



AFIDA:

57 años conectando
la industria



Prólogo

Cada 15 de abril celebramos el Aniversario de AFIDA, fundada en Lima, Perú en 1969.

A **57 años** de aquel hito histórico para Iberoamérica, la Asociación reafirma su compromiso con el sector y con el trabajo conjunto de sus miembros para el desarrollo de ferias que impulsan la economía regional y global.

Este nuevo aniversario nos invita a valorar lo construido y avanzar con una mirada común; en esta oportunidad, con mucho orgullo los invito a recorrer esta **edición especial de nuestra revista**, en la cual inauguramos la nueva sección de Entrevistas, y acercamos una pequeña línea de tiempo desde el **nacimiento de AFIDA**, con algunos hechos destacados y de actualidad, que no pretende ser un fiel reflejo de la historia, sino **un espacio para la emoción**.

AFIDA, es una organización **acogedora de su comunidad**, cuyo desafío permanente es **acompañar a la industria, promover su competitividad y fortalecer el desarrollo** abarcando la diversidad y la heterogeneidad de sus asociados. A lo largo de sus **más de cinco décadas, impulsó políticas**, programas de **profesionalización del sector**, capacitaciones, **lideró 55 Congresos**, y llevó adelante **acciones estratégicas** que contribuyeron a su crecimiento continuo, consolidando su papel como referente de la actividad.

Como me han oído repetir, la vida se conecta; y, en estos **cuatro años**, he tenido la suerte de encontrarme trabajando con muchos referentes de los cuales he aprendido y me han contagiado **el espíritu de este sector**, con tanto potencial y futuro; que va mucho más allá de lo comercial, sino que es una cuestión de pertenencia y pasión por nuestra labor.

Hago extensivo mi reconocimiento a todos los que han formado parte de estos más de cuatro años de trabajo, al equipo y a cada miembro...sin quienes hubiera sido imposible realizar cuatro congresos exitosos: **Santa Cruz de la Sierra, Bolivia** (junio 2023), **Buenos Aires, Argentina** (mayo 2024), **Guadalajara, México** (mayo 2025) y el próximo en **Bucaramanga, Colombia** (mayo 2026).

Hemos atravesado la pandemia y luego de sortear esa situación adversa mundial, logramos reactivar la industria y duplicar la apuesta aplicando nuevas tecnologías, hemos

sido innovadores; podemos estar seguros que hemos enorgullecido a los visionarios que han dado vida a AFIDA con tanto compromiso y arduo trabajo que se traducen en el crecimiento de la actividad en Iberoamérica.

Nuestra **industria siempre ha sabido adaptarse** a los desafíos que las circunstancias, la coyuntura y la situación macroeconómica internacional le ha planteado; desde AFIDA siempre **BUSCAMOS ACOMPAÑAR** y por ello, en esta comunidad que somos, juntos hemos sabido salir adelante, de manera proactiva y positiva, con proyectos innovadores y tratando de estar a la altura de la excelencia y las demandas de los mercados, teniendo foco en desempeñar un **rol estratégico en la economía de los países que representamos**.

Aprovecho la oportunidad para expresar mi compromiso y predisposición para aportar siempre en pos del crecimiento del sector,

Los saludo con mi más atenta consideración,
Fernando Gorbarán



Fernando Gorbarán
Presidente de AFIDA



Congreso AFIDA 2026

Destaco la importancia del **Congreso AFIDA 2026** como un encuentro para la conexión y la transformación colectiva.

Los Congresos AFIDA son esenciales para la construcción de la identidad y estrategia del desarrollo de nuestra actividad, donde las **ideas generadas** no son definitivas, sino **semillas** que **germinan productivamente** en intercambios de **pensamientos, reflexiones** y acciones posteriores.

El Congreso AFIDA es la oportunidad de encontrarnos, abrazarnos con aquellos que vimos la semana pasada o que no vemos desde hace tres años. Es el reencuentro de los miembros, que nos saca de la rutina, nos cambia la marcha y nos dispone a pensar juntos, con un horizonte común.

¡Ansiamos compartir una nueva edición todos juntos!
Los esperamos del 6 al 8 de Mayo en la Ciudad Bonita, Bucaramanga, Colombia.

A person is seated at a table in a dimly lit room, illuminated by a strong blue light. The person is looking down at something on the table. The background is dark, and there are some blurred objects, possibly chairs or equipment, visible in the foreground and background.

Entrevistas a líderes del sector

Voces de la Industria

Las voces que impulsan la evolución de la industria ferial y de reuniones.
Referentes del sector comparten su visión, experiencias y perspectivas sobre los
desafíos y oportunidades que marcan el presente y el futuro de la actividad.



Expo Guadalajara: liderazgo regional en una industria que aprendió a reinventarse

Unidad, profesionalización y sustentabilidad marcan la nueva etapa de los recintos en América Latina, con una visión estratégica que trasciende los metros cuadrados.

Entrevista realizada por Verenize Domínguez CEO de Factor Meetings

Elena Hurtado

DIRECTORA GENERAL DE EXPO GUADALAJARA

La industria de reuniones en América Latina atraviesa una etapa de consolidación y madurez. Más allá del crecimiento en infraestructura, hoy la conversación gira en torno a liderazgo, profesionalización y visión regional. Desde la dirección general de Expo Guadalajara, Elena Hurtado tiene claro que el papel de los recintos ha cambiado: ya no son solo sedes de eventos, sino motores económicos y actores clave en la reputación de sus destinos.

“Yo veo a una industria más unida”, afirma. “Han sucedido diferentes factores externos e internos que han provocado una unión en la industria en América Latina, en los liderazgos”. Para Hurtado, esta cohesión no responde a una competencia feroz, sino a una conciencia regional: “Percibo un afán de construir y de liderazgo en conjunto. De ser mejores como región”.

Esa evolución también se refleja en la profesionalización. “Cada vez más estamos preocupados por estar al día, cuáles son las mejores prácticas”, señala. A ello se suma un cambio claro de enfoque: “Ha evolucionado el foco de la industria mucho más a la experiencia del usuario, incluyendo procesos de digitalización. Creo que ha habido un avance importante en digitalizar la experiencia”.

Sin embargo, en medio de la tecnología y la inteligencia artificial, Hurtado es enfática: “El factor humano sigue siendo clave. Nuestro sector es bendecido porque el estar cara a cara con las personas es lo que enriquece y le da mucho valor”.

“El factor humano sigue siendo clave. Nuestro sector es bendecido porque el estar cara a cara con las personas es lo que enriquece y le da mucho valor”.

La pandemia como punto de quiebre

Si hay un momento que marcó un antes y un después, para ella no hay duda: “Suena trillado, pero la pandemia fue un antes y un después”. Desde su experiencia previa como CEO de Intermoda, vivió la aceleración forzada de nuevos modelos. “Tuvimos que acelerar temas de digitalización, modificar la forma como hacíamos negocios. Entraron modelos híbridos de citas de negocios y exposiciones híbridas”.

Más allá del formato, el cambio fue estructural. “La pandemia sí vino a marcar un antes y un después en temas de modelos de negocio, en protocolos de seguridad y prevención de riesgos”. Hoy los eventos se planean con visión 360, considerando escenarios que antes simplemente no estaban sobre la mesa.

El recinto como detonador económico

Para Hurtado, el rol de un centro de convenciones evolucionó radicalmente. “Antes el recinto se veía más bien como un espacio que ahí está donde puedes hacer tus eventos. Pero hoy en día sí es un protagonista de desarrollo transversal”.

Ese protagonismo implica responsabilidad. “Somos detonadores de la economía y tenemos un gran impacto en la derrama económica de nuestras regiones”. En el caso de Expo Guadalajara, la aportación al PIB local es significativa, pero el impacto no es solo turístico: conecta industrias estratégicas, cadenas de proveeduría y reputación internacional.

También existe una corresponsabilidad ambiental. “Somos una industria que genera contaminación y residuos que se quedan en el destino. Tenemos que ser corresponsables, en conjunto con los organizadores, en establecer políticas

claras". Desde el tipo de stands hasta la proveeduría local, el recinto puede ser punta de lanza hacia eventos más verdes.

Un ejemplo concreto es la preparación rumbo al Congreso Mundial de Dermatología 2027. "Gracias a ese evento estamos haciendo inversiones arriba de los 100 millones de pesos en reconfigurar la infraestructura", explica. Esto incluye mejoras en insonorización y estrategias de sustentabilidad, además del trabajo para obtener la certificación LEED. "Un evento de ese tamaño puede ser un detonante para modificar la infraestructura y las estrategias

AFIDA y la fuerza de pertenecer

En esta visión regional, Hurtado destaca el papel de AFIDA como catalizador de unidad. "Afida me abrió las puertas y me sentí tan bien recibida. Tiene magia porque te sientes que perteneces".

Para ella, esa sensación de comunidad es estratégica: "Puede ser un detonante para hacer una región fuerte y que entre los propios centros podamos estandarizar servicios y estándares, por ejemplo en sustentabilidad". Subraya además la generosidad del gremio: "Los miembros de Afida son gente muy compartida, muy valiosa, con mucha experiencia. Creo que es una fórmula ganadora estar ahí".

"Los miembros de Afida son gente muy compartida, muy valiosa, con mucha experiencia. Creo que es una fórmula ganadora estar ahí".

Mirada a cinco años

El entorno global no está exento de desafíos. Políticas arancelarias y tensiones comerciales impactan directamente en expositores y cadenas de suministro. "Significa un reto mantener la confianza en que las reuniones y exposiciones siguen siendo una buena opción para el comercio internacional".

Pero también ve oportunidad. "Puede ser el momento para que Latinoamérica se una y formemos un bloque. Podemos consolidarnos como una región fuerte con propuesta de valor y explorar nuevos mercados".

Para enfrentar el futuro, Expo Guadalajara trabaja en cuatro ejes: infraestructura y expansión, modernización tecnológica, estrategia de sustentabilidad a 2050 e internacionalización con eventos propios. "Con estos cuatro ejes podemos enfrentar lo que venga y seguir creciendo".

Al final, más allá de planes estratégicos y metros cuadrados, Elena vuelve al origen: "Creo que hay un gran equipazo.

Es la gente, el trabajo con el destino. No sería lo mismo si estuviéramos en otro lugar".

En una industria que aprendió a reinventarse, el liderazgo regional no se mide solo por tamaño, sino por visión compartida. Y ahí, Guadalajara —y su recinto— siguen marcando el paso.



*Elena Hurtado - Directora General de Expo Guadalajara
Guadalajara - México*

Nota realizada por



Nota realizada a



EXPOGUADALAJARA
• EL RECINTO DE LOS GRANDES EVENTOS •

Buenos Aires: liderazgo consolidado y futuro promisorio en el Turismo de Reuniones

Valentín Díaz Gilligan, presidente del Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, analiza los pilares del éxito porteño en el segmento MICE, las inversiones estratégicas y los desafíos para mantener el primer puesto del ranking ICCA en América

Por Juan Carlos Grassi Cetran director periodístico de la revista Ferias & Congresos

Valentín Díaz Gilligan

PRESIDENTE DEL ENTE DE TURISMO DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

Buenos Aires continúa consolidándose como el principal destino de congresos y convenciones de América Latina. Con 14 años consecutivos liderando el ranking ICCA, la capital argentina demuestra que la combinación de decisión política, trabajo público-privado e infraestructura de calidad es la fórmula para sostener el éxito en el competitivo mercado del Turismo de Reuniones.

Valentín Díaz Gilligan, presidente del Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, de Visit Buenos Aires y del Consejo Federal del Turismo (CFT), dialogó con Ferias & Congresos sobre los factores que posicionan a la ciudad como referente continental, las nuevas experiencias turísticas y los proyectos estratégicos que marcarán el futuro del sector.

El turismo como motor económico

“El turismo en general es una industria, un sector estratégico del desarrollo económico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Emplea más de 150.000 personas. Recibimos más de 9 millones de visitantes por año”, explica Díaz Gilligan. El impacto económico derrama en restaurantes, transporte, organizadores de eventos, agencias de viajes, guías de turismo y comerciantes de todos los barrios.

La decisión política de jerarquizar el sector es evidente en la infraestructura disponible. “El Centro de Convenciones Buenos Aires, inaugurado en 2015, reemplazó al antiguo Centro de Exposiciones por uno de los mejores centros de Latinoamérica”. La continuidad del recinto Centro Costa Salguero (ahora denominado Buenos Aires Ferial) como polo de exposiciones representa otra definición estratégica del gobierno porteño.

El secreto del liderazgo

Buenos Aires lidera el ranking ICCA desde hace 14 años, una posición que no es casual. “Para mí el secreto de ese liderazgo, sin duda, es el trabajo unificado que hacemos con el sector privado. Es una decisión política del sector público de acompañar con promoción, con desarrollo, con infraestructura”, afirma el funcionario.

El modelo se basa en la alianza entre Visit Buenos Aires y el Buró de Congresos y Convenciones de la Ciudad de Buenos Aires, que trabajan en la captación de eventos. “Lo que sí hacemos es poner un destino de calidad en la oferta global acompañado del sector público y del sector privado”, destaca.

A diferencia de otros destinos que ofrecen incentivos económicos directos, la Ciudad de Buenos Aires apuesta por la calidad integral de la experiencia. “Nosotros probablemente no damos tanto como otros destinos en términos de cosas efectivas. Hay muchos que por ahí te financian cosas y te regalan noches de centros de convenciones y demás. Nosotros no lo hacemos”, reconoce Díaz Gilligan.

Inversión en promoción

La presencia internacional es un eje central de la estrategia. “Nosotros terminamos el año 2025 haciendo más de 100 acciones de promoción internacional a través del Visit Buenos Aires y casi 100 acciones de promoción nacional”, informa el presidente del Ente.

La participación en ferias como IMEX Las Vegas, IMEX Frankfurt y el evento de Cannes se realiza siempre con acompañamiento del sector privado. También mantienen presencia en eventos en China con escritorios promocionando empresas nacionales, y realizan presentaciones en distintas ciudades de la Argentina,

tales Córdoba, Rosario, Mendoza y Mar del Plata, entre otros destinos de importancia.

“Estamos convencidos que el sector público tiene que promocionar la ciudad acompañado del sector privado porque la competencia también entre ciudades sede, entre destinos, es enorme y debemos mostrar la fortaleza que tenemos para que nos elijan”, enfatiza Díaz Gilligan.

Nuevas experiencias turísticas

La ciudad incorpora constantemente atractivos que enriquecen la oferta. El mirador del Obelisco es la novedad más reciente: “El Obelisco va a cumplir 90 años, el 23 de mayo de 2026. Y después de 90 años, tuvimos la decisión de un jefe de gobierno, Jorge Macri, que decidió habilitar un ascensor que tenga un mirador para que sea una nueva atracción turística”.

Otra incorporación destacada es la navegación turística en el Riachuelo, que comenzó en agosto de 2024 tras 16 años de trabajo de saneamiento por parte del ente tripartito ACUMAR. La navegación une Puerto Madero con el Riachuelo y “sumó mucho a la oferta y con gran éxito”.

Completan la propuesta atractivos consolidados como el entorno de Caminito y La Boca, Colón Fábrica, el Teatro Colón y los museos deportivos, además de infinidad de experiencias que pueden disfrutar los viajeros que eligen a la ciudad de Buenos Aires.

“Buenos Aires, abierta todo el año”

El concepto que promociona la ciudad tiene un significado concreto: “Es una ciudad que tiene atracciones turísticas durante los 365 días del año. Es una ciudad que no tiene estacionalidad”, afirma Díaz Gilligan.

Aunque hay meses de altísima ocupación —como noviembre o el último carnaval—, la propuesta de espectáculos musicales, deportivos, congresos y convenciones es constante. “Se puede visitar en cualquier momento, siempre se puede encontrar una oferta turística de calidad”.

Impacto económico medible

Valentín Díaz Gilligan, explica: “El Ente de Turismo realiza estudios en profundidad para medir el impacto real de los eventos. En el caso de la última edición de la Feria Internacional de Turismo, FIT, con más de 140.000 asistentes, el movimiento económico superó los más de 20 millones de dólares en la Ciudad de Buenos Aires”. Agrega:

“En el caso de la última edición de la Feria Internacional de Turismo, FIT, con más de 140.000 asistentes, el movimiento económico superó los más de 20 millones de dólares en la Ciudad de Buenos Aires”.

cuadrados, y cercanía al río. Con esa ubicación creo que va a ser uno de los grandes centros de exposiciones y de congresos de América”, proyecta Díaz Gilligan.

La inversión contempla un desembolso superior a los \$13.200 millones (unos USD 9 millones) para obras de



Valentín Díaz Gilligan, presidente del Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Argentina

“Hicimos una encuesta. Tenemos la cantidad de asistentes, cuántos son nacionales y cuántos son extranjeros. Este trabajo lo realizamos en conjunto con la Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo (Faevyt)”, detalla el funcionario.

Soporte integral para captación de eventos

El acompañamiento a las asociaciones y entidades que buscan traer congresos internacionales es total. “Nosotros damos soporte durante todo el proceso, eso además lo hacemos en conjunto con el Buró local. Cada postulación se presenta con el aval de la Ciudad de Buenos Aires y del sector privado”, detalla.

El apoyo incluye el site inspection, el acompañamiento a la organización de eventos internacionales o masivos que requieren el uso del espacio público y seguimiento en todas las etapas. “Estamos muy involucrados en todo ese proceso porque somos conscientes de la importancia que tiene para la ciudad”, subraya.



Seguridad: ventaja competitiva

En materia de seguridad, factor determinante para la elección de sedes, Buenos Aires presenta una ventaja competitiva sólida. Díaz Gilligan es categórico: “No hay ninguna duda que en términos latinoamericanos la Ciudad de Buenos Aires es una ciudad segura. Lo dice el Departamento de Estado de Estados Unidos, que es uno de los órganos que este tipo de organizadores miran siempre”.

Gastronomía de nivel internacional

Con más de 7.000 restaurantes, la gastronomía es un pilar fundamental de la experiencia turística porteña. La ciudad ratificará este año el convenio con la guía Michelin junto con la provincia de Mendoza.

“Son más de 50 los restaurantes premiados por la guía de Michelin. Los que están en los 50 mejores de Latinoamérica son 8. Los bares notables, las pizzerías icónicas, los restaurantes emblemáticos. Es una oferta muy variada, muy grande, de mucha calidad que el turista y el viajero de negocios valora”, enumera.

Costa Salguero: continuidad garantizada

Valentín Díaz Gilligan destaca que la definición de mantener el recinto Costa Salguero como centro de exposiciones fue estratégica: “El actual jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Jorge Macri, logró sostener a Costa Salguero como un polo de exposiciones”.

Tras una reciente licitación nacional e internacional con postulantes de primer nivel, el predio —que cumple más 30 años— entra en un nuevo ciclo. “Me parece que la ciudad necesita venues de esa calidad, con esa cantidad de metros

infraestructura y puesta en valor del complejo (actualmente denominado BA Ferial), garantizando la continuidad de ferias, exposiciones y congresos durante el período de desarrollo del proyecto. Con las reformas e inversiones ya en marcha, los nuevos concesionarios están recibiendo reservas de fechas. “Para nosotros es fundamental que arranque cuanto antes con los mayores estándares de calidad internacional”, enfatiza Díaz Gilligan.

Proyección a futuro

Mirando hacia adelante, Díaz Gilligan se muestra optimista: “No tengo duda que Buenos Aires va a seguir siendo una ciudad que el organizador de congresos elige, porque es una ciudad segura, accesible, con buena conectividad, con buena hotelería, con excelente gastronomía y Venues muy adaptables. A la hora de postularnos tenemos fortalezas que nos ayudan a ser competitivos con otras ciudades del mundo”.

Con 14 años de liderazgo continental, en el ranking ICCA, infraestructura renovada, nuevas experiencias turísticas y un modelo de gestión públicoprivado consolidado, la Ciudad de Buenos Aires reafirma su posición como capital del Turismo de Reuniones en América Latina. El desafío ahora es sostener ese liderazgo en un mercado cada vez más competitivo.

Nota realizada por

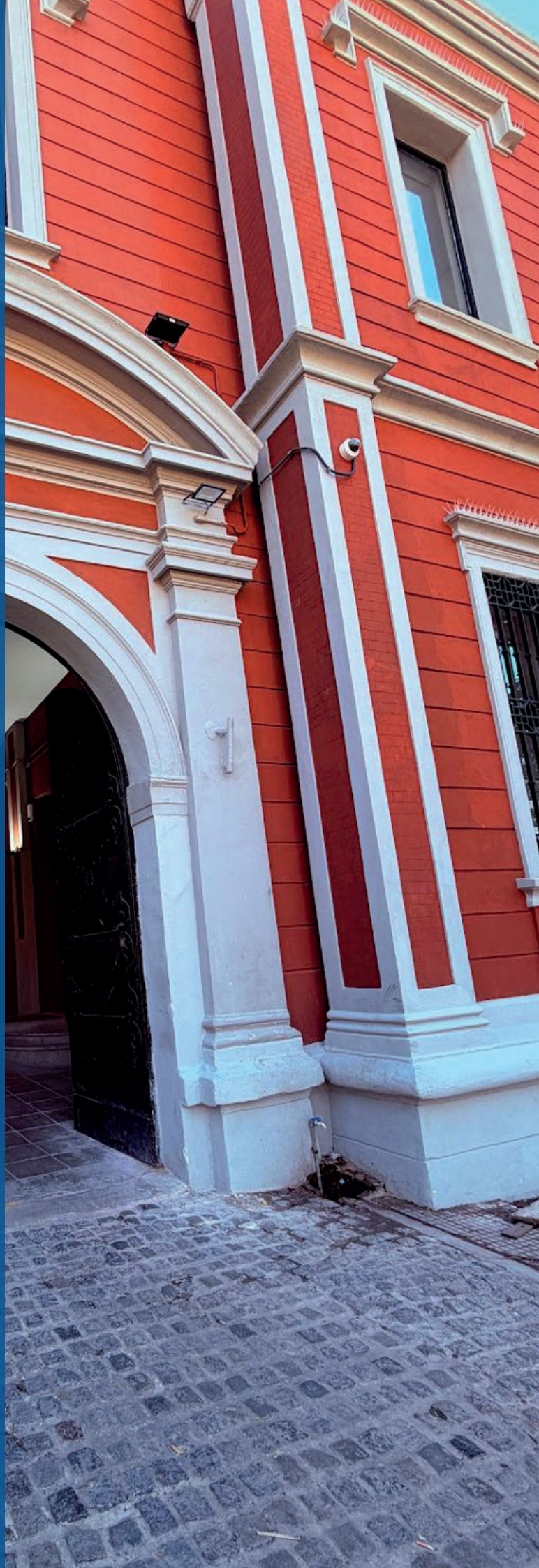


Buenos Aires en cifras

- **9 millones** de visitantes anuales.
- **150.000** empleos directos e indirectos.
- **55.000** camas hoteleras.
- **7.000** restaurantes.
- **14 años** consecutivos liderando el ranking ICCA en América.
- **Más de 50** restaurantes premiados por Michelin.
- **8** restaurantes entre los 50 mejores de Latinoamérica.
- **Más de 100** acciones de promoción internacional anuales.
- **20 millones de dólares** de impacto económico solo por la Feria Internacional de Turismo – FIT.
- **Más de 100 congresos internacionales** estimados en 2025.

←
ACCESO

El ingreso al recinto es por el hall de Junín 1920



Hoy se mide la relevancia de los participantes

Entrevista de Eva López a Xabier Basañez

XABIER BASAÑEZ

DIRECTOR GENERAL EN BILBAO EXHIBITION CENTRE

1. ¿Cuáles son “los básicos” para que una feria y/o congreso sea un éxito que no han cambiado desde que empezó su trayectoria profesional?

En el caso de las ferias principalmente, los organizadores tenemos que seguir reuniendo a la mayor y mejor oferta y demanda posibles en un recinto adecuado y en las fechas idóneas. Esto no cambiado sustancialmente, pero lo cierto es que las empresas y los profesionales son cada vez más exigentes y valoran y miden cada vez más la inversión en tiempo y en dinero. Por otra parte, si antes medíamos el éxito atendiendo solo a los parámetros tradicionales, es decir, número de visitantes, número de expositores y superficie contratada por estos, hoy en día tenemos en cuenta otras variables como la calidad y relevancia de las empresas participantes y de los profesionales que asisten a la feria, así como su procedencia. Hay que tener en cuenta que, al menos en las ferias profesionales, ya no se efectúan ventas durante los días presenciales como hace unos años, sino que se presentan las novedades y se establecen contactos y relaciones que derivarán posteriormente en futuros negocios.

2. Por el contrario ¿a qué aspectos no se prestaba antes atención que ahora son ineludibles?

Las ferias son instrumentos de marketing y comunicación que compiten entre si con otras ferias, pero, al mismo tiempo, rivalizan con otras herramientas de marketing al alcance de las empresas y nuevas propuestas que van surgiendo. Esto nos obliga a ser más competitivos si cabe y a estar atentos permanentemente a las tendencias, comportamiento y decisiones de las compañías y de las personas. También debemos observar la evolución y transformación de los sectores económicos a los que servimos. Y por supuesto, la sostenibilidad, la digitalización y la simplificación de procesos y trámites son aspectos incuestionables hoy en día si queremos alcanzar nuestros objetivos y crecer. En definitiva, debemos adaptarnos de forma ágil a los cambios, que cada vez se producen más rápidamente.

3. Como espacio destinado a ferias y congresos: ¿hasta qué punto está condicionando la IA sus procesos internos?

Es indudable que la IA ha irrumpido en nuestras vidas de forma rápida e imparable, pero en nuestro caso, pienso que vamos incorporándola todavía de forma moderada y además con algunas diferencias entre los operadores de mayor y menor tamaño. En mi opinión, la IA se está utilizando para reducir tiempos, desarrollar tareas administrativas y como fuente de creatividad, pero el potencial es enorme y estoy seguro de que irá ayudándonos cada vez más y acabará teniendo un gran impacto en nuestra industria en un futuro próximo.

4. ¿Y en relación a las ferias/congresos que albergan? ¿perciben que la IA los está cambiando? Si es así ¿por qué?

Aunque como acabo de afirmar, la influencia de la IA en nuestra actividad va a ser muy notable, no se ha producido aún un cambio significativo en las ferias y congresos que pudiéramos atribuir a la IA. La metodología y know how para la organización y celebración de las ferias y congresos es consistente. Los cambios deben ser prudentes, sobre todo si las ferias son exitosas y responden a las necesidades sectoriales.

5. En cuanto al BEC ¿cómo fue el 2025 y qué proyección tiene para este y los siguientes años en cuanto a actividad?

2025 fue un año extraordinario para BEC, como para el sector ferial español en general. BEC generó un impacto económico de 201,3 millones de euros en 2025 gracias a la celebración de un total de 256 eventos, nacionales e internacionales, que lo posicionaron un año más como líder en la atracción y organización de operaciones MICE, congresos y ferias para el impulso del desarrollo socioeconómico y la proyección internacional del País Vasco. Este año 2026 prevemos un año aún mejor que el pasado y nuestra proyección a medio-largo plazo apunta a mantener la tendencia de crecimiento que venimos registrando desde hace unos años.

“BEC generó un impacto económico de 201,3 millones de euros en 2025 gracias a la celebración de un total de 256 eventos, nacionales e internacionales.”

6. ¿Qué impacto están sintiendo en relación a la situación geopolítica mundial?

Yo pienso que nos hemos habituado a convivir de forma resiliente con los conflictos y acontecimientos económicos internacionales. Afortunadamente, dichos conflictos no están afectando de forma significativa a nuestras ferias comerciales. Es posible que deje de participar algún expositor o visitante de algunos países en concreto, pero no de forma que condicione el éxito de una feria.

7. ¿Qué diferencia su oferta de la de otros espacios?

Disponemos de magníficas instalaciones, homologables a las de los mejores recintos de Europa, y contamos con una destacada oferta de servicios y equipo humano muy preparado para organizar o acoger, no solo ferias y congresos de primer nivel, sino también encuentros, conciertos, exposiciones y eventos de diferente naturaleza. Podríamos añadir que en nuestro caso estamos especializados en celebrar ferias industriales que, por ejemplo, precisan de una logística interna muy específica y que no todos los operadores feriales están en disposición de ofrecer.

“estamos especializados en celebrar ferias industriales que, por ejemplo, precisan de una logística interna muy específica y que no todos los operadores feriales están en disposición de ofrecer.”

8. ¿Cómo trabajan desde el BEC los proyectos de legado?

Los clientes internacionales tienen mucho más avanzado e interiorizado el concepto de legado y son ellos muchas veces los que recurren a nosotros para informarse de las diferentes alternativas que pueden existir en el entorno para cumplir con sus objetivos en esta materia de ESG (Environmental, Social and Governance). De ellos hemos aprendido y en los últimos años hemos generado un ecosistema de universidades, instituciones y oenegés de todo tipo con las que colaboramos de forma habitual.

9. Hablando de medición: ¿miden los impactos tanto medioambientales como económicos y sociales de la actividad que recibe el BEC en su globalidad, o esta medición depende del cliente con respecto a su operación?

Desde hace años en BEC medimos y publicamos nuestras cifras anuales de impacto económico y de generación de riqueza en el entorno. El aspecto medioambiental y social también forma parte de dicho análisis. También trabajamos el aspecto de las certificaciones medioambientales como pueden ser “Erronka garbia” a nivel local y “Biosphere” a nivel internacional, así como la medición de la huella de carbono de algunos de nuestros eventos.



Xabier Basañez - Director General en BILBAO EXHIBITION CENTRE

Nota realizada por



Nota realizada a



FIEXPO Latin America: 18 años impulsando la industria de reuniones en la región

Con casi dos décadas de trayectoria, FIEXPO Latin America ha logrado ser mucho más que una feria, contribuyendo a la transformación de la Industria MICE en América y a la forma de posicionarse en el contexto internacional.

Carolina Adano

DIRECTORA DE FIEXPO

¿Cómo surgió la idea de crear FIEXPO ?

FIEXPO Latin America nació en 2007 a partir de la visión estratégica de Sergio Baritussio y Arnaldo Nardone, quienes imaginaron una plataforma especializada capaz de dinamizar y proyectar la industria de reuniones e incentivos en América Latina y el Caribe hacia el escenario global, pero con identidad Latinoamericana, por eso el eslogan elegido fue "América Latina por latinoamericanos".

A partir de esa idea me sumo al proyecto, conformando los tres un gran equipo de dirección , al cuál cada uno aportaba su experiencia y visión, con el cual hemos logrado transformar aquella idea inicial en una organización regional sólida, sostenible y de alcance internacional.

Por supuesto esto ha sido posible por el compromiso y gran trabajo de un gran equipo de profesionales, muchas de la cuáles continúan en la empresa .Y digo muchas porque somos mayoritariamente mujeres, aún al día de hoy.

En estos 18 años, ¿cómo ha sido esa evolución desde Montevideo hasta hoy?

Empezamos en el hotel Radisson de Montevideo con apenas 30 expositores y 30 compradores. Fuimos creciendo basados en la premisa de la excelencia de los clientes. No ideamos una feria que se destacara en términos cuantitativos, sino cualitativos, para que cada expositor obtenga resultados reales.

Luego de Uruguay rotamos cada 3 años por Perú, Chile, Colombia, Panamá y ahora Costa Rica. Lo que más orgullo nos da es que el crecimiento de la feria se ha acompañado del crecimiento de los destinos que fueron sede, entonces podemos no solo hablar de impacto económico sino también de legado.

Por supuesto ese crecimiento para que siga sostenido en el tiempo depende de las políticas de cada país, pero ese empujón inicial que logramos dar es muy importante y fácilmente comprobable solo con mirar por ejemplo las estadísticas de ICCA en cantidad de congresos anuales realizados y observando también el posicionamiento del destino en la industria, el caso Panamá creo es de los más importantes.

Pero además hay otros impactos que se generan, como pasó en Chile que se formaron dos nuevos Burós de Convenciones en ciudades más pequeñas que se incentivaron al participar de FIEXPO Latin America y ver que tenían una real posibilidad de crecimiento para su destino.

Cifras de Fiexpo Latin America Edición 2025

- + de 700 expositores
- + de 87 destinos representados
- + de 12.000 reuniones de negocios
- + de 700 millones de dólares generados en oportunidades de negocios

¿Qué novedades podemos esperar para esta edición en materia de formación y certificaciones?

Mediante la colaboración con las principales asociaciones internacionales desarrollamos nuestro programa educativo

con el objetivo de incentivar e impulsar el desarrollo de la industria en América Latina, fomentar la innovación y crear conexiones de valor para la generación de negocios.

Tendremos nuevamente la certificaciones de ICCA y de SITE, y por primera vez contaremos con una certificación de MPI. De esta manera brindamos una oportunidad única porque quienes vienen a hacer negocios pueden llegar unos días antes y capacitarse de la mano de las asociaciones más importantes de la industria, optimizando de esa manera su tiempo y su viaje.

“Tendremos nuevamente la certificaciones de ICCA y de SITE, y por primera vez contaremos con una certificación de MPI.”

Además, lanzaremos el programa de becas de IAPCO bajo el nombre de “Jorge Castex”, en homenaje al más destacado a nivel internacional pionero argentino en la organización de congresos, quien fuera presidente de IAPCO (International Association of Professional Congress Organizers), y que falleció recientemente. Estas becas van a permitir a más latinos acceder al programa más reconocido a nivel mundial para PCO’s.

Existe una propuesta sobre inclusión junto a Let’s Meet, ¿en qué consiste?

Es una de nuestras grandes apuestas. En alianza con el equipo de Let’s Meet, presentaremos por primera vez “Conectando con la Inclusión y la Accesibilidad”. No será una charla teórica más; es una experiencia diseñada para transformar la manera en que concebimos la industria.

Será un espacio vivencial donde los profesionales podrán comprender, desde la práctica, cómo integrar la accesibilidad universal y la inclusión de forma estratégica. Queremos que entiendan cómo esto debe estar presente desde el diseño y la comercialización hasta la ejecución misma de un evento. Es pasar de la intención a la acción real.

También se mantiene el foco en el liderazgo femenino...

Exacto. El Foro de Mujeres ha ido creciendo y se ha transformado en un espacio muy importante para quienes somos parte de la industria. Es llamativo que en una industria donde somos mayoría, solo el 14% de las mujeres ocupen cargos de liderazgo. Queremos mejorar eso escuchando a referentes que enfrentan los mismos desafíos y buscando caminos de desarrollo conjunto.

Finalmente, ¿cómo convive FIEXPON Latin America con la tendencia actual de la sostenibilidad?

FIEXPON Latin America es sostenible desde su concepción porque al ser un evento con gran participación de la región y al rotar de país generamos una menor huella de carbono por los viajes, sumado a que reservamos vuelos para nuestros

invitados, en su gran mayoría directos, y eso es una gran diferencia ya que los vuelos generan gran parte del impacto.

Pero además nuestro programa de sostenibilidad sigue consolidándose como un motor de transformación, promoviendo prácticas responsables y un desarrollo sostenible que va más allá del Centro de Convenciones, ya que más de 60 empresas locales participaron activamente en la operación del evento, el 60% de ellas pequeñas y medianas empresas, de esa forma contribuimos al fortalecimiento del ecosistema nacional.



Carolina Adano - Directora de Fiexpo

Nota realizada por



De proveedores a socios estratégicos: la tecnología que está redefiniendo los recintos en Latinoamérica

En un escenario donde las ferias y congresos se han consolidado como plataformas clave para el desarrollo económico, los recintos feriales enfrentan un nuevo desafío: competir a nivel global integrando infraestructura, tecnología y experiencias.

Entrevista Realizada por Carlos Johnson, Director Revista Eventos

Juan Carlos Vergara

CEO DE RLA EVENT TECHNOLOGIES

Conversamos con Juan Carlos Vergara, CEO de RLA Event Technologies, partner audiovisual de importantes venues y recintos feriales de Latinoamérica, sobre el rol estratégico de los partners tecnológicos y por qué los modelos in-house son hoy un factor decisivo para atraer grandes eventos a Latinoamérica.

RE: ¿Por qué los recintos feriales necesitan hoy un partner tecnológico in-house?

JV: Porque la industria cambió.

Los eventos actuales —ferias, congresos, cumbres internacionales— exigen integración total entre infraestructura, tecnología y operación. No es solo una suma de capacidades: es una ejecución orquestada donde todo debe funcionar con precisión. Cuando el partner es in-house, esa complejidad se gestiona desde el origen, no como una suma de proveedores externos.

En RLA trabajamos precisamente en esa integración: construir junto al recinto una propuesta única, donde infraestructura, tecnología y experiencia se presentan como una sola solución, coherente y diferenciadora. Esto permite algo clave: consistencia, eficiencia y estándar internacional permanente. Y eso es exactamente lo que buscan los organizadores globales.

RE: ¿Cuál es la diferencia real que genera este modelo?

JV: La diferencia es competitiva.

Un recinto que incorpora un partner tecnológico de nivel mundial no cambia su esencia: amplifica su propuesta de valor. Pasa a competir con una oferta robusta, validada y alineada a estándares internacionales.

A diferencia de un modelo basado en equipos propios —intensivo en capital y difícil de escalar—, un partner especializado aporta:

- flexibilidad y actualización tecnológica permanente
- know how acumulado en múltiples mercados y eventos complejos
- capacidad de escalar sin asumir riesgos de obsolescencia

A nivel operativo, esto se traduce en menos riesgo, mayor eficiencia y calidad consistente. Pero, sobre todo, genera confianza, que es el principal activo en esta industria. Confianza en la ejecución, en la coordinación sin fricciones y en una experiencia impecable de principio a fin. En una industria donde el margen de error es mínimo, eso es determinante. Fortalece al recinto y lo posiciona para competir ofreciendo experiencias integradas de nivel mundial.

“Un recinto que incorpora un partner tecnológico de nivel mundial no cambia su esencia: amplifica su propuesta de valor.”

RE: ¿Por qué es tan relevante que ese partner tenga experiencia internacional?

JV: Porque los grandes eventos no perdonan la curva de aprendizaje.

Cumbres como ONU, APEC o congresos mundiales operan con estándares extremadamente exigentes en seguridad, protocolo, operación y tecnología. En ese nivel, no basta con tener equipamiento: lo que marca la diferencia es la experiencia real ejecutando eventos de alta complejidad. Esto ya es estándar en los principales recintos del mundo: Orange County Convention Center, Georgia World Congress Center, han integrado la tecnología como parte estructural de su operación. La tecnología no es un servicio accesorio, sino parte estructural de la propuesta de valor del recinto. La calidad de los socios que hacen posible esa experiencia es crucial. Un partner con trayectoria internacional entiende cómo operan los organizadores globales, qué estándares técnicos exigen, cómo gestionar múltiples actores

simultáneamente y cómo anticipar riesgos antes de que ocurran.

Esa experiencia no se adquiere en el corto plazo. Por eso, más que un proveedor, un partner tecnológico internacional es un habilitador estratégico: reduce la incertidumbre, eleva el estándar del recinto y lo posiciona con credibilidad en el circuito global de eventos.

Además, RLA cumple un rol clave en la captación de eventos, aportando:

- estructuración de propuestas competitivas
- validación técnica frente a organizadores
- apoyo en procesos de bidding internacional
- traducción de estándares globales a soluciones locales
- capacidad de replicar un mismo evento en cualquier país de Latinoamérica

“La tecnología no es un servicio accesorio, sino parte estructural de la propuesta de valor del recinto.”

RE: ¿Y qué rol juega la sostenibilidad en esta ecuación?

JV: Hoy es un requisito, no un diferencial. Los organizadores internacionales exigen medición de huella de carbono, criterios ESG claros y resultados concretos.

En RLA llevamos 6 años integrando sostenibilidad en la operación, lo que nos permite ofrecer soluciones medibles y reales, y no solo declaraciones. Nuestros focos incluyen: **Salud y bienestar (ODS 3)** promoviendo entornos de trabajo seguros y saludables con protocolos de seguridad en montajes y operación técnica y capacitación continua en prevención de riesgos, cuidado físico y mental de los equipos en terreno.

Igualdad de género (ODS 5) impulsando una cultura organizacional inclusiva, promoviendo mayor participación femenina en roles técnicos y de liderazgo.

Trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8) formando talento técnico audiovisual con certificaciones y empleo formal y apoyando a organismos como asociaciones y bureaus.

Industria, innovación e infraestructura (ODS 9) avanzando en la modernización de recintos con tecnología eficiente y experiencias inmersivas.

Reducción de las desigualdades (ODS 10) con iniciativas de inclusión y accesibilidad y trabajo con fundaciones en la región.

Producción y consumo responsables (ODS 12) trabajando en la optimización logística para disminuir emisiones y el uso de tecnología eficiente.

Así, acompañamos a recintos y organizadores con estrategias concretas. Somos un partner confiable y responsable, que cumple estándares internacionales técnicos, sociales y ambientales.

RE: Entonces, ¿qué está en juego para los recintos de América Latina?

JV: Mucho más de lo que parece.

La competencia por atraer ferias y congresos internacionales se define por la capacidad de un destino de ofrecer: infraestructura + experiencia + tecnología + confianza + sostenibilidad. Es una competencia por credibilidad, capacidad de ejecución y propuesta de valor integrada. Trabajar en alianza es clave. Un ecosistema sólido mejora significativamente las probabilidades de adjudicación. Ya no compiten solo recintos: compiten ecosistemas completos. En ese contexto, América Latina enfrenta una disyuntiva estratégica: o eleva su estándar operativo y tecnológico, o pierde competitividad frente a mercados más desarrollados. Para esto, es fundamental una alianza sólida con un partner tecnológico que aporte trayectoria internacional, estándares certificados, experiencia en grandes eventos y compromiso real con la sostenibilidad.

“Ya no compiten solo recintos: compiten ecosistemas completos.”

RE: En una frase, ¿cómo definiría el rol de un partner como RLA?

JV: El futuro de las ferias y grandes congresos se construye a partir de la solidez del ecosistema que las hace posibles. Cuando recintos de primer nivel y partners tecnológicos de estándar mundial, como RLA, trabajan en conjunto, se potencian mutuamente para proyectarse como actores relevantes en el escenario global.



Juan Carlos Vergara, CEO de RLA Event Technologies

Nota realizada por

revista
eventos

Nota realizada a

RLA
EVENT TECHNOLOGIES

El mundo está cambiando. Nosotros también.

Chris Skeith OBE

CEO DE UFI

La industria ferial ha entrado en 2026 con impulso, propósito y una visión clara sobre lo que realmente importa. Para Chris Skeith OBE, CEO de UFI, los retos que enfrenta el sector — desde la incertidumbre geopolítica hasta el ritmo del cambio tecnológico— no son motivos de cautela. Son motivos para conectar, colaborar e invertir en experiencias que solo nuestra industria puede ofrecer. En esta conversación comparte lo que la investigación más reciente de UFI revela: por qué América Latina es una región de verdadera confianza y qué considera que los organizadores deben priorizar para prosperar en los años por venir.

UFI identificó recientemente cinco tendencias clave que están dando forma a la industria en 2026. ¿Qué se encuentra en el centro de todas ellas?

Lo que conecta estas cinco tendencias son las personas. Bien sea que hablemos de conexión humana, incertidumbre, experiencias, tecnología o sostenibilidad, cada tema regresa a las relaciones y la confianza que nuestra industria crea. Esto es lo que hace irremplazables a las exposiciones y los eventos de negocios. Nada iguala la profundidad y la autenticidad de las interacciones cara a cara, y en un mundo definido por la saturación digital y la complejidad geopolítica, esto las hace más valiosas que nunca.

Las cinco tendencias no son conversaciones separadas; están profundamente interconectadas. La incertidumbre genera la necesidad de ofrecer mejores experiencias. Las mejores experiencias dependen de un uso más inteligente de los datos y la tecnología. Y la sostenibilidad atraviesa todo como una expectativa, no una aspiración.

La última versión del Barómetro Global de la Industria Ferial se llevó a cabo en diciembre de 2025. ¿Qué nos dice sobre la salud de la industria?

El panorama es realmente positivo. A nivel global, el 47% de los encuestados informó un incremento de la actividad de más del 5% en 2025, y solo el 10% reportó una disminución. La proyección para 2026 es bastante similar, entre estabilidad y crecimiento. Las utilidades operacionales se mantuvieron firmes también; el 31% de las compañías informó un aumento de más del 10% y la mayoría reportó resultados estables.

Lo que considero particularmente alentador es la resiliencia de la industria. Hemos navegado un periodo extraordinario — pandemia, inflación, disrupción geopolítica — y hemos surgido con confianza. Esa confianza se refleja en los datos sobre la fuerza laboral: el 39% de las empresas a nivel global planean incrementar el número de personal en los próximos seis meses.

“Nada iguala la profundidad y la autenticidad de las interacciones cara a cara, y en un mundo definido por la saturación digital y la complejidad geopolítica, esto las hace más valiosas que nunca”

América Latina es una región de gran importancia para los asociados de AFIDA. ¿Qué nos dice el Barómetro sobre este mercado en particular?

América Latina se destaca como una de las regiones que demuestran fortaleza real. En Argentina, alrededor del 64% de los encuestados informó un aumento de más del 5% en la actividad de espacio alquilado en 2025, muy por encima del promedio global. Brasil mostró una confianza similar; la mitad de los encuestados reportó crecimiento. Colombia mientras tanto, está liderando como uno de los mercados más optimistas en 2026; la gran mayoría de los encuestados informó un aumento.

En cuanto a ingresos, los mercados latinoamericanos mostraron resultados especialmente sólidos en el alquiler de espacio y la venta de servicios. Tanto Argentina como Brasil se sitúan entre los cinco principales mercados a nivel global en crecimiento de ingresos. El panorama de utilidades operacionales es igual de sano, con una gran proporción de compañías reportando un incremento en las utilidades en 2025 y 2026.

Lo que más me sorprende de América Latina es la energía emprendedora de los organizadores y la creciente ambición de sus audiencias. La región cuenta con los fundamentos —una clase media joven en crecimiento, relaciones comerciales en aumento, y una sólida cultura de conexión empresarial— para convertirse en uno de los mercados feriales más dinámicos en el mundo.

¿Cómo se está adaptando la industria al rápido crecimiento de la IA y de las nuevas tecnologías?

Estamos realmente en un momento fascinante. Nuestro Barómetro reveló que el 87% de las empresas utilizan la IA de alguna forma, cuatro puntos porcentuales más en solo seis meses. Lo interesante es el nivel de madurez: la mayoría de las compañías están en la fase de investigación o prueba, lo cual indica que la transformación real todavía está por delante

Colombia es uno de los mercados líderes a nivel global en la adopción de la IA, con un 27% de los encuestados que ya tienen herramientas impulsadas por la IA integradas en sus plataformas. Eso es una señal clara de la ambición y la capacidad presentes en América Latina.

La tecnología no va a reemplazar el núcleo de lo que hacemos. Pero si va a transformar cómo lo hacemos, ayudándonos a entender mejor a las audiencias, a personalizar las experiencias de manera efectiva y a demostrar el retorno a la inversión con mayor precisión. Para los organizadores que enfrentan la presión de los costos, esto es significativamente importante.

“América Latina cuenta con los fundamentos para convertirse en uno de los mercados feriales más dinámicos en el mundo, una clase media joven en crecimiento, relaciones comerciales en aumento, y una sólida cultura de conexión empresarial.”

¿En qué se deben enfocar los profesionales de la industria ferial para triunfar en los próximos años?

Hay tres aspectos que para mí, sobresalen. En primer lugar, invertir en experiencias. Nuestra investigación muestra de manera consistente que las audiencias esperan algo más que una feria bien organizada. Quieren algo memorable antes, durante y después del evento. Facilitar la participación, generar conexiones genuinas, y construir comunidad alrededor del evento ya no son elementos opcionales.

En segundo lugar, integrar los datos. Entender las audiencias, seguir sus recorridos y utilizar la información para demostrar el valor será cada vez más importante a medida que aumentan los costos y se intensifica el escrutinio sobre el retorno de la inversión.

Y en tercer lugar, permanecer conectados. UFI existe para garantizar que los profesionales del sector ferial en todo el mundo, incluida América Latina, tengan acceso a la investigación, las redes y el conocimiento que necesitan para ser exitosos. La mayor fortaleza de esta industria siempre

ha sido la disposición de su gente a compartir, aprender y crecer juntos. Es algo que debemos sentirnos orgullosos y proteger.

Chris Skeith OBE es el CEO de UFI – La Asociación Global de la Industria Ferial. UFI representa a más de 800 organizaciones asociadas en 92 países y regiones.



Panamá y el impacto de las ferias en la región

Entrevista realizada por Patricia Puentes, Directora General y Fundadora de Meetings Panamá

Alejandra Álvarez

DIRECTORA DE EXPOSICIONES DE LA CCIAP

1. Alejandra, su trayectoria ha estado vinculada al desarrollo de plataformas empresariales de alto impacto. ¿Cómo ha sido su evolución profesional hasta liderar la Dirección de Exposiciones, Eventos y Formación Profesional de la Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá?

Mi trayectoria ha sido un proceso de crecimiento muy ligado al desarrollo de plataformas que conectan sectores, personas y oportunidades. A lo largo de los años he tenido la oportunidad de conocer de cerca cómo una feria bien concebida puede convertirse en un motor de negocios, atracción de inversión y posicionamiento país. Ese recorrido me permitió pasar de la gestión operativa de eventos a una visión mucho más estratégica, enfocada en generar valor para expositores, compradores, gremios, aliados y para Panamá en su conjunto.

Liderar la Dirección de Exposiciones, Eventos y Formación Profesional de la Cámara ha significado asumir la responsabilidad de impulsar espacios que no solo respondan a las necesidades del mercado, sino que también anticipen tendencias y acompañen la transformación de los sectores productivos. Es una posición que exige articulación, visión regional y un compromiso permanente con la excelencia.

2. Desde su experiencia, ¿qué aprendizajes han marcado su liderazgo dentro de la industria ferial y de eventos en Panamá?

He aprendido que en esta industria el liderazgo no se trata únicamente de organizar eventos exitosos, sino de construir confianza entre múltiples actores. Una feria involucra coordinación público-privada, visión comercial, logística de alto nivel y una lectura constante del entorno económico regional.

Otro aprendizaje clave ha sido entender que la relevancia se construye desde la escucha. Las ferias que realmente generan impacto son las que evolucionan con las necesidades de sus sectores, incorporan innovación, promueven conocimiento y facilitan conexiones de calidad. También he confirmado que la resiliencia y la capacidad de adaptación son fundamentales: la industria ferial ha cambiado mucho en los últimos años, y mantenerse vigente exige innovar sin perder el propósito.

IMPACTO Y DERRAMA ECONÓMICA

3. En el contexto de América Latina, ¿cómo describiría la evolución de la derrama económica que generan las ferias en Panamá en los últimos años?

Panamá ha venido consolidándose como una plataforma regional cada vez más robusta para el desarrollo de ferias internacionales. La derrama económica ha evolucionado de forma positiva porque hoy las ferias no solo se miden por lo que ocurre dentro del recinto, sino por toda la actividad que activan antes, durante y después del evento.

En la edición 2026, la plataforma de exposiciones de la CCIAP, por ejemplo, se reportaron transacciones preliminares por 165.8 millones de dólares, más de 19 mil contactos de negocios y participación de empresas y compradores de 36 países, lo que refleja el peso de Panamá como punto de encuentro regional para el comercio, la logística, el turismo, la tecnología y la energía.

“se reportaron transacciones preliminares por 165.8 millones de dólares, más de 19 mil contactos de negocios y participación de empresas y compradores de 36 países”

4. Desde su experiencia, ¿cómo se distribuye ese impacto económico a lo largo de la cadena de valor de una feria?

El impacto económico de una feria se distribuye a lo largo de una cadena de valor muy amplia. Comienza con el montaje y la producción, donde participan proveedores de diseño, construcción de stands, tecnología, audiovisuales, transporte, impresión, mobiliario y servicios especializados. Continúa con el hospedaje, la gastronomía, el transporte interno, el comercio local y toda la oferta de servicios que atiende a visitantes, delegaciones y expositores.

Más allá del recinto ferial, se benefician hoteles, restaurantes, operadores logísticos, aerolíneas, transportistas, comercios, empresas de turismo receptivo, centros de convenciones, técnicos, emprendedores y talento especializado. Pero también ganan los sectores productivos porque una feria facilita reuniones, cierres comerciales, alianzas y acceso a nuevos mercados. Es decir, la derrama no se limita al evento: se expande al ecosistema económico de la ciudad y del país.

IMPACTO, TRANSFORMACIÓN Y LEGADO

5. Más allá de los resultados inmediatos, ¿qué impacto estructural han tenido las ferias en el desarrollo empresarial y económico de Panamá en los últimos años?

Las ferias han contribuido a fortalecer el posicionamiento de Panamá como hub regional de negocios. Ese es probablemente uno de sus impactos estructurales más importantes. Han ayudado a proyectar al país no solo como un punto geográfico estratégico, sino como una plataforma confiable para conectar mercados, promover exportaciones, atraer compradores y dinamizar sectores clave.

Además, han servido para acelerar la internacionalización de empresas panameñas, abrir espacios de Networking de alto nivel y consolidar relaciones comerciales de largo plazo. También fortalecen la imagen país, porque demuestran capacidad organizativa, conectividad, infraestructura y vocación de servicio. Que la CCIAP realice cinco ferias sectoriales de alcance internacional en un mismo bloque refuerza precisamente esa visión de Panamá como centro articulador de oportunidades regionales.

6. Cuando se habla de legado, ¿cómo están contribuyendo las ferias en Panamá a fortalecer capacidades, conocimiento y competitividad en el país?

El legado de una feria va mucho más allá de la transacción comercial. Las ferias dejan conocimiento, exponen al país a tendencias globales, elevan los estándares de los sectores y generan aprendizaje para empresas, proveedores y profesionales.

En nuestro caso, buscamos que cada exposición incorpore espacios de intercambio técnico, actualización sectorial, Networking estratégico y exposición a nuevas soluciones. Eso fortalece capacidades empresariales, mejora la preparación de las compañías para competir internacionalmente y crea una cultura de innovación. El legado también está en la formación del talento humano que hace posible esta industria y en la profesionalización continua de toda la cadena que participa en ella.

SOSTENIBILIDAD (AMBIENTAL Y SOCIAL)

7. ¿Cómo están integrando las ferias en Panamá estrategias de sostenibilidad que aborden tanto el impacto ambiental como el impacto social dentro de su planificación y ejecución?

La sostenibilidad ya no puede verse como un elemento complementario; debe integrarse desde la planificación misma de cada feria. Esto implica revisar procesos, materiales, logística, consumo energético, manejo de residuos y la relación con proveedores, con el objetivo de avanzar hacia operaciones más eficientes y responsables.

En la última edición de nuestras exposiciones, por ejemplo, dimos un paso importante en esa dirección al digitalizar completamente el registro y acceso de los visitantes. Esto no solo nos permitió mejorar significativamente la experiencia y fluidez dentro del recinto, sino que también eliminó la impresión de más de 10 mil gafetes, contribuyendo directamente a la reducción de nuestro impacto ambiental.

En el plano social, la sostenibilidad también pasa por generar inclusión y acceso. Iniciativas como los espacios de diálogo sobre accesibilidad e inclusión que se desarrollan en el marco de nuestras exposiciones reflejan cómo la industria puede contribuir a construir entornos más equitativos, eliminando barreras y ampliando oportunidades para más personas.

En definitiva, una feria sostenible es aquella que no solo reduce su huella ambiental, sino que también multiplica su impacto positivo en la sociedad, fortaleciendo el tejido empresarial y humano del país.

“una feria sostenible es aquella que no solo reduce su huella ambiental, sino que también multiplica su impacto positivo en la sociedad”

PROYECCIÓN Y PROYECTOS FUTUROS

8. ¿Cuáles son los principales proyectos o iniciativas que se están desarrollando para fortalecer la industria ferial en Panamá en los próximos años?

Uno de los avances más importantes ha sido la consolidación de una plataforma sectorial más robusta y especializada. La CCIAP viene fortaleciendo un bloque integrado por EXPOCOMER, EXPO LOGÍSTICA PANAMÁ, EXPO TURISMO Internacional, EXPO TECH y EXPO ELÉCTRICA Internacional, realizado en 2026 en el Panama Convention Center, precisamente con la visión de potenciar sectores estratégicos para la competitividad del país.

Hacia adelante, el reto es seguir elevando el perfil internacional de estas plataformas, atraer más compradores especializados, incorporar más innovación tecnológica, profundizar la experiencia del visitante profesional y ampliar las oportunidades de formación y transferencia de conocimiento alrededor de cada feria. También es clave seguir fortaleciendo la articulación entre sector privado, Estado y aliados internacionales.

9. ¿Qué oportunidades identifica para Panamá dentro del ecosistema ferial latinoamericano y cómo puede

el país seguir posicionándose estratégicamente en la región?

Panamá tiene ventajas muy claras: conectividad aérea y marítima, ubicación estratégica, infraestructura logística, vocación internacional y experiencia probada en organización de eventos de alto nivel. Eso le permite competir con mucha solidez dentro del ecosistema ferial latinoamericano.

La oportunidad está en seguir posicionándose como sede natural para encuentros multisectoriales y especializados que conecten a América Latina con el Caribe, Norteamérica y otros mercados. Para lograrlo, hay que continuar apostando por la calidad, la especialización, la atracción de compradores internacionales, la innovación en la experiencia ferial y la promoción de Panamá como destino de negocios. Cuando el país logra articular su propuesta logística, turística y comercial, se vuelve especialmente competitivo. La participación de delegaciones de más de 30 países en nuestra plataforma de exposiciones en 2026 confirma ese potencial.

VISIÓN SECTORIAL Y CIERRE

10. Desde la perspectiva de la Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá, ¿cuáles son hoy los principales retos que enfrenta la industria ferial y cómo se están abordando?

Uno de los principales retos es mantener la relevancia en un entorno cada vez más competitivo y cambiante. Hoy las ferias deben ofrecer más valor: contactos de calidad, experiencias mejor diseñadas, inteligencia de mercado, contenido útil y resultados concretos para sus participantes.

Otro reto importante es seguir profesionalizando la cadena de valor de la industria, incorporar más herramientas tecnológicas y responder a exigencias crecientes en sostenibilidad, eficiencia y medición de impacto. Desde la Cámara lo abordamos con planificación estratégica, fortalecimiento sectorial, alianzas, promoción internacional y una visión integral del evento como plataforma de negocios y conocimiento, no solo como exhibición comercial.

11. Finalmente, ¿cómo visualiza el futuro de las ferias en Panamá y su contribución al desarrollo económico, social y sostenible del país?

Veo un futuro muy prometedor para las ferias en Panamá. Creo que seguirán evolucionando hacia plataformas más especializadas, más tecnológicas, más sostenibles y con mayor capacidad de generar conexiones de alto valor. El componente presencial seguirá siendo fundamental, porque la confianza, la negociación y la construcción de alianzas tienen un enorme valor cuando ocurren cara a cara.

Al mismo tiempo, visualizo ferias con una contribución cada vez más amplia al desarrollo del país: impulsando comercio, inversión, turismo, empleo, transferencia de conocimiento y posicionamiento internacional. Panamá tiene todo para seguir consolidándose como un gran hub ferial de la región, y desde la Cámara estamos convencidos de que esta industria continuará siendo una herramienta estratégica para el desarrollo económico, social y sostenible del país.



Alejandra Álvarez - Directora de Exposiciones de la CCIAP

Nota realizada por



Nota realizada a





AFIDA
Asociación Internacional
de Ferias de América

CONGRESO AFIDA 2026

55° Congreso Latinoamericano de la
Industria de Ferias y Convenciones

Fecha:
6 al 8 de mayo

Host:
Neomundo

Ciudad:
Bucaramanga, Colombia


Alojamiento Oficial

Holiday Inn Bucaramanga Cacique

Ubicado dentro del Complejo Cacique, uno de los sectores más modernos de la ciudad, es un hotel que combina comodidad, servicios de primer nivel y una excelente ubicación. Desayuno Buffet desde las 6:30 am.

📍 Transversal oriental Calle 93 # 34 – 180
Bucaramanga, Santander

Post Tour

 Viernes 8 de mayo

📍 Excursión Full Day- Cañon de Chicamocha (funicular, vistas, cultura local con almuerzo)

Hora de salida: 07:00-08:00 am

USD 65 por persona (final)

Reserva 

direccionejecutiva@afida.org con copia a
direccioncomercial@uniturismo.co

Inscríbete acá

Solicita el programa completo y más información:
direccionejecutiva@afida.org / +5491166720972

CIUDAD ANFITRIONA



ORGANIZA



HOST



HOTEL SEDE



Notas de interés compartidas por socios y aliados



CCIAP y SCAP firman acuerdo para organizar el World of Coffee Panamá 2026

1ra. feria comercial de café que se desarrollará en América Latina

(Panamá, 27 de enero de 2025). La Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá (CCIAP) y la Asociación de Cafés Especiales de Panamá (SCAP), firmaron un convenio de cooperación donde se concretiza la organización del World of Coffee, Panama 2026, feria comercial de café que por primera vez se llevará a cabo en América Latina del 23 al 25 de octubre de 2026, en el Panama Convention Center.

El objetivo de desarrollar este evento en Panamá es promocionar y resaltar las diversas variedades de café de alta calidad y los productos agrícolas no tradicionales que el país ofrece posicionando así esta industria agroexportadora entre una de las mejores del mundo.

Este acuerdo fue firmado por Juan Arias, presidente de la CCIAP y Ricardo Koyner, presidente de la SCAP, el cual es prorrogable por igual término de 2 años.

Juan Arias, presidente de la CCIAP, señaló “esta es una excelente oportunidad, que Panamá haya sido seleccionado para la primera edición del World Of Coffee en Centroamérica y América Latina, donde los panameños podremos mostrar al mundo el gran potencial de la oferta exportable que tenemos y promover nuestro café de altura, el cual es motivo de orgullo, particularmente en los últimos años, en que ha tenido comportamiento positivo con el especializado geisha”, agregó.

Además, dijo por primera vez en Latinoamérica, este encuentro reunirá a los mejores productores, compradores y amantes del café, consolidando a Panamá no solo como un líder en calidad cafetera, sino también como un punto de encuentro para los negocios y la cultura del café.

De igual forma, agradeció a la Asociación de Café Especial de Panamá por la confianza depositada en la Cámara de Comercio que por 40 años organiza eventos de tal magnitud como lo son las insignes ferias EXPOCOMER, EXPO LOGÍSTICA PANAMÁ, EXPO TURISMO INTERNACIONAL, EXPO TECH y EXPO ELÉCTRICA INTERNACIONAL-Panamá que se llevarán a cabo en paralelo del 25 al 27 de marzo próximo.

Por su parte Ricardo Koyner, presidente de la Asociación de Café Especial de Panamá expresó “En SCAP estamos muy orgullosos de que la Specialty Coffee Association haya

elegido a nuestro país para el primer World of Coffee en Latinoamérica. Lo vemos como un reconocimiento al arduo trabajo que ha realizado Panamá posicionando nuestros cafés como uno de los mejores del mundo como la mejor expresión del “Specialty Coffee”. El World of Coffee Panama tendrá un gran impacto en muchas industrias de nuestro país, el turismo, el comercio y el sector de servicios se verán enormemente beneficiados. Nuestra alianza con la Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá fortalecerá nuestra Asociación y asegura el éxito de este proyecto”.

Datos de la vitrina comercial del café

El World of Coffee, Panama, tendrá como escenario el Panama Convention Center, ubicado estratégicamente en la ribera del Canal de Panamá, en la Calzada de Amador. Esta exposición comercial de café contempla un área para rueda de negocios, sesiones de capacitación donde se desarrollarán talleres y un congreso especializado diversos temas, como tendencias en la industria, métodos de preparación, sostenibilidad, innovación y más.

También, se desarrollará la competencia internacional de baristas, donde participarán profesionales del café de todo el mundo que compiten por los títulos.

En la sala de exhibición, compradores y proveedores del sector podrán participar mostrando sus productos, equipos y servicios relacionados con el café posicionando a Panamá como el principal hub de negocios de América Latina, por su privilegiada posición geográfica y el conglomerado desarrollado en torno a este.

En esta vitrina, el mundo conocerá más sobre este producto panameño de calidad, así como las principales empresas caficultoras con miras a lograr y establecer conexiones con potenciales compradores de otros mercados.

World of Coffee es el encuentro de café líder en Europa y uno de los eventos de café preeminentes del mundo, que reúne a miles de profesionales del café y entusiastas durante tres días para una celebración del café especializado. La feria está organizada por la Specialty Coffee Association.

Detalles de la producción de este rubro

El café representa el 0,4 % del Producto Interno Bruto (PIB) de Panamá, pero gracias a la producción de cafés especiales, que en el 2024 se cotizó al precio récord US\$13,518 dólares por kilogramo en una subasta electrónica posicionando el país en el mercado de lujo cafetero.

En Panamá, la principal provincia productora es Chiriquí, con 6.434,99 hectáreas cultivadas y 1,154 productores. Seguida de la provincia de Coclé, con 4.715 hectáreas cultivadas por 2.210 productores. Sumando a Panamá Oeste con 2.300 hectáreas cultivadas y 1.000 productores; así como, Colón donde se cultivan 1.801 hectáreas y se registran 1.601 productores.

El café de Panamá es conocido nivel mundial por su calidad y variedad, tal es el café Geisha, que se cotiza con los más altos precios en el mundo. Pero de igual forma se cultivan otras variedades como el Arábica y Robusta.

El Geisha es una variedad de café de la especie arábica y es la más reconocida a nivel mundial. Su auge inició en 2004 cuando se presentó al concurso Best of Panamá y ocupó el primer lugar en varias categorías. Actualmente, sigue siendo uno de lo más usados por los baristas en las competencias de cata de los mejores cafés del mundo.

Sobre la Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá

La Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá (CCIAP), principal gremio del sector privado fue fundada el 17 de mayo de 1915 con el propósito de “promover, conectar y defender a la empresa privada”. Actualmente, está conformada por unas 1,600 empresas, clasificadas en 15 sectores de la economía nacional, y trabaja para procurar el crecimiento de la actividad comercial, industrial, agrícola y de servicios, y cooperar en el estudio de los problemas económicos y sociales de la economía del país.

Detalles sobre la Asociación de Cafés Especiales de Panamá (SCAP)

SCAP, en 1996, durante la crisis de los bajos precios internacionales del café y el comienzo de la categoría Cafés Especiales, un grupo de 7 productores de café de las áreas de Boquete y Volcán -Candela se juntaron con la idea de dar a conocer sus cafés.

Sabiendo que sus Cafés eran de excelente calidad, que el café era el producto agrícola más importante de las tierras altas panameñas, y que estaba presente una creciente demanda global, nació la Asociación Panameña de Cafés Especiales de Panamá (SCAP). Hoy, SCAP cuenta con más de 90 socios que exportan sus variedades de Cafés Especiales en todo el mundo y ganadores de premios y reconocimientos en concursos internacionales de sabores.



En el 2024 se cotizó al precio récord **US\$13,518 dólares por kilogramo** en una subasta electrónica.



La principal provincia productora es Chiriquí, con **6.434,99 hectáreas cultivadas**



La principal provincia productora es Chiriquí con **1,154 productores**.



Ecuador y Quito: El Epicentro de los Grandes Eventos en el Centro del Mundo

1ra. feria comercial de café que se desarrollará en América Latina

Ecuador se consolida hoy como un destino estratégico para eventos internacionales, gracias a su ubicación privilegiada en el "Centro del Mundo". Con una infraestructura creciente para el turismo MICE, nuestro país ofrece ventajas competitivas inigualables: costos operativos atractivos frente a otros destinos regionales, una hospitalidad reconocida en toda Latinoamérica y experiencias únicas pre y post evento que solo la megadiversidad del Ecuador puede brindar.

En este escenario, **Quito se erige como el principal Hub MICE de los Andes**. Como capital política y económica del país y Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, Quito combina una rica historia con una infraestructura moderna. Su conectividad aérea es un pilar fundamental, operando a través del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre —galardonado mundialmente por su eficiencia— con vuelos directos que conectan a la ciudad con los principales puntos de Norteamérica, Latinoamérica y Europa. Además, la ciudad ofrece una experiencia integral para el asistente, donde la alta gastronomía y la cultura viva del centro histórico más grande y mejor conservado de América se fusionan para garantizar el éxito de cualquier convocatoria.

Como pieza central de esta oferta, el **Centro de Convenciones Metropolitano de Quito (CCMQ)** se posiciona como el recinto más importante y grande del país. Con aproximadamente 20.000 m² de infraestructura de clase mundial, hemos sido diseñados para albergar eventos de cualquier escala, desde reuniones ejecutivas hasta ferias internacionales de miles de asistentes.

Nuestra versatilidad se refleja en espacios icónicos como:

- **Salón Mitad del Mundo:** Con 5.000 m² y capacidad para hasta 6.500 personas, es el escenario ideal para grandes ferias y congresos, permitiendo la instalación de hasta 260 stands.
- **Salón Panecillo:** Un espacio modular de 2.480 m² perfecto para exposiciones medianas.
- **Auditorio:** Equipado con tecnología de última generación y excelente acústica para 472 asistentes.

Ferias internacionales y presencia global

El Centro de Convenciones Metropolitano de Quito es hoy **sede de las ferias y eventos más importantes del país**, acogiendo encuentros que impulsan sectores estratégicos de la economía, fomentan la transferencia de conocimiento y proyectan a Quito como un punto de encuentro regional. Paralelamente, el CCMQ mantiene una **activa presencia internacional**, participando en las principales ferias y plataformas del sector MICE y ferial, como **AFIDA, FIECPO, IMEX Las Vegas, FITUR y encuentros especializados en América Latina y Europa**. Esta participación responde a una visión clara: posicionar a Quito y al Ecuador

Un destino en crecimiento, una invitación al mundo

Desde el Centro de Convenciones Metropolitano de Quito creemos firmemente que los grandes eventos transforman ciudades, generan desarrollo y crean oportunidades. Quito y Ecuador están listos para recibir al mundo, y el CCMQ es el escenario donde esa visión se hace realidad.

Porque aquí, en el centro del mundo, **los grandes encuentros no solo se realizan: trascienden.**

Contacto Internacional: Para más información sobre la organización de eventos y ferias en Quito: **Web:** www.ccmq.ec

Teléfono: +593 99 998 8506

Por: Sebastián Sevilla del Centro de Convenciones Metropolitano de Quito



Aquí no hablamos de la industria...
Hablamos con los protagonistas.

Cara a Cara, el podcast que te pone frente a frente
quienes están marcando el rumbo.



Juan José García

Director Marketing BCO Congressos



Arnaldo Nardone

Director de FLEXPO Group



Linda Garzón

Meet4Impact · Project Manager LATAM



Lucio Vaquero

Director Regional de PCMA LATAM



Conocé la historia
de nuestros entrevistados,
anécdotas y su
visión de la industria.



Escanea y conecta con nosotros

Disponible en:  YouTube  Spotify®

Eventos Latinoamericanos, desde hace 25 años generando
contenido de valor y acompañando el desarrollo
de la Industria de Reuniones en América Latina y el Caribe.

www.eventoslatam.com

**EVENTOS
LATINOAMERICANOS**

Una
coproducción
con



Noticias clave, insights y tendencias sobre el mundo de los eventos, negocios y más...

FACTOR[®]

MEETINGS

Es un medio de comunicación digital especializado en la industria global de reuniones, congresos, convenciones y viajes de incentivo



Con un enfoque editorial sólido y una visión global, **Factor Meetings** es una plataforma que impulsa el desarrollo profesional y la toma de decisiones en la industria, generando conexiones entre destinos, recintos, DMCs, asociaciones, organizadores de eventos y toda la cadena de valor.

Curado
por expertos

Sin ruido,
solo lo esencial

Para mentes
prácticas y
enfocadas

¡Síguenos!

     @factormeetings

y entérate antes que nadie.

www.factormeetings.com

De recinto ferial a ecosistema de innovación: La transformación estratégica del Centro de Exposiciones Quito

En América Latina, los centros de exposiciones están redefiniendo su rol dentro de la economía regional. Lejos de limitarse a la gestión operativa de eventos, estos espacios evolucionan hacia plataformas estratégicas de articulación productiva, innovación sectorial e integración empresarial. El Centro de Exposiciones Quito (CEQ) constituye un caso representativo de esta transición en la región andina.

Con más de 40 años de trayectoria institucional, certificaciones internacionales como ISO 9001:2015 e IQNET y afiliación a AFIDA (Asociación Internacional de Ferias de América), el CEQ ha consolidado una operación que supera la lógica tradicional de arrendamiento de infraestructura. Más de 70 eventos anuales solo en el Pabellón Simón Bolívar, aproximadamente 150 mil visitantes al año y un crecimiento sostenido del 4,3% en derrama económica evidencian una dinámica de impacto territorial relevante.

Desde el enfoque de los ecosistemas empresariales (Moore, 1993; Isenberg, 2010), el valor no se genera únicamente en la transacción comercial, sino en la red de relaciones que esta articula. Bajo esta perspectiva, el CEQ ha evolucionado hacia un modelo que integra infraestructura, gobernanza gremial y estrategia productiva.

Su vinculación institucional con la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha (CAPEIPI) constituye una ventaja competitiva distintiva, al permitir una conexión directa con el tejido empresarial de pequeñas y medianas empresas, facilitando encadenamientos productivos, ruedas de negocio y procesos de internacionalización progresiva.

La diversificación del portafolio es un elemento clave de esta transformación. El CEQ alberga ferias multisectoriales, convenciones empresariales, jornadas académicas, lanzamientos de productos, eventos culturales y formatos híbridos que combinan presencialidad con transmisión digital. Esta adaptabilidad responde a las exigencias de un entorno donde la experiencia del visitante, la conectividad y la visibilidad en plataformas digitales son factores determinantes de competitividad.

Más allá de los indicadores operativos, el impacto estratégico del recinto se manifiesta en su efecto multiplicador sobre la economía urbana. La actividad ferial dinamiza sectores

como hotelería, gastronomía, transporte, logística, publicidad y servicios técnicos especializados. Cada evento no solo congrega empresas y consumidores, sino que activa una red ampliada de actores que integran el ecosistema económico local.

En este contexto, el centro de exposiciones deja de ser un contenedor físico para convertirse en un nodo articulador de conocimiento, comercio e innovación. La infraestructura —pabellones especializados, áreas exteriores, equipamiento tecnológico y servicios complementarios— funciona como habilitador de redes empresariales y no como fin en sí misma. El desafío hacia el mediano plazo radica en profundizar esta lógica ecosistémica. La digitalización integral de la experiencia ferial, la incorporación de métricas de sostenibilidad, la atracción de eventos internacionales y la integración con clusters sectoriales serán factores determinantes para consolidar el posicionamiento regional. Nos complace informar que hemos instalado paneles solares a fin de alinearnos al ODS 7, a fin de tener energía asequible y no contaminante, al ODS 13 de Acción por el clima, al ODS 11 por ciudades y comunidades sostenibles y al ODS 9 de industria, innovación e infraestructura que impulsa tecnologías limpias e innovación energética a fin de ser un Centro de Exposiciones sostenible.

En un entorno donde la competitividad territorial depende de la capacidad de generar conexiones estratégicas, los recintos feriales están llamados a desempeñar un rol más estructural en las políticas de desarrollo productivo.

La experiencia del Centro de Exposiciones Quito demuestra que la evolución institucional es posible cuando existe una visión estratégica clara, articulación gremial y adaptación tecnológica constante. Más que un espacio de eventos, el CEQ se proyecta como una plataforma de integración empresarial y un instrumento de dinamización económica regional.

En esa transición —de recinto a ecosistema— se define el futuro de los centros de exposiciones en América Latina.





Corferias marca un hito al convertirse en el primer recinto y operador ferial del mundo cuya infraestructura y gestión son reconocidas con la certificación Empresa B

Corferias marcó un hito histórico al convertirse en el primer recinto y operador ferial del mundo cuya infraestructura y gestión reciben la certificación como Empresa B (B Corp), un reconocimiento otorgado por B Lab a las organizaciones que generan impacto social, ambiental y económico desde su modelo de negocio. La certificación fue recibida en el mes de noviembre, consolidando un año clave para la organización. Este sello reconoce el desempeño de Corferias en cinco dimensiones fundamentales: gobernanza, trabajadores, clientes, comunidad y medio ambiente, y valida una gestión basada en el valor compartido, la ética y el propósito transformador.

“Ser el primer recinto y operador ferial del mundo cuya infraestructura y gestión son certificados como Empresa B del mundo es más que un reconocimiento: es el reflejo de nuestro compromiso genuino con una gestión empresarial responsable, ética y transformadora. Este logro demuestra que es posible construir negocios que sean

motores de bienestar colectivo, inclusión social y cuidado ambiental, generando valor real para la ciudad, el país y las comunidades. En Corferias, asumimos la responsabilidad de liderar con propósito, inspirando a otros actores del sector a incorporar prácticas sostenibles, innovadoras y humanas. Esta certificación nos impulsa a seguir elevando los estándares, fortaleciendo el ecosistema empresarial y consolidando a Colombia como referente global en ferias con propósito y desarrollo sostenible”, afirmó Andrés López Valderrama, Presidente Ejecutivo de Corferias.

El reconocimiento se sustenta en resultados concretos. De acuerdo con un estudio de Fedesarrollo, las actividades de Corferias generan un valor agregado de \$17,2 billones de pesos en Bogotá, equivalente al 4,7 % del PIB de la ciudad, y cerca de \$20 billones a nivel nacional, aportando el 1,3 % del PIB de Colombia y más de 62.000 empleos anuales. En materia ambiental, Corferias ha consolidado un liderazgo medible y verificable. En 2025 obtuvo por segundo año



consecutivo la certificación como Empresa Carbono Neutro, tras la verificación de su huella de carbono corporativa bajo estándares internacionales.

“Corferias marca un hito mundial al certificarse como Empresa B. Desde Bogotá, Colombia, aportamos una nueva voz a la comunidad global de negocios con propósito” manifestó Camilo Ramírez, Director Ejecutivo de Sistema B Colombia.

Con esta certificación, Bogotá y Colombia se posicionan como referentes globales en ferias con propósito, eventos carbono neutrales y transformación sostenible del sector MICE, reafirmando el compromiso de Corferias con una industria más justa, innovadora y competitiva

“Corferias marca un hito mundial al certificarse como Empresa B. Desde Bogotá, Colombia, aportamos una nueva voz a la comunidad global de negocios con propósito”



Generadores de
Oportunidades y Progreso



Expo Guadalajara, 39 años como motor estratégico de desarrollo, innovación y sustentabilidad

En 2026, Expo Guadalajara cumple 39 años de grandes historias, emotivos encuentros y, sobre todo, de eventos que transforman realidades.

Lo que en 1987 comenzó como un proyecto visionario, de la mano de asociaciones empresariales y autoridades locales, se ha convertido en un verdadero motor de desarrollo e innovación que conecta a empresas y personas de todo el mundo, y lidera el cambio sustentable en la industria de reuniones en México.

En la actualidad, el recinto consolida su posición como uno de los líderes de América Latina, al ser el más grande en superficie comercializable, con 90,000 m²; atraer nuevas exposiciones y congresos de alcance internacional, y generar sinergias con otros líderes de la industria para crear nuevos eventos.

Además de su ubicación dentro de la ciudad de Guadalajara, que cuenta con 61 conexiones aéreas; 24 a Estados Unidos, dos a Canadá, tres a Latinoamérica, uno a Europa y 31 al interior de México, Expo Guadalajara destaca por su liderazgo en materia ambiental y social, al ser el primer centro de convenciones en México en contar con una estrategia integral de sustentabilidad rumbo a 2050 y una fundación propia, con el objetivo de impulsar la transición hacia una industria más responsable y humana.

Hoy, Expo Guadalajara no solo se define por el progreso económico que genera a nivel regional, con cerca de 2.9 mil millones de dólares anuales, sino también por su

capacidad de innovar, poniendo la tecnología al servicio del medioambiente y de las personas. Cuenta con 3,000 m² de paneles solares, que generan hasta 499 kW, es decir, cerca del 12 % del consumo eléctrico del recinto, además de un sistema de captación de agua de lluvia que permite reutilizar cerca de 100,000 litros en la operación cotidiana, junto con una política de eficiencia energética e hídrica, así como de separación y reciclaje de residuos



Por otro lado, 2026 es un año en el que Expo Guadalajara reafirma su lugar en la industria a nivel mundial, al ser sede de eventos como ITB Américas —que llega por primera vez al continente—, el BestCities Global Forum y la International Commission on Large Dams, además, en 2027 celebrará el 26to Congreso Internacional de Dermatología. Al mismo tiempo, impulsa nuevos encuentros con vocación internacional, como la Semana Internacional de la Construcción México (SICON), en alianza con IFEMA Madrid, y la segunda edición de México Hospitality Expo, en colaboración con FIRA Barcelona.



EXPOGUADALAJARA
• EL RECINTO DE LOS GRANDES EVENTOS •

A 39 años de su creación, Expo Guadalajara mira al futuro con certeza y compromiso para continuar siendo un punto de encuentro para las industrias, las ideas y las personas, impulsando un desarrollo sustentable que beneficie a la comunidad y proyecte a Jalisco hacia el mundo.





Expoplaza 2026: Estrategia y Visión para un Año de Grandes Encuentros

Para Expoplaza, el primer trimestre de 2026 marca un periodo fundamental de “arquitectura estratégica”. Mientras la ciudad de Guayaquil se prepara para el inicio de nuestra temporada de ferias en mayo, el equipo de comercial, marketing y operaciones consolida alianzas que redefinirán la experiencia de expositores y visitantes en el mercado ecuatoriano.

El Hito del Año: EDIFICA 2026 Bajo la dirección de nuestra Presidencia, este año el foco central está en **EDIFICA**, la feria de la construcción que regresa con una propuesta renovada. Entendiendo que la industria demanda soluciones más eficientes, EDIFICA se posiciona como el epicentro de la innovación tecnológica y la sostenibilidad en el país. No se trata solo de una exposición, sino de una plataforma de negocios diseñada para conectar a los grandes desarrolladores con las tendencias globales en materiales y sistemas constructivos.

EDIFICA se posiciona como el epicentro de la innovación tecnológica y la sostenibilidad en el país.



Un Calendario que es Noticia:

Aunque el inicio de actividades feriales está marcado para mayo, Expoplaza presenta su calendario 2026 como una hoja de ruta para la reactivación económica. Desde la pasión automotriz en el Autoshow, el impulso editorial en la FIL Guayaquil y la tradición culinaria y gastronomía profesional en Raíces y Horeca Fest, nuestra oferta para este año integra sectores estratégicos que dinamizan la economía nacional. A esto se suman encuentros de relevancia global como la Cumbre de Banano y la Cumbre de Cacao, junto al desarrollo inmobiliario en Hábitat, reafirmando nuestro liderazgo en la organización de eventos de alto impacto.

Compromiso con la Excelencia: “Nuestra meta este año es elevar el estándar de conectividad comercial en cada evento”, comenta Cecilia Jurado, Gerente Comercial de Expoplaza. La integración de nuevas herramientas digitales y la optimización de espacios en el Centro de Convenciones de Guayaquil son parte de los preparativos que hoy ocupan nuestra agenda para garantizar resultados excepcionales a partir del segundo trimestre.



Ferias Internacionales de Turismo para 2026

Termatalia

 Xantar

GALICIA CALIDADE



Expourense presenta en FITUR sus dos Ferias Internacionales de Turismo para 2026: Termatalia y Xantar

La Feria Internacional de Turismo Termal, Salud y Bienestar celebrará su 24ª edición en Ourense, los días 24 y 25 de septiembre.

El Salón Internacional de Turismo Gastronómico cumple 27 años entre el 19 y el 22 de noviembre

FITUR-Madrid, 21/01/2026.- Expourense, recinto ferial de Ourense, acudió un año más a FITUR Madrid presentar sus dos ferias internacionales de turismo: Termatalia (24 y 25 de septiembre) y Xantar (19 a 22 de noviembre). Se trata de dos de las seis citas internacionales de turismo reconocidas por el Gobierno de España (junto a la propia Fitur, Intur Valladolid, B-Travel Barcelona y TIS Sevilla) y recogidas en el B.O.E. publicado justamente en el día de hoy. Como es habitual, el stand de Turismo de Galicia acogió la presentación conjunta de ambas citas que corrieron a cargo del director gerente de Expourense, Rogelio Martínez, que estuvo acompañado por distintos representantes involucrados en los respectivos sectores de las ferias presentadas y que visibilizan el apoyo de las distintas administraciones a la actividad ferial y deportiva desarrollada por Expourense, además de la importancia de la cooperación iberoamericana en todos sus proyectos.

En esta presentación, el director gerente de Expourense estuvo acompañado por la Conselleira de Medio Rural de la Xunta de Galicia, María José Gómez; por la secretaria de Turismo y Relaciones Internacionales del Gobierno de Boyacá, en Colombia, Ana María Rojas, y por el diputado de Turismo y Termalismo de la Diputación Provincial de Ourense y presidente del INORDE, Rosendo Fernández.

Rogelio Martínez destacó que "Expourense es el único recinto que organiza dos de las seis ferias internacionales de Turismo que se van a celebrar en España en 2026. Esto nos ayuda a posicionarnos como un recinto que organiza proyectos únicos que promocionan las potencialidades y los recursos endógenos de Galicia. Con Termatalia promocionamos el turismo termal y de salud, sector en el que nuestra comunidad es líder en España. Con Xantar, damos a conocer nuestra enogastronomía que es el segundo motivo por el que el turista elige Galicia como lugar de visita".

Además de presentar las próximas ediciones de Termatalia y Xantar, el director gerente de Expourense hizo referencia también a la promoción del turismo deportivo realizada en el recinto gracias a través de su pista de atletismo cubierta, una de las mejores de Europa. En ella se celebrará entre el 6 y el 8 de marzo el Campeonato del Mundo de Atletismo en Short Track "VIRTUS 2026". El recinto se suma a la promoción de Galicia como destino de turismo deportivo a través de la treintena de competiciones que cada año se disputan en esta pista o de la organización de eventos directamente relacionados como Sportur Galicia, Salón del Deporte y Turismo Activo, o el Congreso Internacional de Turismo y Deporte.

Termatalia

Termatalia 2026, Feria Internacional de Turismo Termal, Salud y Bienestar, arranca en FITUR- Madrid la promoción internacional de su 24ª edición, que se celebrará en Ourense los días 24 y 25 de septiembre. Será la primera feria internacional del año relacionada con el turismo del recinto (Expourense celebra Funergal en el mes de mayo que también es cita internacional). Tras su sexta edición en América, celebrada en Colombia, regresa este año a su sede europea, Ourense, la capital termal. Esta cita contará con la participación destacada de los países que van a presentar sus candidaturas para acoger Termatalia 2027 que volverá a celebrarse fuera de España. Hasta ahora se ha recogido la postulación oficial de La Fortuna en Costa Rica para ser sede, pero hasta el mes de septiembre continúa abierto el plazo de candidaturas.

Termatalia 2026 vuelve a posicionarse como una excelente oportunidad para posicionarse como destino de turismo de salud internacional, como fue el caso de Colombia, país anfitrión que acogió, en palabras de los organizadores "una edición espectacular, la mejor de las celebradas en América hasta la fecha por el alto nivel de participación y

por la increíble involucración de los anfitriones locales". Esta rotunda afirmación procede de los datos de participación y seguimiento de las acciones formativas que incluían la participación de 55 expertos de 13 países, la asistencia presencial de 2.000 visitas, a las que hubo que sumar las 24.900 visualizaciones que alcanzó el streaming del VI Congreso Internacional sobre Agua y Salud.

Los anfitriones de Termatalia Colombia 2025 (Fontur, Cotelco, Gobernación de Boyacá y Alcaldía de Paipa), mostraron su satisfacción por los resultados obtenidos y mostraron su agradecimiento a Termatalia por convertirse en una plataforma de difusión internacional del termalismo de Colombia en general y de Boyacá y Paipa en particular. La secretaria de Turismo de Boyacá, Ana María Rojas, indicó que esta cita sirvió de "punto de inflexión en el desarrollo de nuestro termalismo como motor económico. La feria se convirtió en una excelente plataforma de difusión internacional del termalismo de Colombia en general y de Boyacá y Paipa en particular. Con la celebración de esta cita, desde Colombia dejamos patente nuestra apuesta por el turismo de salud que tiene como objetivo encontrar un sitio preferente en el mapa de grandes destinos termales internacionales".

Por su parte, el alcalde de Paipa, Germán Ricardo Camacho, indicó en su momento que "esta feria es un detonante en el desarrollo termal de la región" y explicó la necesidad de ampliar el uso lúdico de las termas incluyendo el sanitario como sucede en Europa, "hay que aprender de quienes ya lo han hecho y les ha funcionado. Las aguas termales son el principal recurso turístico de Paipa, por lo que ser sede de Termatalia es para la alcaldía una oportunidad de oro que no vamos a desaprovechar a partir de ahora".

Termatalia 2026 volverá a ser una excelente oportunidad para posicionarse como destino de turismo de salud y posicionarlo como un producto desestacionalizador, sostenible y con gran impacto económico. Las acciones profesionales estarán destinadas a propiciar la investigación balnear y fomentar el desarrollo de productos turísticos vinculados al sector.

Termatalia Ourense 2026 girará como es habitual sobre sus tres ejes principales: la formación, el negocio y el capital relacional.

- La **capacitación profesional**, a través de la celebración del Séptimo Congreso Internacional sobre Agua y Salud, con la participación de los mejores especialistas del Mundo.
- El **negocio**, con una nueva edición del Workshop especializado en Turismo de Salud con touroperadores internacionales. Se organizará también la Cata Internacional de Aguas que cumple ya 21 ediciones.

- Y, por último, el "**capital relacional**" que supone cada año la celebración de la feria, sea en Ourense o en América Latina. Se trata de una cita que reúne a profesionales de 25 países y que es ya un lugar de encuentro de la familia termal internacional.

XANTAR

Xantar, Salón Internacional de Turismo Gastronómico, se celebrará entre el 19 y el 22 de noviembre, en pleno otoño gastronómico y en un mes de fiesta, tradición y gastronomía en la provincia de Ourense con la celebración del Magosto. Esta cita cuenta con 27 años de trayectoria promocionando la calidad de los productos del agro y del mar gallegos, la profesionalidad de los profesionales de la hostelería y el papel que juega la enogastronomía a la hora de elegir Galicia como lugar de visita. Xantar se celebra en Ourense, la puerta de entrada a Galicia y el aeropuerto terrestre de la Alta Velocidad a tan solo 2 horas de Madrid y a 5 del Levante español. El turismo de proximidad abarca a prácticamente toda la Península Ibérica.

Las actividades de Xantar 2026, enfocadas a aunar producto y territorio, volverán a promocionar el lema "Galicia Calidade" en turismo enogastronómico. Este salón es una de las citas más longevas del calendario ferial español y sigue siendo la única feria internacional de turismo del país especializada en turismo gastronómico y un punto de encuentro ineludible tanto para los profesionales del turismo y la hostelería como para cualquier visitante que quiera disfrutar de la calidad de los productos agroalimentarios y del mar de Galicia. Xantar contribuye a reforzar el binomio turismo y gastronomía como aliados fundamentales para el agro gallego, ya que contribuyen a fijar población y permiten que el medio rural siga creciendo y prosperando.

El director gerente de Expourense recordó que "Además de motivación turística, la gastronomía es cultura, tradición e innovación, y Xantar es el espacio donde destinos, cocineros, productores e instituciones se encuentran para convertir la cocina en una experiencia turística autóctona y auténtica".

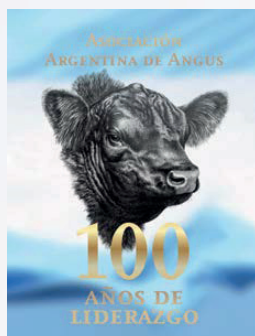
Durante la presentación, Martínez destacó además que "Xantar es un proyecto de cooperación público-privada. Tenemos que agradecer el incondicional apoyo de nuestros patronos: la Xunta de Galicia y la Diputación Provincial de Ourense. Gracias también a otras diputaciones como la de Lugo o la de Pontevedra o a Turismo Porto e Norte de Portugal, que ya son colaboradores habituales. Y no podemos olvidarnos de las empresas, este salón cuenta con el apoyo de grandes firmas del sector agroalimentario y servicios como Coren, Gadis, Grupo Cuevas, Hijos de Rivera, Bricocentro o RENFE, entre otras".

Ferias & Congresos

Revista Ferias & Congresos, desde 1970 construyendo el futuro junto con la Industria de Reuniones. Periodismo de calidad e información confiable que conecta a los actores del sector.

¡FELIZ 57° ANIVERSARIO AFIDA!

Nos unimos a la celebración de la Asociación Internacional de Ferias de América, AFIDA. Saludamos a todos los profesionales, instituciones y aliados que han transitado y acompañado este largo trayecto de la entidad.



www.feriasycongresos.com

- /feriasycongresos
- /feriasycongresos
- @revistaferias
- Ferias & Congresos
- (+54 9 11) 3229-6416

Publicidad

publicidad@feriasycongresos.com.ar

Calendario de Ferias y congresos

calendario@feriasycongresos.com.ar

Redacción

redaccion@feriasycongresos.com.ar

Relaciones públicas

relacionespublicas@feriasycongresos.com.ar



FEICOBOL, eje articulador del fortalecimiento empresarial y productivo del país

Este año FEICOBOL celebra 34 años de trayectoria institucional, consolidándose como una de las plataformas más influyentes en la promoción del turismo de negocios, la dinamización comercial y el desarrollo productivo en Cochabamba y Bolivia

A lo largo de más de tres décadas, la institución ha desempeñado un rol estratégico en la articulación entre el sector público y privado, generando escenarios de encuentro empresarial que permiten fortalecer cadenas de valor, activar inversión y proyectar a la región como un destino competitivo para ferias y eventos especializados. El turismo de negocios que integra ferias, exposiciones, congresos y encuentros se ha posicionado a nivel internacional como un segmento de alto impacto económico, debido a su capacidad de movilizar visitantes especializados, generar demanda en hotelería, gastronomía, transporte y servicios, y consolidar relaciones comerciales de mediano y largo plazo. En ese contexto, FEICOBOL ha contribuido de manera sostenida a posicionar a Cochabamba como un espacio estratégico para el intercambio comercial, la innovación y la integración empresarial.

Durante estos 34 años, la institución ha impulsado una agenda ferial diversificada que responde a distintos sectores productivos y de servicios, promoviendo oportunidades reales de negocio, visibilidad de marca, apertura de mercados y generación de empleo. La gestión ferial no solo implica la organización de eventos, sino la construcción de plataformas económicas donde convergen empresas, emprendedores, instituciones y consumidores en un entorno estructurado y planificado.

La agenda 2026 reafirma esta visión estratégica con un calendario amplio y sectorialmente diverso. En marzo, una de las primeras grandes citas feriales de 2026 es “Celebra-Feria de Bodas, Destinos y Eventos”. Esta feria especializada concentra a proveedores de servicios nupciales y eventos sociales, destinos turísticos, planificadores, empresas de catering, floristas, decoradores, fotógrafos, hoteles, agencias de viaje y otros actores de la cadena productiva.

En abril se llevará a cabo la Feria Exposición Internacional de Cochabamba (FEXCO), el evento multisectorial más importante del departamento, que integra industria, comercio, servicios, agroindustria, tecnología y

emprendimiento, consolidándose como el principal motor de negocios del año.

En ediciones anteriores, FEXCO ha reunido a 1.600 expositores y aproximadamente 390.000 visitantes, generando un impacto económico estimado en 190 millones de dólares en intenciones de negocio, lo que refleja la magnitud y el efecto multiplicador de este evento en la economía de negocios. La proyección para 2026 es superar estas cifras, fortalecer alianzas internacionales y continuar posicionando a Cochabamba como un espacio estratégico para la promoción empresarial.



En ediciones anteriores, FEXCO ha reunido a **1.600 expositores**



En ediciones anteriores, FEXCO ha reunido a **390.000 visitantes.**

En julio, se realizará Confexmoda, una feria moderna y visionaria orientada a impulsar la industria textil y de la moda. En agosto, Vinofest continuará posicionándose como un evento especializado en el sector vitivinícola, promoviendo experiencias sensoriales y la vinculación entre productores y consumidores. En septiembre, Tattoarte ampliará la agenda hacia sectores artísticos y Expo Reincorpora con la reinserción socio-laboral para personas privadas de libertad a través de la comercialización de sus productos fomentando

su visión como futuros emprendedores, generando nuevos nichos de participación y dinamización económica.

En octubre se realizará el Foro Internacional Alimundo, que se presenta como un evento especializado e innovador orientado a fortalecer la industria de alimentos en Bolivia desde una perspectiva industrial, tecnológica y empresarial, y también se realizará el Festival Gastronómico Internacional "Misk'i" que representa una oportunidad estratégica para reactivar el sector gastronómico, dinamizar la economía nacional, promover la innovación culinaria y capacitar a los actores vinculados a este sector. En noviembre Expo Construcción articulará a la cadena productiva del sector constructivo e inmobiliario.

Cada uno de estos eventos forma parte de una estrategia integral orientada a diversificar la economía de servicios, fortalecer la competitividad empresarial y consolidar a Cochabamba como un centro estratégico del turismo de negocios en Bolivia. FEICOBOL continúa renovando su compromiso institucional con la planificación estratégica, la articulación público-privada y la generación de plataformas que no solo convocan visitantes, sino que estructuran oportunidades económicas medibles y sostenibles en el tiempo.



Novedades Fexpocruz

Del 28 al 30 de enero, el CEO de FEXPOCRUZ participó del Global CEO Summit organizado por UFI en Viena, Austria, uno de los principales encuentros internacionales de la industria ferial, que reúne anualmente a líderes del sector a nivel mundial.



Durante los primeros meses del año, FEXPOCRUZ se destacó como punto de encuentro de más de 25 mil personas, al albergar reconocidas agrupaciones que celebraron el Carnaval de Santa Cruz de la Sierra. Este evento reafirma al predio ferial como un espacio clave para la promoción del turismo y la dinamización de la economía local, proyectando la identidad cultural de la región a nivel nacional e internacional.

FEXPOCRUZ se destacó como punto de encuentro de más de 25 mil personas

En el marco de su agenda estratégica 2026, del 4 al 8 de marzo se llevó a cabo la 17ª Feria Automotriz de Santa Cruz, que reunió a 33.621 visitantes y más de 200 marcas expositoras, consolidándose como una plataforma especializada para la dinamización del sector.

Asimismo, FEXPOCRUZ anunció el lanzamiento de tres ferias especializadas: FICAD – Feria Internacional de la Construcción, Arquitectura y Diseño, y Expoforest – Feria de la Madera, ambas a realizarse del 25 al 29 de marzo, concebidas como plataformas para visibilizar el potencial productivo, sostenible y tecnológico de estos sectores. Además, Agropecruz – Feria Agropecuaria Internacional de Santa Cruz se consolida como un espacio estratégico donde referentes del sector exhiben genética de alto nivel y una amplia oferta de insumos y servicios para la producción.

Estos primeros meses del año reflejan el compromiso de FEXPOCRUZ con la diversificación de su oferta ferial y el fortalecimiento de la industria MICE, generando nuevas oportunidades de negocio a nivel nacional e internacional.



Fira de Barcelona consolida su liderazgo en el sur de Europa

Tras cerrar 2025 con resultados récord, la institución afronta un calendario de eventos de primer nivel y dos proyectos clave que multiplicarán su potencial

Fira de Barcelona afronta 2026 en uno de los momentos más sólidos de su trayectoria reciente, reforzando un liderazgo que trasciende el ámbito español y la sitúa como una de las plataformas feriales y congresuales más influyentes del sur de Europa. Los resultados de 2025 avalan este posicionamiento: la institución registró 350 millones de euros de ingresos —un 17% más que el año anterior— y un Ebitda de 60 millones, consolidando un crecimiento sostenido basado en la calidad de sus salones, la diversificación de su actividad y una proyección internacional en expansión.

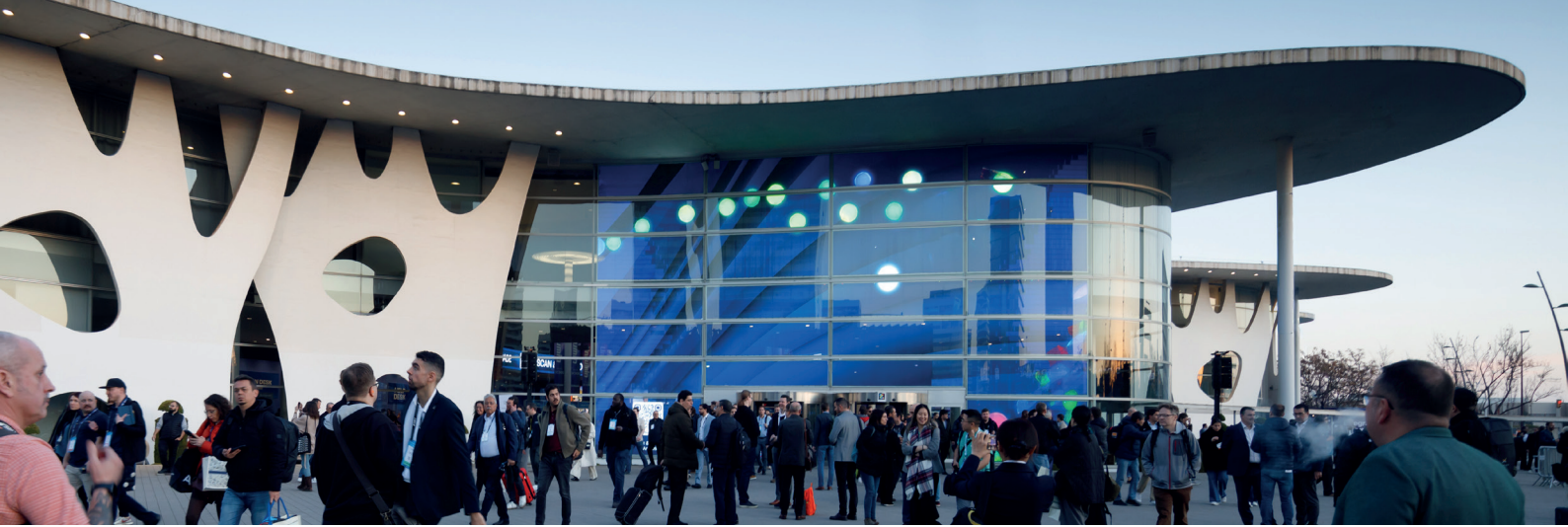
Las previsiones para 2026 confirman esta dinámica. Fira estima superar los 360 millones de euros de ingresos, impulsada por un calendario de máxima relevancia que incluye el 50º aniversario de Alimentaria + Hostelco, la llegada a Barcelona de Fespa Global Print Expo, la Gala de los Premios Goya y una extensa agenda de congresos, reuniones corporativas y grandes citas sectoriales. A ello se suma la actividad del Circuit de Barcelona-Catalunya, que seguirá acogiendo competiciones deportivas de primer nivel y nuevos formatos vinculados a la movilidad, la innovación y el entretenimiento empresarial.

A nivel internacional, Fira de Barcelona mantendrá en 2026 una presencia muy activa con la previsión de 13 eventos organizados o coorganizados en el exterior, reforzando su papel como operador global. La institución seguirá gestionando dos recintos en China y desplegará un calendario internacional que incluye la colaboración de Alimentaria con el nuevo salón Argentina Alimenta (Buenos Aires) y la primera edición de Smart City Expo Cali (Colombia), además de nuevas convocatorias en Brasil, Estados Unidos, México, Argentina, Chile, Qatar y China, así como las ediciones previstas de Mexico Hospitality Expo (Guadalajara) y Tomorrow.Blue Economy Niterói (Brasil) y la de Cartagena de Indias (Colombia). Este despliegue exterior, que se suma a la sólida actividad desarrollada en 2025 en mercados estratégicos, permite a Fira consolidar alianzas internacionales, ampliar su influencia en sectores emergentes y proyectar Barcelona como un hub global de innovación, conocimiento y economía urbana.

El crecimiento de la institución también se sustenta en dos proyectos estratégicos llamados a transformar su

capacidad de futuro: la remodelación del recinto de Montjuïc y la ampliación del recinto de Gran Vía. La renovación del histórico enclave de Montjuïc iniciará sus obras este año, con previsión de culminar en 2029, coincidiendo con el centenario de la Exposición Internacional. Por su parte, el recinto de Gran Vía afronta una fase decisiva con la construcción del Hall Zero, un pabellón de 60.000 metros cuadrados cuya entrada en funcionamiento prevista para 2027 permitirá incrementar en un 25% la superficie disponible. Este nuevo espacio aportará un impacto económico adicional estimado en 675 millones de euros anuales, reforzando la capacidad de Fira para atraer eventos de gran formato.





Cerca de 300 congresos en 2025

El año 2025 dejó una actividad excepcional, con cerca de 300 eventos entre salones, congresos y actos corporativos. La celebración de citas de referencia mundial —como MWC Barcelona, ISE, Smart City Expo World Congress, Seafood Global Expo, Barcelona Bridal Fashion Week o Vitafoods— situó nuevamente a Barcelona en el epicentro de la actividad profesional y científica internacional. También destacaron los grandes congresos médicos y la plena integración del Circuit de Barcelona-Catalunya en la estructura de Fira, que permitió organizar, por primera vez bajo su gestión directa, las competiciones de MotoGP y Fórmula 1. Un completo calendario al que también cabe añadir una sólida actividad internacional que ha permitido a Fira consolidar alianzas internacionales, ampliar su influencia en sectores emergentes y proyectar Barcelona como un hub global de innovación, conocimiento y economía urbana.

Estos resultados, además, convierten a Fira en un motor económico del país. Un estudio reciente de la Universitat de Barcelona confirma que la actividad ferial anual supera los 6.100 millones de euros, genera un Valor Añadido Bruto

equivalente al 1% del PIB catalán y más de 49.000 empleos. El análisis, centrado en la actividad de 2024, muestra también que los recintos de la institución acogieron a casi 20.000 expositores directos y a 1,8 millones de visitantes profesionales, cuyo gasto directo superó los 2.400 millones de euros. Asimismo, la participación de empresas catalanas en los salones generó más de 3.200 millones en actividad comercial, subrayando el papel de Fira como impulsor de competitividad empresarial.

En conjunto, los resultados recientes, los proyectos estratégicos en marcha y las previsiones para 2026 reafirman el liderazgo de Fira de Barcelona como infraestructura esencial para el desarrollo económico del territorio y como un actor clave en la proyección internacional de la ciudad. El crecimiento sostenido de los últimos años y las inversiones estructurales actualmente en ejecución dibujan un escenario de expansión continuada, preparado para responder a las demandas de los sectores emergentes y consolidar a la institución como referente en innovación, conocimiento y dinamización económica en el sur de Europa.

Resumen de la actividad en enero y febrero de 2026.

IFEMA MADRID lidera un año más la celebración de ferias internacionales en España, con 35 eventos comerciales en 2026

IFEMA MADRID confirma un año más su liderazgo en la celebración de salones internacionales en España. Así se recoge en el Calendario Oficial de Ferias Comerciales Internacionales para 2026 aprobado por Secretaría de Estado de Comercio, del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, y publicado en el BOE, que incluye 26 certámenes profesionales con este alcance organizados por IFEMA MADRID, a los que se suman 9 más realizados por operadores externos en su recinto. De esta forma, son 35 los certámenes internacionales que se desarrollarán en los pabellones de la institución ferial en 2026, un 20% más que el año anterior.

Según consta en el calendario oficial aprobado, en el que figuran un total de 97 salones comerciales de todo el país, Madrid concentra este año el 36,1% de la cuota de mercado de ferias comerciales internacionales, seguida de Barcelona (24,7%), Valencia (14,4%), Bilbao+Barakaldo (5,2%), Sevilla, Ourense, Pontevedra -incluyendo Silleda y Vigo- (3,1%), Málaga, Valladolid, Vigo, Zaragoza y Elche (2,1%) y Lleida (1%).

Para José Vicente de los Mozos, presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA MADRID, "es una gran satisfacción para IFEMA MADRID liderar un año más el calendario de ferias internacionales en España. Una privilegiada posición que se corresponde además con el prestigio del que goza nuestra Institución internacionalmente, asentado en la organización de grandes ferias líderes en sus respectivos sectores a nivel global como FITUR en el sector Turístico o FRUIT ATTRACTION, en el Agroalimentario, a las que se suman otras ferias como ARCO, cita imprescindible en el circuito mundial del arte contemporáneo, entre otras".

Los salones organizados por IFEMA MADRID e incluidos en el Calendario Oficial de Ferias Comerciales Internacionales 2026 son los recientemente celebrados PROMOGIFT, FITUR, INTERGIFT, BISUTEX, y MOMAD, así como otros de gran relevancia sectorial y global, como MBFWMadrid, ARCOmadrid, EXPODENTAL, IBERZOO PROPET, EXPOÓPTICA,

TECMA, SRR, MADRID JOYA, FIAA, SICUR, FRUIT ATTRACTION, SMART DOORS, SALON LOOK, VETECO, CONSTRUTEC, SIMO EDUCACIÓN, MATELEC y GENERA.

Más información: [IFEMA MADRID lidera ferias internacionales 2026](#)

FITUR 2026 cierra sus puertas con un marcado impulso al turismo global y reafirma su liderazgo internacional

La Feria Internacional de Turismo, organizada por IFEMA MADRID, cierra sus puertas con un balance positivo y revalida su capacidad de convocatoria superando ligeramente los 255.000 visitantes en sus cinco jornadas. Durante los días profesionales, se consolidan las cifras de la última edición de 155.000 visitantes con un crecimiento del 12% de la visita internacional, en línea con el crecimiento del 11% de los expositores internacionales. Asimismo, el público general del fin de semana se consolida en los 100.000 viajeros.

Este resultado refuerza las excelentes cifras de participación, con más de 10.000 empresas de 161 países, de los cuales 111 han participado con representación oficial, así como 967 expositores titulares. Además, el impacto económico de FITUR 2026 en Madrid ha alcanzado los 505 millones de euros, además de apoyar el mantenimiento de 3.753 puestos de trabajo, confirmando su papel como uno de los eventos internacionales más importantes de todo el año en la Región, y su contribución a la dinamización de la economía y el turismo nacional.

Más información: [FITUR 2026 cierra sus puertas](#)



PMG Promogift 2026: récord de participación, con cerca de 8 mil visitantes profesionales del sector del regalo promocional

El pasado 14 de enero, cerró sus puertas la décimo octava edición del Salón Internacional del Regalo Promocional, PMG PROMOGIFT 2026, organizado por IFEMA MADRID, en el Pabellón 12 de su Recinto Ferial, logrando un récord de participación, al recibir a más de 7.900 profesionales de este sector, procedentes de 5.400 empresas (el número de visitantes representa un aumento del 12,86% respecto a la anterior convocatoria de 2025).

Desde el 12 de enero, el certamen, que fue inaugurado por el coordinador general de Economía, Comercio y Consumo del Ayuntamiento de Madrid, Oscar Romera, mostró a ese amplio colectivo de profesionales - integrado por reclamistas, agencias de publicidad, agencias de comunicación, impresores y empresas de artes gráficas-, la oferta de 161 empresas, procedentes de 12 países, en una superficie de 6.041 metros cuadrados netos (un 7,3% más que el año pasado). Un crecimiento que confirma, una vez más, a PMG PROMOGIFT como el mayor escaparate comercial para el sector de la Publicidad a Través del Objeto, PTO, del sur de Europa.

Más información: [Clausura de PMG PROMOGIFT 2026, récord de participación](#)

Intergift clausura su edición de 2026 como plataforma clave para el diseño, la decoración y el regalo, con la presencia de más de 15.000 profesionales

Intergift, la Feria Internacional del Regalo y la Decoración, ha clausurado su 87ª edición en IFEMA MADRID tras cuatro jornadas de intensa actividad profesional. Con una trayectoria que la sitúa entre las grandes citas del calendario ferial de IFEMA MADRID, Intergift ha reunido en esta única convocatoria anual a más de 15.000 profesionales nacionales e internacionales, que han asistido a una edición especialmente orientada al negocio, la inspiración y la conexión entre los sectores de la edición textil, la decoración, el interiorismo y el regalo. Junto a ello, destacan los cerca de 400 acuerdos comerciales que se han cerrado en la feria, en el marco del Programa Internacional de Compradores, con la participación destacada de profesionales de Europa

y América, lo que refleja así el sólido interés internacional en el mercado.

La feria ha articulado una propuesta expositiva compuesta por más de 250 marcas nacionales e internacionales, que han encontrado en Intergift un espacio único para presentar sus novedades, generar contactos comerciales y detectar oportunidades de negocio. La convivencia de las áreas de Editores Textiles, Interior Design & Deco y Gift ha permitido una visión transversal del sector, alineada con las nuevas demandas del mercado y con un público profesional que ha valorado la especialización, la calidad del producto y el carácter estratégico de esta convocatoria.

Asimismo, Intergift ha sido escenario de la I Semana del Mueble de la Comunidad de Madrid, una iniciativa impulsada junto a la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Arganda del Rey y la Asociación Hábitat Madrid, que ha contribuido a la activación del comercio especializado del mueble y el hábitat, así como para favorecer la conexión entre los distintos agentes del sector.

Más información: [Intergift clausura su edición de 2026](#)

Bisutex cierra una edición marcada por el aumento de firmas participantes y la renovación del producto

Bisutex, la Feria Internacional de la Bisutería y los Complementos organizada por IFEMA MADRID, ha cerrado su edición de febrero con una convocatoria marcada por el crecimiento de su oferta expositiva y la especialización. La feria ha reunido a 450 marcas nacionales e internacionales, un 14,9% más que en su edición de febrero de 2025, confirmando el balance positivo de esta cita profesional dentro del calendario.

Durante tres jornadas, los pabellones 6 y 8 han acogido una propuesta estructurada para facilitar el negocio y la reposición inmediata de producto, así como la presentación de nuevas colecciones de bisutería, joyería de moda y complementos. Celebrada del 5 al 7 de febrero en coincidencia con MOMAD, la Feria ha mantenido un ritmo constante de visitas profesionales, con presencia de tiendas especializadas, distribuidores y agentes comerciales que han acudido para adquirir las piezas que vestirán los looks de 2026.

Más información: [Clausura de Bisutex](#)



GRUPO PUNTO MICE



PUNTO MICE

Revista trimestral, web y redes sociales.
37.000 profesionales nos leen en España,
Argentina, Chile, Colombia, México y Perú

www.puntomice.com

PUNTO DMC

Directorio de agencias receptoras (DMCs)
hispanohablantes presentadas por continentes y países, ahora
integrado en www.puntomice.com

www.puntomice.com/puntodmc



CONGRESOS

Revista semestral destinada a responsables de sociedades
científico-médicas, asociaciones profesionales, secretarías técnicas y
organizadores profesionales de congresos (OPCs)

www.revistacongresos.com

WEBINARS MICE

Cursos y presentaciones online destinados a los agentes de
viajes especializados



Somos *media partner* de



La Rural 2026: una agenda que conecta experiencias

Durante el verano 2026, La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires, desplegó una programación diversa que combinó propuestas nacionales e internacionales, culturales, gastronómicas, comerciales y de entretenimiento, reafirmando su posicionamiento como plataforma integral para experiencias de gran escala.

Muestras inmersivas como Art Masters y Horizonte de Keops, exposiciones familiares como Viven Dinosaurios, festivales gastronómicos como Food Fest, eventos de alcance global como el Trophy Tour de la Copa del Mundo y propuestas comerciales como Re Outlet! convivieron en una agenda dinámica, diseñada para públicos múltiples y formatos innovadores. Esta diversidad de contenidos, junto con la versatilidad de sus espacios, la infraestructura de primer nivel y su oferta de servicios integrales, consolida a La Rural no solo como venue, sino como socio estratégico en la producción y desarrollo de eventos.

Nuestros Caballos: tradición, industria y proyección internacional

Del 24 al 29 de marzo, Nuestros Caballos, evento organizado por La Rural y Sociedad Rural Argentina, volvió a posicionarse como uno de los encuentros ecuestres más relevantes de la región, reuniendo a más de 100 expositores, 3.000 criadores, 1.000 caballos en acción y 100.000 visitantes.

Durante seis jornadas, el evento integró competencias, exhibiciones, remates, capacitaciones y espacios de intercambio profesional, consolidándose como una plataforma clave para el desarrollo productivo, la innovación genética y la proyección internacional de la industria equina argentina. Una cita ineludible para los principales protagonistas del sector y un espacio de referencia para la promoción del caballo argentino.

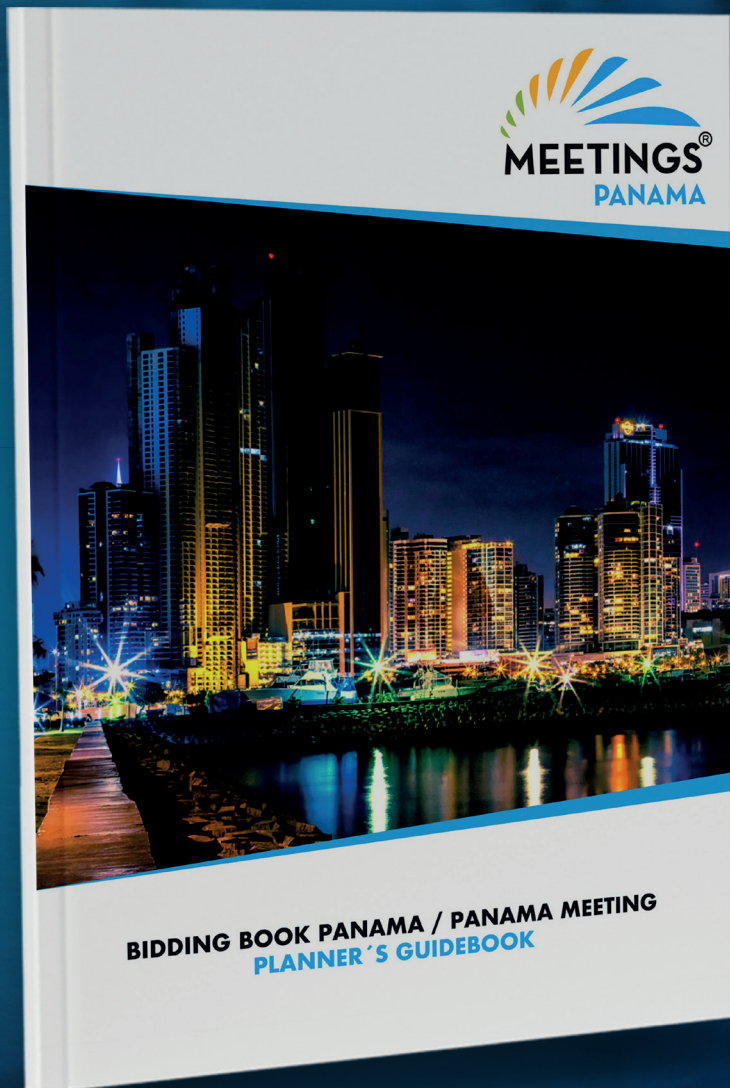
Sustentabilidad: huella organizacional y gestión responsable

En el marco de su estrategia integral de sustentabilidad, La Rural avanzó en la medición de su huella de carbono organizacional, incorporando indicadores clave para evaluar el impacto ambiental de la operación del predio. Durante marzo se presentarán los resultados de este primer relevamiento, que permitirá establecer una línea de base para diseñar acciones de mitigación, optimización de recursos y mejora continua, con una mirada de largo plazo orientada a una gestión cada vez más eficiente y responsable.



PANAMÁ ESTÁ LISTO PARA TU PRÓXIMO EVENTO INTERNACIONAL

Descubre el Bidding Book Panama



La **herramienta estratégica** para postular Panamá como sede internacional.

- Infraestructura moderna.
- Conectividad aérea global.
- Incentivos y aliados estratégicos MICE.



DESCÁRGALO AQUÍ

www.meetingspanama.com

Desarrollado por Meetings® Panama, plataforma líder de la industria de reuniones en el país.

Panamá, destino anfitrión del **Congreso Mundial ICCA 2026.**

Consolidación local y proyección sudamericana: la agenda 2026 de Messe Frankfurt Argentina

Luego de cerrar 2025 con cifras récord —más de 108.000 visitantes y 1.300 expositores en sus ferias y congresos realizados en el país—, la subsidiaria de Messe Frankfurt GmbH proyecta su 2026 con un calendario de siete exposiciones y dos encuentros especiales en Argentina, al tiempo que fortalece su presencia regional con nuevas ediciones de Interior Lifestyle South America y Heimtextil Colombia.

En los últimos dos años, los eventos organizados en Argentina reunieron a más de 214.000 asistentes —de los cuales 35.000 llegaron desde el exterior—, un dato que ratifica el aporte de la actividad ferial como plataforma de negocios, articulación sectorial y vinculación internacional para las PyMEs.



214.000
asistentes

De cara a 2026, la compañía prepara un calendario de siete exposiciones y dos congresos especiales, con ampliación de superficie en encuentros clave como Automechanika Buenos Aires, la feria líder de Sudamérica de servicios para la industria automotriz.

En paralelo, se profundiza el desarrollo federal con el crecimiento de Argentina Oil & Gas Patagonia, que

consolida la presencia del segmento MICE en las provincias y acompaña el dinamismo del sector energético en el sur del país.

En el ámbito de alimentos y tecnología, el Campeonato Mundial de la Carne celebrará su segunda edición en el marco de Tecno Fidta, fortaleciendo el posicionamiento de la Argentina como referente internacional en calidad, tecnología e innovación aplicada a la industria cárnica.

Asimismo, en junio tendrá lugar la 8a Conferencia Arpel 2026, un espacio de diálogo regional del sector de petróleo y gas de América Latina y el Caribe que consolida al país como sede de eventos de alto nivel técnico y empresarial. La agenda se completa con exposiciones como Emitex, Simatex y Confemaq para la industria textil y de la confección; Hotelga para el sector hotelero y gastronómico; Intersec Buenos Aires en el ámbito de la seguridad integral; y ExpoEFI como punto de encuentro del ecosistema económico y financiero.





Integración sudamericana a plataformas globales

La proyección regional se expresa en la tercera edición de Heimtextil Colombia, una de las principales plataformas internacionales para el sector de textiles para el hogar y el segmento contract. Esta integración permite conectar a empresas sudamericanas con circuitos comerciales de alcance mundial.

Asimismo, en 2026 se desarrollará la segunda edición de Interior Lifestyle South America en San Pablo, tras su lanzamiento en 2025. La marca es parte de Ambiente, la feria de bienes de consumo más importante del mundo.

Estas iniciativas amplían la presencia del Grupo en Sudamérica y fortalecen la integración de la región dentro de la red internacional de Messe Frankfurt.





Una gestión orientada al desarrollo del sector

Para Fernando Gorbarán, presidente de Messe Frankfurt Argentina y actual presidente de AFIDA, la industria ferial cumple un rol estructural en la economía: “El impacto de una exposición excede el evento en sí mismo. Cada evento activa cadenas de valor completas, impulsa la internacionalización de las PyMEs y genera un efecto multiplicador en sectores como hotelería, gastronomía y transporte. Nuestra responsabilidad es seguir profesionalizando la industria y ampliando oportunidades”, señala.

De cara a 2026, la estrategia de la empresa combina expansión, innovación en servicios y compromiso con el desarrollo productivo. En un escenario global desafiante, Messe Frankfurt Argentina reafirma su posición de liderazgo y su función esencial: conectar mercados, promover negocios y potenciar la competitividad de las industrias.

Más información de prensa y material fotográfico:

<https://ar.messefrankfurt.com/buenos-aires/es/prensa.html>

Redes sociales:

www.instagram.com/messefrankfurtargentina
www.linkedin.com/company/messe-frankfurt-argentina
www.facebook.com/MesseFrankfurtArgentina
www.twitter.com/MesseArgentina
internacional de grandes exposiciones.

Información sobre Messe Frankfurt Argentina

Es la filial local de Messe Frankfurt GmbH, la empresa líder en organización de exposiciones profesionales del mundo. El objetivo de sus eventos es promover encuentros de negocios reales que estimulen a los mercados regionales, alienten al mercado interno y a su vez insten al desarrollo del polo tecnológico en cada área. Actualmente el portfolio de eventos de Messe Frankfurt Argentina incluye las exposiciones: Automechanika Buenos Aires, BIEL Light + Building Buenos Aires, Emitex, Simatex, Confemaq, ExpoFerretera, Hotelga, Intersec Buenos Aires, Salón Moto, Tecno Fidta y Arminera. Además, realiza numerosos congresos y eventos especiales para terceros, como Argentina Oil & Gas Expo Buenos Aires, Argentina Oil & Gas Expo Patagonia y ExpoEFI, entre otras. Más información en www.ar.messefrankfurt.com

Más información sobre el Grupo Messe Frankfurt

www.messefrankfurt.com/background-information

Sustentabilidad en Messe Frankfurt

www.messefrankfurt.com/sustainability-information



NEOMUNDO, Una aventura en Colombia

Innovamos con la fuerza y la pujanza del santandereano, rodeados de montañas que intuyen una biodiversidad importante para Colombia. Estar en Santander permite a los visitantes tener el privilegio de estar en un pulmón de impulso y trabajo por la región.



Neomundo es el primer centro de convenciones, uno de los más importantes del Nororiente colombiano. Además de su arquitectura que habla de historia, ancestros y tradición, está diseñado especialmente para transformar amplios espacios en verdaderas experiencias.

Este año, la conexión ciudad permite proyectar a tres líneas: Biodiversidad, Cultura y Turismo. En el corazón vibrante de 'La Ciudad Bonita', donde la berraquera santandereana se funde con la imponente Cordillera Oriental, Neomundo se consolida como el epicentro indiscutible de una nueva era en turismo de negocios. Trasciende su rol tradicional para convertirse en un espacio vivo que integra eventos culturales de alto impacto, biodiversidad y turismo de experiencias.

Su arquitectura, que incorpora técnicas ancestrales como muros de cascarilla de arroz y barro, rinde homenaje a la tradición santandereana mientras ofrece más de 28.000 m² de espacios versátiles. Desde congresos internacionales hasta ferias innovadoras, pasando por actuaciones artísticas y celebraciones masivas, Neomundo transforma cada

oportunidad en una experiencia inolvidable, rodeada del aire puro de uno de los pulmones verdes de Santander.

2026: Neomundo abraza la era de la biodiversidad, la cultura y el turismo sostenible.

Este año representa un hito transformador. Neomundo integra un BioPark un espacio educativo y abierto al público que fusiona naturaleza, arte y aprendizaje. Con el MariposARTE, senderos verdes y actividades artísticas, observación de especies de mariposas y guías biólogos, el BioPark invita a los visitantes a conectar emocionalmente con la biodiversidad santandereana, promoviendo conciencia ambiental y prácticas sostenibles en un entorno único.

La implementación de un vivero experimental que preserva especies de flora autóctonas, permite al visitante entender la esencia y valor de las plantas en función de su conservación, en alianza con empresas públicas y privadas. Bajo tres pilares estratégicos.



Neomundo proyecta tendencias visionarias. Biodiversidad que conecta

Con la apertura de un mariposario, y la presencia de más de 15 especies, niños y adultos comprenden mediante actividades sensoriales el ciclo de vida de las mariposas. La fragilidad de estos animales, permite que en el visitante surja el deseo de cuidarlas y mejorar entornos esenciales para ellas.

El BioPark va más allá de la exhibición: educa, inspira y se integra en eventos y destinos turísticos que fomentan una economía circular inclusiva, beneficiando ecosistemas, comunidades y visitantes ya que, a su alrededor, se podrán encontrar emprendimientos inspirados además en las mariposas que han creado un auge mundial en el mundo de la bisutería, los textiles, la pintura y otras expresiones locales.

Cultura participativa

La cultura se convierte en el pulso del lugar. Neomundo abre sus escenarios a obras de teatro inmersivas y familiares como la próxima producción tecnológica 'Ya Para de Crecer' o el stand up comedy que provocó risas liberadoras en el día de San Valentín, además, muestras artísticas multidisciplinarias, talleres creativos y experiencias inmersivas que se aproximan en el mes de la Niñez para el mes de abril en Colombia.

Turismo de experiencias

Este año, Neomundo será la casa anfitriona para todos los centros de convenciones en Latinoamérica. En el mes de mayo, se brinda la oportunidad de ser sede del 55º Congreso Latinoamericano de la Industria de Ferias y Convenciones, una oportunidad que evoluciona hacia lo regenerativo: dejar el destino Ciudad Bucaramanga mejor de lo que se encuentra. Una cita con el turismo de aventura y negocios con fuerza, destacando lugares poco masificados, pero de alto valor.

Neomundo es mucho más que alquileres, es una oferta de talla mundial, ferias que marcan tendencia, eventos culturales vibrantes (teatro, comedia, arte y talleres) y la conexión directa con la biodiversidad en un solo lugar con el MariposARTE. Su zona especializada de vuelo de mariposas que eleva aún más la experiencia de estar en La Bonita.

"Neomundo es donde la naturaleza respira, la cultura late con pasión y el futuro se construye con responsabilidad y creatividad."



Plaza Mayor Medellín acelera su renovación para liderar los eventos responsables y sostenibles en Colombia

- Avanza la modernización del recinto con un **plan de inversión superior a \$10.000 millones**, enfocado en seguridad humana, experiencia del cliente y actualización tecnológica.
- En 2025, **el 90% de los eventos** contrató servicios complementarios que movilizaron una contratación por más de **\$9.000 millones**, fortaleciendo el ecosistema empresarial local.
- Así mismo, Plaza Mayor logró también un hito en su gestión ASG (Ambiental, Social y de Gobernanza): logró **más de un 26% en residuos aprovechables**, avanzó en el uso de materiales más sostenibles y fortaleció la generación de energía solar.



En una ciudad que consolidó el turismo de negocios como motor de competitividad, Plaza Mayor avanza en una renovación estratégica para elevar su estándar de operación, fortalecer la experiencia de clientes y visitantes, y seguir posicionando a Medellín como destino líder para ferias, congresos y convenciones.

“En Plaza Mayor estamos viviendo un momento clave: una renovación estratégica que nos permite seguir consolidándonos como un referente fundamental para el desarrollo de la ciudad y el turismo de negocios. Hoy podemos compartir hitos concretos. Estamos terminando

de ejecutar más del 70% de la primera etapa de nuestro plan de inversión cercano a los \$10.000 millones, enfocado en seguridad humana, experiencia del cliente y modernización tecnológica.”, afirmó el gerente general de Plaza Mayor Medellín, Ricardo Galindo.

Entre las principales intervenciones ya materializadas se destacan:

- Renovación integral del sistema de seguridad con 193 cámaras CCTV de última tecnología.
- Renovación del Gran Salón, con cambio de tapete y modernización de elementos de techo, alineados con tendencias globales de diseño para eventos.
- Modernización de equipos de audio y video, elevando la capacidad técnica y operativa del recinto.
- Fortalecimiento de accesibilidad e inclusión mediante plataformas especializadas para personas con discapacidad.

De manera complementaria, Plaza Mayor destinó \$5.250 millones a mantenimiento preventivo y preservación de infraestructura, con hitos como la impermeabilización del 80% de las cubiertas y la implementación del 100% de iluminación LED en el recinto, optimizando eficiencia energética y confiabilidad operativa.

“Así mismo, en 2025, vimos un resultado contundente en materia comercial: el 90% de los eventos realizados en el recinto contrató servicios complementarios, movilizándolo más de \$9.000 millones que dinamizan el ecosistema local, y lo más importante: avanzamos con sostenibilidad medible”, expresó, gerente general Plaza Mayor Medellín, Ricardo Galindo.

De cara a los próximos años, Plaza Mayor proyecta una fase de modernización institucional sustentada en un Plan de Inversión Integral cercano a \$50.000 millones. Para 2026 se prevé el inicio de la ejecución de \$19.700 millones, y a partir de 2027 inversiones cercanas a \$22.300 millones, enfocadas en infraestructura crítica y nuevas fuentes de valor.



**PLAZA
MAYOR
MEDELLÍN**
CONVENCIONES Y EXPOSICIONES



revista

eventos

CELEBRAMOS LOS 57 AÑOS DE AFIDA

Uniendo a los protagonistas
de la industria ferial
de América



AFIDA
Asociación Internacional
de Ferias de América

RLA Event Technologies obtiene destacada calificación internacional en sostenibilidad y refuerza su compromiso con la industria.

RLA presentó los resultados de su más reciente evaluación de EcoVadis obteniendo la insignia de Compromiso ("Committed EcoVadis – Sustainability Rating 2026")

La insignia de Compromiso ("Committed EcoVadis – Sustainability Rating 2026") es un reconocimiento internacional que no solo valida las buenas prácticas de RLA, sino que también entrega un diagnóstico claro de fortalezas y áreas de mejora, funcionando como hoja de ruta estratégica para seguir impulsando iniciativas de impacto positivo a largo plazo.

EcoVadis, líder mundial de calificaciones de sostenibilidad empresarial, evalúa el desempeño de las compañías en cuatro pilares clave: Medio Ambiente, Prácticas Laborales y Derechos Humanos, Ética y Compras Sostenibles.

La calificación obtenida por RLA refleja la solidez de su gestión bajo criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG), garantizando transparencia y compromiso real, y fortaleciendo su compromiso con sus clientes, socios y su cadena de valor, reafirmando su posicionamiento como partner audiovisual alineado con los más altos estándares internacionales que hoy exige el mercado global.

RLA reconoce que este logro es fruto del compromiso diario de su equipo y reafirma su propósito de integrar la sostenibilidad en toda su cadena de valor, contribuyendo activamente al desarrollo responsable y al crecimiento de la industria de eventos y reuniones de Latinoamérica.

Link de validación Ecovadis: https://recognition.ecovadis.com/pM8ffAAO30aGSSCSW3_3uA



“La Asociación de Ferias Españolas (AFE) publica un nuevo estudio del impacto económico de la actividad ferial en España”

La AFE encargó en 2025 un estudio de impacto económico de la industria ferial española a Oxford Economics, a partir de los datos estadísticos de 2024 que corresponden a 580 ferias celebradas, con más de 69.000 expositores y unos 8,3 millones de visitantes contabilizados.

Se trata del segundo estudio solicitado a esta prestigiosa entidad y que ha contado con la mediación y colaboración de UFI-The Global Association of the Exhibition Industry. La metodología utilizada para el estudio sobre España es similar a la empleada en los sucesivos estudios de impacto de la actividad ferial global publicados por UFI, así como los de algunos otros países.

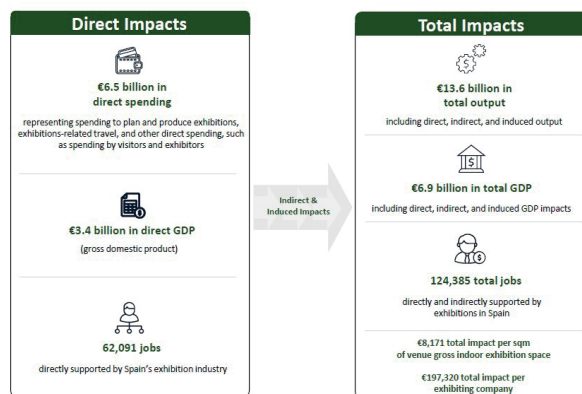
Entre las conclusiones más relevantes de dicho estudio cabe destacar que la actividad ferial en España generó globalmente y de forma directa 6.500 millones de euros de gasto de los expositores, visitantes y otros relacionados con la celebración de las ferias, lo que se traduce en una aportación al PIB español de 3.400 millones de euros y 62.100 empleos directos. Si se tienen en cuenta los impactos directos mencionados más los indirectos y los inducidos, el impacto total se eleva a 13.600 millones de euros, una aportación al PIB de 6.900 millones de euros y la creación



de 124.400 empleos directos e indirectos generados gracias a la actividad ferial. Estas cifras, que se comunicaron públicamente a los socios de AFE en enero de este año, durante la Asamblea General de la asociación, ponen de manifiesto la enorme importancia de la actividad ferial española, que se encuentra entre las mayores de Europa, en consonancia con el peso de su economía dentro del continente.

La AFE ha alcanzado los 53 socios organizadores (36) y colaboradores (17) en 2026, tras una significativa incorporación de miembros de ambas tipologías en los últimos años.

Puede descargarse el mencionado estudio de impacto económico completo a través de este link: <https://www.afe.es/html5Upload/server/php/files/pdf/OE-EIS-Spain-Exhibitions-2024-Report-Final-Jan-2026.pdf>



AOCA: liderazgo institucional, proyección internacional y formación estratégica

Desde hace más de 42 años, la Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos, Eventos y de Burós de Convenciones (AOCA) impulsa de manera sostenida el desarrollo, la representación institucional y la profesionalización de la industria de reuniones en la Argentina. Fundada en 1983, la entidad consolidó una red federal que integra a los principales actores de la cadena de valor del segmento, organizadores, bureaus, destinos sede, recintos y proveedores especializados, articulando un ecosistema competitivo, con estándares de calidad alineados a las mejores prácticas internacionales y una visión estratégica de largo plazo.

Meet Up Argentina: la plataforma estratégica del MICE argentino

Organizado por AOCA, Meet Up Argentina se consolida como el espacio donde la industria de reuniones se conecta, proyecta su crecimiento y genera oportunidades de negocio concretas. El evento reúne a toda la cadena de valor del sector: destinos sede, organizadores profesionales, burós, venues, proveedores, asociaciones y tomadores de decisión, creando un entorno altamente estratégico para el desarrollo del turismo de reuniones.

Resultados de la última edición 2025

- Más de 2.000 profesionales acreditados
- Más de 2.500 reuniones de negocios concretadas
- 157 hosted buyers nacionales e internacionales
- 13 países representados
- Más de 1.300 m² de exposición comercial

El 5 y 6 de agosto de 2026, el Centro de Convenciones Buenos Aires volverá a ser sede de este encuentro clave del sector, que integra exposición comercial, rondas de negocios, participación de compradores invitados y un programa de contenidos orientado a la actualización y profesionalización de la industria.



Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos, Eventos y de Burós de Convenciones.

Formación estratégica: la Escuela de Negocios AOCA

El liderazgo sectorial no se sostiene sin capital humano especializado. Con esa visión, AOCA desde hace varios años impulsa su Escuela de Negocios y, en alianza con la Universidad Blas Pascal, lanzó la Diplomatura en la Industria del Turismo de Reuniones:

- Inicia en mayo 2026
- modalidad 100% online
- Duración 7 meses
- 200 horas

Ejes temáticos que abordará:

- Gestión y diseño de eventos, congresos, ferias y exposiciones
- Comercialización y elaboración de bidding books
- Desarrollo y gobernanza de destinos sede
- Innovación aplicada
- Uso estratégico de datos para la toma de decisiones
- Sostenibilidad, accesibilidad e inclusión

Se trata de una propuesta orientada a profesionales, funcionarios y empresarios del sector, con enfoque práctico y mirada latinoamericana. La incorporación de contenidos vinculados a estándares internacionales (ISO 20121, criterios GSTC, reducción de huella de carbono, gestión responsable) refuerza la competitividad de los destinos argentinos en un mercado global cada vez más exigente.

La Escuela de Negocios de AOCA fortalece su programa de capacitación 2026 con una propuesta ejecutiva orientada a profesionalizar la industria de reuniones. Con inscripciones abiertas, el plan integra organización de eventos sostenibles, gestión de eventos corporativos, ferias y exposiciones, producción integral y rondas de negocios, junto con marketing y ventas para el segmento MICE. Incorpora además liderazgo, finanzas e Inteligencia Artificial aplicada, promoviendo una gestión basada en datos, eficiencia operativa y visión estratégica para elevar la competitividad de la Industria.

Ferias & Exposiciones ¿...Y si hacemos un poco de historia?

Estimados amigos,

Cuando orgullosamente fui invitada por UFI a su Exhibition Summer Seminar en Suecia 2003, diserté sobre la importancia de seguir organizando ferias y exposiciones "aún en tiempo de crisis", ya que sus celebraciones en la balanza comercial de un país...incide, y como!

Comencemos apuntando que la palabra feria viene del latín "feriae" que significa "vacaciones" y con ello ya califica este evento! se la pasa uno tan bien recorriendo una feria que nos sentimos de vacaciones, a este vocablo le siguió, en la Edad Media otro mas, también en latín "exhibitio":

Ex- = hacia afuera

habere = tener o sostener

Por lo tanto, "poner algo afuera para que otros lo vean".

La diferencia entre ferias y exposiciones no es menor: en las ferias el expositor puede vender dentro del recinto en la exposición en cambio "solo se exhibe"...aún en nuestro continente hay gran confusión al respecto por ello es necesario tener en cuenta esta importante digresión aún cuando a nivel organizativo ambas deben guardar el mismo proceso.

Su nacimiento lo apuntamos en los siglos XI-XV con la aparición de las feria medievales en Europa, donde comerciantes exhibían mercancías para vender en las plazas de las ciudades donde se celebraban.

¿Conoces cuál fue la 1ra. muestra a nivel mundial con las 1ras. características comerciales tal como hoy la conocemos? Sin duda la que derivó de la Revolución Industrial, celebrada en Londres en 1851 se llamó "Exposición de los Trabajos de la Industria de todas las Naciones" ordenada por el Príncipe Alberto para demostrar el potencial económico de Inglaterra esta pasó a ser la 1ra. Expo Universal a nivel mundial, logrando estos números:

1-28 países como expositores

2-6.039.195 visitantes

3-141 días de celebración

4-186.000 libras de facturado

Si imaginamos que hoy una expo porte semejante se organizaría, estaríamos hablando de un facturado aproximado de USD 180= solo en ventas de tickets si establecemos un valor de entrada promedio de USD 25=/30= Ahora bien, ¿por qué esta expo marcó además un hito histórica que la vuelve sencillamente inolvidable? Porque no existiendo por aquella época un recinto ferial o centro de convenciones se celebró en un invernadero en el Hyde Park, imaginemos entonces:

- Un recinto construido con 950.000 paneles de vidrio que refractaban la luz del sol generando cientos de rayos de colores.
- Los arboles no se cortaron por lo que, entre los stands había mucha naturaleza lo que garantizaba una sensación de irrealidad.



Crystal Palace ('Palacio de cristal')

Como sea y mas allá de los tamaños, alcances geográficos, números de expositores o rubros de cada expo que la historia de la industria ferial mundial ha generado de esta expo a las de hoy día como decía John F. Kennedy "Las expos son guardianas del progreso" pues tiene una derrama económica crucial si a ella unimos la industria del turismo, basta citar que la Expo de Dubai que facturó USD 7.000 millones en impacto económico de sus ciudad entre hoteles, transporte, restaurantes y servicios.

Larga vida entonces a las ferias de nuestro continente, a sus organizadores y a AFIDA que nuclea esta actividad que potencia a las empresas -da igual el rubro- de nuestro continente!



Magister en Accesibilidad Dra. Betina Anzilutti
 CEO Noun Eventos & Capacitación Ejecutiva
www.linkedin.com/in/betina-anzilutti-8b711338
www.nouneventos.com.ar
directora@nouneventos.com.ar
 X/IG @nouneventos

Grupo Eletrolar All Connected integra Brasil, México y Argentina

El grupo actúa en los principales polos económicos de la región, que en conjunto representan el 85% del PIB de América Latina, impulsando el desarrollo de una plataforma continua de negocios.



Eletrolar Show All Connected 2025

La internacionalización ha dejado de ser un movimiento complementario para convertirse en el eje central de la estrategia del Grupo Eletrolar All Connected. Con presencia consolidada en Brasil, México y Argentina, el grupo avanza en la construcción de un circuito integrado de ferias en América Latina, conectando mercados y creando una plataforma regional de negocios que acompaña la transformación del retail y de la industria.

Este posicionamiento responde a un cambio estructural en el sector ferial, que pasa a operar como un entorno continuo de relacionamiento, inteligencia y generación de oportunidades. Más que eventos aislados, las iniciativas del grupo se estructuran como hubs conectados, capaces de integrar diferentes cadenas productivas y ampliar el alcance de las empresas a escala continental.

Al frente de este proceso está Carlos Clur, CEO del grupo y responsable de conducir la evolución de una iniciativa que nació como revista impresa y que hoy se posiciona como un ecosistema multisectorial. “Nuestra misión es convertir a América Latina en un bloque económico consolidado, teniendo a Brasil como referencia en la promoción de negocios entre los países de la región”, afirma Clur.

En el centro de esta estrategia se encuentra la Eletrolar Show All Connected, que actúa como la feria B2B ancla y principal hub de negocios del grupo. En 2026, la feria ocupará más de 100 mil m² en el Distrito Anhembi, consolidando a São Paulo como una plataforma de conexión entre diferentes mercados latinoamericanos.

La expansión internacional se fortalece con las operaciones en México y Argentina, que pasan a desempeñar un papel estratégico dentro del circuito regional. La Electronics & Home Argentina, que celebrará su sexta edición entre los días 29 de junio y 1 de julio, entra en una nueva fase al trasladarse al Centro La Rural, en Buenos Aires, prácticamente duplicando su área de exposición y ampliando su alcance hacia un modelo más multisectorial. La evolución refleja el crecimiento del evento y su consolidación como uno de los principales puntos de encuentro del mercado local, reuniendo a miles de participantes y fortaleciendo la conexión entre la industria, el retail y el consumidor.

En México, la Electronics & Home Mexico, que se llevará a cabo del 15 al 17 de junio, avanza en su segunda edición con foco en la integración entre los diferentes actores de la cadena de bienes durables. Realizada en el Centro Banamex, en la Ciudad de México, la feria nace con la propuesta de crear un entorno alineado con las nuevas dinámicas del consumo, marcado por la expansión del comercio electrónico y por la necesidad de mayor agilidad y conexión entre los mercados.

Este movimiento refuerza la construcción de un circuito latinoamericano estructurado, lo que permite ampliar el flujo de negocios, estimular alianzas regionales y fortalecer la presencia de las empresas en diferentes mercados.

Al mismo tiempo, la diversificación de verticales amplía el alcance de la plataforma. Iniciativas como Interior Lifestyle South America, realizada en alianza con Messe Frankfurt, y proyectos como Future Mobility y AirCon conectan nuevos segmentos y refuerzan el carácter multisectorial del ecosistema. Por su parte, Global Supplier fue creada en respuesta a la creciente demanda por alianzas estratégicas que faciliten el acceso a proveedores globales que ofrecen productos innovadores y competitivos, atendiendo a fabricantes, distribuidores e importadores en busca de nuevas tecnologías y de la ampliación de sus portafolios.

Con planes de expansión hacia países como Paraguay, Perú y Colombia, el Grupo Eletrolar avanza en la consolidación de una red regional de negocios. Un movimiento que no solo amplía la presencia geográfica de la empresa, sino que también contribuye a posicionar a América Latina como un polo cada vez más relevante en el escenario global de ferias y eventos.

En este nuevo contexto, las ferias dejan de ser puntos aislados en el calendario para convertirse en plataformas estratégicas de conexión entre mercados. Y la internacionalización pasa a ser no solo un camino de crecimiento, sino el elemento que sustenta la construcción de un ecosistema latinoamericano integrado, dinámico y orientado a la generación de negocios.

Sobre el Grupo Eletrolar

El Grupo Eletrolar es una multinacional especializada en multimedia B2B que actúa en la integración de canales de comunicación y negocios entre la industria y el retail. En Brasil, es responsable por la realización de las ferias que componen el ecosistema Eletrolar Show All Connected: Interior Lifestyle South America, Future Mobility, AirCon, Global Supplier, además del Congress Brazil Mobile (CBM). El grupo también es responsable por la feria Electronics & Home en Argentina y en México.





Comunidad AFIDA

Voces del sector

Algunos saludos de quienes forman parte de la red AFIDA y acompañan su desarrollo en Latinoamérica.

Palabras de felicitación por el 57° Aniversario de AFIDA:

Desde la Asociación de Ferias Españolas queremos hacer llegar un afectuoso saludo y de felicitación a todos los miembros de AFIDA con motivo del 57° Aniversario de su constitución. Son muchos años de encomiable y continuada labor al servicio de la industria ferial de Latinoamérica, que deseamos que continúe desarrollándose con éxito durante décadas y décadas.

Xabier Basañez – Presidente de AFE



Saludo para AFIDA por su 57° aniversario

En el marco de su 57° aniversario, celebramos la trayectoria de Asociación Internacional de Ferias de América (AFIDA), entidad referente en la representación y el fortalecimiento del segmento de ferias y exposiciones en América Latina. Desde 1968, AFIDA impulsa estándares profesionales, capacitación continua, generación de estadísticas sectoriales y articulación regional entre organizadores y recintos feriales, consolidando un espacio estratégico para el desarrollo de la industria. Para AOCA es un honor ser institución aliada y trabajar de manera conjunta en la profesionalización y proyección internacional del segmento, pieza clave dentro del ecosistema de reuniones. Destacamos especialmente la labor del actual Consejo Directivo, presidido por Fernando Gorbarán, cuyo liderazgo ha fortalecido el posicionamiento institucional, la calidad técnica de su Congreso anual y la agenda de capacitación regional, elevando el estándar profesional de la actividad en toda Latinoamérica. Agradecemos el trabajo mancomunado sostenido a lo largo de estos años y auguramos continuar profundizando esta alianza estratégica, consolidando una agenda común que potencie la innovación, la competitividad y el crecimiento del sector ferial en la región.



57° Aniversario de AFIDA:

Desde IFEMA MADRID queremos trasladar nuestra más sincera felicitación a AFIDA con motivo de su 57° aniversario. Celebramos juntos un camino compartido de innovación, trabajo y desarrollo, que impulsa el futuro de nuestra industria en el fortalecimiento del sector ferial en Iberoamérica.

Daniel Martínez, Vicepresidente Ejecutivo de IFEMA MADRID



Mensaje para AFIDA:

En su 57° aniversario, desde La Rural acompañamos y celebramos el recorrido de AFIDA como institución clave en el desarrollo de la industria ferial argentina, destacando su rol articulador, su trabajo sostenido y su aporte a la profesionalización, la innovación y el crecimiento conjunto del sector.



Saludo para AFIDA:

Es un honor formar parte de la entidad que nuclea la excelencia de la industria de ferias y exposiciones en Iberoamérica. Brindamos por más años de crecimiento conjunto



Legado AFIDA

PRIMER CONGRESO AFIDA

Inicio del encuentro líder de la industria ferial

El primer Congreso de AFIDA se realizó el 21 y 22 de julio en Bogotá, Colombia. Desde entonces se consolidó como el principal espacio de encuentro de la industria de ferias, congresos y convenciones en Iberoamérica.

RELANZAMIENTO DE LA ASOCIACIÓN

Nuevo impulso para el desarrollo

Tras una etapa de reducción de actividad, AFIDA impulsa un proceso de relanzamiento a través de un congreso realizado en El Salvador, retomando su crecimiento y fortaleciendo su presencia en la industria.

> 1970

> 2000

> 1969

> 1974

FUNDACIÓN DE AFIDA

Acta de Lima: nacimiento de la asociación

El 15 de abril de 1969 se firma en Lima, Perú, el acta fundacional de AFIDA en las instalaciones de la Feria Internacional del Pacífico. Participaron representantes de importantes ferias internacionales de América Latina con el apoyo de la UFI.



AFIDA
Asociación Internacional
de Ferias de América

PRIMER CONGRESO AFIDA EN ARGENTINA

VI Congreso Anual en Buenos Aires

El VI Congreso de AFIDA se realizó en el Centro Municipal de Exposiciones de Buenos Aires bajo el lema "El Futuro de las Muestras en América", reuniendo a referentes de la industria ferial de la región.



Ecosistema global de la industria ferial



1925 — UFI

Fundada en Milán por 20 ferias europeas para fomentar la cooperación en la industria de exposiciones. Hoy reúne cerca de 900 miembros en más de 90 países.



1963 — ICCA

Creada por agentes de viajes para intercambiar información sobre congresos internacionales. Una de las redes globales más influyentes de la industria de reuniones.



1964 — AFE

Organización privada sin fines de lucro que representa y promueve la actividad ferial en España, integrada por organizadores y miembros colaboradores del sector.



1978 — JMIC

Consejo que reúne asociaciones internacionales de la industria de reuniones y promueve iniciativas globales para el desarrollo del sector.

*El presente contenido tiene carácter ilustrativo y no constituye un registro exhaustivo de la historia de AFIDA

CONVENIO ESTRATÉGICO CON UFI

Integración global

Durante el 90° Congreso Global de UFI en Las Vegas, AFIDA firma un memorándum de entendimiento con la Asociación Global de la Industria de Exhibiciones para fortalecer la cooperación, la sostenibilidad y el desarrollo del sector en América Latina.



54° CONGRESO AFIDA

Edición destacada

Sede: Expo Guadalajara, México
Edición centrada en tecnología, innovación y tendencias internacionales del sector.



51° CONGRESO AFIDA

Edición destacada

Sede: Bogotá, Colombia
Enfocado en la reactivación de la industria ferial tras la pandemia.



53° CONGRESO AFIDA

Edición destacada

Sede: Buenos Aires, Argentina
Realizado en La Rural de Palermo, reuniendo a líderes de la industria de toda Latinoamérica.



EL PRESENTE DE AFIDA

Una red en constante evolución.

AFIDA reúne a los principales actores de la industria ferial, promoviendo el intercambio, la innovación y el trabajo conjunto. Hoy, consolida una comunidad activa que sigue creciendo y generando nuevas oportunidades.



1983 — ACOA
Nuclea profesionales vinculados a congresos, ferias, exposiciones y eventos, promoviendo el desarrollo del sector en el país.



1984 — UBRAFE
Entidad que representa a empresas promotoras de ferias comerciales en Brasil, impulsando el desarrollo económico y la promoción de negocios en el país.



1992 — AMPROFEC
Creada para fortalecer la industria del turismo de reuniones en México, promoviendo la profesionalización y la ética en la organización de eventos.



2010 — AIFEC
Fundada con el objetivo de apoyar la formalización y profesionalización de las empresas vinculadas a la industria de ferias y eventos en Colombia.

Congreso A

55° Congreso Latinoamericano
industria de Ferias y Conven

6 al 8 de mayo, 2026

Neomundo

Bucaramanga, Colombia

CIUDAD ANFITRIONA



ALCALDÍA DE
BUCARAMANGA

ORGANIZA



AFIDA
Asociación Internacional
de Ferias de América

HOST



NEOMUNDO
BUCARAMANGA
CENTRO DE CONVENCIONES &

FIDA

no de la
ciones

HOTEL SEDE



TRANSPORTADOR OFICIAL



OO
IGA
VENTOS



Week

22

13

23

24

25

26

Calendario Ferial 2026



AFIDA
Asociación Internacional
de Ferias de América

Publica tus eventos en el Calendario AFIDA

Mostremos juntos la fuerza de nuestra industria.

Cargá tus ferias, congresos y exposiciones en nuestro calendario web y sumate a la red de eventos que impulsa el crecimiento del sector en toda Iberoamérica.



Con tu usuario y contraseña podés ingresar y registrar tus eventos fácilmente.



Ingresa en afida.org/calendario



Nuestros Socios



Nuestros Aliados



Nuestro Patrocinador



Media Partners



Miembros de



Supporter of:



AFIDA es una organización con más de 50 años que integra la comunidad de recintos y organizaciones de la industria de ferias, congresos y convenciones en Iberoamérica.



AFIDA
Asociación Internacional
de Ferias de América

Contacto:

www.afida.org

direccionejecutiva@afida.org

