

PRINCIPALES RETOS PARA LAS ASOCIACIONES

Cuando se trata de identificar los principales desafíos a los que se enfrentan hoy en día las asociaciones, está claro que son distintos según el lugar del mundo. No obstante, hay algunos puntos en común a la hora de resumir las dificultades que muchas asociaciones encuentran.

FINANCIACIÓN / RETOS FINANCIEROS

- Conseguir patrocinios
- Diversificación de las vías de ingresos
- Disminución de las cuotas de afiliación de miembros

“¿Cómo conseguir que nuestros miembros renueven la afiliación o se afilien por un motivo que no sea simplemente beneficiarse de un descuento en la tarifa del congreso?”

RETENCIÓN DE LOS ASOCIADOS E INCREMENTO DE LAS MEMBRESÍAS

- Crear engagement online
- Mantener la relevancia de cara a los miembros

“¿Cómo responder al deseo que la comunidad tiene de acceder a aprendizaje personalizado de forma instantánea (y, a menudo, gratuita)?”

- Interacción con voluntarios
- Engagement con los miembros más jóvenes

“Nos cuesta retener e incrementar la membresía, fomentar las conexiones entre miembros y conseguir la equidad de género.”

“¿Cómo podemos incrementar la participación de los profesionales más jóvenes, hacer nuestro congreso más atractivo a nuevos delegados e incrementar la presencia –¿online?– de países con bajos niveles de ingresos?”

PROBLEMAS RELACIONADOS CON GESTIÓN DE RECURSOS Y ORGANIZACIÓN

- Adquisición de talento

“Es difícil generar y mantener la innovación, reclutar nuevo talento constantemente, a la vez que se conservan los líderes más valiosos y leales.”

- Cambios organizativos

“Cuesta mucho contratar a empleados con la cualificación necesaria.”

“La incertidumbre en torno al formato del congreso y la asistencia (¿verdaderamente los eventos híbridos compensan la inversión que requieren?). Encontrar venues que tengan un precio asequible, sean apropiados y estén en ciudades europeas atractivas.”

PROBLEMAS GLOBALES

- Covid-19 y restricciones en viajes*
- Guerra en Ucrania

*Muchas de las respuestas fueron recopiladas en 2022

EVOLUCIÓN EN LOS FORMATOS DE LOS CONGRESOS

- Evolución hacia formatos online

“Cuesta recuperar el número de asistentes en encuentros presenciales.”

- Necesidad de flexibilidad en los contratos

“Tenemos que afrontar costes más elevados en los hoteles (tanto en habitaciones como alimentos y bebidas) al organizar congresos presenciales.”

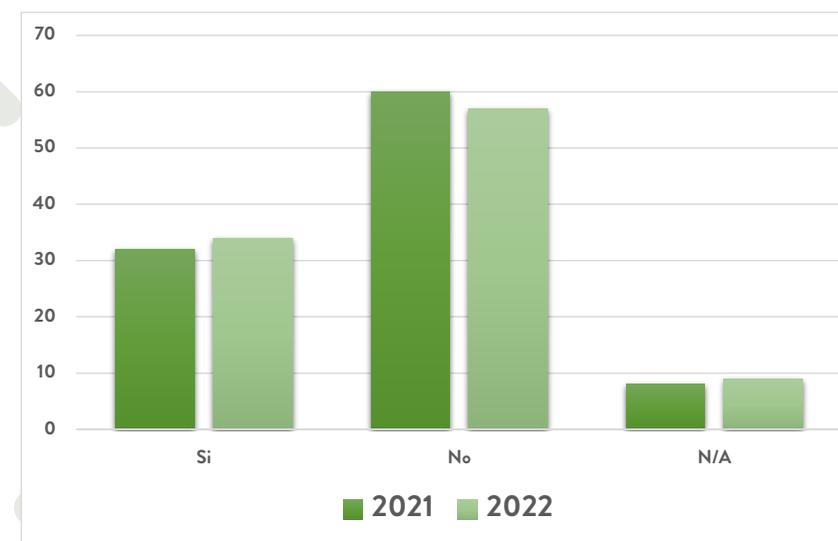
- Coste de los eventos híbridos

“¿Verdaderamente los eventos híbridos compensan la inversión que requieren?”

¿QUÉ ES LO QUE MÁS REQUIEREN LAS ASOCIACIONES DE LOS PROVEEDORES?

SERVICIOS DE GESTIÓN DE ASOCIACIONES: ¿RECURREN A AMCs O EGCs/OPCs?

En lo referente al uso de Empresas de Gestión de Asociaciones (AMC, por sus siglas en inglés) o Empresas de Gestión de Congresos (EGC/OPC), los resultados de 2022 son similares a los de 2021, indicando que la pandemia no incrementó la necesidad de este tipo de servicios en el último año.



¿QUÉ SERVICIOS TIENEN MAYOR IMPORTANCIA?

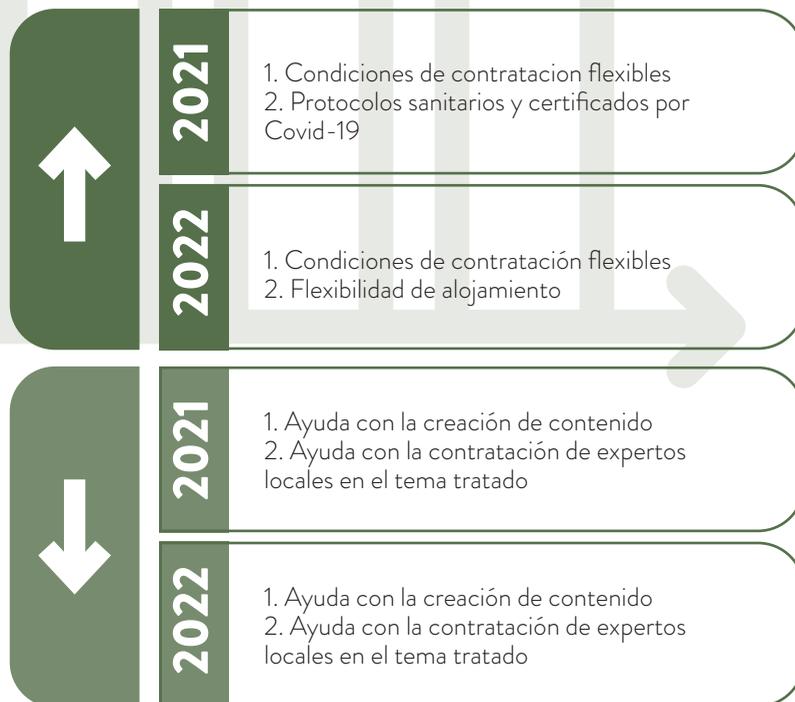
Entre los servicios ‘tradicionales’ que proporcionan los OPCs y AMCs hay un cambio hacia una mayor necesidad de apoyo con la producción de eventos virtuales (hasta un 45% y el servicio con la puntuación más alta en 2022), así como con el diseño de reuniones y experiencias. Hay una mayor necesidad de servicios en general, y la mayoría de ellos (8 de 12) obtuvieron mayor puntuación que en 2021.

SERVICIOS REQUERIDOS	2021	2022	EVOLUCIÓN
Organización de congresos puntuales	38%	37%	-1%
Servicios principales de OPC	33%	44%	11%
Gestión de la asociación / Secretariado	22%	26%	4%
Patrocinios y recaudación de fondos	33%	39%	6%
DMC / servicios de logística	42%	34%	-8%
Gestión de exposiciones	35%	44%	9%
Comunicación	35%	39%	4%
Producción de eventos virtuales	40%	45%	5%
Diseño de reuniones y experiencias	13%	23%	10%
Plataformas de reuniones digitales integradas	40%	40%	0%
Gestión abstracta	24%	32%	8%
Otros	9%	3%	-6%

SERVICIOS MÁS VALORADOS		PORCENTAJE DEL TOTAL DE RESPUESTAS				
		1	2	3	4	5
Capacidad de apoyar los programas de legado de la asociación	2022	15%	12%	28%	19%	26%
Capacidad de apoyar la estrategia de sostenibilidad de la asociación	2022	10%	11%	25%	20%	34%
Protocolos sanitarios / certificados por Covid-19	2022	7%	7%	25%	26%	35%
	2021	8%	3%	10%	21%	58%
Integración de tecnología para apoyar eventos online e híbridos	2022	11%	11%	18%	22%	39%
	2021	7%	5%	18%	24%	46%
Contar con una política de diversidad, equidad e inclusión	2022	13%	12%	26%	26%	24%
	2021	7%	5%	15%	21%	52%
Condiciones de contratación flexibles	2022	5%	3%	13%	31%	49%
	2021	5%	8%	21%	22%	46%
Flexibilidad de alojamiento	2022	10%	13%	25%	23%	29%
	2021	13%	17%	32%	17%	21%
Ayuda con la promoción y comunicación del evento	2022	26%	17%	26%	19%	13%
	2021	33%	21%	22%	7%	16%
Ayuda con la creación de contenido	2022	26%	16%	19%	18%	21%
	2021	32%	19%	28%	11%	11%
Apoyo con la gestión de viajes en relación a las regulaciones locales por Covid-19	2022	12%	13%	25%	27%	23%
	2021	16%	9%	22%	30%	23%
Ayuda con la contratación de expertos locales en los temas tratados	2022	11%	8%	19%	25%	38%
	2021					
Oportunidad de alianzas estratégicas y asociaciones efectivas	2022					
	2021					

Tener condiciones de contrato flexibles sigue siendo el requisito que se exige a los proveedores con la mayor puntuación, ocupando la primera posición tanto en 2021 como en 2022. La asistencia con la creación de contenido y la contratación de expertos locales en el tema que se trate se consideraron menos importantes tanto en 2021 como en 2022. La necesidad de protocolos sanitarios/certificados por Covid-19 disminuyó cuando se compara 2022 con 2021.

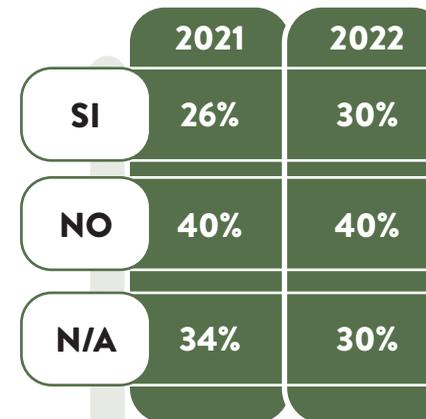
La oportunidad de alianzas estratégicas y asociaciones efectivas con proveedores de reuniones, así como la capacidad de estos proveedores de apoyar las estrategias de sostenibilidad de las asociaciones, se consideraron también de gran importancia, con el 54% y 63% de las respuestas (respectivamente) situando estos factores en los puestos 4 o 5.



CAMBIOS EN LOS RFPs

Con respecto a las solicitudes de propuestas (RFPs, por sus siglas en inglés), el 40% de los encuestados (tanto en 2021 como en 2022) indicó no haberlas cambiado, mientras que un porcentaje algo mayor afirmó haberlas modificado en 2022. Esto resulta sorprendente teniendo en cuenta los cambios en los requisitos de las asociaciones con respecto a sus reuniones en los últimos dos años y podría señalar una tendencia significativa en la que tanto los proveedores como ICCA pueden apoyar más a las asociaciones.

¿HAN CAMBIADO SUS RFPs?



Los cambios más frecuentes en RFPs incluyen

- Términos más flexibles
- Seguro y cláusulas de fuerza mayor
- Requisito de elementos híbridos
- Introducción de requisitos de legado
- Requisitos de sostenibilidad
- Políticas de mitigación de Covid
- Adaptación de criterios y plazos de selección

- “ La RFP incluye nuestra misión de legado, requisitos de sostenibilidad, reacciones por Covid y cotizaciones que incluyan el acceso a internet.
- “ Vamos a modificar nuestras próximas RFPs, especialmente con un enfoque hacia la sostenibilidad.

“ Estamos desarrollando RFPs flexibles que se puedan ajustar a diferentes formatos y tamaños de eventos.

“ Queremos integrar el legado en los objetivos de nuestra asociación, que haya una mayor involucración del destino y políticos locales, contemplar la posibilidad de ediciones recurrentes y conseguir más flexibilidad en logística y formatos.

¿CÓMO PUEDEN LOS PROVEEDORES AYUDAR A LAS ASOCIACIONES A ALCANZAR SUS OBJETIVOS?

APOYO EDUCACIONAL

En cuanto al contenido educativo y el apoyo a los ejecutivos de la asociación, existe todavía una gran necesidad de aprender sobre la organización de eventos híbridos.

En la encuesta de 2022 se añadió un nuevo punto sobre cómo organizar eventos sostenibles y resultó el segundo criterio más elegido.

En comparación con el año pasado, las asociaciones tienen una necesidad considerablemente menor de aprender sobre la planificación de eventos seguros en cuanto a Covid-19 y la tecnología para eventos, principalmente debido al nivel de experiencia práctica que adquirieron en estas áreas en el último año. Por otro lado, la necesidad de aprender y recibir apoyo las áreas de marketing y comunicación de eventos ha registrado un incremento del 11%.

- “ Ser auténticos partners y trabajar con las asociaciones para asegurar el éxito de los eventos. Las asociaciones no tienen presupuestos corporativos y han recibido un golpe especialmente duro, por lo que ayudaría ser flexibles, en concreto con respecto a los alimentos y bebidas.

“ Flexibilidad - necesitamos que los proveedores ofrezcan soluciones flexibles, y que los venues comprendan que no podemos firmar un contrato con seis años de antelación.

“ Se necesita mayor colaboración entre las asociaciones del mismo sector para crear un contenido diverso; compartir conocimientos sin duda ayudará a las asociaciones, sobre todo las más pequeñas.

¿EN QUÉ ÁREAS NECESITA APOYO O DESEA APRENDER MÁS?

TEMÁTICAS	2021	2022	DIFERENCIA
Cómo organizar eventos híbridos	65%	52%	-14%
Eventos sostenibles	-	43%	-
Tecnología para eventos	57%	30%	-27%
Planificación de eventos seguros respecto a Covid-19	49%	22%	-27%
Estrategia de contenido digital	46%	29%	-17%
ROI de eventos virtuales	43%	21%	-22%
Gestión de crisis en eventos	38%	32%	-6%
Engagement con miembros	36%	42%	6%
Marketing y comunicación de eventos	28%	39%	11%
Elección de destino: candidatura y toma de decisiones	27%	21%	-7%
Programas de legado para eventos	18%	25%	7%
Trabajar con empresas de gestión de eventos	15%	14%	-1%
Defensa / compromiso público	-	27%	-
Negociación con hoteles	26%	-	-

LECCIONES APRENDIDAS DE LA PANDEMIA

No es sorprendente que para muchas asociaciones esas lecciones se relacionan con aspectos vinculados a la celebración de eventos híbridos y virtuales. Además de la capacidad de cambiar de un entorno físico a otro *online*, tanto para los propios congresos como para la totalidad de las plantillas, se pudieron extraer muchas otras lecciones. Las asociaciones se vieron forzadas a volver a lo esencial y establecer qué valores importan verdaderamente en la entidad. Con ello se dieron cuenta de que la pandemia no afectó a todas las organizaciones del mismo modo, y que todas se encuentran en diferentes etapas dentro del camino a la recuperación. La agilidad y la innovación son más importantes que nunca en estos tiempos, a la vez que se asegura la estabilidad financiera y la seguridad de los miembros. Los eventos virtuales permitieron a las asociaciones continuar interactuando con sus miembros mientras el mundo se paralizaba. Hay, sin embargo, una conciencia clara de que, para conseguir auténticas conexiones humanas, nada supera a una interacción real en persona. Y, lo más importante, asegurarse de que siempre hay un plan B, o incluso un plan C.

PERCEPCIÓN HACIA LOS ENCUENTROS PRESENCIALES

Se mantiene el sentimiento general sobre la necesidad de reunirse en persona, especialmente cuando se trata de hacer *networking*, algo difícil de replicar en el ámbito *online*. Pasar casi dos años en un ámbito fundamentalmente digital ha reforzado aún más la certeza de que no se puede sustituir la experiencia del cara a cara con alternativas digitales.

VALOR DEL CARA A CARA	2021	2022
Las reuniones virtuales tienen limitaciones respecto a las conversaciones y el <i>networking</i> que los encuentros cara a cara facilitan	84%	78%
En las reuniones cara a cara se conoce a gente nueva y se hacen nuevos contactos en el sector	70%	78%
La posibilidad de conocer a una gran variedad de gente de todo el mundo en un único sitio	44%	56%
El cara a cara genera un sentido de comunidad	66%	72%
El cara a cara permite una inmersión total en el tema, lejos de las tareas diarias	53%	55%
Disfrutar del carácter del destino anfitrión	41%	48%
Ganar un mejor entendimiento del tema que se aborda y conocer a especialistas locales	27%	31%
Otros	6%	8%

PUBLIRREPORTAJE

EXTREMADURA

CINCO PALACIOS DE CONGRESOS EN UN DESTINO AUTÉNTICO

Extremadura lo tiene todo para organizar con éxito un congreso, un evento corporativo o un viaje de incentivo. Profesionales altamente cualificados. Alojamientos especializados en ciudades y entornos rurales. Espacios singulares, como bodegas o castillos. Instituciones feriales, organizadores de congresos y empresas de actividades complementarias. Un amplio abanico de experiencias relacionadas con la naturaleza, la cultura y la gastronomía, desde rutas por la dehesa y observación de aves y estrellas, hasta visitas a los conjuntos monumentales o talleres sobre productos tan emblemáticos como el jamón ibérico, el queso, el aceite y el vino.

Toda esta oferta está disponible en el club de producto MICE Extremadura Convention Bureau. En él están representados más de 200 socios de los sectores público y privado, que colaboran para estructurar esta actividad turística y promocionar la región como destino en el mercado nacional e internacional.

En la cadena de valor del turismo MICE de Extremadura, los palacios de congresos, situados en Badajoz, Cáceres, Mérida, Plasencia y Villanueva de la Serena, ocupan un papel muy relevante. Son establecimientos de diseño y funcionales, integrados en ciudades con un destacado patrimonio histórico, una interesante oferta cultural y gastronómica y a pocos kilómetros de lugares de gran valor ecológico.



Villanueva de la Serena

Los Palacios de Congresos de Extremadura han renovado su web www.palcongrex.es con información detallada sobre sus espacios y servicios, y las ciudades donde se ubican. Además, han actualizado sus guías en español, inglés y portugués, disponibles para su descarga en esa misma web, y han incorporado nuevas fotografías, vistas 360° y videos promocionales.



Mérida

Cada palacio presenta un diseño cuidado y características propias.

El Palacio de Congresos Manuel Rojas de Badajoz fue seleccionado en 2006 por el MOMA de Nueva York como uno de los 53 edificios más representativos de España de las últimas décadas, en una lista en la que figura, por ejemplo, la terminal T4 de Barajas. Su auditorio principal tiene un aforo para 855 personas.

El Palacio de Congresos de Cáceres es una gran obra de arquitectura con espacios diáfanos y funcionales distribuidos en tres niveles. Sus 22.600 m² le convierten en la mayor infraestructura escénica cubierta de la región. El auditorio principal tiene capacidad para 1.270 espectadores.

El Palacio de Mérida cuenta con dos zonas diferenciadas unidas por una terraza con vistas al Guadiana. En el exterior del edificio puede verse un relieve de la ciudad romana de Emerita Augusta. El aforo del auditorio principal es de 976 plazas.

El flamante Palacio de Congresos de Plasencia, con una arquitectura futurista, reclama nuevos diálogos entre la ciudad y el entorno natural, donde se encuentra el paraje protegido de El Berrocal. Este edificio ha cambiado la fisonomía de Plasencia y ya es uno de sus iconos, siendo uno de los 5 proyectos finalistas en 2019 de los prestigiosos premios Mies van der Rohe de arquitectura. El gran auditorio tiene una capacidad para 757 espectadores.

Por último, el de Villanueva de la Serena recuerda a una inmensa bala de paja que se mimetiza con el paisaje. Cuenta con tres espacios: el jardín y la plaza pública, el palacio de congresos-auditorio (bajo rasante), cuya sala principal tiene un aforo de 800 personas, y el cubo (sobre rasante), 'atado' con gruesas maromas de color dorado.

Extremadura es tu destino congresual



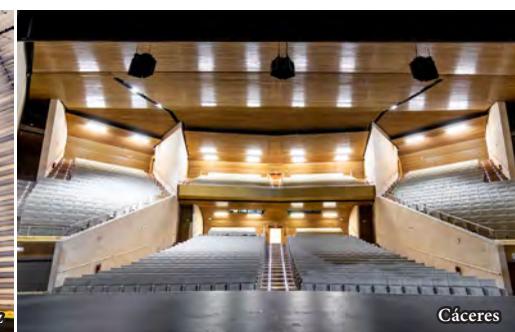
➔ MÁS INFORMACIÓN: <https://www.turismoextremadura.com/es/web-profesional/turismo-mice/>



Plasencia



Badajoz



Cáceres