



## MAR GARCÍA

PRESIDENTA DE AGENCIAS DE EVENTOS ESPAÑOLAS ASOCIADAS (AEVEA)

Por María Eugenia Gutiérrez

La entidad Agencias de Eventos Asociadas (AEVEA), busca el beneficio global de las empresas organizadoras de eventos y lucha por proteger sus derechos a nivel jurídico, financiero y creativo, impulsando la creatividad y haciendo respetar el trabajo desarrollado con un marco regulatorio específico. Cuentan con un total de 70 agencias asociadas entre las que se encuentran las agencias más importantes del sector, que confían en la asociación para defender sus intereses, su profesionalidad y proporcionarles las mejores herramientas y facilidades para reforzar su papel dentro de la industria.

Si hay dos sectores de la economía que han sufrido las consecuencias de las restricciones, el distanciamiento social y la limitación de los aforos, son las empresas dedicadas a los eventos y el turismo.

Hemos emplazado a Mar García, presidenta de Agencias de Eventos Españolas Asociadas (AEVEA), a analizar por qué la industria de eventos es esencial para el turismo, cómo está ayudando a reactivarlo y cómo lo hará cuando vayan suprimiéndose las restricciones.

### ¿Es cierto que el turismo necesita al sector de los eventos para sobrevivir?

Lo cierto es que la industria de los eventos y las reuniones profesionales lleva años en alza, con un crecimiento sostenido que evidencia la importancia que este sector tiene para la economía en España, y en una parte importante, para el turismo.

Un factor clave del turismo en España es el clima, que invita al turista de negocios a disfrutar de su tiempo libre en espacios únicos al aire libre, durante gran parte del año. La oferta cultural en exterior que ofrece España no la tienen otros países europeos, esto llama la atención del turista. Y otro factor esencial es la reconocida y variada gastronomía española.

### ¿Los eventos serán la clave para reactivar el sector turismo?

Los eventos serán la pieza clave para reactivar el turismo en España por varias razones:

El clima y la gastronomía de España facilita combinar el viaje de trabajo con el tiempo de ocio. Esto incrementa el impacto económico en los destinos turísticos, ya que los eventos ayudan a desestacionalizar la demanda por ser, fundamentalmente, entre semana y fuera del periodo vacacional.

El turista de negocios genera casi el doble de gasto que un turista de ocio, es decir, mientras el turista que busca sol y playa gasta alrededor de 146 euros diarios, el turista de negocios alcanza los 208 euros.

Los turistas de negocios se convierten en los mejores embajadores y prescriptores de los destinos turísticos españoles en su lugar de origen, ya que viven experiencias más allá de la parte laboral.

Por último, los eventos, aunque más pequeños actualmente, generan más demanda para los hoteles. Los grandes eventos, que reúnen a miles de personas en espacios cerrados, tendrán que esperar. La limitación actual de movilidad entre países o la restricción de aforos harán que el sector se concentre en espacios más reducidos y el formato de los eventos combine

---

**El turista de negocios genera casi el doble de gasto que un turista de ocio**



experiencias híbridas entre lo físico y lo digital. Esto generará una demanda añadida a los hoteles que cuenten en sus instalaciones con salas de reuniones y conferencias.

### ¿Cómo están enfrentando las agencias de eventos este nuevo reto?

No hay nada que puede sustituir el cara a cara. Todos estamos apostando por nuevos formatos, desde los hoteles con sus ofertas de teletrabajo o como vivienda de sus habitaciones, hasta las agencias de eventos que tratamos de crear nuevos formatos. Las compañías necesitan hacer eventos, pero existe miedo ante una potencial crisis de reputación por tener positivos en un evento masivo, por eso se está apostando por pequeñas reuniones o por hacer el mismo evento varias veces.

El evento híbrido es una solución parcial, ya que una parte asiste de forma presencial y el resto lo hace en *streaming*. El gran reto de esta forma de hacer eventos es que las marcas compiten con otras pantallas y hay que encontrar la manera de mantener la atención de los que asisten virtualmente, y ahí tiene mucho que aportar una agencia.

Otro de los aliados es el formato *back to back*, también nacido tras el confinamiento y que consiste en hacer distintos pases del mismo evento, de forma presencial, con una asistencia más reducida.

### ¿Siguen apostando por los eventos físicos?

Por supuesto, en la coyuntura actual se pueden hacer eventos físicos y nosotros alentamos e impulsamos el seguir haciéndolos. En septiembre llevamos a cabo desde AEVEA el evento presencial "Soluciones innovadoras para la industria de eventos", en colaboración con la Fundación Empresa y Sociedad, donde 14 *scaleups* presentaron sus proyectos a los socios de AEVEA para ayudar a que sus eventos sean lo más efectivos y eficaces posible en la situación actual. También hemos apoyado el TIS-Tourism Innovation Summit, que se ha celebrado físicamente en noviembre, como evento relevante de conocimiento y escaparate inspirador de digitalización y sostenibilidad.

Tenemos muy claro el protocolo sanitario para poder hacer eventos con todas las garantías. En nuestros eventos el riesgo de contagio se minimiza al máximo, porque los protocolos de seguridad son muy estrictos: control de aforos en espacios, comunicación visual de accesos, adaptación del servicio de catering, distancia entre personas, limpieza...

---

**Tenemos muy claro el protocolo sanitario para poder hacer eventos con todas las garantías**