



TURISMO MICE COMO
MOTOR DE REACTIVACIÓN:

“Orientación,
medición y
comunicación de
resultados...
nuestra asignatura
pendiente”

TURISMÓLOGO PRESENTADOR:
Alejo Serrano



“La unidad del sector en la orientación y comunicación de resultados... aspectos fundamentales para que los poderes públicos nos escuchen”.

Alejo Serrano 

Events Marketing sector MICE

Más que indignados, los empresarios, empleados, asociaciones, etc. estamos preocupados por el futuro de nuestro querido sector MICE y, por consecuencia, de la salud económica de nuestro país.

Alrededor de los 11.000 millones de euros de impacto económico nacional, con una tasa de crecimiento del 8% (muy superior a la media global), más de 80.000 puestos de trabajo estables, aumento continuado del número de eventos corporativos celebrados, así como del número de asistentes, desestacionalización del turismo nacional, aparición en varios rankings mundiales como uno de los 10 primeros destinos para el turismo de reuniones, destacando que España se sitúa como el primer destino mundial para la celebración de congresos médicos, cuyos asistentes gastan hasta 5 veces más que quienes visitan nuestro país en sus periodos vacacionales... estos, son solo algunos datos y cifras del impacto directo del sector MICE en España. Y si profundizamos en el impacto económico indirecto de cada evento celebrado de manera independiente, estas cifras se disparan.

Tampoco podemos olvidarnos del impacto que genera nuestra actividad en otros sectores de peso, como pueden ser el farmacéutico, el automovilístico, o el bancario, entre otros tantos. Gracias a los eventos, una

«Es una absoluta vergüenza que el Gobierno de España no haya sacado la cara por el turismo en Bruselas y que no haya defendido los intereses de su principal actividad económica en su momento más vulnerable, cuando afronta la peor crisis que podemos recordar»

— **JUAN MOLAS**

Presidente

MESA DEL TURISMO DE ESPAÑA

de las más potentes herramientas de venta y comunicación interna y externa que existen, las grandes compañías obtienen importantes resultados que se traducen en impulso de ventas, como consecuencia directa del aumento de la satisfacción de sus asistentes, y de la imagen de marca generada.

Sin embargo, las últimas noticias nos vuelven a mostrar la aparente despreocupación del Gobierno: La Comisión Europea ya ha confirmado que España no ha solicitado ninguna de las medidas extraordinarias de apoyo al sector, que ya han sido aprobadas para otros países igualmente afectados por la pandemia, como son el caso Italia, Portugal o Grecia.

Por otro lado, habría que plantearse la siguiente pregunta: ¿hemos sabido como sector, y de manera conjunta y consensuada, trasladarle a los poderes públicos la importancia de nuestro sector? Quizás, solo quizás, esta ha sido una de nuestras tareas pendientes antes del comienzo de la pandemia. No podemos olvidarnos nunca de que la definición más básica y simple de nuestro sector no es otra que la de “turismo de negocios”. Y en todo negocio, independientemente de los esfuerzos realizados para alcanzarlos, hay que ofrecer resultados, algo que en muchas ocasiones hemos obviado, o sencillamente no hemos sabido

medir y, sobre todo, comunicar. Esta ha sido siempre la tarea pendiente de nuestro sector, y parece que lo estamos pagando con intereses. Es una de las grandes discusiones de nuestros representantes de los últimos meses, y un tema de obligado tratamiento y análisis en las últimas reuniones de las grandes asociaciones MICE.

Mucho se habla últimamente del turismo MICE como uno de los principales motores de la recuperación económica de nuestro país pero, ¿qué gasolina se utilizará para que ese motor se ponga en marcha? Una vez más, y tras el peor periodo de su historia, con múltiples cierres venidos y por venir, parece que lo dejarán en manos del empresario. Un empresario agotado pero que por fortuna, tanto para los que nos dedicamos profesionalmente a este sector como para los que obtienen rendimientos indirectos en sus negocios, lleva la lucha y la reinención en su ADN.

¿Cómo pretende entonces el Gobierno español, que el sector MICE recupere su tendencia ascendente? ¿Debería seguir prorrogando los ERTE, o sería mejor incentivar el reingreso de los profesionales, ofreciendo ciertas exoneraciones a los empresarios que recuperen total o parcialmente a su equipo? ¿Qué ocurrirá cuando las empresas tengan que hacer frente a la recuperación de todos sus empleados, que en su mayoría se encuentran actualmente en ERTE, sin apenas haber tenido ingresos durante ya casi año y medio? Estas y otras tantas preguntas, son las que nos hacemos cada día los profesionales de un sector devastado por una pandemia que, sin duda, nos hará más fuertes, y tendrá como resultado un sector más unido y profesional que nunca.



eturismólogo

GESTIÓN DE DESTINOS:
"Tareas pendientes y el futuro de las OGD en Chile"
TURISMÓLOGO PRESENTADOR: Marco Lucero

SMART TOURISM:
"Está preparado nuestro sector para una real implementación?"
TURISMÓLOGO PRESENTADOR: Martí Sarraze Laplana

#1 en opinión

Edición ESPECIAL nº 13
03 de Mayo de 2021
Editor responsable: ENRIQUE ARRAÑAZ

HORECA / TT.OO. / GOBIERNO / PRIVADOS

Edición ESPECIAL nº 11
03 de Mayo de 2021
Editor responsable: ENRIQUE ARRAÑAZ

TURISMO INDÍGENA:
"Un pilar esencial en la Identidad País"
TURISMÓLOGO PRESENTADOR: Jean-Philippe Le Moigne
INVITADA ESPECIAL: Andrea Wollner

Edición ESPECIAL nº 12
03 de Mayo de 2021
Editor responsable: ENRIQUE ARRAÑAZ

TURISMÓLOGO PRESENTADOR: Aron Toledo

municipal

Edición ESPECIAL nº 14
03 de Mayo de 2021
Editor responsable: ENRIQUE ARRAÑAZ

TURISMÓLOGO PRESENTADOR: Aron Toledo

+6.000 lectores en turismo

15 ediciones publicadas

 

eturismólogo
editor.esp@elturismologo.com

MARQUE PRESENCIA DIRECTA EN LA INDUSTRIA TURISTICA DE CHILE Y PERÚ

**MAR GARCÍA**

Presidenta
AGENCIA DE EVENTOS ESPAÑOLAS ASOCIADAS
www.aevea.es



“ El turismo de negocios representa una cuarta parte del total de los viajes en todo el mundo. Convenciones, congresos, eventos corporativos y otras citas profesionales mueven a millones de turistas cada año.

El turismo MICE se caracteriza por su calidad, es una parte fundamental dentro del sector del turismo. Genera un gran impacto económico, además de empleo y notoriedad en las ciudades que acogen las distintas citas. Los eventos profesionales se organizan fundamentalmente al margen de los periodos vacacionales y normalmente entre semana, y esa desestacionalización supone una importante cuota de ingresos para sectores que influye y moviliza directamente (hotelero, grandes escenografías, nuevas tecnologías, logística, restauración...).

Según el Spain Convention Bureau, el turismo MICE genera un 30% más de ingresos que el turismo de ocio. Además, la planificación, organización, y celebración de eventos necesita de la participación de muchos agentes distintos, siendo así una actividad generadora de oportunidades de empleo. Estos datos evidencian la necesidad de trabajar por la recuperación del sector, que se vio totalmente afectado por la pandemia.

Ahora que comienza la reactivación y a pesar de que, durante todos estos meses, la digitalización se ha convertido en una de nuestras grandes aliadas, es importante destacar la presencialidad como un elemento indispensable para conectar marcas y personas. Este tipo de turismo se fundamenta en las reuniones de personas, en la necesidad del contacto directo para hacer llegar un mensaje, una idea o unos valores de marca de la mejor forma posible, a los diferentes públicos.

Organizar eventos seguros es posible y necesario para la recuperación económica de un sector con gran peso dentro de la economía, que además posiciona y reputa a los destinos que los acogen. ”

**ERIC MOTTARD**

Director General
EVENTOPLUS
www.eventoplus.com



“ Alejo, tu indignación tiene todo el sentido del mundo, estamos pagando nuestra invisibilidad muy caro. Ahora más que ir en la misma dirección, aportaré puntos de vista diferentes sobre el porqué de esta falta de atención y apoyo públicos. Centrándome en lo que nosotros tenemos que hacer mejor.

Estamos pagando nuestra falta de organización. Nuestra existencia como lobby es reciente e imperfecta todavía (normal, estas cosas requieren tiempo). El Foro MICE ha permitido unir las fuerzas de las asociaciones de nuestra industria, a menudo recientes y todavía en fase de organización. Necesitamos consolidar esta voz única, saber argumentar nuestra importancia. Los argumentos son muchos, desde el empleo e impacto económico directos que comentas, hasta la fuerza catalizadora de nuestra actividad, permitiendo formar, motivar, alinear organizaciones, conquistar mercados nuevos, vender, fidelizar.

Estamos pagando nuestra falta de orientación a resultados y nuestro excesivo enfoque en las actividades maravillosas que creamos. No somos turismo: somos business, somos catalizadores de actividad. Tendemos a considerar que tal evento era maravilloso cuando tendríamos que obsesionarnos por lo que ha permitido generar. No sé si llamarlo ROI u orientación a resultados, pero el resultado en términos de negocios que aportamos tiene que ser la prioridad. Tenemos que poder decir datos, argumentos, casos concretos que nos permiten decir a los políticos: “hacemos cosas que permiten dinamizar la actividad económica como pocas otras.

Debemos protestar contra la inactividad de los gobiernos, pero sobre todo debemos solucionar estos dos fallos: construir nuestra argumentación de un lado, y comunicar, sensibilizar, estar más cerca de los poderes públicos. Nuestra realidad es potente: los eventos son una de las cosas más necesarias para la reactivación económica. Pero “perception is reality” y tenemos que cambiar la percepción que los decisores tienen de nosotros. Esto nos compete a todos. ”

**MARÍA ROSA REY CAÑONES**M&E Director Spain
NH HOTEL GROUP
mr.rey@nh-hotels.com

“ Parece que algo no lo hemos hecho del todo bien si durante toda esta pandemia apenas se ha oído hablar de nuestro sector, en ninguno de los grupos y debates políticos. Es tiempo de hacer autocrítica.

Creo que es curioso que sea tan poco conocido el segmento del turismo que más ingresos por persona genera. Posiblemente, si preguntáramos en la calle a la gente de a pie que es el turismo MICE desgraciadamente muchos no sabrían de lo que estamos hablando (mi propia familia aún tiene dudas).

Es más, en muchas universidades en el grado de turismo solo existe una asignatura específica de eventos y es optativa. Pedimos a gobiernos, comunidades autónomas y demás instituciones, un reconocimiento cuando gran parte de la sociedad desconoce a lo que nos dedicamos y los beneficios económicos que reportamos.

La falta de datos reales (segmentación, perfil, etc.) son nuestro principal enemigo. Ojalá fuéramos capaces de

demostrar con datos que el turismo MICE no solo es sostenible con las ciudades, si no que también las ayuda en temporadas bajas a mantener sus hoteles o a crear empleo. Si fuésemos capaces de demostrar que este tipo de turismo trae momentos de oportunidad económica y un sin fin de oportunidades más, entonces podríamos ir con un cuaderno de ruta a los estamentos pertinentes y pelear por nuestro sector.

Aún así, veo una luz al final del túnel ya que el movimiento asociativo está creciendo de forma exponencial en estos últimos años, preocupándose de crear estudios de impacto social y económico, formación, nuevas tecnologías, etc. Es cierto que aún nos queda una gran carrera para conseguir ese ansiado reconocimiento. Una carrera en la que se necesita la involucración de todos los que nos dedicamos a este precioso segmento. Estoy segura de que en breve conseguiremos el reconocimiento que merecemos.



AGENCIA DE COMUNICACIÓN Y EVENTOS

CREA, DISEÑA Y PRODUCE EL EVENTO QUE MERECE**DISEÑO**

Diseñamos el evento perfecto para ti, desde la idea creativa hasta la identidad corporativa, escenografía y diseño gráfico.

**PRODUCCIÓN**

Organizamos el evento de principio a fin. Nos encargamos de toda la producción, logística, protocolo, fase de taquilla y montajes.

**COMUNICACIÓN**

Creamos campañas de comunicación y gestión de redes sociales. Elaboramos la estrategia que más se adapte a tus necesidades.

**DISTRIBUCIÓN**

Somos distribuidores culturales en las Islas Canarias. Si tienes un evento y quieres hacer gira por el archipiélago, nosotros nos encargamos de la gestión y trámites necesarios.

**EL CLUB**

Compartimos consejos y técnicas para profesionales del Event Team junto con nuestros Miembros, además de crear proyectos colaborativos. ¡Únete al Club!

EVENTCLUB.ES

hello@eventclub.es

722 283 513




Event[®]
-CLUB-

**MARIBEL RODRÍGUEZ**Acting CEO
WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL

“ Hasta el 2019 la contribución del turismo crecía por encima del PIB a un ritmo del 3,8% anual llegando al 10.4% del PIB global. Sin embargo, el COVID redujo ese aporte en un 49.1%, cerrando 2020 con un 5.5% de PIB turístico, afectando también el segmento MICE, sector que en prepandemia movía más de 12.000 millones de Euros anuales. La capilaridad del MICE, tanto a nivel geográfica en los destinos como de la cadena de valor, impacta de manera directa, indirecta e inducida a múltiples empresas, principalmente pymes, y si bien durante estos meses la tecnología ha permitido la organización de eventos y conferencias, la presencialidad es fundamental, aportando un valor inalcanzable desde lo híbrido. Es cierto que la pandemia nos ha enseñado nuevas fórmulas, y la digitalización podrá aportar valor añadido complementándose con lo híbrido alcanzando mayores audiencias e ir democratizando contenidos.

España está en el Top % del MICE asociativo /ICCA, con Madrid y Barcelona liderando los ranking mundiales, posicionando a nuestro país como primer destino mundial de congresos médicos. Es importante seguir trabajando en la competitividad de España en esta área para atraer grandes eventos y conferencias, siendo fundamentales las alianzas con los destinos y el trabajo coordinado entre los sectores público y privado.

Hay que enfocar esfuerzos en generar confianza en el viajero y la movilidad, así lograremos la recuperación de nuestro sector. Para ello es importante aprender del pasado, compartir las mejores prácticas a nivel mundial, implementar protocolos y coordinar al sector público y privado para trabajar de manera alineada.

Con la aceleración de la vacunación, y protocolos de movilidad internacionales unificados a nivel global podremos devolver la confianza y la movilidad para que la gente viaje con seguridad y certeza. ”



elturismólogo

editor.esp@elturismologo.com

VISIBILIZA TU MARCA

...y llega a la más bella industria
ESPAÑOLA.





PRÓXIMA EDICIÓN (04 de Agosto 2021)

“TURISMOFOBIA- Oportunidad para el Turismo Regenerativo Competitivo”

Turismólogo Presentador: **Víctor Fernández Morales** 
Co-Fundador y Dir. de Proyecto – LA BUENA HUELLA



¿QUIERE PUBLICAR SU OPINIÓN?

Escríbanos a contacto@elturismologo.com y su opinión/visión saldrá en uno de nuestros *Spin-Offs*



SOLICITE SU SUSCRIPCIÓN GRATUITA
contacto@elturismologo.com



SÍGANOS EN NUESTRAS PLATAFORMAS



[elturismologo](https://www.linkedin.com/company/elturismologo)



[@el_turismologo](https://twitter.com/el_turismologo)

"Las opiniones publicadas en *elTurismólogo* son de exclusiva responsabilidad de quienes las emiten y no representan, necesariamente, el pensamiento de este medio de comunicación."

— equipo editorial *elTurismólogo*