



EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA MICE

Evolución 2023, previsiones 2024-2025 y Casos de Éxito de los Convention Bureau



ÍNDICE DEL DOCUMENTO

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1 Objetivo del documento
- 1.2 Definición de MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions)
- 1.3 La Importancia de los Convention Bureau en la industria de Negocios

2. CONTEXTO DEL MERCADO MICE

- 2.1 Visión Global de la industria
- 2.2 Tendencias Actuales

3. PREVISIONES DE LA INDUSTRIA MICE

- 3.1 Volumen de negocio
- 3.2 Cifra de viajeros
- 3.3 Volumetría por mercados origen
- 3.4 Gasto medio
- 3.5 Estancia media

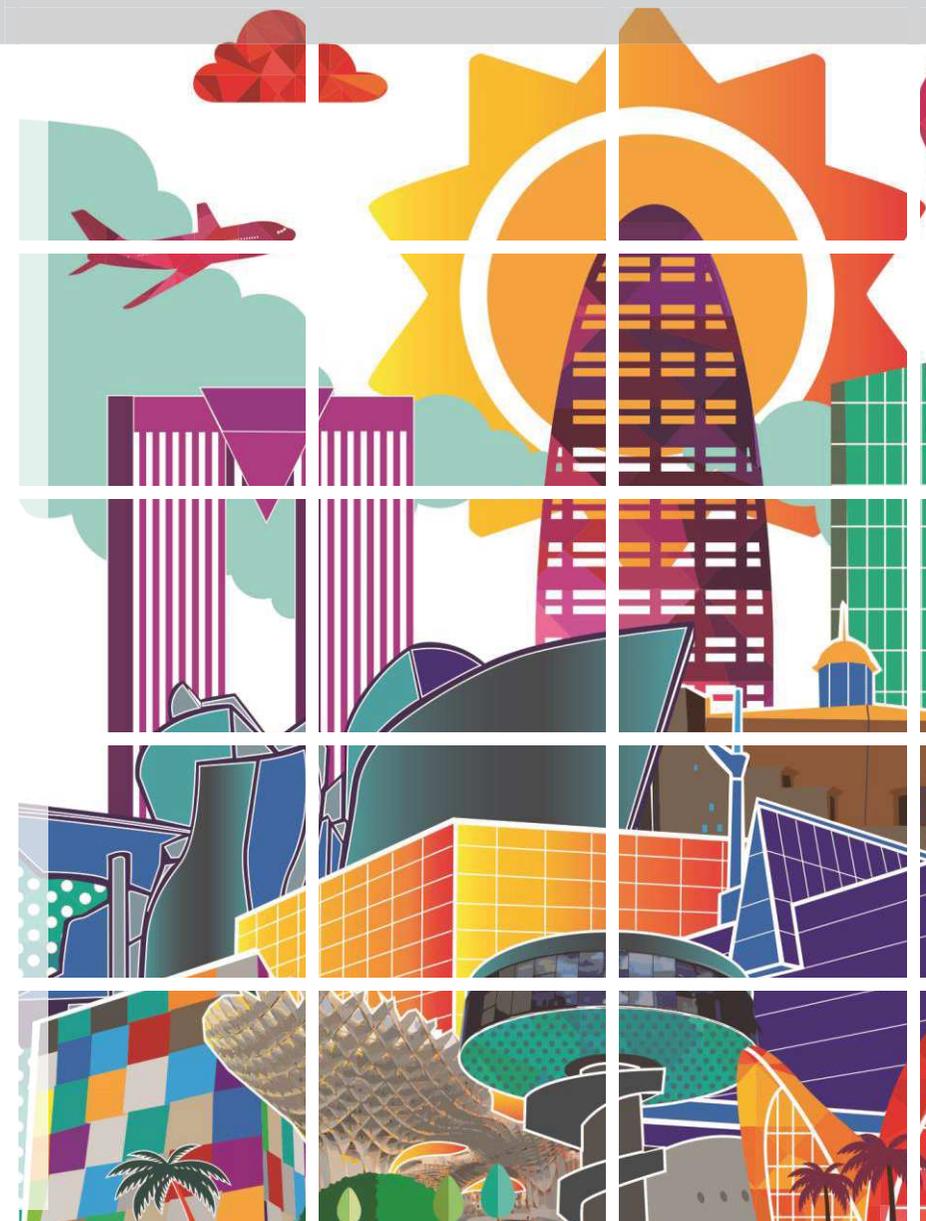
4. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

- 4.1 Expertos
- 4.2 Convention Bureau

5. PROGRAMA ESTRATÉGICO 22-24:

- 5.1 Buenas prácticas de los Convention Bureau

6. CASOS DE ÉXITO



INTRODUCCIÓN

OBJETIVO DEL DOCUMENTO

El presente documento tiene como objetivo **proporcionar una visión integral sobre las previsiones del mercado MICE** (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) así como **destacar buenas prácticas específicas relacionados con la labor de los Convention Bureau**. A través del análisis, se pretende ofrecer una **comprensión profunda** de las **tendencias** actuales en la industria MICE, así como de las **funciones** y **servicios clave** que desempeñan los **Convention Bureau** en la promoción y gestión de eventos de negocios.

Además, el informe busca **explorar** el **contexto** del mercado MICE, identificando las oportunidades y desafíos que enfrenta la industria. Los casos de éxito presentados servirán como ejemplos ilustrativos, proporcionando insights valiosos sobre las estrategias efectivas implementadas por los Convention Bureau y sus impactos.

En última instancia, este informe aspira a ser una **herramienta informativa** y analítica para **profesionales** del turismo, planificadores de eventos, autoridades locales y demás actores involucrados en la industria MICE, ofreciendo conocimientos que puedan orientar decisiones estratégicas y fomentar el crecimiento sostenible en este sector.

INTRODUCCIÓN

DEFINICIÓN DE MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions)

Entendemos por Industria de Reuniones, **cualquier conferencia, congreso, feria, convención, jornada o exposición de carácter empresarial y que cuente con un mínimo de 10 asistentes.**

También se incluyen en esta categoría los **eventos de incentivos, corporativos y comerciales.**

No se incluyen dentro de MICE los eventos sociales no corporativos, los eventos de ocio y entretenimiento, y los eventos o reuniones educativos referentes a formación reglada.

INTRODUCCIÓN

LA IMPORTANCIA DE LOS CONVENTION BUREAU EN LA INDUSTRIA DE REUNIONES

Los Convention Bureau **desempeñan un papel fundamental** en el dinámico entorno del sector MICE, desencadenando una serie de impactos positivos que van más allá de la organización de eventos puntuales. Su relevancia se manifiesta en varios aspectos clave.

Se erigen como **catalizadores esenciales en la industria de reuniones**, impulsando el crecimiento económico local, **fortaleciendo la reputación del destino** y creando un **entorno propicio** para el desarrollo sostenible de la industria de eventos. Su impacto va más allá de la organización de reuniones, generando **beneficios significativos** para las comunidades y economías que representan.

ASPECTOS CLAVE DE LA IMPORTANCIA DE LOS CB

a. Promoción y Atracción de Eventos:

- Tienen la responsabilidad de promocionar activamente sus destinos ante organizadores de eventos y planificadores de reuniones a nivel nacional e internacional.
- Su capacidad para destacar las características únicas y atractivos locales contribuye a la atracción de eventos, generando flujos constantes de visitantes de negocios.

c. Fomento de Colaboraciones:

- Facilitan la colaboración entre diferentes actores, incluyendo empresas locales, autoridades gubernamentales y proveedores de servicios, fortaleciendo la cohesión en la oferta de eventos.

e. Carácter generador de conocimiento:

- El CB destaca por su papel activo en la generación y difusión de conocimiento, promoviendo el crecimiento y la prosperidad tanto para la comunidad local como para la audiencia global que participa en sus eventos.

b. Estímulo a la Economía Local:

- La organización de eventos de negocios genera una inversión significativa en servicios, desde alojamiento y catering hasta transporte y entretenimiento.
- Los CB actúan como impulsores económicos, canalizando estos recursos hacia la comunidad local, generando empleo y estimulando el crecimiento empresarial.

d. Posicionamiento a Largo Plazo:

- Al promover eventos de calidad, los Convention Bureau contribuyen al posicionamiento del destino a largo plazo. Esto puede atraer nuevas inversiones y generar un flujo constante de eventos en el futuro.

f. Facilitador

- Recomendando a los proveedores de servicios que más se adapten a las necesidades de los eventos.
- Gestionando los permisos pertinentes.
- Apoyando candidaturas.

ÍNDICE DEL DOCUMENTO

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1 Objetivo del documento
- 1.2 Definición de MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions)
- 1.3 La Importancia de los Convention Bureau en la industria de Negocios

2. CONTEXTO DEL MERCADO MICE

- 2.1 Visión Global de la industria
- 2.2 Tendencias Actuales

3. PREVISIONES DE LA INDUSTRIA MICE

- 3.1 Volumen de negocio
- 3.2 Cifra de viajeros
- 3.3 Volumetría por mercados origen
- 3.4 Gasto medio
- 3.5 Estancia media

4. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

- 4.1 Expertos
- 4.2 Convention Bureau

5. PROGRAMA ESTRATÉGICO 22-24:

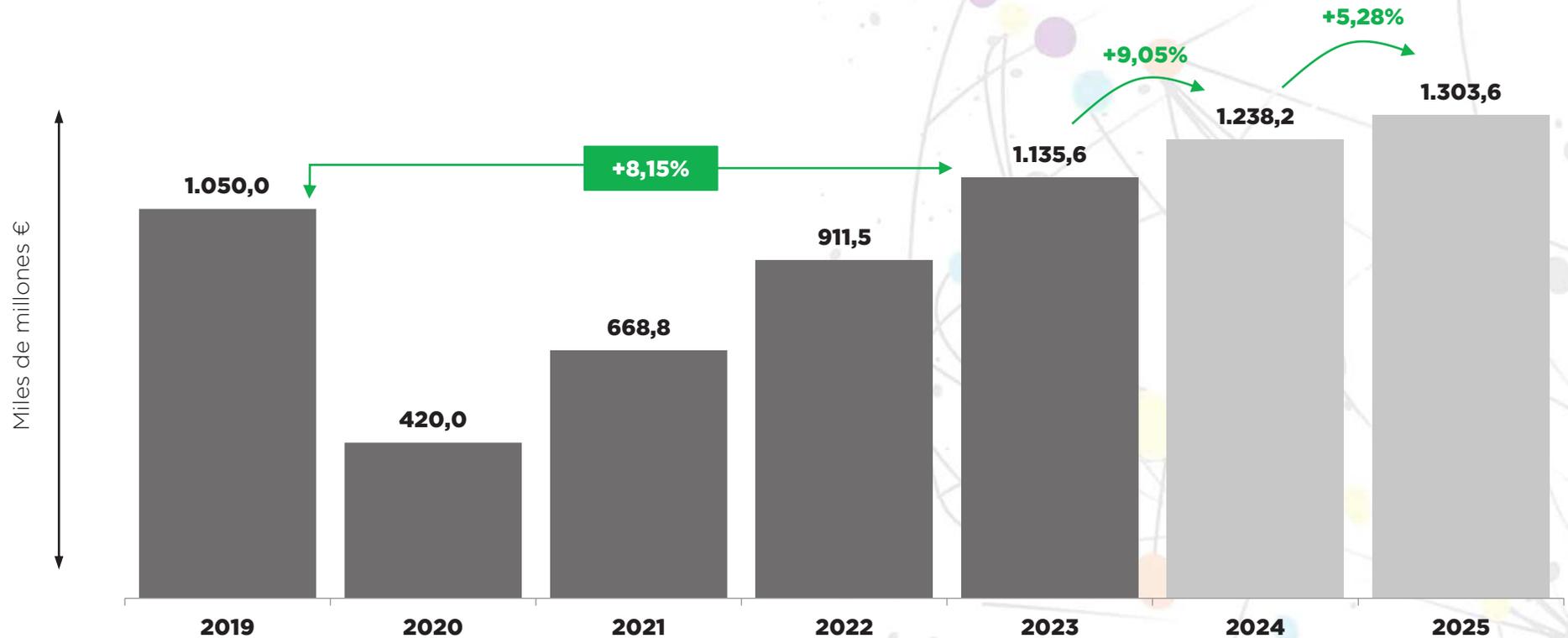
- 5.1 Buenas prácticas de los Convention Bureau

6. CASOS DE ÉXITO



CONTEXTO GLOBAL

VISIÓN GLOBAL DE LA INDUSTRIA



Actualización del modelo de impacto económico del informe "Demanda en la Industria de Reuniones Nacional e Internacional Post Pandemia del SCB (2022)". Fuente: SCB-FEMP Estimaciones Braintrust a partir de datos de Oxford Economics, Trading Economics y GBTA

A nivel mundial, la **recuperación de la industria de reuniones se ha consolidado en 2023**, superando ligeramente las cifras de 2019, **hasta alcanzar un volumen de negocio de 1,1 billones de €**. Se espera que la industria siga creciendo a buen ritmo en 2024 y 2025, aunque, la incertidumbre sobre la evolución de las tensiones geopolíticas y su impacto en la economía mundial puede afectar a estas previsiones.

- Fuente: SCB-FEMP informe "Demanda en la Industria de Reuniones Nacional e Internacional Post Pandemia del SCB (2022)". Estimaciones 2024-2025: Oxford Economics, Trading Economics y GBTA

CONTEXTO GLOBAL

REUNIONES INTERNACIONALES



TOP-12 PAÍSES

Ranking	↑↓ 2019	País	Reuniones 2022
1	=	EEUU	690
2	+2	España	528
3	+3	Italia	522
4	-2	Alemania	484
5	-2	Francia	472
6	-1	Reino Unido	449
7	+3	Portugal	294
8	+1	Países Bajos	253
9	+5	Bélgica	234
10	+1	Canadá	233
11	+5	Austria	232
12	-4	Japón	228

TOP-12 DESTINOS

Ranking	↑↓ 2019	Destino	Reuniones
1	+5	Viena	16
2	=	Lisboa	14
3	-2	París	13
4	=	Barcelona	13
5	+4	Praga	12
6	-1	Madrid	12
7	-4	Berlín	11
8	+9	Atenas	10
9	+19	Bruselas	10
10	-2	Londres	10
11	+5	Dublín	10
12	=	Copenhague	10

Según el último informe de ICCA, **España se posicionó como el 2º país por número de reuniones internacionales**, con Barcelona (4ª) y Madrid (6ª) en el top de destinos, y con la mejora de destinos medianos como (Valencia, Sevilla, Málaga, Palma de Mallorca, entre otros).

CONTEXTO GLOBAL

TENDENCIAS 2024

EXPERIENCIAS HÍBRIDAS: "La digitalización de eventos ya no se limita a la transmisión en línea; ahora se trata de **fusionar lo físico y lo digital para maximizar la eficiencia y el impacto**. Las experiencias híbridas se están convirtiendo en la firma y la norma".

PERSONALIZACIÓN Y OPTIMIZACIÓN: "Los eventos se están volviendo **más personalizados y eficientes**. La **adaptación a las preferencias de los asistentes** es crucial para mantener su compromiso. Tendencias en auge son los eventos con propósito y sumergirse en la singularidad del destino".

SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL: "factores cada vez más importantes en el desarrollo de eventos. Los organizadores están buscando **formas de reducir el impacto ambiental y contribuir positivamente proactivamente a las comunidades locales**. La inclusión, la diversidad y la igualdad son un *'must'*".

CONTEXTO GLOBAL

TENDENCIAS 2024

DATOS Y ANÁLISIS: "La **recopilación y el análisis de datos desempeñan un papel central** en la comprensión del éxito de los eventos. El análisis de datos permite a los organizadores ajustar y mejorar sus estrategias".

COLABORACIÓN Y NETWORKING AMPLIADO: "Plataformas y aplicaciones diseñadas específicamente **facilitar la colaboración entre los asistentes**, así como para fomentar el networking antes, durante y después del evento, jugarán un papel crucial en la maximización del valor para los participantes".

CONTENIDO INTERACTIVO Y FORMATOS DINÁMICOS: "Los eventos dejarán de ser unidireccionales para dar paso a **experiencias más interactivas**. Paneles de discusión, sesiones de preguntas y respuestas en tiempo real y **formatos de presentación más dinámicos** serán la norma para mantener a los asistentes involucrados y comprometidos".

ÍNDICE DEL DOCUMENTO

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1 Objetivo del documento
- 1.2 Definición de MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions)
- 1.3 La Importancia de los Convention Bureau en la industria de Negocios

2. CONTEXTO DEL MERCADO MICE

- 2.1 Visión Global de la industria
- 2.2 Tendencias Actuales

3. PREVISIONES DE LA INDUSTRIA MICE

- 3.1 Volumen de negocio
- 3.2 Cifra de viajeros
- 3.3 Volumetría por mercados origen
- 3.4 Gasto medio
- 3.5 Estancia media

4. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

- 4.1 Expertos
- 4.2 Convention Bureau

5. PROGRAMA ESTRATÉGICO 22-24:

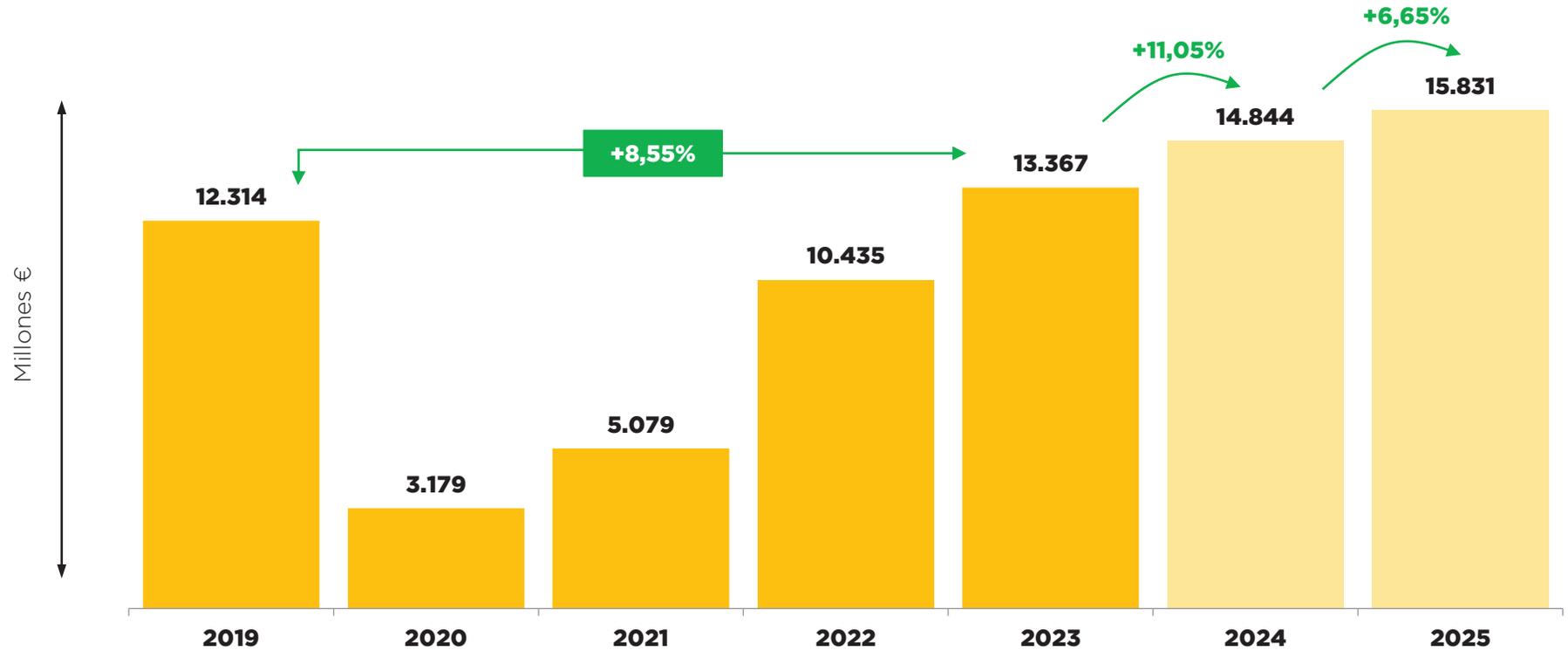
- 5.1 Buenas prácticas de los Convention Bureau

6. CASOS DE ÉXITO



PREVISIONES

DIMENSIONAMIENTO Y PREVISIONES DE LA INDUSTRIA MICE EN ESPAÑA: VOLUMEN DE NEGOCIO

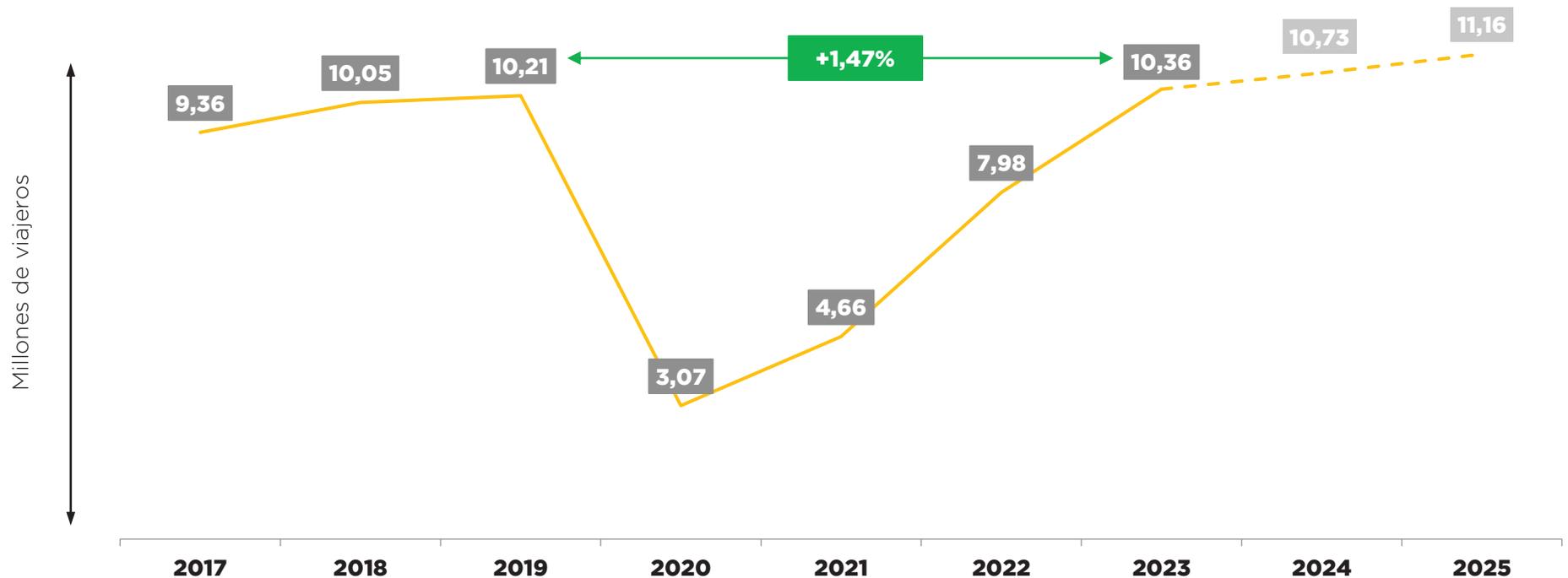


En un contexto de crecimiento de la economía española y de vuelta a la normalidad de los eventos presenciales, la **recuperación de la industria de reuniones en España se ha consolidado en 2023**, superando las cifras de 2019 en un +8,55%, **hasta alcanzar un volumen de negocio de 13.367 millones de €**. Las previsiones apuntan a que la industria siga creciendo a buen ritmo en 2024 y 2025, aunque la incertidumbre sobre la evolución de las tensiones geopolíticas y su impacto en la economía española puede afectar a estas previsiones.

• Fuente: Estimaciones BRAINTRUST a partir de ETR, FRONTUR y EGATUR (INE)

PREVISIONES

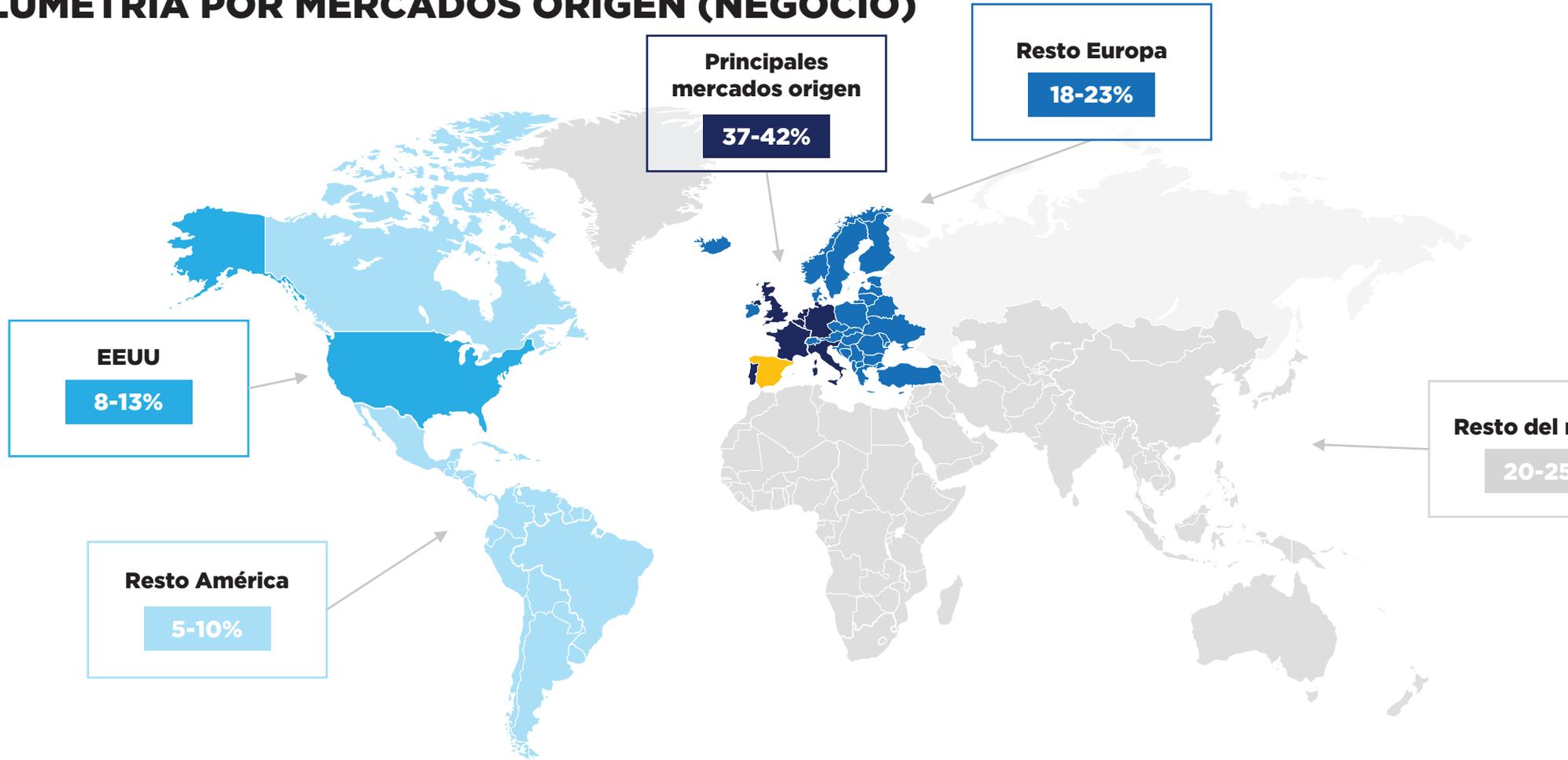
DIMENSIONAMIENTO DE LA INDUSTRIA MICE EN ESPAÑA: CIFRA DE VIAJEROS



También se aprecia una recuperación de la industria en volumen de viajeros, alcanzando **10,36 millones de viajeros de reuniones en 2023** (+1,47% sobre 2019). A pesar de las tensiones geopolíticas, favorece a este crecimiento la recuperación del viajero internacional, pues, aunque de forma desigual entre los diferentes mercados, muchos de ellos ya se sitúan en niveles superiores a los registrados en 2019.

PREVISIONES

VOLUMETRÍA POR MERCADOS ORIGEN (NEGOCIO)



En 2023, los principales mercados origen representan un volumen de negocio MICE para España de entre el 37% y el 42%. Casi el doble de lo que representa el resto de Europa (18-23%).

- Fuente: Estimaciones BRAINTRUST a partir de EGATUR (INE).
- (*) Rusia no presenta cifras de viajeros MICE desde el inicio de la invasión de Ucrania.

PREVISIONES

VOLUMETRÍA POR MERCADOS ORIGEN

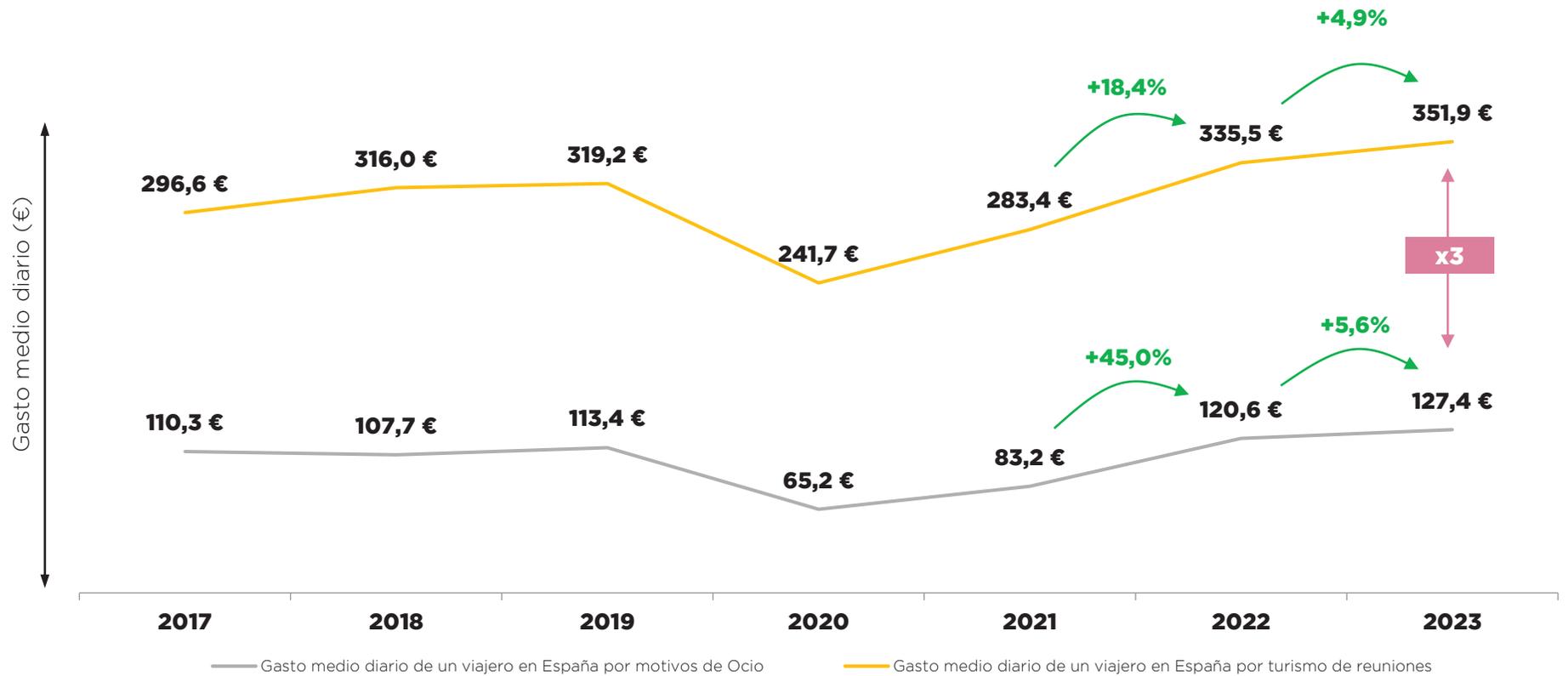
						
	ALEMANIA	FRANCIA	REINO UNIDO	ITALIA	PORTUGAL	BENELUX
Volumen de gasto de los mercados origen en España por reuniones 2023 	525-575 millones de €	440-490 millones de €	400-450 millones de €	385-435 millones de €	150-200 millones de €	360 millones de €
Peso de los mercados origen en España por motivo de reuniones internacionales 	7-9%	6-8%	5-7%	5-7%	2-4%	5-7%
Variación vs 2019 de gasto de los mercados origen en España por motivo de reuniones 	+5,6%	+26,6%	-17,4%	+32,3%	-1,7%	+38,3%

Entre los mercados emisores clave, **Alemania, Francia, Italia y Benelux consolidan la recuperación alcanzando un volumen de gasto superior al de 2019**. En el contrario destaca Reino Unido, donde falta por recuperar casi 1 de cada 5 euros que dejaba este mercado antes de la pandemia y el brexit. Además, Reino Unido ha sido superado por Francia en importancia entre los mercados emisores.

• Fuente: Estimaciones BRAINTRUST a partir de EGATUR (INE)

PREVISIONES

GASTO MEDIO DIARIO POR ASISTENTE

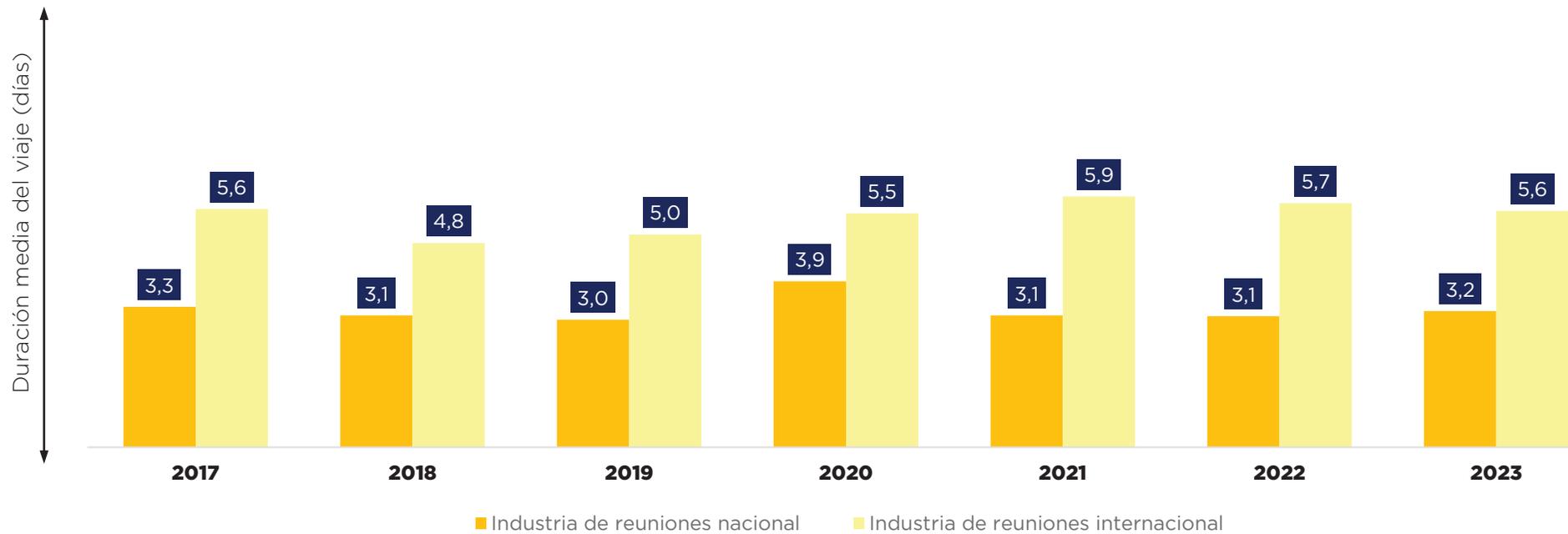


• Fuente: Estimaciones BRAINTRUST a partir de INE

El **gasto medio del viajero de reuniones se sitúa, en 2023, en 351,9€, muy por encima de los niveles prepandemia** (+10,3% sobre 2019) debido a la escalada de precios de los últimos dos años. Si se compara el gasto medio diario de un viajero por motivo de reuniones frente al de ocio, el gasto en reuniones sigue siendo **tres veces superior**.

PREVISIONES

ESTANCIA MEDIA



La **estancia media se mantiene relativamente estable**, tanto en los viajeros de reuniones nacionales donde apenas sube (3,1 a 3,2), como en los extranjeros en los que se reduce ligeramente tras la subida postpandemia.

• Fuente: Estimaciones BRAINTRUST a partir de INE

ÍNDICE DEL DOCUMENTO

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1 Objetivo del documento
- 1.2 Definición de MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions)
- 1.3 La Importancia de los Convention Bureau en la industria de Negocios

2. CONTEXTO DEL MERCADO MICE

- 2.1 Visión Global de la industria
- 2.2 Tendencias Actuales

3. PREVISIONES DE LA INDUSTRIA MICE

- 3.1 Volumen de negocio
- 3.2 Cifra de viajeros
- 3.3 Volumetría por mercados origen
- 3.4 Gasto medio
- 3.5 Estancia media

4. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

- 4.1 Expertos
- 4.2 Convention Bureau

5. PROGRAMA ESTRATÉGICO 22-24:

- 5.1 Buenas prácticas de los Convention Bureau

6. CASOS DE ÉXITO



PERSPECTIVAS DEL SECTOR: Expertos

DESAFÍOS

COMPETENCIA INTERNACIONAL:

España compite con **otros destinos** globales que **están invirtiendo fuertemente en infraestructura y marketing** para atraer eventos MICE. Mantenerse competitivo requiere innovación continua y mejora de las instalaciones y servicios.

SOSTENIBILIDAD: Hay una **creciente demanda por eventos más sostenibles** y respetuosos con el medio ambiente. **Adaptarse a estas expectativas** es necesario para atraer a organizadores de eventos y participantes conscientes del clima. La creciente preocupación por el impacto ambiental de los grandes eventos plantea el desafío de organizar eventos más verdes.

GESTIÓN DE LA CAPACIDAD: En momentos de alta demanda, algunos destinos pueden enfrentarse a **desafíos relacionados con la capacidad de alojamiento** y las **instalaciones de eventos**. Esto requiere una planificación urbana y de infraestructuras que contemple el crecimiento sostenible del sector MICE.

DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA:

Existe el desafío de **diversificar la oferta de eventos** y destinos dentro de España para **evitar la saturación** en ciudades principales y **promover el desarrollo** de áreas menos conocidas. Esto puede ayudar a distribuir los beneficios económicos y reducir el impacto en los destinos más populares.

CAPACITACIÓN CONTINUA: Mantener al **personal actualizado** con las últimas **tendencias, tecnologías** y mejores **prácticas** en la industria MICE es fundamental para ofrecer experiencias de alta calidad. Esto implica una inversión continua en capacitación y desarrollo profesional.

CIBERSEGURIDAD: A medida que la industria adopta más tecnologías digitales, la **ciberseguridad** se convierte en un **desafío importante**. **Proteger los datos** de los participantes y asegurar las **plataformas de eventos virtuales e híbridos** son aspectos críticos para mantener la confianza y la integridad de los eventos.

PERSPECTIVAS DEL SECTOR: Expertos

OPORTUNIDADES

INDUSTRIA MICE SOSTENIBLE: España tiene la oportunidad de posicionarse como líder en la industria de negocios sostenible, aprovechando su biodiversidad y compromiso con la sostenibilidad para atraer eventos ecológicos y socialmente responsables.

FORMACIÓN ESPECIALIZADA EN MICE: Invertir en la formación y certificación de profesionales del sector MICE puede asegurar un servicio de alta calidad y conocimiento especializado, desde la planificación, hasta la ejecución de eventos.

FORTALEZAS CULTURALES Y GEOGRÁFICAS: España puede aprovechar su rica cultura, gastronomía, patrimonio y clima favorable para atraer eventos internacionales, ofreciendo una experiencia única que va más allá del evento en sí.

TECNOLOGÍA Y DIGITALIZACIÓN: La integración de tecnologías avanzadas como la realidad virtual, inteligencia artificial y big data en la planificación y ejecución de eventos puede mejorar la experiencia de los participantes y abrir nuevas vías de ingresos.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS: Establecer alianzas entre el sector público y privado para la promoción de destinos MICE puede mejorar la visibilidad internacional de España y atraer una mayor cantidad de eventos de gran escala.

DESARROLLO DE DESTINOS SECUNDARIOS: España tiene una riqueza de ciudades y regiones más allá de las principales capitales que puede ser promovidas como destinos MICE. Esto no solo ayuda a descongestionar ciudades más visitadas sino también a promover el desarrollo económico en áreas menos explotadas, ofreciendo experiencias auténticas y únicas.

PERSPECTIVAS DEL SECTOR: Convention Bureau

ACTIVIDAD E IMPACTO

Evolución del sector en los últimos 3 años

PRESENCIALIDAD: Refuerzo de la presencialidad frente a la adopción de los eventos híbridos post-pandemia.

CLÁUSULAS DE CANCELACIÓN Y EL LAST MINUTE: dejando menos tiempo de planificación y ajustando al último momento la decisión final con plazos más limitados.

EXPERIENCIA DEL PARTICIPANTE: La personalización y la mejora de la experiencia está siendo prioridad para los organizadores de eventos.

INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA Y SOLUCIONES DIGITALES: para mejorar la experiencia de los eventos. Incorporándose tecnologías para optimizar la participación y la gestión.

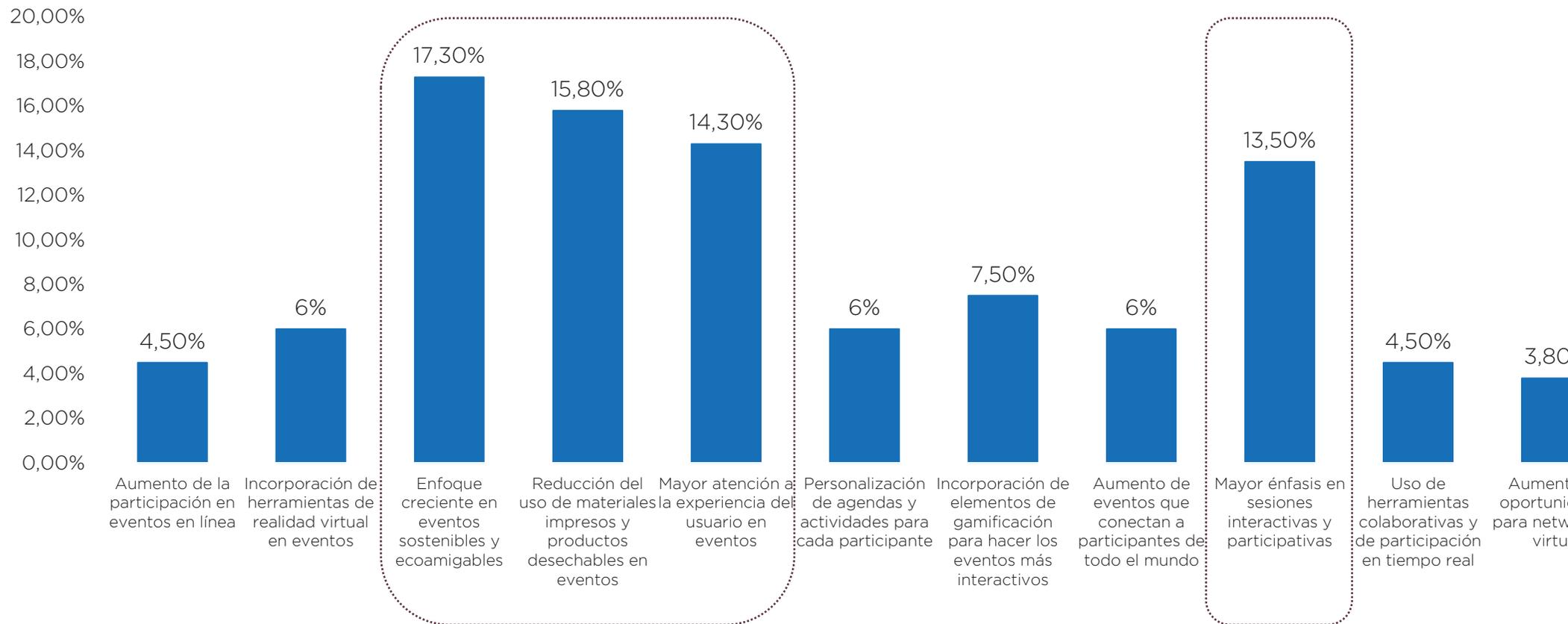
SINGULARIDAD DE LOS DESTINOS Y EXPERIENCIAS: como complemento al evento buscando espacios diferentes que respondan a los objetivos del evento.

SOSTENIBILIDAD: Con un enfoque de reducción de huella de carbono y productos de proximidad junto con otras prácticas ecológicas.

PERSPECTIVAS DEL SECTOR: Convention Bureau

ACTIVIDAD E IMPACTO

Principales tendencias en reuniones y eventos postpandemia vividas desde los CB

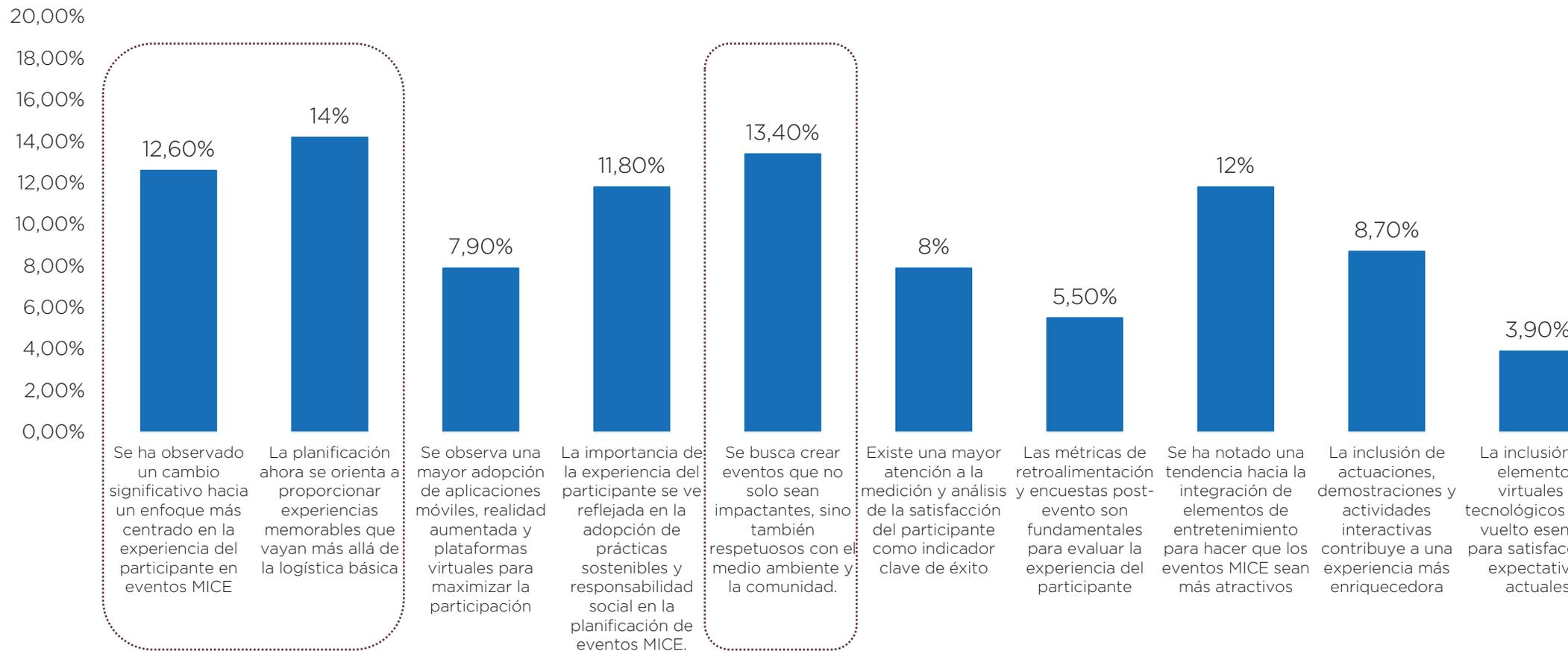


• Fuente: SCB-FEMP Entrevistas a expertos del sector

PERSPECTIVAS DEL SECTOR: Convention Bureau

SENTIMIENTO DE LOS VIAJEROS

Evolución de la importancia de la experiencia del participante en la planificación de eventos MICE



• Fuente: SCB-FEMP Entrevistas a expertos del sector

PERSPECTIVAS DEL SECTOR: Convention Bureau

SENTIMIENTO DE LOS VIAJEROS

Iniciativas que se están llevando a cabo desde los Convention Bureau para mejorar la experiencia de los participantes

REORIENTACIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR

- Información y promoción sobre **peculiaridades del destino, riqueza patrimonial y**
- **Productos gastronómicos** locales.
- **Actividades** de **diferente** tipo.
- **Experiencias personalizadas** para los asistentes.
- **Planes estratégicos.**
- **Reconocimiento** de la **comunidad** local.
- **Mejora** de **servicios.**
- **Proyectos** más **experienciales** a los participantes.

COLABORACIÓN PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD

- **Acuerdos** con la asociación de comerciantes y hosteleros locales con una serie de ventajas y descuentos para los congresistas.
- **Mayor colaboración** con **promotores** y **organizadores** de eventos.

PERSPECTIVAS DEL SECTOR: Convention Bureau

SENTIMIENTO DE LOS VIAJEROS

Iniciativas que se están llevando a cabo desde los Convention Bureau para mejorar la experiencia de los participantes

DIGITALIZACIÓN

- **Implantación** de **nuevas** soluciones **tecnológicas**:
 - Audioguías.
 - Realidad virtual.
 - Inclusión de nuevas herramientas útiles para organizadores y participantes.

SOSTENIBILIDAD Y LEGADO

- **Apuesta** por la **sostenibilidad** y reducción de la huella de carbono.
- Actividades de **responsabilidad social**.
- **Actividades** más **colaborativas, sostenibles** y **experienciales**.
- Acciones de **legado**.
- **Guías** de **sostenibilidad** para eventos.

PROGRAMAS DE FORMACIÓN

- Sesiones de **formación** para **asociados**.
- Sesiones de **formación internas** sobre las tendencias y la evolución de la industria.
- **Formaciones** sobre la importancia de la implicación y conocimiento de los propios recursos MICE del destino.
- Eventos participativos de **networking**.

PERSPECTIVAS DEL SECTOR: Convention Bureau

PRINCIPALES INDICADORES ANALIZADOS POR LOS CB PARA EVALUAR EL ÉXITO DE UN EVENTO

NÚMERO DE NUEVOS EVENTOS MICE ANUALES	NÚMERO DE EVENTOS CON PRÁCTICAS SOSTENIBLES	NÚMERO TOTAL DE PARTICIPANTES	ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍA INNOVADORA
			
			
RATIO DE FIDELIZACIÓN ORGANIZADORES QUE REPITEN	MEDICIÓN DE LAS ACCIONES DE MÁRketing Y PROMOCIÓN	ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN	MEDIA DE PERNOCTACION

PERSPECTIVAS DEL SECTOR: Convention Bureau

DESAFÍOS Y RETOS

DIGITALIZACIÓN

- **Necesidad de definir** una **estrategia sólida** de **transformación**.
- La rápida **evolución** de las tecnologías digitales.
- **Adaptación constante** a nuevas herramientas y plataformas.
- **Integración** de diversas plataformas digitales, como sistemas de registro en línea, aplicaciones móviles, herramientas de gestión de contenido.
- La **seguridad** de la información.
- Formas de **incorporar tecnologías** como la realidad virtual, la realidad aumentada o aplicaciones interactivas para ofrecer experiencias más atractivas y personalizadas.
- **Recopilación** y **gestión** de **datos** para adaptarse a las preferencias individuales de los participantes y ofrecer experiencias más personalizadas.

FORMACIÓN

- **Capacitación adecuada** a toda la cadena de valor sobre las **nuevas tecnologías**.
- **Educar** a todas las partes sobre **prácticas sostenibles** y su importancia.
- Formación enfocada en **comprender** y **mejorar** la **experiencia** del evento.
- Garantizar que todos los miembros de la cadena de valor estén **sensibilizados** y **capacitados** en la promoción de **ambientes inclusivos**.
- **Habilidades específicas** para la planificación, ejecución y participación en eventos en línea.
- Formación en **protocolos culturales**, sensibilidad intercultural y comunicación efectiva en contextos diversos.

- **Reducción** de la **huella** de **carbono** en los eventos.
- **Gestión adecuada** de estos **residuos**, priorizando el reciclaje y la reducción.
- **Minimizar** el **impacto**, optando por materiales sostenibles y fuentes de energía renovable.
- **Movilidad** de los participantes y la logística del evento.
- **Colaboración** activa y concienciación de todas las partes involucradas.
- **Inversiones** iniciales para la adopción de prácticas sostenibles.
- **Métricas** efectivas para evaluar el rendimiento ambiental y social de un evento.
- Garantizar **prácticas éticas**, promoviendo la diversidad e inclusión, y apoyando iniciativas sociales.

- **Coordinación** entre diversos **stakeholders**, como hoteles, centros de convenciones, proveedores de servicios, autoridades locales, empresas de transporte...
- **Desarrollo** de **estrategias** de **marketing** conjunto.
- **Implementación** de **estándares** y **prácticas** comunes en la **industria**.
- Colaboración en la **recopilación, análisis** y **aplicación** de datos para la toma de decisiones estratégicas.
- **Coordinar esfuerzos** para facilitar el **movimiento** de participantes de manera sostenible.
- Colaborar en la **implementación** de **soluciones innovadoras**.
- **Alinear** las **necesidades** y **expectativas**.

PERSPECTIVAS DEL SECTOR

- En el dinámico mercado de la industria MICE, los Convention Bureau se enfrentan a una **serie de desafíos** para lograr una **colaboración efectiva** entre los diferentes eslabones de la cadena de valor que responda a una mejor experiencia de los participantes y a una buena promoción del destino.
- La complejidad de **coordinar múltiples stakeholders**, la necesidad de **integrar tecnologías digitales**, el desarrollo de **estrategias** conjuntas de marketing, la adopción de **estándares comunes**, y la gestión de relaciones con clientes destacan como retos clave.
- Además, **fomentar la innovación**, mejorar la **accesibilidad** y la **sostenibilidad**, construir relaciones con proveedores locales, promover la **responsabilidad social**, y adaptarse a crisis imprevistas son **elementos esenciales** en esta colaboración.
- **Superar** estos desafíos **implica** un **compromiso sólido**, una **comunicación efectiva** y una **visión compartida**, permitiendo **fortalecer** la **competitividad** y **atractivo** de **destinos** en la industria MICE.

ÍNDICE DEL DOCUMENTO

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1 Objetivo del documento
- 1.2 Definición de MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions)
- 1.3 La Importancia de los Convention Bureau en la industria de Negocios

2. CONTEXTO DEL MERCADO MICE

- 2.1 Visión Global de la industria
- 2.2 Tendencias Actuales

3. PREVISIONES DE LA INDUSTRIA MICE

- 3.1 Volumen de negocio
- 3.2 Cifra de viajeros
- 3.3 Volumetría por mercados origen
- 3.4 Gasto medio
- 3.5 Estancia media

4. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

- 4.1 Expertos
- 4.2 Convention Bureau

5. PROGRAMA ESTRATÉGICO 22-24:

- 5.1 Buenas prácticas de los Convention Bureau

6. CASOS DE ÉXITO



PROGRAMA ESTRATÉGICO 2022-2024

En la tabla adjunta se muestra un **resumen del programa estratégico del SCB establecido para los años 2022-2024** donde se desarrollan diferentes líneas de acción tanto a nivel global como para los diferentes Convention Bureau.

- Durante los últimos años se han ejecutado diferentes acciones por parte de los Convention Bureau relacionadas con este plan estratégico, principalmente enfocadas hacia un “nuevo modelo de negocio innovador y escalable, basado en la colaboración público-privada, situándola en un marco de sostenibilidad, que fomente la integración entre el visitante y el habitante” según indica la propia visión del plan y siempre con el objetivo de posicionar la Marca España como líder en la industria MICE.
- A continuación, se muestran algunas de las acciones que se han realizado en relación con las líneas 9; 10; 13; 14; 16; 17 y 18 (iluminadas en la tabla aquí mostrada).



BUENAS PRÁCTICAS

Acciones realizadas dentro del marco del plan estratégico 2022-2024 por parte de los Convention Bureau

9. SEGMENTACIÓN DE LA OFERTA Y DE LA DEMANDA

10. PERSONALIZACIÓN DE UNA PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE Y DIGITAL

13. COMERCIALIZACIÓN, COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN ALINEADA CON LA SEGMENTACIÓN Y LA OPORTUNIDAD

- **Gestión y actualización de la oferta** para **diversificar** el negocio de eventos del destino.
- **Guías de sostenibilidad** de eventos.
- **Acciones de legado** principalmente con sociedades médicas.
- **Actualización de la imagen** hacia una **imagen** más **sostenible y accesible** del destino.
- **Nuevos modelos** de **bienvenida** sostenibles y digitales para organizadores, **personalizando** en función del evento y de los participantes.
- **Nuevos medios** de **comunicación** y **promoción** para promover y reactivar la industria.
- **Actualización** de los **modelos** de **candidaturas** e imagen corporativa.

BUENAS PRÁCTICAS

Acciones realizadas dentro del marco del plan estratégico 2022-2024 por parte de los Convention Bureau

14. IMPLANTACIÓN DE LA CULTURA DEL DATO Y SU OPTIMIZACIÓN PARA EL NEGOCIO

- **Desarrollo de informes para conocer el dimensionamiento** industria en el destino y las características del mismo.
- **Creación de CRM como herramienta** de apoyo a la gestión y continua.

16. FORMACIÓN A TODOS LOS ESLABONES DE LA CADENA DE VALOR EN SU CONJUNTO

- **Planes de formación** a toda la cadena de valor a través de programas.
- **Campañas de sensibilización** para **dar a conocer** tanto de manera interna como externa **la importancia de la industria** de reuniones.

17. FOMENTO DE LA INVERSIÓN Y COLABORACIÓN PÚBLICO PRIVADA

- **Creando puntos de encuentro** para fomentar la colaboración entre empresas (mesas de trabajo, desayunos con empresarios, asambleas del sector...).

18. POLÍTICA DE SINERGIAS Y COLABORACIÓN ENTRE DESTINOS

- **Alianzas entre destinos** para mejorar la oferta y proporcionar **producto innovador, transversal, versátil y creativo.**

ÍNDICE DEL DOCUMENTO

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1 Objetivo del documento
- 1.2 Definición de MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions)
- 1.3 La Importancia de los Convention Bureau en la industria de Negocios

2. CONTEXTO DEL MERCADO MICE

- 2.1 Visión Global de la industria
- 2.2 Tendencias Actuales

3. PREVISIONES DE LA INDUSTRIA MICE

- 3.1 Volumen de negocio
- 3.2 Cifra de viajeros
- 3.3 Volumetría por mercados origen
- 3.4 Gasto medio
- 3.5 Estancia media

4. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

- 4.1 Expertos
- 4.2 Convention Bureau

5. PROGRAMA ESTRATÉGICO 22-24:

- 5.1 Buenas prácticas de los Convention Bureau

6. CASOS DE ÉXITO



**PROGRAMA DE FORMACIÓN DENTRO
DEL MARCO DEL CONGRESO MUNDIAL
DEL PARKINSON PARA MEJORAR EL
CONOCIMIENTO SOBRE LA
ENFERMEDAD DEL PARKINSON Y
PROMOVER EL IMPACTO Y LEGADO DEL
CONGRESO.**

PARKINSON
Ready
PROGRAM

BARCELONA



Programa "Parkinson's Ready" se destaca como un caso de éxito debido a su enfoque integral para mejorar la vida de las personas con Parkinson, su capacidad para fomentar la colaboración entre diversos actores sociales y su potencial para dejar un legado duradero de inclusión y conciencia

Iniciativa colaborativa entre el Barcelona Convention Bureau, la Coalición Mundial de Parkinson (WPC), la Associació Catalana per al Parkinson y el apoyo de AbbVie, que refleja la determinación de convertir a Barcelona en una ciudad "preparada para el Parkinson", donde los eventos no solo son plataformas de intercambio, sino también fuentes de cambio positivo.

OBJETIVOS

- **Preparar Barcelona** para recibir a los 2.500 delegados, de los cuales el 25% son pacientes de Parkinson, durante el Congreso Mundial de Parkinson de este año.
- Asegurar que los asistentes al Congreso tengan una **experiencia acogedora** y segura en Barcelona.
- **Formar** a los **líderes del sector** de la hostelería y de los servicios públicos para entender mejor el Parkinson y dar a la ciudad la oportunidad de conocer mejor esta enfermedad.

ASPECTOS CLAVE

Sensibilización y Educación: La iniciativa logró aumentar la conciencia sobre la enfermedad de Parkinson entre el personal de servicios esenciales en Barcelona. Al educar a trabajadores en sectores clave como el transporte, la hostelería, la seguridad y el staff aeropuerto como policía de Aduanas. El programa no solo mejoró la comprensión de la enfermedad sino también cómo interactuar de manera más efectiva y compasiva con las personas que la padecen.

Impacto Comunitario: El programa tuvo un efecto significativo en la comunidad local al prepararla para ser más inclusiva y accesible para las personas con Parkinson. Esto no solo benefició a los visitantes del Congreso Mundial de Parkinson sino que también estableció un legado de conocimiento y comprensión que persistirá, beneficiando a la población local y a futuros visitantes.

Colaboración y Participación: El éxito del programa se basó en una colaboración efectiva entre varias organizaciones, incluida la World Parkinson Coalition, la Associació Catalana per al Parkinson, el Barcelona Convention Bureau y el patrocinio de AbbVie. Esta cooperación intersectorial demostró la importancia de un enfoque unificado para abordar las necesidades de las personas con enfermedades crónicas en espacios públicos.

Sostenibilidad y Legado: El programa aspira a dejar un legado duradero en Barcelona y potencialmente servir como modelo para otras ciudades. La formación impartida a los trabajadores de servicios esenciales no solo era relevante para el evento del congreso, sino que también sentó las bases para una mejora continua de la accesibilidad y la inclusión en la ciudad.

Reconocimiento y Potencial de Replicación: La iniciativa ha ganado reconocimiento por su enfoque proactivo y considerado hacia las necesidades de las personas con Parkinson. Al establecer un modelo de cómo las comunidades pueden volverse más accesibles, "Parkinson's Ready" tiene el potencial de ser replicado en otras ciudades y eventos, ampliando su impacto más allá de Barcelona.

ACCIONES

Se llevaron a cabo **ESPECÍFICAS DE FORMACIÓN A PERSONAL ESENCIAL**. Estas incluyeron capacitación para trabajadores del transporte, hoteles y centros de convenciones y agentes de aduanas del aeropuerto. El objetivo era preparar a estos sectores para ofrecer un trato más comprensivo hacia las personas con enfermedad de Parkinson, aprovechando su experiencia y accesibilidad.

IMPACTOS

SENSIBILIZACIÓN

CONOCIMIENTO

INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD

ENTORNO MÁS ACCESIBLE

EXPERIENCIA



Programa "Parkinson's Ready" se destaca como un caso de éxito debido a su enfoque integral para mejorar la vida de las personas con Parkinson, su capacidad para fomentar la colaboración entre diversos actores sociales y su potencial para dejar un legado duradero de inclusión y conciencia

Iniciativa colaborativa entre el Barcelona Convention Bureau, la Coalición Mundial de Parkinson (WPC), la Associació Catalana per al Parkinson y el apoyo de AbbVie, que refleja la determinación de convertir a Barcelona en una ciudad "preparada para el Parkinson", donde los eventos no solo son plataformas de intercambio, sino también fuentes de cambio positivo.

OBJETIVOS

- **Preparar Barcelona** para recibir a los 2.500 delegados, de los cuales el 25% son pacientes de Parkinson, durante el Congreso Mundial de Parkinson de este año.
- Asegurar que los asistentes al Congreso tengan una **experiencia acogedora** y segura en Barcelona.
- **Formar** a los **líderes del sector** de la hostelería y de los servicios públicos para entender mejor el Parkinson y dar a la ciudad la oportunidad de conocer mejor esta enfermedad.

LOGROS ALCANZADOS

Los logros alcanzados con el Programa "Parkinson's Ready" reflejan un impacto significativo en varios niveles, desde la calidad de vida de las personas con Parkinson hasta el establecimiento de un modelo de inclusión y accesibilidad.

Aumento de la Conciencia sobre el Parkinson

El **programa ha elevado la conciencia sobre la enfermedad** de Parkinson entre el personal clave y la comunidad en general en Barcelona. Esto ayuda a disminuir el estigma de la enfermedad y promueve una mayor empatía hacia las personas afectadas.

Capacitación Especializada

La **implementación de sesiones de formación** especializada para trabajadores en el sector de la hospitalidad, seguridad, y atención de emergencia ha mejorado su capacidad para atender adecuadamente a las personas con Parkinson. Estas capacitaciones han equipado al personal con el conocimiento y las habilidades necesarias para abordar las necesidades específicas de estos huéspedes.

Mejora de la Accesibilidad y la Inclusión

El programa ha **contribuido a hacer de Barcelona una ciudad más accesible e inclusiva** para las personas con Parkinson, especialmente durante el Congreso Mundial de Parkinson y el evento incluye facilitar la movilidad urbana y el acceso a servicios y actividades.

Creación de un Entorno de Apoyo

Al **educar a los proveedores de servicios** sobre las complejidades de la enfermedad, se ha creado un entorno más comprensivo y de apoyo para las personas con Parkinson, permitiéndoles participar plenamente en la vida pública sin miedo al juicio o incomprensión.

Fomento de la Colaboración Intersectorial

El programa ha demostrado el **valor de la colaboración entre organizaciones** de salud pública, gubernamentales, empresas privadas y la comunidad en general para abordar las necesidades de las personas con enfermedades crónicas, fomentando un enfoque más holístico y unificado.



Programa "Parkinson's Ready" se destaca como un caso de éxito debido a su enfoque integral para mejorar la vida de las personas con Parkinson, su capacidad para fomentar la colaboración entre diversos actores sociales y su potencial para dejar un legado duradero de inclusión y conciencia

"MEDIANTE LA CAPACITACIÓN ESPECÍFICA A TRABAJADORES DE SERVICIOS ESENCIALES, LA SENSIBILIZACIÓN COMUNITARIA, EL PROGRAMA 'PARKINSON'S READY' HA CIMENTADO UN LEGADO DE EMPATÍA Y ACCESIBILIDAD EN BARCELONA, DEMOSTRANDO QUE EL CAMBIO COMIENZA CON LA COMPRENSIÓN Y EL COMPROMISO DE CADA UNO DE NOSOTROS PARA CREAR UN ENTORNO DONDE LAS PERSONAS CON PARKINSON PUEDAN VIVIR SIN BARRERAS, MARCANDO UN CAMINO DE INCLUSIÓN PARA QUE OTRAS CIUDADES SE INSPIREN Y SIGAN SU EJEMPLO."

Nota de prensa:

<https://professional.barcelonaturisme.com/storage/medias/files/UXEfD1ysthaliNydLviNosy15n56UfsVDFOGotIw3.pdf>





BUENAS PRÁCTICAS DE LOS CONVENTION BUREAU

málaga
CONVENTION
BUREAU

MANUAL PARA ORGANIZAR EVENTOS MÁS SOSTENIBLES

Málaga es reconocida a nivel nacional e internacional como una ciudad tecnológica, cultural e integradora, que tiene como base para su desarrollo la sostenibilidad ambiental. Además, como destino MICE por excelencia quiere **alinearse con sus prácticas de sostenibilidad con la industria de reuniones** y eventos a través de esta guía.

El manual proporciona una **guía detallada** sobre cómo organizar eventos sostenibles, destacando la importancia de la sostenibilidad en **todas las fases del evento**. Esta guía explora cómo estas prácticas sostenibles no solo benefician al medio ambiente, sino que también ofrecen ventajas económicas y sociales, ayudando a construir eventos más responsables y conscientes.

OBJETIVOS

- Mostrar **acciones prácticas** que cualquier profesional de la industria puede llevar a cabo para diseñar, organizar y producir eventos más sostenibles, con el fin de minimizar el impacto ambiental y promover beneficios sociales y económicos.
- Insistir en la **importancia** de la **sostenibilidad** en la industria de eventos (MICE)
- **Proporcionar** una **guía detallada** para implementar prácticas sostenibles

ASPECTOS CLAVE

Implementación transversal de la sostenibilidad: “Una de las condiciones imprescindibles para conseguir un evento sostenible es que debe serlo en todas sus etapas. Si la cadena de valor se rompe en el proceso y uno de los colaboradores no está alineado con los valores que se pretenden trabajar, solo podremos hablar entonces de un evento «con acciones de sostenibilidad»”

Educación del cliente: “Los actores de la industria MICE tenemos el deber de educar a un perfil de cliente que, por razones económicas, falta de talento o de acceso a la información, etc., suele rechazar las alternativas sostenibles. Para ello debemos ofrecerles la información y las soluciones adecuadas para que logren llevar a cabo el cambio”

Acceso a la información: “El acceso a la información es esencial en la implementación de la sostenibilidad. En un gran número de casos, la resistencia al cambio se debe a una falta de información y de involucración de los interesados. Identificar qué datos se necesitan y dónde hallarlos facilita ampliamente el proceso de transformación.”

Conocimiento sobre los colaboradores: “En línea con el apartado anterior, el conocimiento acerca de los posibles colaboradores o proveedores para nuestro evento resulta clave a la hora de celebrar un evento sostenible de forma exitosa. Se requiere de colaboradores y proveedores que estén alineados con el objetivo y los valores del evento.”

Honestidad y transparencia de la comunicación: “Valores como la honestidad o la transparencia en la estrategia de comunicación, tanto del evento como de los stakeholders involucrados, promueven la aplicación de una sostenibilidad transversal y coherente, alejada del conocido y temido greenwashing.”

ACCIONES

Se establecen **ACCIONES** relacionadas con los ODS y elementos clave tales como:

- 1. Concepto creativo:** Idea original
- 2. Legado:** Visión a largo plazo
- 3. Ecodiseño:** reduciendo el impacto
- 4. Proveedores:** cadena de valor
- 5. Equipos de trabajo:** Igualdad
- 6. Acciones de RSC:** Impacto social
- 7. Comunicación consciente:** social
- 8. Producción ética:** planificación muy bien las necesidades
- 9. Medición y compensación:** impacto negativo y compensación .

IMPACTOS

AMBIENTAL/ECONÓMICOS

CONOCIMIENTO

EXPERIENCIA

Málaga es reconocida a nivel nacional e internacional como una ciudad tecnológica, cultural e integradora, que tiene como base para su desarrollo la sostenibilidad ambiental. Además, como destino MICE por excelencia quiere **alinearse con sus prácticas de sostenibilidad con la industria de reuniones** y eventos a través de esta guía

El manual proporciona una **guía detallada** sobre cómo organizar eventos sostenibles, destacando la importancia de la sostenibilidad en **todas las fases del evento**. Esta guía explora cómo estas prácticas sostenibles no solo benefician al medio ambiente, sino que también ofrecen ventajas económicas y sociales, ayudando a construir eventos más responsables y conscientes.

OBJETIVOS

- Mostrar **acciones prácticas** que cualquier profesional de la industria puede llevar a cabo para diseñar, organizar y producir eventos más sostenibles, con el fin de minimizar el impacto ambiental y promover beneficios sociales y económicos.
- Insistir en la **importancia** de la **sostenibilidad** en la industria de eventos (MICE)
- **Proporcionar** una **guía detallada** para implementar prácticas sostenibles

PRÓXIMOS PASOS

Málaga teniendo como objetivo seguir siendo un destino referente en MICE se plantea los siguientes próximos pasos en línea con la sostenibilidad y el legado:

Sello de evento sostenible

El promover y acompañar en el camino hacia la sostenibilidad de la industria MICE de mano a mano con el departamento de Medio Ambiente de la ciudad para crear un sello que certifique aquellos eventos que se hagan pensando en la sostenibilidad.

Planes formativos transversales

Apostar por aumentar la sostenibilidad de toda la cadena de valor del sector MICE. Para ello, se desarrollará una línea de formaciones específicas para las diversas áreas que conforman la industria de eventos y reuniones, permitiendo el acceso al conocimiento y recursos y herramientas necesarias.

Plan estratégico de economía circular

Desarrollo del Plan Estratégico de Economía Circular. Málaga ya dispone de los elementos óptimos para la implantación de acciones que mejoren la sostenibilidad del destino y que cuentan con un enfoque circular, pero se pretende desarrollar todo de forma integral con objetivos e impactos centrados en el ámbito turístico.

“Málaga Convention Bureau ofrece este manual práctico a todos los que quieran organizar sus eventos y reuniones en esta ciudad milenaria y cosmopolita. En línea con su estrategia para convertirse en un destino sostenible, aplicando criterios de sostenibilidad social, ambiental y de buen gobierno.”

Málaga es reconocida a nivel nacional e internacional como una ciudad tecnológica, cultural e integradora, que tiene como base para su desarrollo la sostenibilidad ambiental. Además, como destino MICE por excelencia quiere **alinear todas sus prácticas de sostenibilidad con la industria de reuniones** y eventos a través de esta guía

"CON CADA EVENTO QUE ORGANIZAMOS, TENEMOS LA OPORTUNIDAD ÚNICA DE APLICAR BUENAS PRÁCTICAS SOSTENIBLES QUE NO SOLO MINIMICEN NUESTRO IMPACTO AMBIENTAL, SINO QUE TAMBIÉN ENRIQUEZCAN NUESTRAS COMUNIDADES, FORTALEZCAN NUESTRAS ECONOMÍAS Y FOMENTEN UNA CULTURA DE RESPONSABILIDAD Y CUIDADO. ESTA GUÍA ES UN PASO EN NUESTRO VIAJE COLECTIVO HACIA UN FUTURO MÁS VERDE Y JUSTO, DONDE CADA EVENTO Y CADA ACCIÓN CUENTAN EN NUESTRO CAMINO HACIA LA SOSTENIBILIDAD GLOBAL."

Más información:

E-mail: convention.bureau@malaga.eu

Web: <https://visita.malaga.eu/convention-bureau/es/>





**IMPLANTACIÓN DE UN CRM COMO
HERRAMIENTA DE APOYO A LA GESTIÓN
Y A LA MEJORA CONTINUA**

El **enfoque proactivo** del San Sebastián Convention Bureau, tanto en la **planificación inicial** como en la **adaptabilidad continua** a lo largo de los años, resalta el fuerte compromiso de la organización, buscando alcanzar la máxima eficiencia y cumplir con los objetivos establecidos para el destino en el ámbito de la industria MICE.



San Sebastián Convention Bureau ha **desarrollado un sistema de Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM)** para mejorar y analizar continuamente los eventos en la ciudad. Este CRM abarca diversos aspectos, como el seguimiento de actividades, la gestión de reuniones, la identificación de personas clave, el análisis de candidaturas y la evaluación de necesidades, entre otros.

OBJETIVOS

- **Eficiencia Operativa:** Automatizar y optimizar procesos para mejorar la gestión de eventos y actividades.
- **Gestión de Relaciones:** Centralizar la información de contactos para un seguimiento efectivo, personalización de servicios y fortalecimiento de relaciones.
- **Análisis Estratégico:** Recopilar y analizar datos para tomar decisiones informadas, identificar tendencias, oportunidades de negocio y acciones de mejora.

ASPECTOS CLAVE

🔒 Análisis de mercado: Antes de implementar su CRM actual, llevaron a cabo un análisis exhaustivo de las diferentes herramientas existentes y determinaron que las soluciones disponibles no se ajustaban a sus necesidades. Después de una cuidadosa reflexión, identificaron sus requisitos y prioridades, lo que llevó al establecimiento de un sistema que ha evolucionado con el tiempo para adaptarse continuamente a las necesidades del Convention Bureau

🔒 Capacitación del Personal: Proporcionar una capacitación adecuada a todo el personal que utilizará el CRM es esencial. Asegurarse de que comprendan cómo utilizar todas las funciones del sistema promoverá su adopción y maximizará su eficacia.

🔒 Análisis y Reporting: El CRM permite la configuración de informes estadísticos con el objetivo de realizar un seguimiento de las métricas clave del sector en el destino, así como de las tendencias.

🔒 Gestión del Cambio: La implementación de un CRM implica cambios en los procesos y rutinas de trabajo. Es esencial gestionar eficazmente este cambio, comunicando claramente los beneficios del nuevo sistema, abordando inquietudes y proporcionando apoyo durante la transición para garantizar una adopción exitosa.

🔒 Seguridad y Privacidad de los Datos: Garantizar la seguridad y privacidad de los datos es esencial en la implementación de un CRM. Establecer protocolos robustos de seguridad, acceso autorizado y cumplimiento de regulaciones de privacidad asegura la integridad y confidencialidad de la información almacenada en el sistema."

ACCIONES

La **implementación** de un CRM implica **varias acciones** para garantizar su éxito.

1. Análisis de **Requisitos**
2. **Evaluar** diferentes soluciones
3. **Adaptar** el CRM a las necesidades
4. Proporcionar **capacitación**
5. **Transferir** datos existentes
6. Realizar pruebas **piloto**
7. Buena gestión del **cambio**
8. Definir **métricas** clave de rendimiento
9. Asegurarse de que el CRM cumple con todas las **regulaciones** de privacidad

IMPACTOS

MEJORA OPERATIVA

ESTRATEGIA

PERSONALIZACIÓN DE OFERTA

El **enfoque proactivo** del San Sebastián Convention Bureau, tanto en la **planificación inicial** como en la **adaptabilidad continua** a lo largo de los años, resalta el fuerte compromiso de la organización, buscando alcanzar la máxima eficiencia y cumplir con los objetivos establecidos para el destino en el ámbito de la industria MICE.

San Sebastián Convention Bureau ha **desarrollado un sistema de Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM)** para mejorar y analizar continuamente los eventos en la ciudad. Este CRM abarca diversos aspectos, como el seguimiento de actividades, la gestión de reuniones, la identificación de personas clave, el análisis de candidaturas y la evaluación de necesidades, entre otros.

OBJETIVOS

- **Eficiencia Operativa:** Automatizar y optimizar procesos para mejorar la gestión de eventos y actividades.
- **Gestión de Relaciones:** Centralizar la información de contactos para un seguimiento efectivo, personalización de servicios y fortalecimiento de relaciones.
- **Análisis Estratégico:** Recopilar y analizar datos para tomar decisiones informadas, identificar tendencias, oportunidades de negocio y acciones de mejora.

LOGROS ALCANZADOS

La implementación exitosa de un CRM no solo impacta en la eficiencia operativa, sino también en la capacidad y en la construcción de relaciones duraderas para favorecer la promoción del destino:

Información estratégica

Es relevante destacar que, además de su función principal en la gestión operativa, San Sebastián Convention Bureau también se utiliza para la generación de análisis de tendencias. Esta capacidad añadida subraya la versatilidad del sistema como herramienta para el día a día, sino también como una fuente valiosa de información estratégica.

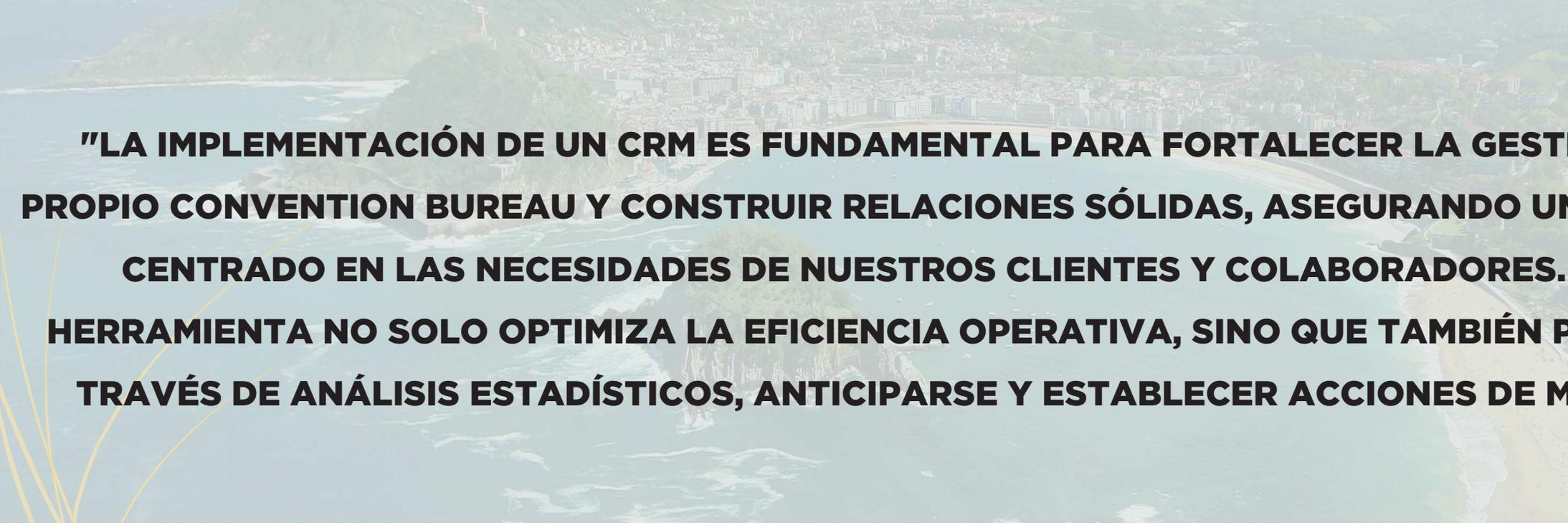
Optimización de Procesos

La implantación de un CRM permite automatizar procesos, reducir la duplicación de datos y optimizar las tareas. Esto conduce a una mayor eficiencia dentro del propio departamento desarrollado por el Convention Bureau.

Fortalecimiento de las relaciones

Al centralizar la información de contactos, preferencias y actividades, el CRM permite una gestión más efectiva de las relaciones con clientes, socios y colaboradores. Esto genera interacciones más personalizadas y fortalece las conexiones, permitiendo tener una base de datos actualizada de los contactos en un entorno muy cambiante.

El **enfoque proactivo** del San Sebastián Convention Bureau, tanto en la **planificación inicial** como en la **adaptabilidad continua** a lo largo de los años, resalta el fuerte compromiso de la organización, buscando alcanzar la máxima eficiencia y cumplir con los objetivos establecidos para el destino en el ámbito de la industria MICE.



"LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CRM ES FUNDAMENTAL PARA FORTALECER LA GESTIÓN DEL PROPIO CONVENTION BUREAU Y CONSTRUIR RELACIONES SÓLIDAS, ASEGURANDO UN ENFOQUE CENTRADO EN LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES Y COLABORADORES. ESTOY CONVENCIDA DE QUE ESTA HERRAMIENTA NO SOLO OPTIMIZA LA EFICIENCIA OPERATIVA, SINO QUE TAMBIÉN PERMITE A TRAVÉS DE ANÁLISIS ESTADÍSTICOS, ANTICIPARSE Y ESTABLECER ACCIONES DE MARKETING."



EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA MICE

Evolución 2023, previsiones 2024-2025 y Casos de Éxito de los Convention Bureau

Documento desarrollado por

BRAINTRUST
La fuerza de creer

