y Aichi a declarar estados de emergencia nuevamente.

Desde mediados de mayo, las atracciones y los negocios han comenzado a reabrir, y Tokio ahora pasa a la etapa final, lo que permite reabrir los lugares de entretenimiento y recreación y permite eventos públicos de hasta 1,000 personas. El 3 de junio, la Oficina de Turismo y Convenciones de Osaka publicó sus "Directrices para organizadores de eventos MICE para el control de enfermedades infecciosas", que proporcionan una lista de verificación detallada para los planificadores de reuniones antes, durante y después del evento. Estas medidas incluyen "preparación colaborativa con lugares y empresas asociadas", "evitar entornos de contacto cercano" (completo con diseño de muestra) y más.

### **México**

Las autoridades mexicanas han extendido el cierre de la frontera terrestre entre Estados Unidos y México hasta al menos el 21 de enero. La mayoría de los destinos turísticos del país han reabierto a los visitantes, con algunas restricciones. El estado de Quintana Roo comenzó a implementar los estándares de salud y seguridad "Safe Travels" del WTTC para empresas relacionadas con el turismo, incluidos hoteles, restaurantes, bares y empresas de turismo, requiriendo que las empresas reciban una certificación que indique que han cumplido con estos



estándares antes de reabrir. Las playas en el estado están actualmente cerradas para todos menos los huéspedes del resort. Los Cabos reabrió a los turistas el 15 de junio y ha estado siguiendo su plan "Una forma más segura de escapar", con pautas y certificaciones para todo el destino, y una asociación con el programa Protek Destination Assurance de Intertek Cristal.

La Ciudad de México continúa reabriendo, ya que ahora se permite abrir negocios que incluyen bares, cines, piscinas públicas y museos, a pesar de un aumento en los casos.

### **Noruega**

A medida que han aumentado los casos en toda Europa, Noruega ha introducido requisitos a los viajeros que lleguen de Gran Bretaña, Austria, Grecia e Irlanda, así como de la ciudad de Copenhague, los cuales deben permanecer en cuarentena durante 10 días. El 7 de mayo, el límite para el tamaño de reuniones se incrementó de un máximo de cinco a 20, siempre que los individuos permanecieran separados por al menos 2.5 metros.

Ahora se permiten eventos de hasta 200 participantes en lugares públicos, y la mayoría de los negocios (incluidos gimnasios, parques acuáticos y bares) están nuevamente abiertos.

### **Nueva Zelanda**

Después de promulgar algunas de las medidas de bloqueo más estrictas del mundo, Nueva Zelanda había levantado las restricciones el 8 de junio y continuó informando más de 100 días sin transmisión comunitaria del virus. Pero un reciente resurgimiento de casos ha llevado a los funcionarios a elevar Auckland al nivel de alerta 3, restringiendo la forma en que las empresas interactúan con los clientes y limitando las reuniones a 10 personas o menos, mientras que el resto del país permanece en el nivel de alerta 2, lo que permite reuniones de hasta 100 personas. Se mantendrán las medidas de distanciamiento físico y los estrictos controles fronterizos. El 3 de junio, la primera ministra Jacinda Ardern anunció que cuando el país baje al nivel de alerta 1, todas las restricciones actuales sobre negocios y reuniones se levantarán esencialmente.

### **Países Bajos**

Holanda entró en un bloqueo de cinco semanas hasta el 19 de enero. Se ordenó el cierre de todas las tiendas no esenciales, junto con museos, teatros y salones. Los bares y restaurantes solo pueden servir comida para llevar y deben cerrar a las 10 p.m. Las reuniones de negocios están restringidas a no más de 100 personas.

### **Portugal**

El estado de emergencia se ha extendido hasta al menos el 23 de diciembre. El país se ha dividido en cuatro niveles de riesgo, cada uno con sus propias restricciones. El nivel más bajo para áreas de "riesgo moderado" permite bodas y bautizos de hasta 50 personas. Todos los demás eventos no pueden exceder de cinco personas, a menos que los invitados sean todos del mismo hogar. Los municipios con riesgo "muy alto y extremadamente alto" deben seguir el más alto nivel de restricciones, incluido un toque de queda a partir de las 11 p.m. a las 5 a. m. de lunes a viernes y a la 1 p. m. a las 5 a.m. los fines de semana. Los eventos con más de cinco personas de diferentes hogares están prohibidos en estas áreas.

### **Reino Unido**

Inglaterra culminó con su bloqueo de 6 semanas el 2 de diciembre y ha sido reemplazado por un sistema de restricciones de tres niveles que varían según el riesgo local de Covid-19. Londres se colocó bajo el nivel más estricto de restricciones el 16 de diciembre. Bajo el nivel tres, los eventos de grandes empresas no están permitidos y los residentes tienen prohibido reunirse en espacios cerrados y en la mayoría de los entornos al aire libre con cualquier persona fuera de sus hogares. El nivel dos permite eventos de negocios al 50 por ciento de la capacidad de un lugar, con no más de 2,000 personas al aire libre y 1,000 personas adentro. En el nivel uno, los lugares para eventos pueden albergar reuniones al 50 por ciento de su capacidad, con un máximo de 4.000 personas al aire libre y 1.000 personas en interiores. Se pueden celebrar reuniones privadas en espacios cerrados y exteriores para hasta seis personas.

Las restricciones en restaurantes, bares, hoteles y lugares de entretenimiento también varían según el nivel. En todos los niveles, las personas deben usar máscaras faciales en la mayoría de los entornos públicos y espacios cerrados a menos que tengan una exención. Aquellos que regresan al Reino Unido deben permanecer en cuarentena durante 14 días al volver a ingresar.



### **República Checa**

La República Checa ha pasado al nivel cuatro de su marco de coronavirus de cinco niveles, que incluye un toque de queda a partir de las 11 p.m. hasta las 5 a.m. Todas las reuniones públicas están limitadas a seis personas. Los restaurantes solo pueden ofrecer comida para llevar, mientras que los museos y galerías permanecen cerradas.

### **República Dominicana**

El 26 de agosto, República Dominicana dio a conocer un nuevo plan para fomentar el turismo y garantizar la salud y seguridad de visitantes y residentes. A fines de septiembre, se instauró un procedimiento de pruebas Covid-19 aleatorias para todos los pasajeros que visiten ese destino reemplazando la prueba Covid-19 negativa requerida para ingresar. Los huéspedes de hotel reciben la cobertura de seguro temporal y complementaria para emergencias, telemedicina y más. El distanciamiento social y el uso de máscaras son actualmente necesarios para todos los viajeros.

### **Singapur**

Singapur ha anunciado Connect@Singapore, un plan para permitir la entrada al país de un número limitado de viajeros de negocios, oficiales y de alto valor económico como parte de una nueva ruta de viaje que estará abierta a todos los países. Las solicitudes se abrirán a mediados de enero y los primeros viajeros serán recibidos más tarde ese mes. El programa solo permite estancias de hasta 14 días. Los visitantes deben aceptar tomar múltiples pruebas Covid-19 antes y durante sus estadías. Además, todos los viajeros se alojarán en instalaciones especiales de "burbujas".

Una burbuja de viajes aéreos con Hong Kong, que debía comenzar el 22 de noviembre, se retrasó hasta 2021. La burbuja habría permitido a los visitantes que viajaban entre las ciudades en avión presentar una prueba Covid-19 negativa previo a la partida, al momento de la llegada y antes de partir para evitar la cuarentena.

Actualmente, la Junta de Turismo de Singapur permite eventos de negocios de hasta 250 personas, con el permiso de la junta y siguiendo medidas específicas de mitigación de riesgos. Los asistentes deben estar distribuidos en cinco zonas de 50 personas cada una. Singapur pasará a la fase 3 de reapertura el 28 de di-



ciembre. El STB ha lanzado la iniciativa SG Clean para auditar las prácticas de saneamiento de todo tipo de instalaciones; aquellos que implementen las medidas obtendrán una certificación del STB.

#### **Suecia**

Suecia inició con la puesta en efecto de restricciones de coronavirus más estrictas hasta la fecha. A partir del 24 de noviembre, prohibieron las reuniones de más de ocho personas. Extendiendo la medida hasta el 6 de diciembre. A diferencia de otros países de la región, el gobierno sueco evitó un cierre significativo, dejando abiertas tiendas, restaurantes y bares y pidiendo a los ciudadanos que voluntariamente se mantengan alejados unos de otros. Se permiten reuniones de hasta 50 personas.

#### **Suiza**

El 15 de junio, Suiza abrió sus fronteras con Austria, Francia y Alemania. Uno de los primeros países en prohibir grandes eventos y entre los primeros países en ver un reflujo en nuevos casos, Suiza comenzó a flexibilizar sus restricciones de bloqueo antes de lo esperado. Se permitió que los bares y restaurantes reabrieran el 11 de mayo en lugar del 8 de junio, como se planeó originalmente.

Se permiten eventos públicos y privados de hasta 300 personas, así como “reuniones espontáneas” de hasta 30 personas.

#### **URUGUAY**

El 26-06-2020 el Ministerio de Turismo (MINTUR) inicia el plan de reactivación de un turismo seguro mediante la adopción de un estricto protocolo dirigido a la gastronomía y el hotelaría, un sello de “operador responsable”, un sistema automatizado de promoción turística para prestadores turísticos registrados y materiales de promoción para transmitir confianza a los turistas. Permitiendo la realización de eventos en establecimientos hoteleros reduciendo el aforo de los espacios para eventos al porcentaje necesario que respete las medidas de distanciamiento social descritas en dicho protocolo. El país permanece con sus fronteras cerradas exceptuando ingresos especiales hasta el 10/01/2021, para no residentes esto se extiende hasta el 1/03/2021. Se han suspendido los espectáculos públicos y actividades en espacios cerrados. Los restaurantes pueden operar cumpliendo con los protocolos de bioseguridad hasta la medianoche. Las



reuniones en espacios cerrados están limitadas a un máximo de 10 personas y en hoteles se permite en base al aforo regulado por el protocolo.

Protocolo: <https://camtur.com.uy/contenidos/protocolo-nacional-para-la-reactivacion-de-la-actividad-turistica-de-hoteleria-y-gastronomia/>

#### **INDEX Protocolos MICE en América Latina**

**ARGENTINA** - <https://drive.google.com/file/d/1KzK28w66wINGvUq9aDsrElyj-IVhN6W/view>

**CHILE** - [https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2020/08/Guia-Buenas-Practicas-Turismo-MICE\\_v2.pdf](https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2020/08/Guia-Buenas-Practicas-Turismo-MICE_v2.pdf)

**COSTA RICA** - <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/material-de-apoyo-coronavirus/protocolos-ict-sector-privado/1750-presentacion-protocolo-actividades-congresos-y-convenciones/file.html>

**ECUADOR** - [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/PROTOCOLO\\_INDUSTRIA\\_REUNIONES\\_EVENTOS\\_SOCIALES\\_FINAL.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/PROTOCOLO_INDUSTRIA_REUNIONES_EVENTOS_SOCIALES_FINAL.pdf)



## Requerimientos para considerar ante la reapertura

A inicios de junio 2020 ICCA, UFI y AIPC prepararon un documento oficial con guías que tienen como objetivo ayudar a los centros de convenciones, predios feriales, organizadores de eventos y congresos y destinos de reuniones a prepararse para una reapertura progresiva y segura de los negocios luego del brote inicial del COVID-19. Aquí destacaremos algunos aspectos de alta relevancia a considerar.



## Recomendaciones de Gestión de Riesgos COVID-19 en la reapertura

<b>1. Garantizar la seguridad individual y del personal</b>	<b>Planeación</b>	<b>Operacional</b>	<b>Post-Evento</b>
Realizar análisis de riesgo.	X	X	X
Administrar el uso de materiales de prevención (ej. proporcionar máscaras, gel desinfectante, pañuelos desechables).	X	X	X
<b>2. Habilitar el distanciamiento físico</b>	<b>Planeación</b>	<b>Operacional</b>	<b>Post-Evento</b>
Introducir barreras y marcar el piso para indicar las regulaciones de espacio para todas las filas y espacios públicos (ej. entradas, restaurantes y baños). Agregar una división o barrera transparente entre los muebles usados en la feria (ej. Mostrador o mueble de admisión, registro y servicio al cliente) y las personas.	X	X	X
Permitir amplia distancia entre stands y pasillos de circulación.	X	X	X
Usar el diseño "tipo conferencia" para eventos paralelos y así permitir el distanciamiento físico.	X	X	

<b>3. Aumentar las medidas de salud y seguridad</b>	<b>Planeación</b>	<b>Operacional</b>	<b>Post-Evento</b>
Habilitar el control de acceso y realizar exámenes de salud (ej. monitoreo unificado de temperatura).	X	X	X
Trabajar con pautas que traten/nieguen la entrada a los participantes/asistentes interesados que no pasen la prueba de detección de salud (ej. establecer áreas de aislamiento; informar al departamento local de control de enfermedades).	X	X	X
Generar prácticas habituales de limpieza, saneamiento y desinfección en las áreas de uso común.	X	X	X
Proporcionar estaciones de desinfección y lavado de manos.	X	X	X
Habilitar la política de no contacto (ej. evite darse la mano y considere saludos alternativos; fomente el pago sin contacto; planifique un espacio dedicado para el expositor y visitante para interactuar de forma segura).	X	X	X
Recintos y salas de exhibición ventiladas, así como otras instalaciones con aire acondicionado y procesos de filtración de aire.	X	X	X
Adaptar políticas frecuentes de eliminación de residuos.	X	X	X
Facilite y fomente que los expositores y organizadores tengan regímenes de limpieza y desinfección de los stands, exhibiciones y materiales promocionales (ej. sugiera que sus materiales promocionales sean electrónicos).		X	

Comunicaciones	X	X	X
Manejo de Crisis	X	X	X
Servicio de Alimentos, Bebidas y Banquetes	X	X	X
Transporte y Logística	X	X	X
Proveedores externos	X	X	X
<b>4. Implementar políticas de control de multitudes</b>	<b>Planeación</b>	<b>Operacional</b>	<b>Post-Evento</b>
Gestionar el flujo de asistentes (ej. supervisar rutas de acceso, espacio en filas y entradas; separar diferentes áreas del evento y control de acceso).	X	X	X
Adaptar el proceso de registro y gestionar la configuración para reducir el contacto en el sitio (ej. fomentar el registro en línea siempre que sea posible; imprimir credenciales/gafetes/acreditaciones/pases en casa).		X	
Gestionar y controlar el número de participantes en el piso de exhibición/espacio expositivo del recinto (ej. racionalizar/simplificar el espacio en bruto/diseños de stands y métodos de construcción para reducir el tiempo de montaje y desmontaje; permitir un plazo más largo para armado y desmontaje).	X		X
Gestionar el número de asistentes en el piso de exhibición/espacio expositivo del recinto (ej. establecer un número límite basado en el área en metros cuadrados brutos del recinto/pabellón, según lo propuesto por los gerentes de seguridad de la feria; asignar tiquetes de boletería y entradas a días y horas designadas).		X	

Gestionar y controlar la oferta de catering para permitir el distanciamiento físico y fomentar medidas de higiene adicionales (ej. mesas distanciadas y capacidades limitadas dentro de las áreas de restaurantes; evitar estaciones de servicio tipo buffet; ofrecer alimentos preenvasados).		X	
<b>5. Fomentar y hacer cumplir las medidas</b>	<b>Planeación</b>	<b>Operacional</b>	<b>Post-Evento</b>
Mostrar de forma accesible para el público las medidas y regímenes de limpieza.	X	X	X
Trabajar en un marco legal que defina claramente los deberes y responsabilidades de todas las partes interesadas involucradas.	X	X	X
Establecer y mantener comunicación directa con las autoridades locales.	X	X	X
Establecer puntos de servicio médico (ej. asistencia médica, manejo de pacientes, tratamiento y asistencia clínica, transporte y tratamiento de pacientes, gestión de residuos clínicos).	X	X	X
Establecer programas de capacitación en prevención de epidemias (ej. dominar las habilidades del uso de desinfectantes, limpieza de lugares públicos y disposición de emergencia).	X		
Verificar los detalles de registro en el sitio y, cuando corresponda, informar a las autoridades de salud sobre este proceso.	X	X	X



Monitorear nuevas fuentes de información y establecer procesos para actuar en consecuencia (ej. designe un equipo para seguir noticias locales, podcasts y practicar controles de rumores; establecer mecanismos para la prevención y control de epidemias).		X	
Crear y administrar un procedimiento para abordar las inquietudes de personas en el recinto (ej. línea directa).	X	X	X
Monitorear los movimientos de multitudes en tiempo real y establecer procesos para actuar en consecuencia (ej. utilice la tecnología para rastrear a los asistentes; pulseras; Apps de mapas de calor).		X	

Fuente: World Health Organization - Key planning recommendations for mass gatherings in the context of COVID- 19





## Aplicación de recomendaciones de Gestión de Riesgos COVID-19

**1. Considere nombrar a una persona en particular para conducir la implementación de las recomendaciones y darle a esa posición un título específico, ej. Director de Higiene, Jefe Oficial de Salud, Jefe Oficial de Control de Virus, Jefe de Control de Infecciones o Director de Riesgos.** Esto ayuda a crear estatus, enfoque y claridad, al mismo tiempo que les muestra a los clientes la importancia y el énfasis que se le da a la seguridad sanitaria y a la búsqueda de un ambiente controlado.

**2. Involucre estrechamente el área legal y de cumplimiento de su organización y donde sea necesario a los especialistas de Recursos Humanos y de IT para la aplicación de las recomendaciones,** ya que este personal le puede añadir habilidades y conocimientos fundamentales a la “posible” aplicación de las medidas.

**3. Al aplicar e implementar las recomendaciones, tenga en cuenta las medidas y orientaciones del gobierno nacional tanto como sea posible.**

**4. Mantenga informados a sus socios y otras partes interesadas sobre el uso de las recomendaciones y úselo para mantenerlos activamente comprometidos** para que puedan, como soporte apropiado, alinearse e integrarse con su marco (adopción). No solo los eventos, reuniones, congresos y ferias son testigos del rápido crecimiento de las nuevas ideas y medidas de seguridad sanitaria, desde la muy simple a la avanzada, como la iniciativa pública “All Secure Standard”. También lo son muchas otras industrias vinculadas al comercio. La hospitalidad, el transporte, los fabricantes de equipos, las empresas y las asociaciones se dedican a producir una gran cantidad de nuevos conocimientos y enfoques. Mantener informados a sus socios y partes interesadas y, cuando sea posible, alinearse, debería ayudar a colaborar y evitar el desperdicio de esfuerzo.



**5. Identifique quién, en términos de reguladores/autoridades, es el “tomador de decisiones final” en la reanudación temprana de las operaciones, e involucre a esa autoridad lo antes posible.** Antes de la crisis del COVID-19, las autoridades locales solían ejercer el mayor control sobre un recinto o evento, pero en muchos países este poder se ha elevado, aunque temporalmente, a medida que los organismos del gobierno nacional han llegado a dominar la consideración y la promulgación de nuevos requisitos de seguridad sanitaria para el COVID-19.

**6. Realice auditorías según las listas de verificación establecidas (“¿estamos haciendo las cosas bien?”) y organice un proceso de evaluación para la pregunta más amplia “¿estamos haciendo las cosas correctas?”**

Haga esto con una combinación de HSE (Salud, Seguridad y Ambiente), personal no HSE y personal externo para lograr un nivel de independencia en el control del rendimiento de las medidas de control de salud y para obtener información de las personas en el piso de trabajo que pueden desarrollar ideas de mejora por su cuenta. Capture tales ideas, considérelas y aplique comentarios útiles para realizar mejoras. Esta es una situación completamente nueva, y su propio personal será valioso para ayudar a determinar qué funciona, qué no y cómo las cosas podrían funcionar (incluso) mejor.

**7. Tenga en cuenta que los clientes pueden presentar aún más demandas adicionales en su marco.**

**8. Aproveche la oportunidad de posicionar y resaltar el marco como parte de sus esfuerzos de deber de cuidado y buen gobierno.**

La legislación sobre el Deber de Cuidado difiere en muchos países, pero generalmente se reduce a dos puntos principales: sus instalaciones deben ser un lugar seguro para trabajar, y debe ser un lugar seguro para visitar.

**9. Use fuentes y recursos autorizados para ayudar a implementar su marco.**

La confiabilidad, la calidad y la verificabilidad de los insumos son importantes para trabajar hacia un marco de salud y seguridad eficiente y efectivo.

**Ver documento completo:**

[https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2020/06/Buenas\\_Pr%C3%A1cticas\\_AIPC\\_ICCA\\_UFI.pdf?fbclid=IwAR0oWBZvi19VdhLKWOU9uyhdGK-XrfFjpcERF9SjL\\_VwIUW9altBSgOnOI](https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2020/06/Buenas_Pr%C3%A1cticas_AIPC_ICCA_UFI.pdf?fbclid=IwAR0oWBZvi19VdhLKWOU9uyhdGK-XrfFjpcERF9SjL_VwIUW9altBSgOnOI)

**Ver versión actualizada:**

[https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2020/09/Good\\_Practice\\_Guidance\\_Reopening\\_Business\\_Events\\_V2\\_Spanish.pdf](https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2020/09/Good_Practice_Guidance_Reopening_Business_Events_V2_Spanish.pdf)

## Fuentes de interés

- WHO: Key planning recommendations for mass gatherings in the context of COVID-19
- “Safe Travels”: Global Protocols & Stamp for the New Normal
- SUPPORTING JOBS AND ECONOMIES THROUGH TRAVEL & TOURISM
- UNWTO How are countries supporting tourism recovery? Barómetro
- OMT, COVID-19, impacto de la pandemia



## Agradecimientos

Esta información fue recopilada gracias al apoyo de las siguientes instituciones, ICCA agradece su colaboración.

- INPROTUR – ARGENTINA
- EMBRATUR – BRASIL
- SERNATUR – CHILE
- PROCOLOMBIA – COLOMBIA
- ÁGORA CONVENTION CENTER
- COSTA RICA CONVENTION BUREAU
- CONCEPCIÓN CONVENTION BUREAU
- ICT – COSTA RICA
- INGUAT – GUATEMALA
- GUAYAQUIL CONVENTION BUREAU
- MINISTERIO DE TURISMO ECUADOR
- MINISTERIO DE TURISMO REPÚBLICA DOMINICANA
- MINISTERIO DE TURISMO URUGUAY
- ENJOY PUNTA DEL ESTE
- PERSPECTIVA OPC
- MICE CONSULTING
- GREATER MEDELLIN
- GREATER BOGOTÁ
- PROBARRANQUILLA
- SAO PAULO CONVENTION BUREAU
- SALVADOR DESTINATION
- GRUPO ELIS
- ATP – PANAMÁ
- CONGREX – PANAMÁ
- ASUNCIÓN CONVENTION BUREAU - PARAGUAY
- PROMPERU – PERÚ
- PUNTA DEL ESTE CONVENTION & EXHIBITION CENTER
- QUITO TURISMO
- VIÑA DEL MAR CONVENTION BUREAU



# 7° FORO POLITICO

Latinoamericano sobre Turismo de Reuniones

25 de noviembre de 2020

VIRTUAL

