

## CONGRESOS Y EVENTOS



# Viajeros en horario laboral

El segmento MICE genera un elevado número de viajes y estancias cada año. En torno a él se ha consolidado una actividad profesional que lucha por ser reconocida.

**A**lrededor de 20.000 reuniones se celebran cada año en España, según los datos del Spain Convention Bureau (SCB), a las que cabría añadir los numerosísimos eventos que se organizan en

torno a los diversos sectores económicos y empresariales. Desde un gran congreso internacional hasta una convención de empresa, una presentación a los medios o el lanzamiento de un producto, la tipología de los encuentros re-

sulta visiblemente heterogénea. Aunque bien podemos englobarlos legítimamente dentro de las siglas MICE –*meetings, incentives, conferences and events*–.

Periódicamente aparecen datos sobre el volumen de negocio que

el turismo de congresos y reuniones y el mercado de eventos generan en nuestro país. Algunos de estos cálculos, como el del SCB, toma en cuenta el hecho de que en ocasiones los participantes en congresos, convenciones o jornadas viajan acompañados, con lo que el impacto económico es superior al que inicialmente puede preverse.

Precisamente el SCB, en su último balance anual –correspondiente al año 2013–, estima en 451 euros el gasto medio de cada participante en una jornada, convención o congreso. El impacto económico directo del turismo congresual para ese año ascendió a 4.270 millones de euros. En pocas semanas el SCB presentará el balance de 2014, del que cabe anticipar una mejora en las cifras, en línea con la paulatina mejora de la economía y con las previsiones positivas que el propio SBC había lanzado para 2015.

### EVENTOS A LA ÚLTIMA

La tecnología inmersiva para generar experiencias que se graben en la mente del asistente, nuevos formatos para sorprender, la personalización de los contenidos, la conexión con los participantes provocando la interacción, hacer los eventos mejor, más sostenibles, wellness... Estas son las claves a tener en cuenta para diseñar un evento a la última, según los profesionales de AEVEA.





## Eventos

El mercado de eventos experimenta un “crecimiento inteligente” y cada vez se presta más atención a los “deseos reales” de los asistentes.

### PROFESIONALIZACIÓN DE LOS EVENTOS

La organización profesional de los eventos es una tendencia creciente en los últimos años. La agrupación Agencias de Eventos Españolas Asociadas (AEVEA), de reciente creación, reivindica el peso y la aportación de valor de los especialistas en eventos: en 2014

tría actuando como elemento depurador del sector”, declara el comité ejecutivo de AEVEA. Esta asociación reconoce que es complicado acabar con los actores que “no juegan con las mismas reglas”, pero se muestra convencida de que las agencias serias y comprometidas ofrecen mayor garantía de éxito a la hora de con-

## España, una potencia en turismo congresual

Nuestro país no sólo es el tercer destino turístico más visitado del mundo. Con 578 congresos internacionales en 2014, también ocupa la tercera posición entre los países que más encuentros de envergadura acogen, por detrás de EE.UU. (851) y Alemania (659).



to de Marketing el que decide y actúa como interlocutor. Pero también el departamento de Compras puede hacerse cargo de esta tarea y, en este caso, las agencias advierten de la tentación de recortar los presupuestos porque los responsables de Compras ven en ellos una partida para ahorrar antes que una inversión que reportará ingresos futuros.

En esta línea, las agencias de eventos se han embarcado en la misión de reivindicar su capacidad de crear valor y quieren alejarse de visiones reduccionistas que las asimilan con meros proveedores.



registraron una facturación de 6.900 millones de euros en 2014 y dieron empleo a miles de profesionales.

“La profesionalización a través de la formación y el compromiso con las mejores prácticas es fundamental a la hora de crear indus-

seguir los objetivos perseguidos por las marcas.

### TENDENCIAS EN 2015

El mercado de eventos es una actividad al alza. El “I Informe sobre la situación actual de los eventos en España”, estudio realizado por

AEVEA y por prnoticias.com, apunta que el 72% de los profesionales del sector a nivel internacional prevén una mejora continua de las condiciones de negocio en un futuro próximo, frente al 65% que respondía en este sentido un año atrás.

El comité ejecutivo de AEVEA, que preside Darío Regattieri, corrobora el buen comportamiento de la demanda en este 2015 y señala que “la percepción es que el mercado se está dinamizando”. AEVEA explica que “aunque los presupuestos todavía están contenidos, una vez que se empieza a trabajar un evento se nota cierta flexibilidad para ampliar los mismos, amplificando estratégicamente las acciones”.

A nivel de las tendencias que movilizan el sector de eventos, otra investigación elaborada por Meeting Professionals International (MPI) llama la atención sobre el “crecimiento inteligente” que experimenta el mercado de eventos, donde cada vez se presta más atención a los “deseos reales” de los asistentes... Aunque

se mantiene el imperativo de la austeridad –heredado de la crisis–, consistente en hacer mucho más con muy poco más. El control de los costes sigue siendo una constante en los presupuestos.

En este sentido, cuando una empresa aprueba la contratación de los servicios de planificación y ejecución de un evento a una agencia, suele ser el departamen-

### EL DÓNDE CUENTA... MUCHO

Los responsables de eventos y reuniones de cualquier género saben que el escenario es una decisión clave. La ciudad escogida, el entorno y las posibilidades de comunicación y ocio que se ofrecen son elementos muy a tener en cuenta. De ellos pueden depender el éxito y también el “buen recuerdo” del encuentro. La sede –sea un palacio de congresos, un

## Cerca de 20.000 reuniones

Los últimos datos del SCB relativos al año 2013 indican que se celebraron 19.619 reuniones, un 1,5% menos que el año anterior. En ellas participaron cerca de 3,5 millones de personas, un 13,4% más. La media de asistentes fue de 175 por reunión. Cerca de un millón de visitantes extranjeros viajaron a destinos españoles con motivo de estas reuniones.





SÍGUENOS TAMBIÉN EN  
[www.revistapuertadeembarque.com](http://www.revistapuertadeembarque.com)

## ¿Por qué contratar una agencia de eventos?

Esta es una pregunta que se hacen muchas empresas. Y para el 98% la respuesta pasa por el plus de creatividad. El 53% habla del equipo humano y –en tercer lugar– un 51% menciona el precio. Los factores con menos relevancia son la experiencia previa con el cliente y la experiencia en el sector económico.

Por parte de las agencias, la recomendación es atender siempre a estos criterios: fiabilidad, profesionalidad y credibilidad;

experiencia en ese sector; y *know how* en producción.



hotel, una finca, un museo o el espacio gastronómico de moda debe ser en cada caso un acierto pleno, puesto que muchos eventos van a exigir determinadas singularidades, capacidades o requerimientos técnicos.

A nivel de destinos, una encuesta realizada entre miembros de la AEVEA apunta a Barcelona como la mejor ciudad española para organizar un evento, con un 38% de los votos a su favor. Una opinión muy popular, si contrastamos con las cifras que maneja Turismo de Barcelona respecto a la organización de eventos. La Ciudad Condal acogió el año pasado 1.969 reuniones de más de 40 delegados, que generaron un impacto económico de 1.469 millones de euros.

Tras Barcelona, Madrid es la segunda ciudad preferida para la puesta en escena, con un 26% de los votos. Valencia, Sevilla, Segovia, Bilbao... son otros destinos habituales para la celebración de eventos. Captar el turismo de congresos y la actividad de eventos figura entre los objetivos de política turística de muchos destinos españoles que compiten por atraerse esta derrama económica. Sin duda, logística y la administración pesan a la hora de tomar la decisión. No se puede obviar que las facilidades por parte de las administraciones públicas, sobre todo cuando se trata de un evento de cierta envergadura, pueden ser decisivas.

En este aspecto, la ejecutiva de AEVEA lanza una dura crítica y advierte que el pasado verano ha marcado “un antes y un después,

ya que los cambios de gobierno han paralizado y obstaculizado el buen desarrollo de muchos eventos planificados en espacios públicos de diversas ciudades”; “con contratos firmados y en muchos casos abonado el 100% del alquiler”, agregan. Por ello, esta asociación se ha marcado como objetivo inmediato luchar contra la inseguridad jurídica en su actividad.

### DEL NEGOCIO AL OCIO

El 36% de los viajeros de negocio aprovecha sus desplazamientos para pasar unos días de ocio. Así lo afirma el I Barómetro Turístico de Brain Trust, que además ve en esta tendencia una oportunidad para el sector turístico. Los destinos, los hoteles, las agencias y otros actores turísticos tienen la oportunidad a través de la personalización de captar a estos clientes en su siguiente viaje de ocio, que muy posiblemente puedan realizar con sus familias.

El Barómetro señala que los hombres muestran una mayor propensión a alargar su estancia que las mujeres (38% frente a 21%) y por edades son los mayores de 55 años el colectivo que más mezcla ocio y negocio. Esta tendencia se denomina *blurring*, término que surge de la mezcla anglosajona *business+leisure*. Como dato curioso, el 40% de los que hacen *blurring* lo hace solos, es decir, prolongan en solitario su estancia para conocer más en profundidad el destino. En cualquier caso, la oportunidad de captar al viajero de negocio para el ocio está ahí.

## Ciudades españolas que despuntan en el ranking de la ICCA

La Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) elabora anualmente el ranking de las ciudades que más congresos internacionales acogen. Madrid y Barcelona se posicionan entre los 10 destinos más potentes para el turismo congresual. (DATOS 2014)

PUESTO	CIUDAD	Nº CONGRESOS
1	París	214
2	Viena	202
3	Madrid	200
4	Berlín	193
5	Barcelona	182
6	Londres	166
7	Singapur	142
8	Ámsterdam	142
9	Estambul	130
10	Praga	118

