

EL TURISMO MICE EN ESPAÑA

**VIAJES
DE INCENTIVOS**

**CLAVES, DIMENSIÓN Y REALIDAD
DE UN CONTEXTO BÁSICO
EN LA ECONOMÍA DEL TURISMO**

**Elige un trabajo que te guste y no tendrás
que trabajar ni un día de tu vida**

CONFUCIO



Cámara
Ceuta

LAG7 / AON
viajes

observa TUR



> MICE / viajes de incentivos en España

índice de contenidos



introducción

- presentación
- objetivos
- metodología

a modo de contexto

datos económicos

- algunas magnitudes internacionales
- algunas magnitudes nacionales

caracterización

- 'drivers' de atracción
- valores & atributos
- 10 aspectos (+) de interés

rumbo al futuro

- una apuesta de éxito
- claves para ser un destino MICE
- destinos MICE que despuntan
- tendencias que vienen

profesionales y agencias en la nueva realidad

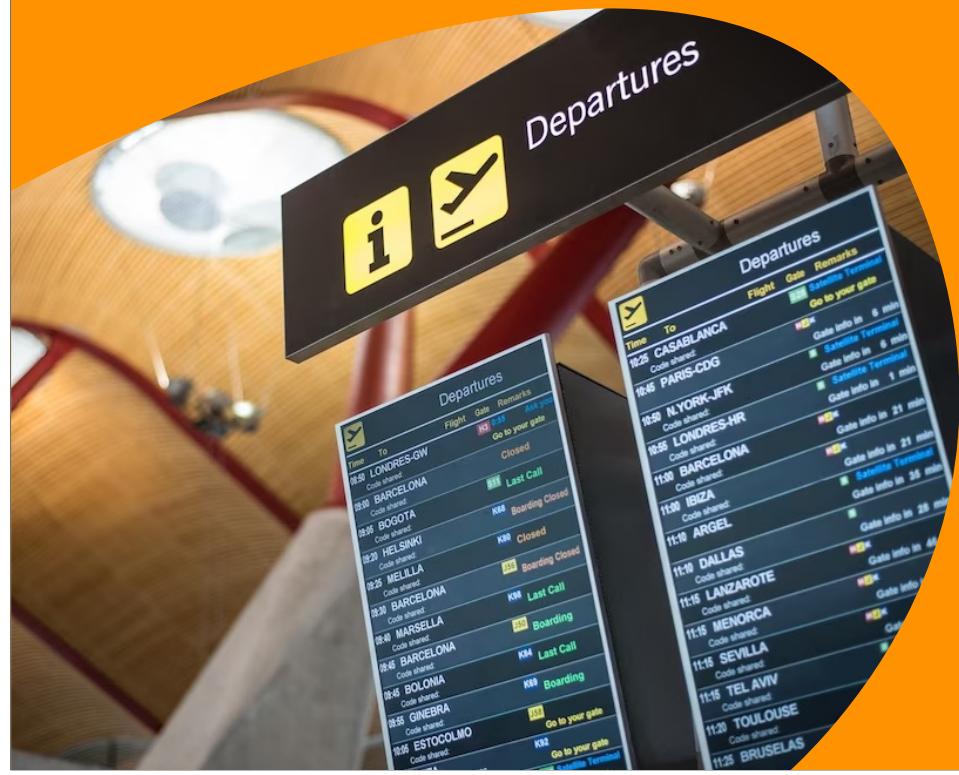
- las agencias en el nuevo escenario
- el papel de los profesionales

qué buscan las empresas

- la visión de las empresas que contratan
según sus profesionales

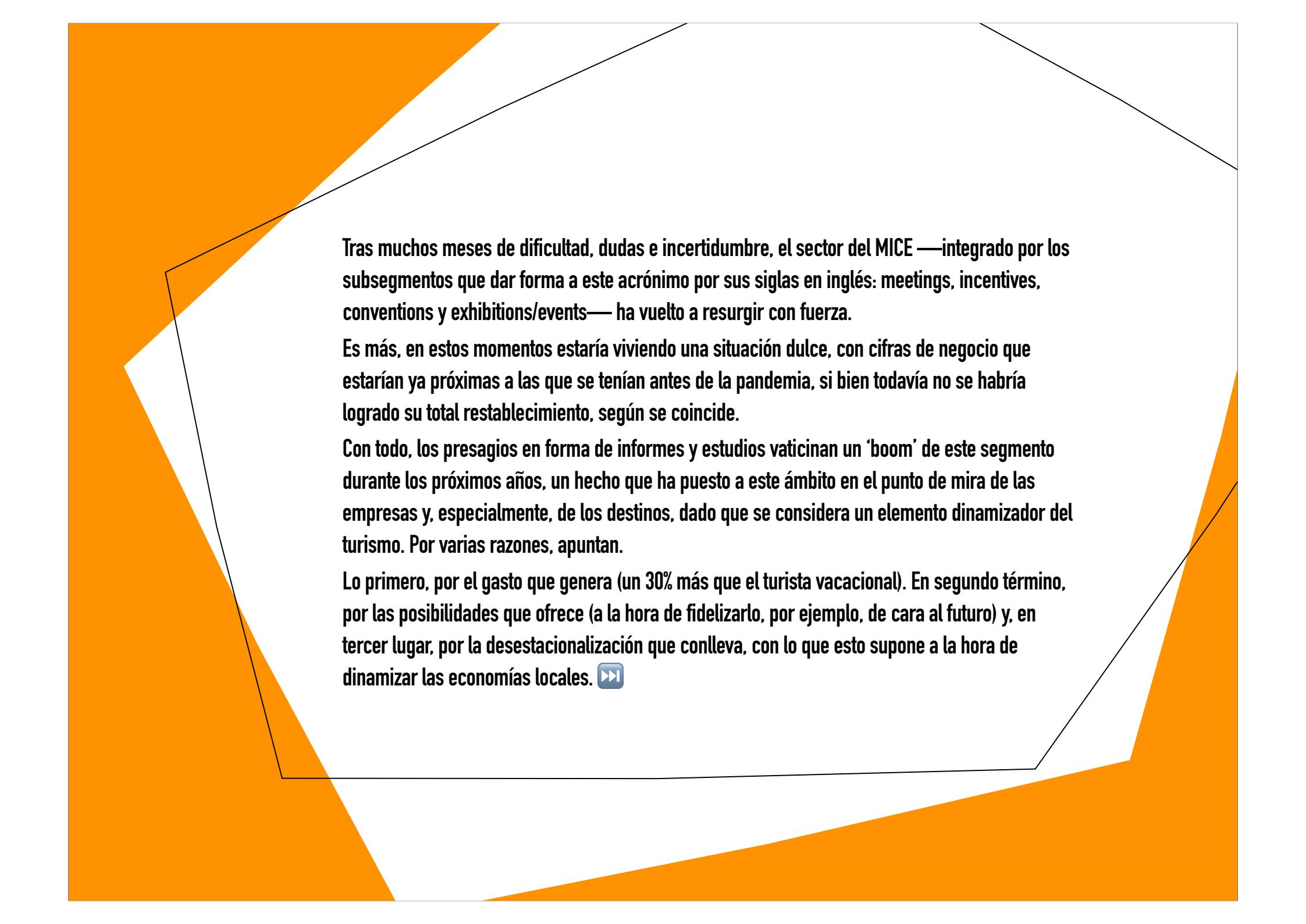


INTRODUCCIÓN



“

El turismo MICE está viviendo en estos momentos una situación dulce, con cifras de negocio que estarían ya próximas a las que se tenían antes de la pandemia



Tras muchos meses de dificultad, dudas e incertidumbre, el sector del MICE —integrado por los subsegmentos que dar forma a este acrónimo por sus siglas en inglés: meetings, incentives, conventions y exhibitions/events— ha vuelto a resurgir con fuerza.

Es más, en estos momentos estaría viviendo una situación dulce, con cifras de negocio que estarían ya próximas a las que se tenían antes de la pandemia, si bien todavía no se habría logrado su total restablecimiento, según se coincide.

Con todo, los presagios en forma de informes y estudios vaticinan un 'boom' de este segmento durante los próximos años, un hecho que ha puesto a este ámbito en el punto de mira de las empresas y, especialmente, de los destinos, dado que se considera un elemento dinamizador del turismo. Por varias razones, apuntan.

Lo primero, por el gasto que genera (un 30% más que el turista vacacional). En segundo término, por las posibilidades que ofrece (a la hora de fidelizarlo, por ejemplo, de cara al futuro) y, en tercer lugar, por la desestacionalización que conlleva, con lo que esto supone a la hora de dinamizar las economías locales. ➤

La i del MICE —es decir, los viajes de incentivos— no es ajena ni mucho menos a este auge.

Al contrario, es en estos momentos una de sus palancas más dinámicas, con volúmenes de actividad en continua ascensión, tal y como refleja este estudio dedicado a profundizar en esta modalidad turística, quizás una en la que menos se ha indagado hasta la fecha, como es el turismo de incentivos.

Vertiente que, por su naturaleza específica, además de su peso diferenciado en la economía del turismo, tiene su propia propuesta de valor y caracterización. Porque no es ya únicamente una herramienta de recompensa y motivación. Es mucho más.

Es también un instrumento de fidelización y cohesión de primer orden. Es un elemento de proyección de la cultura corporativa de las marcas. Es un acicate del sentimiento de orgullo de pertenencia. Es una espoleta para la superación. Es parte de la estrategia de comunicación... Y es un viaje de reconocimiento al trabajo bien hecho, que bien merece una experiencia personalizada y única.

Por todo ello, y para profundizar en su conocimiento y particularidades de esta especialidad, la Asociación de Agencias de Incentivo (iDEMICE) ha llevado a cabo este estudio, en colaboración con la Cámara de Comercio de Ceuta, IAG7, Aon y ObservaTUR, instrumento de análisis que se ha ocupado de su ejecución técnica.

A estas marcas, y a todos cuantos han contribuido a dar forma a este estudio, gracias en nombre de todas las firmas que conforman iDEMICE.



> MICE / viajes de incentivos en España

objetivos generales 01

- Conocer el 'state of art' de este subsegmento y profundizar en sus principales características.
- Analizar y evaluar los cambios que están transformando la industria del viaje, especialmente los que afectan directamente al segmento MICE y a las distintas ramas de esta especialidad.
- Identificar claves, palancas y aceleradores del negocio del turismo MICE en el actual entorno.

> MICE / viajes de incentivos en España

objetivos generales 02



- Entender las nuevas pautas de comportamiento (si las hubiera) del público protagonista de esta actividad.
- Dimensionar en términos económicos esta modalidad turística para tratar de poner en valor su contenido en mayor medida y a los actores principales que intervienen.
- Proporcionar claves que puedan orientar las actuaciones de futuro.

> MICE / viajes de incentivos en España

objetivos específicos



- Testar las opiniones de los protagonistas del sector y encauzar sus propuestas para alinear con los planes de trabajo futuros.
- Identificar posibles oportunidades de negocio al hilo principalmente del mayor uso de la tecnología y una mayor relevancia de la sostenibilidad turística.
- Mejorar el posicionamiento del segmento del turismo de incentivos dentro de la propia industria turística.
- Realizar el papel de iDEMICE en el ámbito sectorial y contribuir a la proyección de su actividad.

> MICE / viajes de incentivos en España

apuntes metodológicos 01

➤ ENCUESTA A ASOCIADOS A iDEMICE

Para llevar a cabo el estudio, y alcanzar los objetivos enunciados, se realizó una encuesta a todos los miembros de iDEMICE (un total de 41 empresas), con un cuestionario que recogía una docena de preguntas semiestructuradas en algunos casos, que han sido tratadas de manera anónima y con los datos agregados para así conocer información básica referida a la Asociación en su conjunto.



> MICE / viajes de incentivos en España

apuntes metodológicos 02



ENTREVISTAS

Entrevistas personales a expertos sectoriales tanto en el ámbito del turismo MICE como de la propia empresa para identificar las tendencias y hábitos más relevantes en el actual escenario postpandemia. Para ello se les aplicó un cuestionario que sirvió de guía para las conversaciones, compuesto por una veintena de preguntas.

HATTON Events ▷ Carlos A. Jiménez

IAG7 Viajes ▷ José Luis Vázquez

W2M ▷ José Suárez Álvarez

VIAJES EL CORTE INGLÉS ▷ Nancy Sanz

CWT MEETINGS & EVENTS ▷ Natalia Bruno

PRESSTOUR ▷ Fran Lara Ruibal

IMAGINE EVENTS ▷ Iñaki Collado

MGS-SEGUROS ▷ Augusto Ruiz

MERCEDES-BENZ ▷ Alfonso Aguilar

PELAYO SEGUROS ▷ Toñi Romero

> MICE / viajes de incentivos en España

apuntes metodológicos 03



ANÁLISIS DOCUMENTAL

Se han consultado una variedad de fuentes de referencia (estudios, estadísticas, publicaciones, artículos de prensa...), a fin de documentar en mayor medida los aspectos fundamentales del informe.

A MODO DE CONTEXTO





> MICE / viajes de incentivos en España

análisis de partida

Dentro del conjunto del sector, el turismo de negocios —que antes de la pandemia representaba aproximadamente el 20% de todos los turistas mundiales— ha sido, si acaso, uno de los más damnificados a causa de los efectos de la crisis del coronavirus.



«En 2019, la OMT registró alrededor de 1.500 millones de llegadas de turistas internacionales. Un año después, en 2020, ese número se redujo en un 74%, pasando a 381 millones. El año 2020 fue testigo de una pérdida de 1.000 millones de llegadas de turistas internacionales y una pérdida de alrededor de 1,3 billones de dólares en exportaciones turísticas.

Según la OMT, la industria turística mundial sufrió 11 veces más pérdidas debido al COVID-19 en comparación con la crisis económica mundial de 2009. La crisis sufrida ha tenido un efecto importante en los viajes y el turismo, lo que ha provocado pérdidas financieras de casi 4,5 billones de dólares estadounidenses y una pérdida de más de 62 millones de puestos de trabajo. Antes de la pandemia, los viajes suponían alrededor del 70% de todos los ingresos globales de las cadenas hoteleras de alta gama, mientras que entre el 55% y el 75% de las ganancias de las aerolíneas provenían de los viajeros de negocios, siendo éstos alrededor del 12% de los pasajeros»



> MICE / viajes de incentivos en España

análisis de partida

Existía la convicción generalizada de que este ámbito iba a ser uno de los últimos en restablecerse plenamente, como se reconocía en diversos estudios e informes

Se señalaba que algunos de los apartados sectoriales no habrían alcanzado el ritmo que mantenían antes de la emergencia sanitaria

Incluso a pesar de haber experimentado una fuerte aceleración desde el verano de 2022, se aducía.

■ MESA DEL TURISMO

■ OBSERVATOR

■ CEAV

■ TURISMO NEGOCIOS

■ INDUSTRIA MICE

“

Hay algunas cosas, como los viajes de negocios, que dudo que alguna vez vuelvan después de la pandemia

Bill Gates

Cofundador de Microsoft y filántropo

> MICE / viajes de incentivos en España

análisis de partida

La realidad, sin embargo, ha sido otra y, a tenor de los diversos estudios internacionales, parece haber retomado el pulso y confirmado su recuperación, aunque —se coincide— no se haya completado todavía.



«Según las previsiones de la Global Business Travel Association (GBTA), los viajes de empresa no llegarán a los niveles previos a la pandemia hasta el año 2026, a pesar de la recuperación experimentada en el último año. La inflación, sus efectos en las cadenas de suministro mundiales y los rebrotos en China son algunas de las razones que están lastrando al sector».

Marcel Forns, director de GEBTA, escribía lo siguiente en el blog corporativo de esta asociación: "Sin llegar todavía a los niveles de actividad del 2019, los datos acumulados durante el primer trimestre del año 2023 pueden considerarse muy positivos, en la medida en la que reflejan un mercado dinámico sin excepciones, en el que además, la recuperación de los viajes internacionales presenta ya unos valores cercanos a la normalidad.

DATOS ECONÓMICOS





> MICE / viajes de incentivos en España

datos económicos mundiales



- En 2022, el turismo MICE registró 192 millones de desplazamientos en todo el mundo (el 20% del total de los habidos, que fueron 960 millones, según la OMT).
- Según las predicciones del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), se espera que los viajes de negocios en todo el mundo crezcan más del 41% este año. Para los próximos 10 años, predice que los viajes de negocios podrían crecer un promedio de 5,5 % anual.
- Otro dato más: el turismo corporativo representa hasta el 75% de los beneficios de las aerolíneas con sólo el 12% de sus asientos (datos de la consultora PwC previos a la pandemia).

> MICE / viajes de incentivos en España
datos económicos mundiales



■ MICE & INCENTIVOS

La WTTC, en otro informe, centrado exclusivamente en el mercado MICE, estima que este segmento alcanzará los 1.563,29 mil millones de dólares en 2030, registrando una CAGR del 7,5 % de 2023 a 2030.

La firma [Allied Market Research](#) valoró recientemente el tamaño del mercado mundial de viajes de incentivo en cerca de 40.000 millones de euros en 2021. Esta misma fuente estima que esa cifra alcanzará los 200.000 millones de euros en 2031, con un crecimiento anual del 12,1 % entre 2022 y 2031.



> MICE / viajes de incentivos en España
datos económicos nacionales

- **España no ha sido ajena a este resurgimiento y los datos confirman igualmente ese renacer del segmento corporativo, con cifras que hacen vislumbrar, por fin, el final del túnel.** Es más, se considera que actualmente vive un 'boom'.
- Optimismo que también se ha hecho extensivo al principal subsegmento de esta modalidad, el turismo MICE y a las variantes que comprende y dan forma a su acrónimo en inglés: Meetings (reuniones), Incentives (viajes de incentivos), Conventions (convenciones y congresos) y Exhibitions/Events (exhibiciones-eventos).
- **En nuestro país, movió un total de 16.500 millones de euros y da empleo a 76.00 personas,** un volumen que equivale al 1,2% del PIB nacional, según algunas fuentes, entre ellas la WTTC.

> MICE / viajes de incentivos en España

datos económicos nacionales



ESTIMACIONES



■ INDUSTRIA MICE

IMPACTO ECONÓMICO
ESTIMADO



**16.522
millones de €**

GENERACIÓN DE
PUESTOS DE TRABAJO



**76.125
empleos**

APORTACIÓN AL PIB
TURÍSTICO



10,36%

> MICE / viajes de incentivos en España

datos económicos nacionales



ESTIMACIONES



■ VIAJES DE INCENTIVOS

RETORNO ECONÓMICO
ESTIMADO



5.114
millones de €

IMPACTO ECONÓMICO
DIRECTO



1.278
millones de €

GENERACIÓN DE
PUESTOS DE TRABAJO



5.890
empleos

> MICE / viajes de incentivos en España

datos económicos nacionales



ESTIMACIONES



Partiendo de la cifra estimada por Allied Market Research para el mercado mundial de viajes de incentivo (40.000 millones de euros en 2021 con una previsión de 200.000 millones en 2031), España también podría incrementar en una proporción similar (x5) el volumen de negocio de los viajes de incentivos en los próximos 10 años.

De este modo, la cifra de actividad de este ámbito en nuestro país podría aproximarse a los 6.400M€ de impacto económico directo, con un retorno superior a los 25.000M€

MERCADO MUNDIAL 2031



**200.000
millones de €**

MERCADO NACIONAL 2031



**6.400
millones de €**

CARACTERIZACIÓN



“

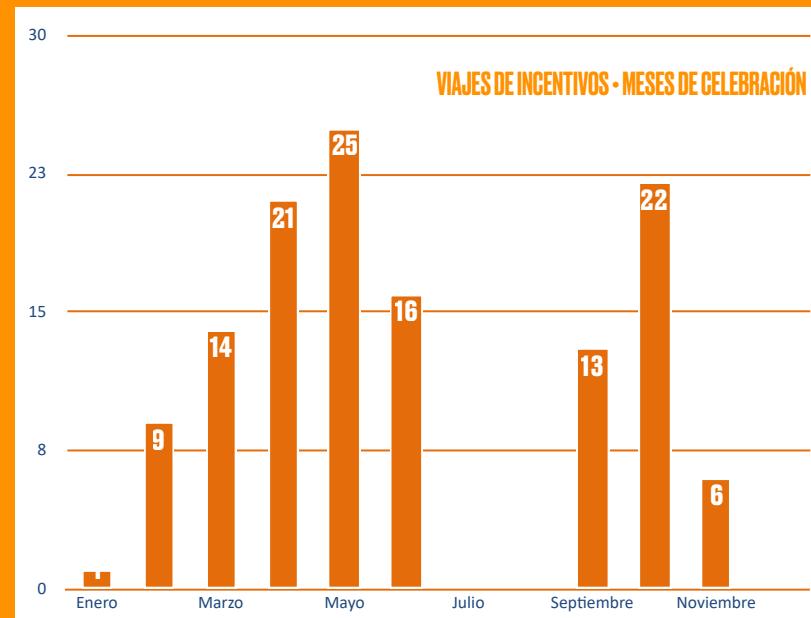
Los viajes de incentivos son una herramienta pensada para conseguir objetivos y dinamizar las ventas; pero detrás de eso está también el reto de fidelizar. Ese es el mejor retorno



> MICE / viajes de incentivos en España

'drivers' de atracción

Contribuye a paliar el problema de la fuerte estacionalidad que caracteriza a la actividad, completando la demanda en los periodos valle de la demanda vacacional mayoritaria





> MICE / viajes de incentivos en España

'drivers' de atracción

Supone un flujo de clientes susceptible de poder ser fidelizado, asegurando así una continuidad en la demanda en el tiempo.

El bleisure, o combinación de ocio y negocio en los viajes, podría generar casi 1.500 millones de euros para el sector turístico español, según un estudio de la tecnológica Enlloí.

El 83% de los viajeros de negocios visitan el destino durante su estancia y un 37% extiende su viaje más de tres días por placer, ofreciendo una oportunidad a las agencias de 'business travel' de incrementar sus ingresos.

> MICE / viajes de incentivos en España

'drivers' de atracción



Presenta unos gastos medios por día más elevados que otras categorías turísticas, siendo uno de los segmentos más rentables para las zonas e industrias turísticas.

Genera un gasto superior, cifrado por una de sus entidades de referencia, como es la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), en un 30% más que el turista vacacional.

Según un estudio llevado a cabo en 2010 por la consultora Oxford Economics en Estados Unidos, por cada dólar que se invierte en un viaje de empresa, el volumen de negocio de una compañía se incrementa en una media de 12,50 dólares y el beneficio, en 3,80 dólares. Es decir, que por cada dólar que se invierte, se generan 3,8 dólares.

> MICE / viajes de incentivos en España

'drivers' de atracción



Más datos que
refrendan porqué los
destinos de un tiempo
acá han puesto sus ojos
en el turismo MICE

De acuerdo con el portal [spain.info](#), de Turespaña, en nuestro país se celebran cada año más de 20.000 eventos y congresos de todo tipo.

Otro apunte: en 2022 se han organizado cerca de 9.000 congresos internacionales presenciales en todo el mundo.

De esa cifra, 528 de esas convocatorias habrían tenido lugar en España, que sería el segundo país del mundo, según la estadística más reciente del ICCA, sólo por detrás de EE.UU.



> MICE / viajes de incentivos en España

'drivers' de atracción

Los diversos estudios de prospectiva también hacen augurar un futuro feliz

Se prevé que el volumen de negocio de la industria de reuniones europea se aproxime a los 250 mil millones de € en 2024.

La Asociación Global de Viajes de Negocios (GBTA, por sus siglas en inglés) espera que esta vertiente alcance un valor de 1,47 billones de dólares en el año 2026.



> MICE / viajes de incentivos en España
'drivers' de atracción

El efecto multiplicador es otro de los beneficios de este subsegmento turístico

El Consejo de la Industria de Eventos (EIC), en asociación con Oxford Economics, publicó recientemente los resultados de su estudio 'La Importancia económica global de los eventos comerciales de 2023', que mide el alcance total y la importancia económica de la industria de eventos comerciales globales de \$ 1,6 billones de dólares.

Según la Asociación Europea de Grandes Recintos Ferials (EMECA), cada euro que se invierte en ferias y congresos revierte en 18 euros que van a parar a la economía real.



> MICE / viajes de incentivos en España

valores & atributos 01

El viaje de
incentivos tiene
su propia
caracterización y
diferenciación.

Ya no es
únicamente una
herramienta de
recompensa y
motivación. Es
mucho más.

➤ PARA LAS EMPRESAS...

Es también un instrumento de fidelización y cohesión de primer orden.
Es un elemento de proyección de la cultura corporativa de las marcas.
Es parte de la estrategia de comunicación.

➤ PARA LOS EMPLEADOS...

Es un acicate del sentimiento de orgullo de pertenencia.
Es una espoleta para la superación.
Es un viaje de reconocimiento al trabajo bien hecho, que bien
merece una experiencia personalizada y única.

> MICE / viajes de incentivos en España

valores & atributos 02



- Según iDEMICE, el viaje de incentivo es una herramienta potente de estimulación de ventas y rentabilidad, que sirve a la fidelización de los empleados y distribuidores y es capaz, al mismo tiempo, de transferir la propia cultura corporativa a estos y otros públicos de interés para las organizaciones.
- Ha sido uno de los instrumentos tradicionales de las redes comerciales, con el propósito de incentivar la fuerza de ventas, en primer término, pero que sirve igualmente a otros fines, como son, por ejemplo, la retención del talento, la fidelización o, incluso “mover conciencias y actitudes”

> MICE / viajes de incentivos en España

valores & atributos 03



- Se trata de una fórmula muy consolidada en el tiempo y en las políticas de empresa. Especialmente en determinados sectores económicos, como pueden ser el ámbito de los seguros, el médico-científico, la banca, la tecnología o la automoción.
- En todo caso, se insiste en que se trata de una práctica válida y efectiva para cualquier sector, porque es una buena inversión para cualquier modelo de negocio.



> MICE / viajes de incentivos en España

valores & atributos 04

Con el tiempo, eso sí,
su papel ha ido
transformándose,
adaptándose a la
nueva realidad (y a la
nueva sociedad que se
ha ido configurando)

- ➡ Se trata de un tipo de viajes que ha de ser "especial" e "impactar", en el que se prima la experiencia.
- ➡ Es un tipo de viaje que huye de la masificación.
- ➡ Permite acercar las economías locales desde otros prismas.
- ➡ Dispone de un componente social y cultural y puede contribuir a cambios en el comportamiento
- ➡ Dentro del valor diferencial que se le otorga, y para alcanzar ese carácter irrepetible que se le atribuye, ha de tener una dimensión internacional.
- ➡ Está en continua evolución

“

El mundo de los viajes de
incentivo demanda cada vez
más experiencias inmersivas
e innovadoras

> MICE / viajes de incentivos en España

10 elementos más de interés



- 1 Contribuye al compromiso con las organizaciones y promueve la cohesión y el sentimiento de orgullo de pertenencia.
- 2 Es una herramienta ampliamente ponderada por sus participantes en sus valoraciones finales.
- 3 Existe un grupo compacto de empresas sólidas (y líderes) que confían en este instrumento estratégico.
- 4 El incentivo, para ser catalogado como tal, es de las pocas actividades que, a día de hoy, no puede hacerse de manera virtual.
- 5 La extensión de la tecnología y, en especial, la implantación gradual y con control de la inteligencia artificial pueden potenciar la evaluación del ROI.

> MICE / viajes de incentivos en España

10 elementos más de interés



- 6 Hay una apuesta firme de muchos destinos para atraer al público de esta vertiente turística.
- 7 Están emergiendo destinos “nuevos” que todavía no han sido proyectados en exceso.
- 8 La consolidación de la larga distancia, tras muchos meses cerrada a cal y canto.
- 9 La cohesión del movimiento asociativo, que puede contrarrestar con las prácticas abusivas (concursos)
- 10 La creación de grupos de agencias más sólidas y fuertes, como consecuencia de la concentración empresarial.



**RUMBO
AL
FUTURO**



> MICE / viajes de incentivos en España

una apuesta de futuro



■ EMPRESAS

Las empresas turísticas han identificado el potencial de los viajes de incentivos (y del MICE en sus conjunto) y han fomentado en su seno divisiones especializadas para atender al público de esta especialidad



BAQUEIRA/BERET



PUYDUFOU.


> MICE / viajes de incentivos en España

una apuesta de futuro



■ EMPRESAS



▶ Dispone de una unidad exclusiva para este segmento, denominada On Business, que cuenta ya con 22.000 clientes registrados

▶ Prevé incrementar un 30% su actividad en el sector MICE en 2023, según aseguraba su presidente (Preferente)

▶ Renfe ha diseñado un producto de viaje de negocios único, apoyándose en tres pilares: la flexibilidad, su compromiso de puntualidad y la sostenibilidad.



> MICE / viajes de incentivos en España

una apuesta de futuro

■ DESTINOS

Por su atractivo, y dado el crecimiento que se augura, los destinos, conscientes de su importancia para la economía de sus áreas, se han lanzado a la conquista del viajero MICE

En nuestro país, entre el grupo de destinos que se han volcado para tratar de captar a este nicho de mercado figuran, por ejemplo, Valladolid, A Coruña, Oviedo, Córdoba, Gijón, Mallorca o Toledo, por citar unos cuantos nombres.

Ofrecen ayudas económicas, caso de Toledo, Oviedo o de Mallorca; potencian sus infraestructuras (Córdoba); hacen campañas de promoción y posicionamiento (Valladolid, A Coruña, Gijón, Cuenca...) o amplían sus equipamientos.

“

El turismo MICE refuerza el posicionamiento del destino como motor de oportunidades de negocios, mejora su imagen e igualmente trabaja en favor del turismo de ocio

Javier Hurtado

Consejero de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco



> MICE / viajes de incentivos en España

una apuesta de futuro

DESTINOS ► CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN

Valladolid presenta su nueva campaña como sede de Turismo MICE ►

Cuenca presenta una guía destinada a la promoción del Turismo MICE ►

A Coruña Convention Bureau nombra a sus 'embajadores' para promocionar el Sector MICE ►

Castilla y León vende su turismo MICE a España ►

El turismo MICE se enamora de Ceuta gracias al FRAM TRIP organizado por la Cámara ►

Santander se promociona como destino MICE sostenible y con atención personalizada ►

**TU INCENTIVO
ÚNICO EN MADRID**

MADRID
CONVENTION
BUREAU



esmadrid.com/mcb

 | MADRID

MICE

**REGIÓN
DE MURCIA**
REUNIONES,
INCENTIVOS,
CONFERENCIAS
Y EVENTOS



 ceuta.
Donde se unen las emociones.

ESP ENG

Eventos y Congresos
desde otro prisma
Events and Congresses
from another prism

Dossier de Turismo MICE
MICE Tourism Dossier



DOSSIER DE SERVICIOS PROFESIONALES

 MICE EXTREMADURA



EXTREMADURA

2.000 AÑOS CELEBRANDO EVENTOS
2.000 YEARS ORGANIZING EVENTS
2.000 ANS D'ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS



 CUENCA
Guía turística oficial



 MICE
MEETINGS, INCENTIVES
CONVENTION & EXHIBITIONS

Con el Patrocinio y apoyo de:


> MICE / viajes de incentivos en España

una apuesta de futuro



DESTINOS ► POTENCIACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS

Las ciudades españolas aceleran para ganar peso en el turismo de congresos ►

Córdoba mira al Sector MICE para reactivar su economía ►

Orense promociona su destino MICE con el 'apoyo' del AVE en FITUR 2023 ►

Murcia pone en marcha la 'Aceleradora de Eventos' ►

> MICE / viajes de incentivos en España

una apuesta de futuro



► ANÁLISIS DE CASOS ■ CEUTA

El caso de la ciudad autónoma de Ceuta es paradigmático. Así, su Cámara de Comercio ha firmado un protocolo de trabajo con iDEMICE por el cual ambas entidades van a colaborar de forma conjunta para llevar a cabo acciones y eventos, a la vez que se trabaja de forma paralela en el desarrollo de los recursos humanos y la incorporación de nuevos talentos al sector.

Gracias a este convenio, la ciudad participa en este proyecto de investigación sobre el turismo MICE que pretende analizar y cuantificar el impacto de este turismo en territorios de pequeño tamaño.



> MICE / viajes de incentivos en España

una apuesta de futuro

► ANÁLISIS DE CASOS ■ MADRID

iDEMICE anunció en marzo de 2023 que el conjunto de agencias de viajes de incentivo que forman parte de esta asociación tiene previstas operaciones MICE en la Comunidad de Madrid que moverán a más de 70.000 personas, con una facturación directa cercana a los 100 millones de euros.

Esta misma entidad ha informado asimismo de uno de los objetivos que se ha marcado de cara al futuro: convertir esta área geográfica en un centro de turismo de negocios tanto a nivel nacional como internacional, haciéndolo además con criterios de sostenibilidad,

> MICE / viajes de incentivos en España

una apuesta de futuro



“

En Aon apostamos por el segmento MICE innovando con garantías de asistencia y anulación exclusivas, como el libre desistimiento o la fuerza mayor, que pueden dar respuesta a cualquier imprevisto. Estamos centrados en ayudar a los organizadores MICE a proteger mejor sus eventos y viajes de incentivos

”

► ANÁLISIS DE CASOS ■ AON

Aon es la correduría de seguros líder en seguros para el sector turístico.

Ante el crecimiento del turismo MICE, Aon ha desarrollado una gama de soluciones aseguradoras específicas para este segmento, que garantizan la máxima tranquilidad de organizadores y viajeros.



Seguro para organizadores de eventos, convenciones y viajes de incentivos, incluyendo, además de la responsabilidad civil, coberturas exclusivas como la cancelación por causas como fuerza mayor, la incomparecencia, los fenómenos atmosféricos, etc.



Seguros de asistencia para viajes de incentivos, incluyendo garantías de anulación únicas en el mercado como el libre desistimiento o la fuerza mayor.

CLAVES DE UN DESTINO MICE



> MICE / viajes de incentivos

claves para ser un destino MICE SEGÚN LOS PROFESIONALES



«Un destino debe tener un nivel de servicio adecuado, atractivos turísticos y por otro lado la conectividad es fundamental. Una buena conectividad hace que se acerque mucho el destino y sea más factible. Si tienes que hacer escalas para poder llegar al destino el tema se complica. Japón, por ejemplo, no fue durante muchos años un destino muy demandado y cuando Iberia puso vuelo 'non stop' se disparó como destino de incentivos»

«Tiene que ser seguro, atractivo desde el punto de visita de infraestructuras... Cómo llegar en avión, que la planta hotelera del destino sea adecuada, que tenga actividades experienciales... También es muy importante el tema de compras, que sigue teniendo su interés y el tema gastronómico. Quieren tener experiencias gastronómicas y, por supuesto, que el destino tenga personal cualificado que puedan trabajar bien este tipo de viajes»

> MICE / viajes de incentivos en España

claves para ser un destino MICE SEGÚN LOS PROFESIONALES



«Para que un destino sea elegido tiene que disponer fundamentalmente de una buena accesibilidad, que puedas llegar bien por aire o tren o como sea, normalmente por aire, por eso el apto es fundamental. También necesitas un buen hotel. Es también fundamental toda la oferta de actividades culturales, de naturaleza o sociales»

«Yo siempre lo que busco es diferenciación, tiene que tener estructuras adecuadas, espacios para poder albergar un número de personas, restaurantes, hoteles adecuados, etc., depende mucho también del número de personas que tengas que mover, hay destinos que no puedes manejar un grupo grande. NY tiene todo para un grupo grande, pero me dices Kenia o Tanzania y no puedes llevar a un grupo de 100 personas. Depende de las personas más que del destino»

«También buscamos la sostenibilidad en los destinos, además de la seguridad»

“

La sostenibilidad no es una opción; es una necesidad que está ya incorporada a nuestra actividad. En el caso de las empresas de viajes de incentivos, lo llevamos desde hace tiempo en el ADN

> MICE / viajes de incentivos en España

destinos MICE de futuro SEGÚN LOS PROFESIONALES



«Perú, aunque paró por la inestabilidad política. Costa Rica, Estados Unidos, Japón son destinos que ya generan atractivo habitualmente. Otros destinos: Sudáfrica- Tailandia. Ahora se empieza también Asia, que se ha abierto, estamos sujetos a disponibilidades aéreas sobre todo»

«[Los destinos del] Sudeste asiático siempre son destinos top. África, en el sur. Países de LATAM, como Chile o Brasil, pero nada más. Europa en general sí es destino de incentivos. Oriente, en cambio, tiene muchas posibilidades como destino»

> MICE / viajes de incentivos en España

destinos MICE de futuro SEGÚN LOS PROFESIONALES



«Egipto, que tradicionalmente era ya un buen destino, pero desapareció por el tema terrorista, se ha puesto las pilas. Tienen calidad en los barcos para navegar por el Nilo, grandes hoteles, están muy preparados para hacer eventos y una experiencia diferente. Asia, desde que se ha abierto, especialmente Vietnam. Islas Mauricio es otro punto 'top'. El Cono Sur también está tirando fuerte (Argentina y Chile, sobre todo).»

Perú, en cambio, está siendo lastrado por la situación sociopolítica. Pero es un gran destino y esperamos que pronto se recupere. Marruecos también, con las pilas muy puestas para recibir incentivos. Japón, Nueva Zelanda y Australia, son asimismo destinos clásicos»

«Iberoamérica está muy de moda; Europa, siempre y África, también. Asia, en cambio, está un poco más parado porque han sido los últimos en salir de la pandemia y abrir totalmente fronteras. Colombia, Ecuador o Brasil son ahora unos de los más demandados»

> MICE / viajes de incentivos en España

tendencias que vienen

Otras tendencias
de futuro que
despuntan serían
las siguientes

- Sostenibilidad, por el incremento generalizado del compromiso
- Digitalización orientada al cliente y a la mejora de procesos
- Regreso a la presencialidad, en detrimento de otros formatos
- Entremezcla de fórmulas (viaje de incentivos + eventos)
- Implicación cada vez más directa de los participantes/
promotores en el programa de actividades, para tratar de
alcanzar una experiencia única y singular
- Posibilidades de futuro que brinda la IA y otras tecnologías
emergentes
- Se demandarán cada vez más experiencias inmersivas e
innovadoras





PROFESIONALES & AGENCIAS EN LA NUEVA REALIDAD



> MICE / viajes de incentivos en España

las agencias en el nuevo escenario



La situación vivida en años de la emergencia sanitaria ha reforzado el papel de las agencias de viajes en su conjunto y el conocimiento experto de sus profesionales.

En el nuevo contexto, en consecuencia, su protagonismo ha ido en aumento.

Entre las nuevas demandas que se requieren a las empresas especializadas se incluyen:

- Especialización
- Experiencia
- Fiabilidad y confianza
- Complicidad y empatía
- Máxima personalización
- Capacidad para sorprender
- Competitividad en precios
- Compromiso con la sostenibilidad
- Componente tecnológico elevado

> MICE / viajes de incentivos en España

el papel de sus profesionales



- Este nicho de mercado —por todas las peculiaridades dichas— requiere un tipo de profesional creativo, diferente, especializado. No sirve un agente de viajes al uso.
- Lo que en verdad se necesita es “entender al cliente” y las necesidades que plantea el trabajo, sin un horario predeterminado, con la maleta siempre dispuesta, en servicio 24 horas y con capacidad para gestionar cualquier imprevisto
- Se busca también un perfil profesional “con ganas”, que tenga pasión, empatía y entusiasmo. Y paciencia...
- De la formación, por otra parte, se ocupan las propias empresas especializadas en este negocio, porque el conocimiento se aprende, explican.
- Un profesional de este tipo de viajes, además, ha de ser capaz de dar respuesta a las nuevas demandas que plantean estos viajeros y sus organizaciones, cada vez más previsoras y con desafíos acordes a los tiempos.



QUÉ BUSCAN LAS EMPRESAS



“

Viajes de este tipo suponen el incentivo por excelencia... Trabajan desde principios de año para conseguir el objetivo y poder ir al viaje. Se traduce en una producción y en un cumplimiento de objetivos que de otra forma no se conseguiría y además es motivador

> MICE / viajes de incentivos en España

la visión de las empresas que contratan SEGÚN SUS PROFESIONALES

Según representantes de las firmas que emplean los viajes de incentivos como parte de sus estrategias corporativas, se trata de un instrumento muy potente y motivador como elemento de fuerza de ventas.

...porque promueve la consecución de los objetivos corporativos,

...porque incrementa la facturación,

...porque supone una extraordinaria fórmula de 'networking'

...porque ayudan a la fidelización,

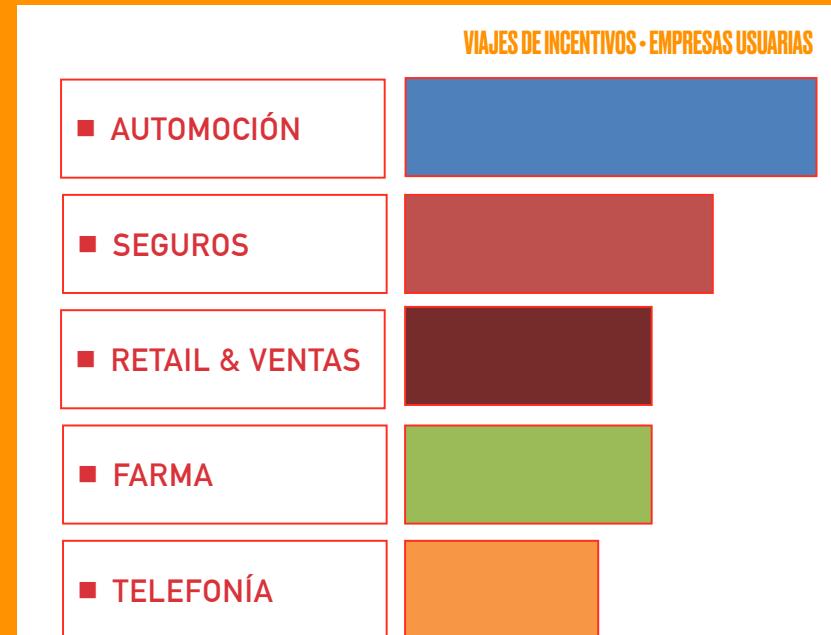
...porque refuerza el sentimiento de orgullo de pertenencia.

> MICE / viajes de incentivos en España

la visión de las empresas que contratan SEGÚN SUS PROFESIONALES

La automoción y los seguros son los sectores preponderantes en la utilización de este tipo de herramienta

No obstante, hay otros ámbitos que recurren a su uso, como pueden ser el sector farma, retail y ventas en general, industria y energía, telefonía y tecnología, marketing o banca.





El turismo MICE en España

VIAJES DE INCENTIVO: claves, dimensión y realidad de un contexto básico en la economía del turismo

Dirección del proyecto:

Asociación de Agencias de Incentivo (IDEMICE) & ObservaTUR

Patrocinadores del proyecto

Cámara de Comercio de Ceuta - Aon - IAG7 Viajes

Coordinación, diseño y redacción:

Task ONE

Colabora

AUREN



Cámara
Ceuta

LAG7 / AON
viajes

observa TUR

GRACIAS

