



# Benchmarking del turismo MICE



Elaboración: Febrero 2015



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

# Índice

---

1 Evolución ranking ICCA

---

2 Chile

---

3 Perú

---

4 Argentina

---

5 Destinos: Aspectos a desarrollar

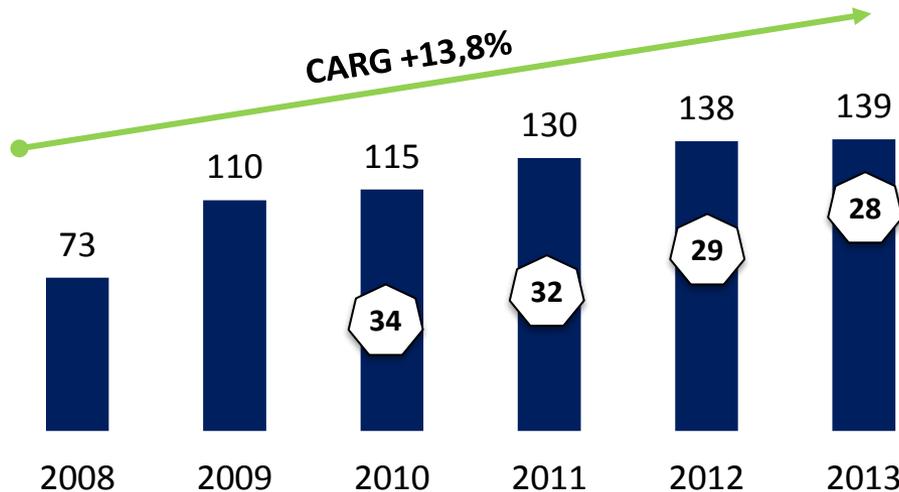
---

6 Casos de éxito

---

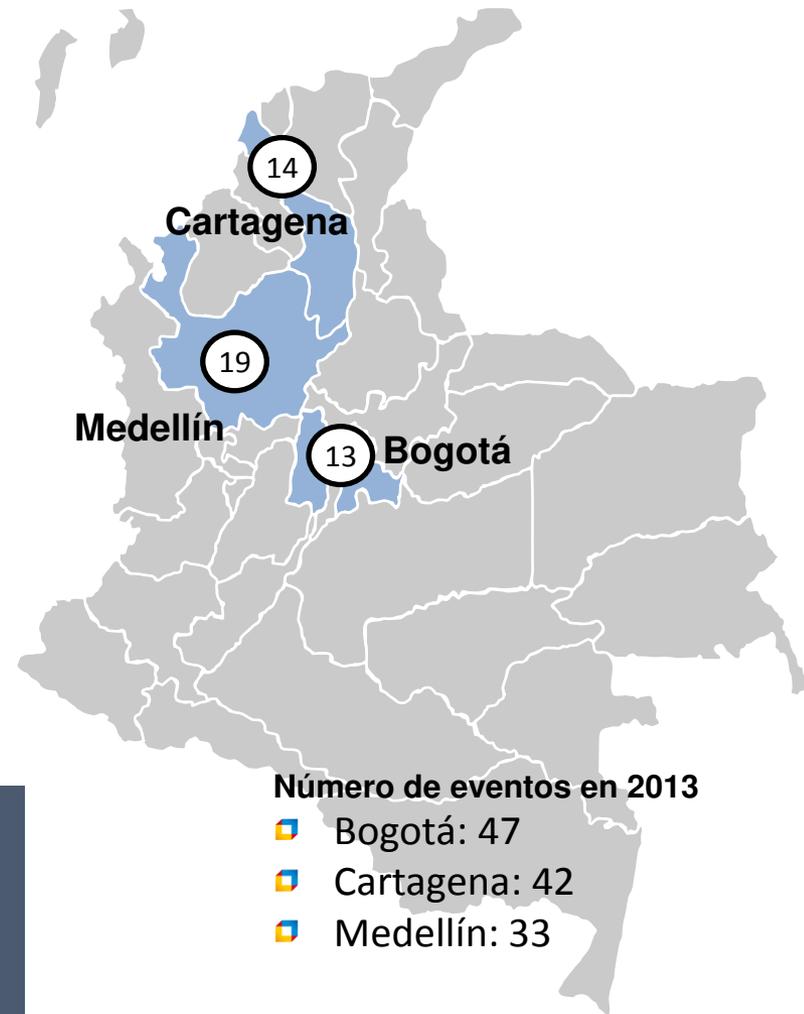
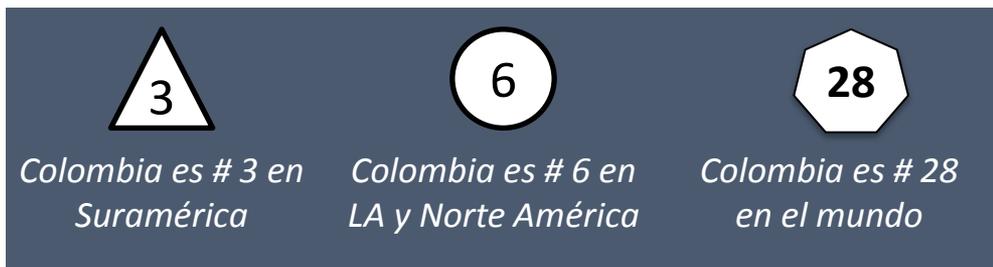
# Evolución del ranking

Evolución N° de reuniones realizadas en Colombia

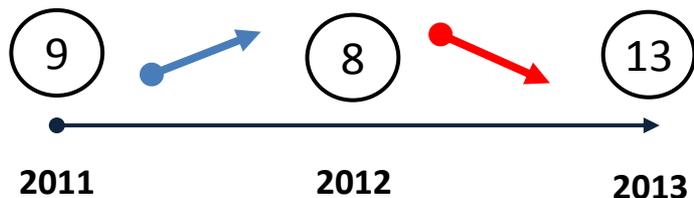


○ Ranking ICCA 2013 LA y Norte América

# Ranking ICCA mundo

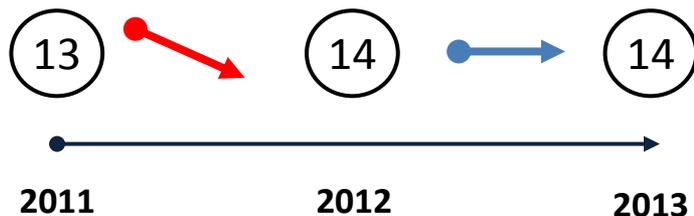


# Evolución del ranking



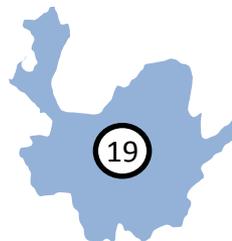
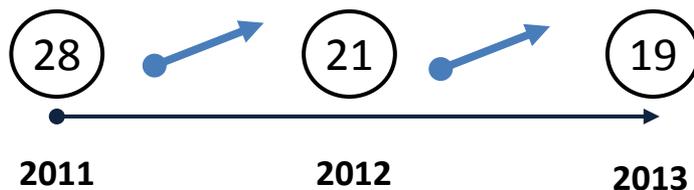
**Bogotá**

50



**Cartagena**

57



**Medellín**

74

**Bogotá** ha disminuido en el ranking ICCA, perdiendo 4 posiciones desde el 2011.

**Cartagena** se ha mantenido en el ranking, desde el 2011 ha perdido una posición.

**Medellín** ha escalado posiciones año tras año en el ranking, desde el 2008 ha subido 9 puestos.

# Ranking ICCA mundo

○ Ranking ICCA 2013 LA y Norte América

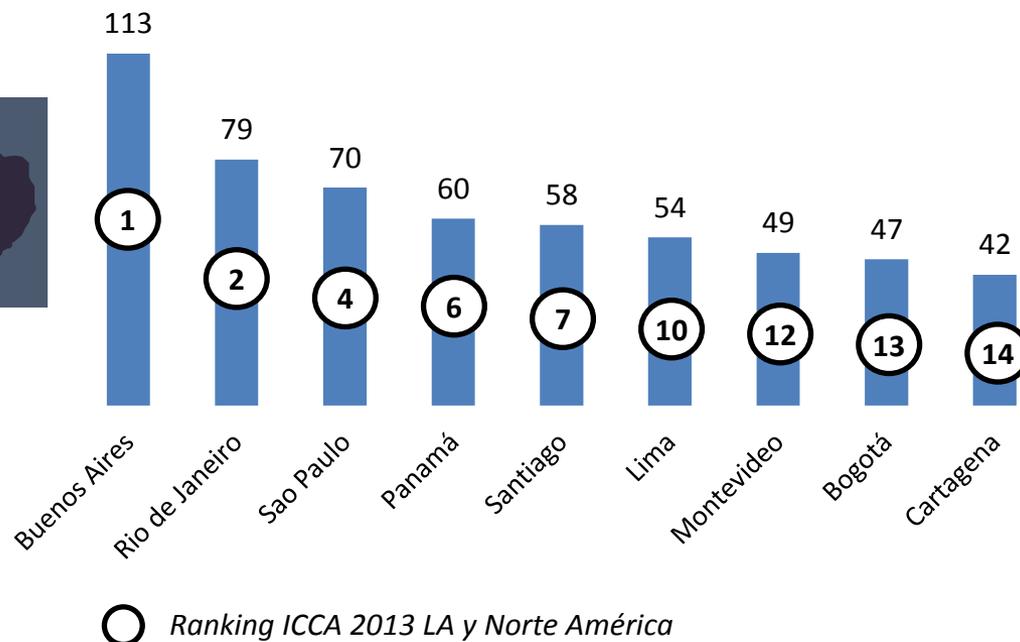
PROCOLOMBIA.CO

**PROCOLOMBIA**  
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

# Principales países competidores



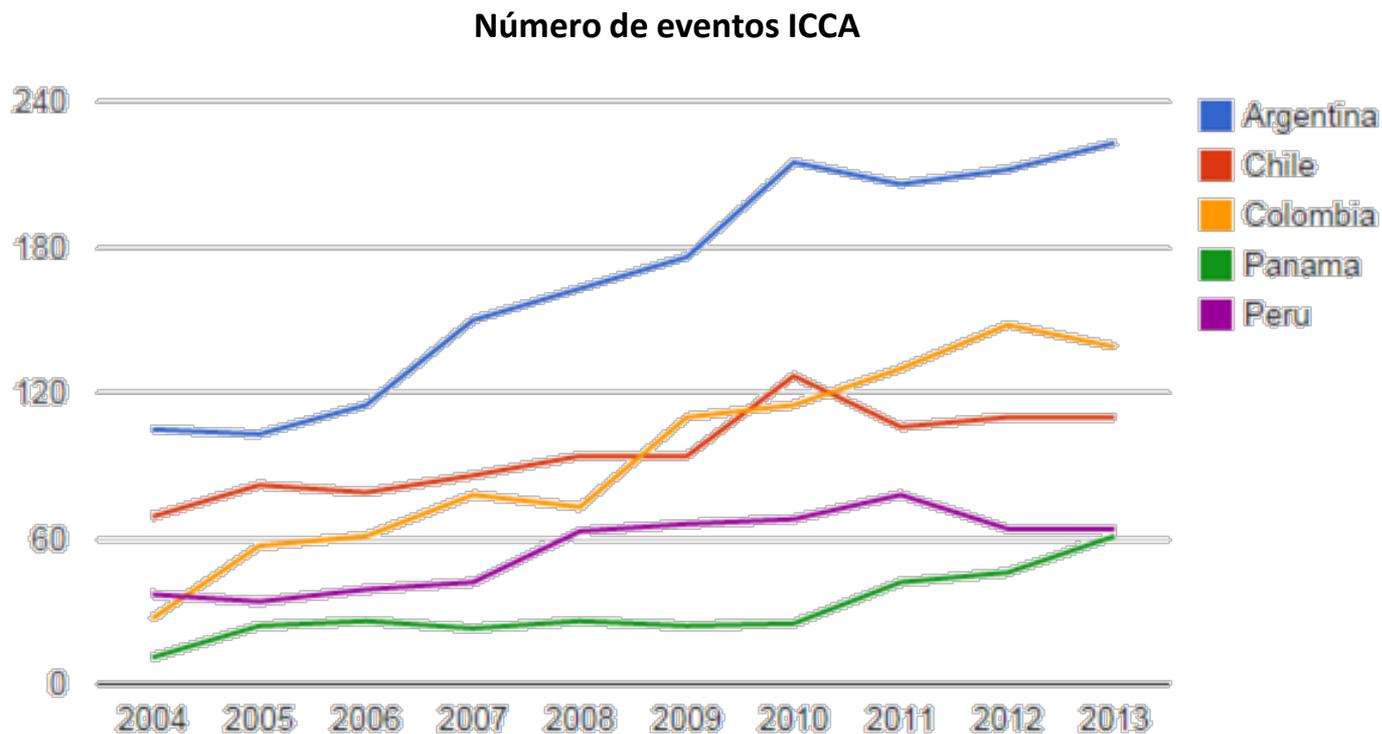
## N° de reuniones realizadas en 2013 por ciudad



Aunque Colombia se encuentra por encima Perú y Chile, Bogotá y Cartagena se encuentran por debajo de Santiago y Lima.

## Colombia ha crecido de forma constante en el número de reuniones, su principal competidor es Argentina

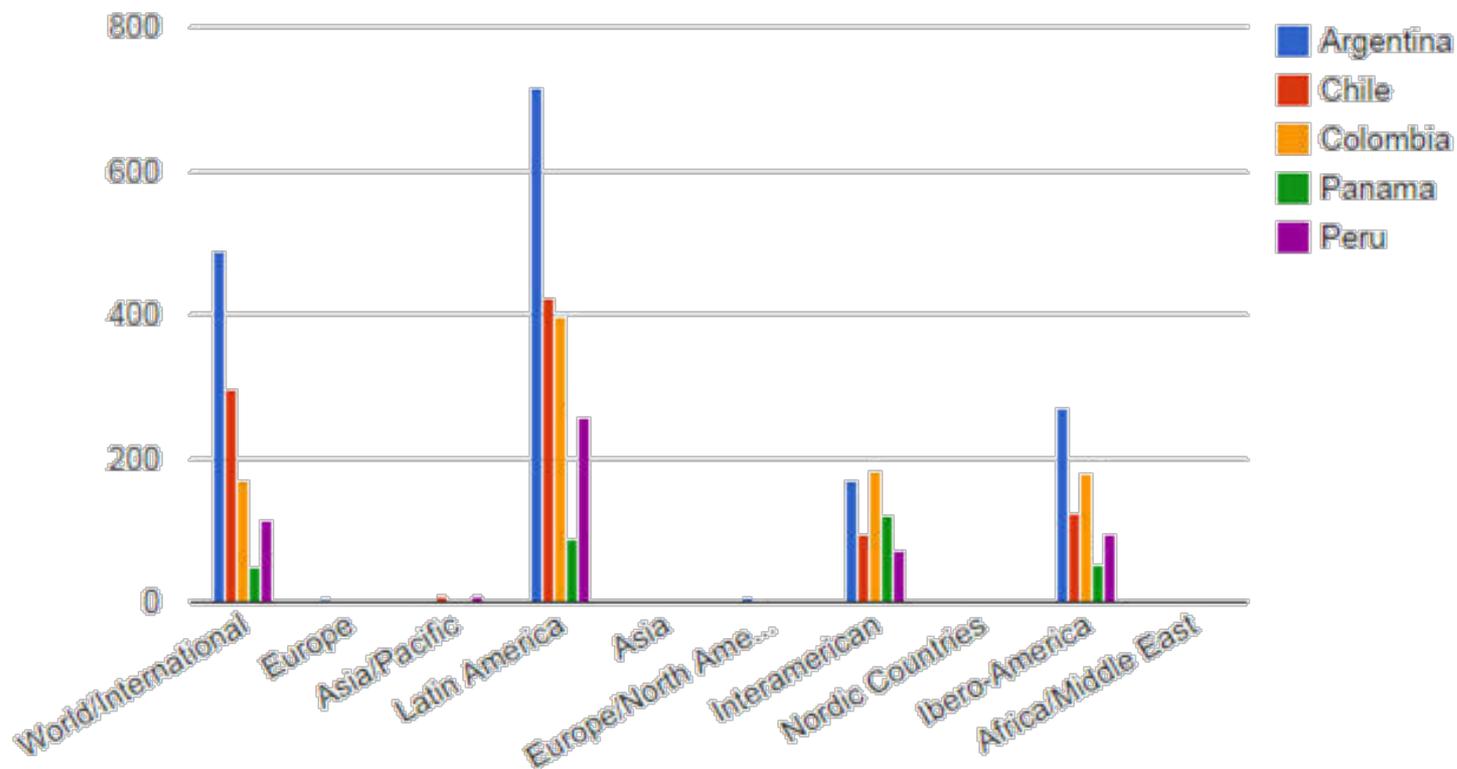
- A lo largo de estos últimos 10 años, Colombia ha sido el país con el segundo mayor crecimiento anual compuesto ( 4,08%), frente a sus 4 principales competidores de la región.



# En su mayoría, los eventos realizados en Colombia tienen como área de rotación LATAM

- Chile y Argentina le llevan una ventaja a Colombia en la captación de eventos con área de rotación internacional, Colombia concentra sus esfuerzos en LATAM.

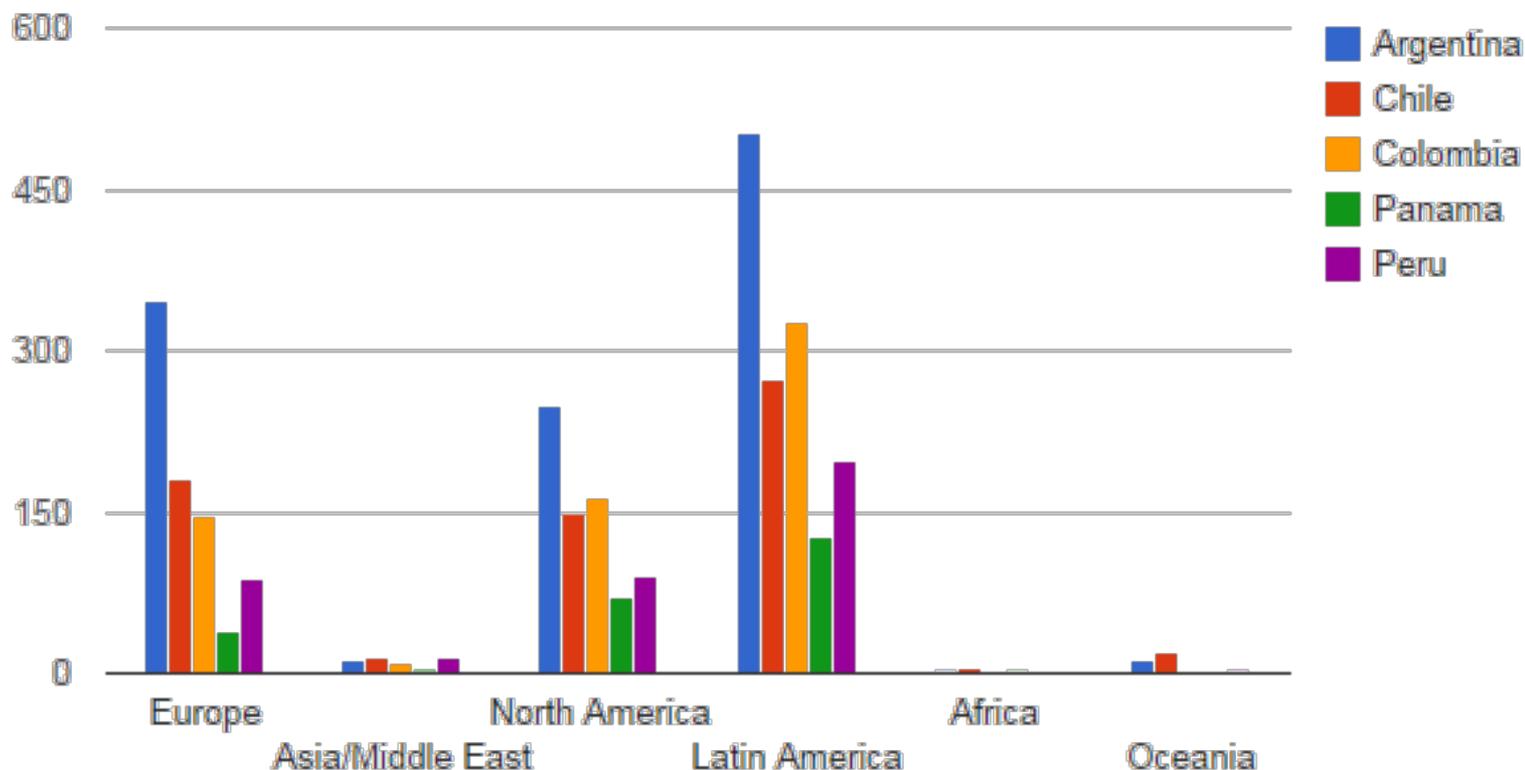
Eventos realizados por área de rotación



# Colombia es fuerte en atraer eventos con casa matriz en LATAM o Norteamérica

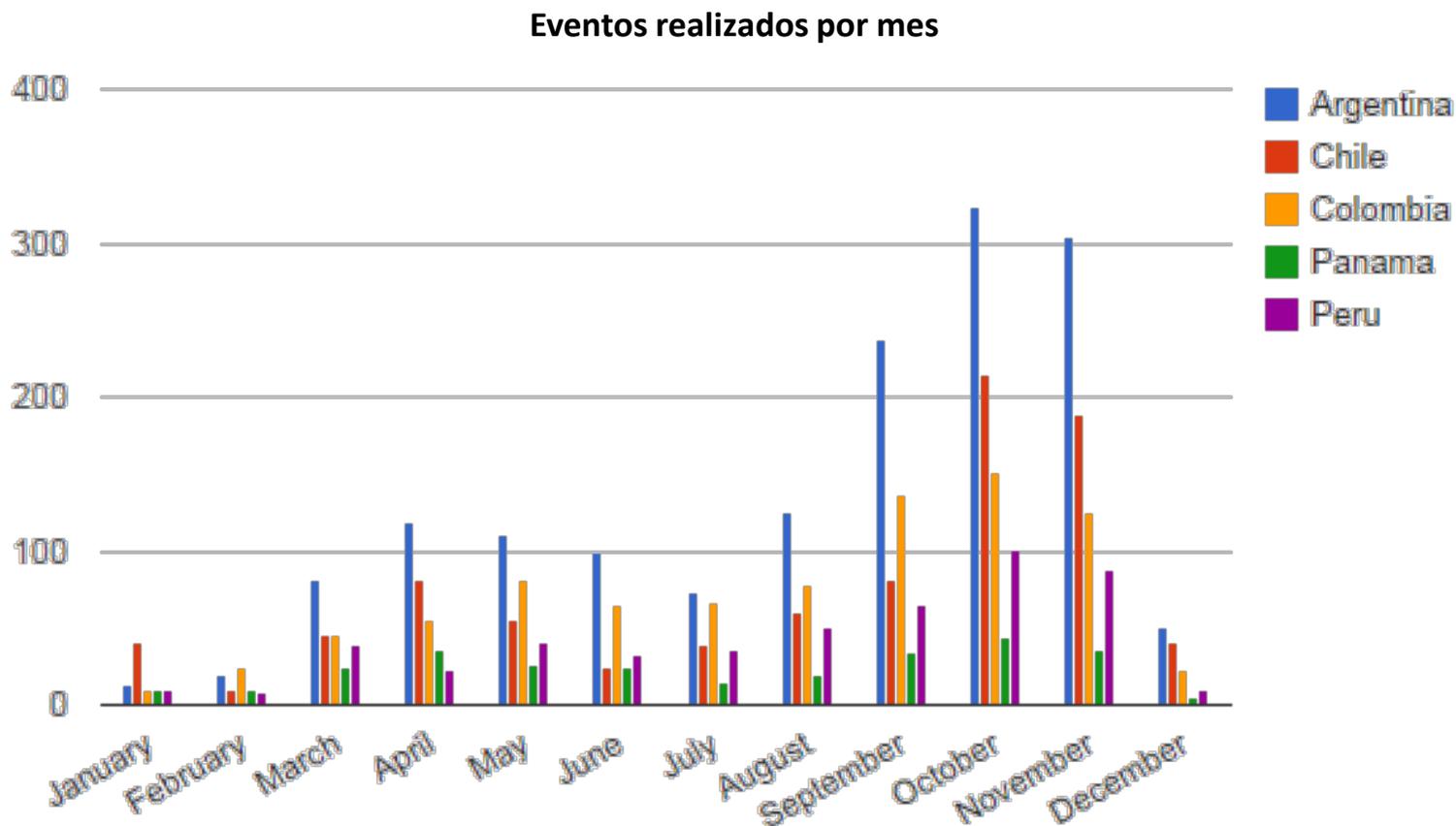
- Aunque Colombia se destaca en las regiones de LATAM y Norteamérica, Argentina es un fuerte competidor que le lleva amplia ventaja en las tres principales regiones.

Eventos realizados casa matriz



# Los meses de septiembre a noviembre son los más fuertes para la industria

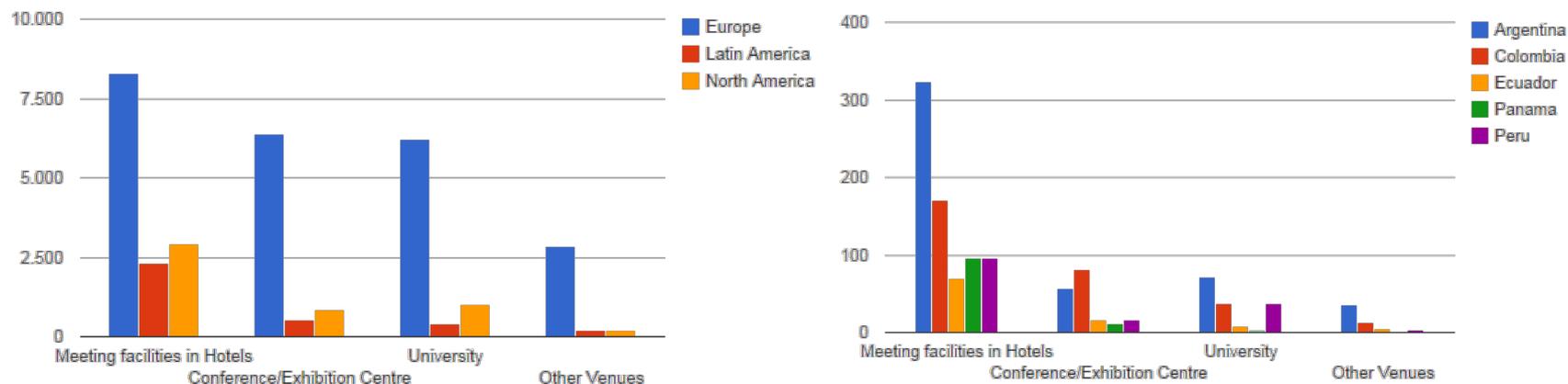
- En los últimos 10 años los meses de septiembre a noviembre son en los que estacionalmente se generan mas reuniones, sin embargo Colombia pierde terreno en estos meses con países como Chile y Argentina.



# Las instalaciones en hoteles fueron las más usadas en estos últimos 10 años.

- Europa es la región que genera el mayor número de eventos a nivel mundial, los venues más usado son los hoteles, sin embargo han migrado poco a poco a las instalaciones universitarias que día a día tienen mayor relevancia.
- En Latinoamérica, se ve poco a poco que este fenómeno se presenta y que a futuro tomará más relevancia.

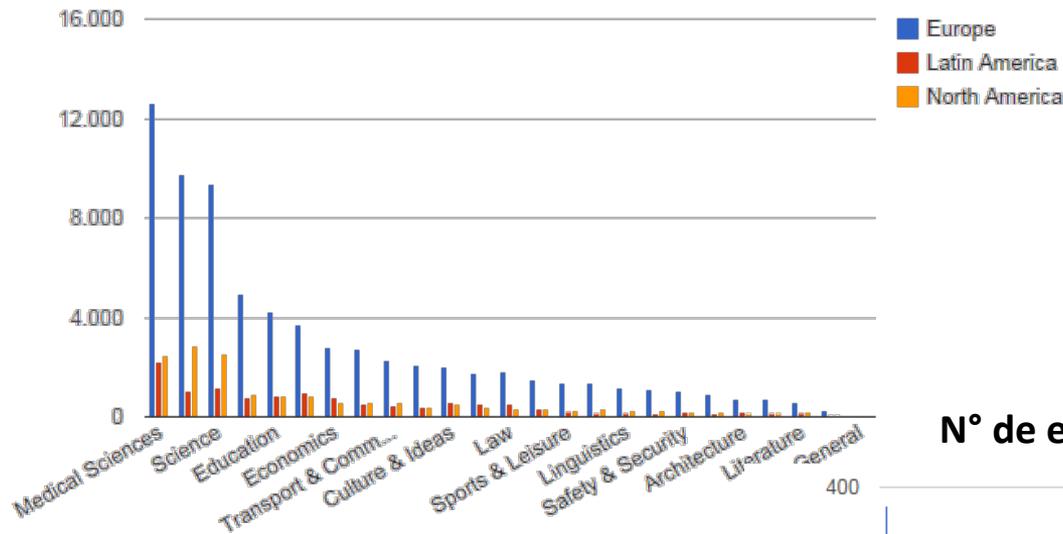
### Eventos realizados por tipo de venue



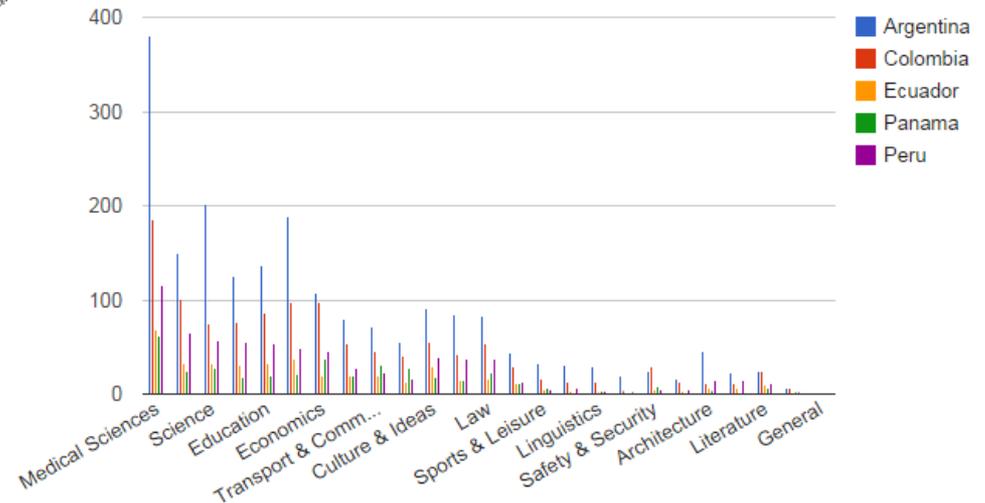
# Los eventos realizados por asociaciones de Ciencias Médicas son los que más se realizan a nivel mundial

- Más de 12% de los eventos ICCA que se realizan en Colombia son de Ciencias Médicas, le siguen los eventos realizados por temas de tecnología, ciencias sociales y educación.

## N° de eventos realizados por industria



## N° de eventos realizados por industria



# Turismo MICE - Chile



# El turismo de reuniones en Chile deja cerca de US\$600 millones al año

El país lanzó un manual de sustentabilidad para centros de convenciones

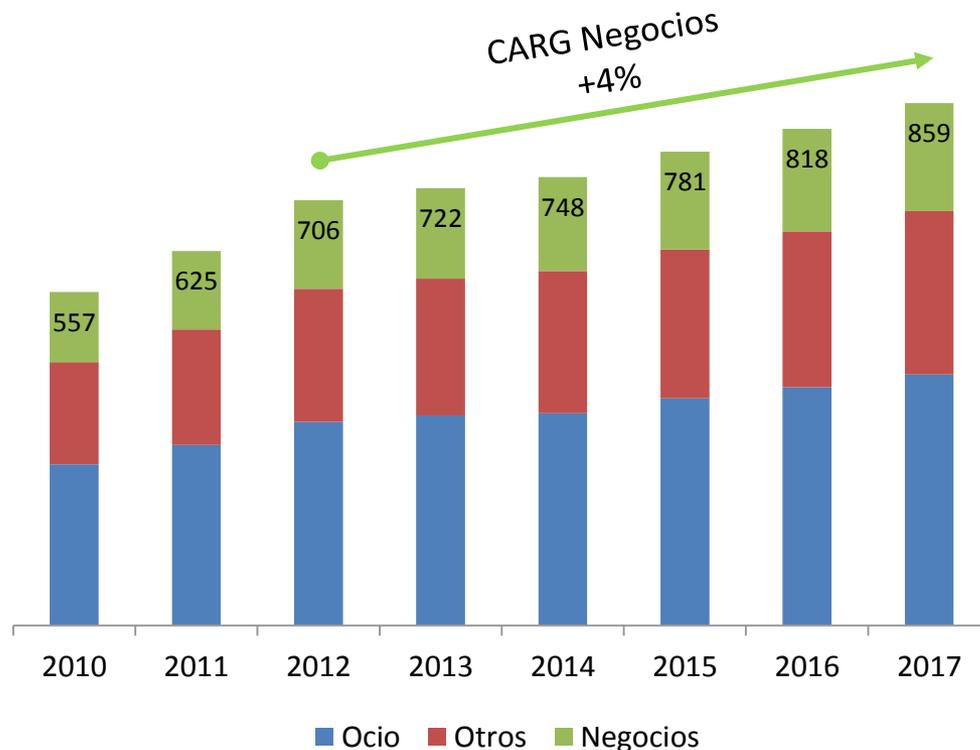
## Turismo de negocios en Chile deja casi US\$ 600 millones al año

26 ABRIL, 2013

Chile cuenta con 25 centros de convenciones y 1000 salones disponibles para eventos.

Recibe cerca de 706 mil llegadas al año por motivo de negocios una participación del 22,5%.

Llegadas de extranjeros a Chile



## El país tiene 8 CB que consolidan la oferta del país. El CB de Santiago es el más posicionado

8 **Convention Bureaus** consolidan la oferta de reuniones que ofrece Chile, la ciudad de Santiago es la más reconocida.

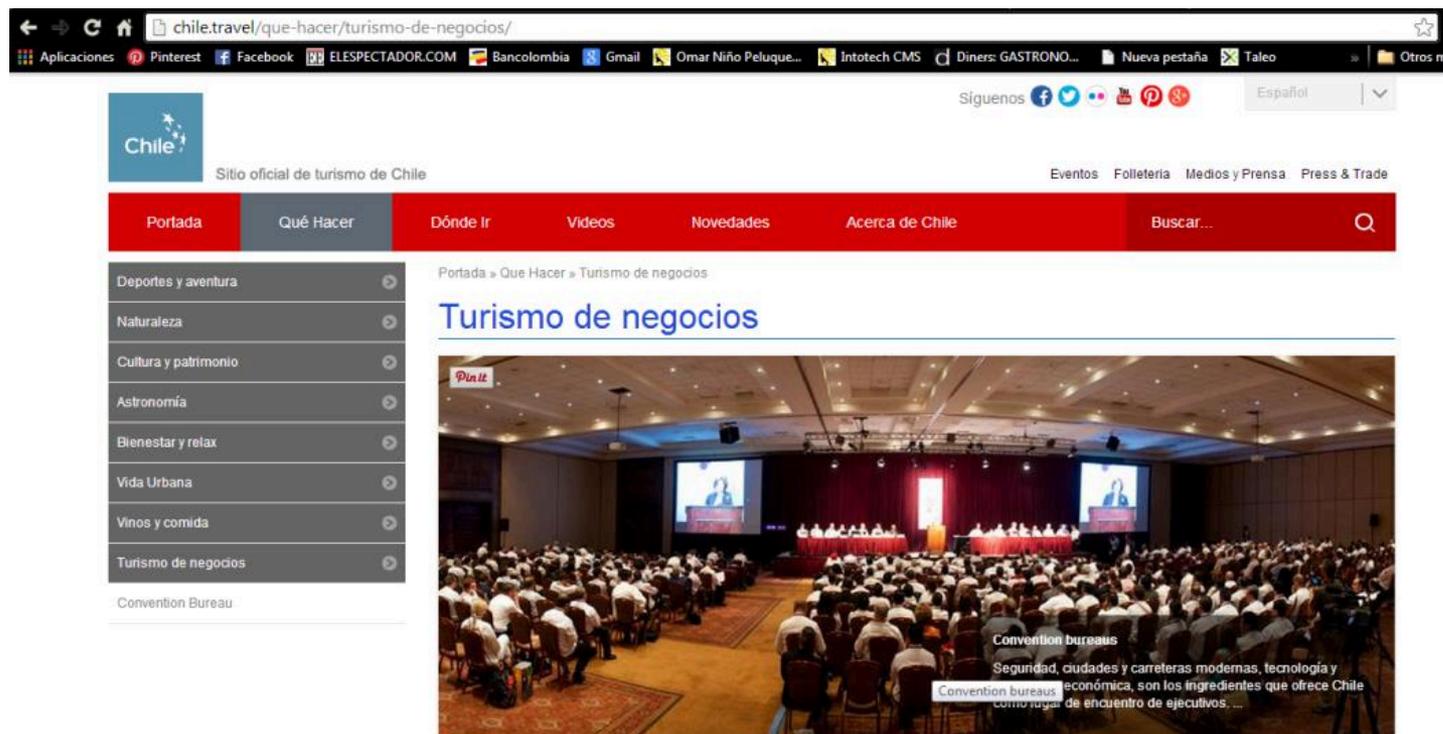


# La promoción turística del país lleva a cabo acciones transversales en temas de sostenibilidad

- Sernatur y Fedetur promueven de manera conjunta el turismo sostenible con todos los actores del turismo en el país incluyendo a los congresos, ferias y eventos.



# Chile.travel promueve desde su portal en internet el turismo de negocios



The screenshot shows the Chile.travel website interface. The browser address bar displays 'chile.travel/que-hacer/turismo-de-negocios/'. The website header includes the Chile logo and navigation links for 'Eventos', 'Folletería', 'Medios y Prensa', and 'Press & Trade'. A red navigation bar contains 'Portada', 'Qué Hacer', 'Dónde Ir', 'Videos', 'Novedades', 'Acerca de Chile', and a search bar. A sidebar on the left lists categories like 'Deportes y aventura', 'Naturaleza', 'Cultura y patrimonio', 'Astronomía', 'Bienestar y relax', 'Vida Urbana', 'Vinos y comida', and 'Turismo de negocios'. The main content area features a large image of a conference hall with the title 'Turismo de negocios' and a caption: 'Convention bureaus Seguridad, ciudades y carreteras modernas, tecnología y económica, son los ingredientes que ofrece Chile como lugar de encuentro de ejecutivos...'



- Los calendarios de acciones promocionales para el año 2015 se encuentran publicados desde octubre de 2014 para que los interesados puedan planificar con anticipación su participación en la feria.

# El programa “Embajadores para el turismo de reuniones” busca fortalecer a los empresarios de éste segmento.

- ❑ El programa “Embajadores para el turismo de reuniones”, busca generar encuentros con los diferentes Conventions Bureaus del país, donde Turismo Chile apoyó a las ciudades en fortalecimiento de los productos de turismo de reuniones y de la inclusión de la universidades locales como potenciales centros para la captación de eventos.
- ❑ Esta iniciativa que comenzó hace dos años, ha logrado que “Ciudad Jardín” en Viña de Mar ya se encuentre postulada a 5 eventos internacionales.

## ➔ PROGRAMA “EMBAJADORES” FORTALECE SEGMENTO DE TURISMO DE REUNIONES EN REGIONES

Con el objetivo de incentivar a una mayor cantidad de instituciones a ser sedes de eventos y congresos internacionales, el Programa Embajadores para el Turismo de Reuniones se encuentra desarrollando diversos encuentros en regiones, donde Turismo Chile apoyó en la ejecución del programa a los Convention Bureau de Viña del Mar, La Serena y Bío-Bío.



# Turismo MICE - Perú



# Los viajeros de negocios se proyectan con un alto crecimiento (+6,3%), éste es uno de los crecimientos más altos de los países de LATAM

## Turismo de reuniones y convenciones dejará US\$700 millones

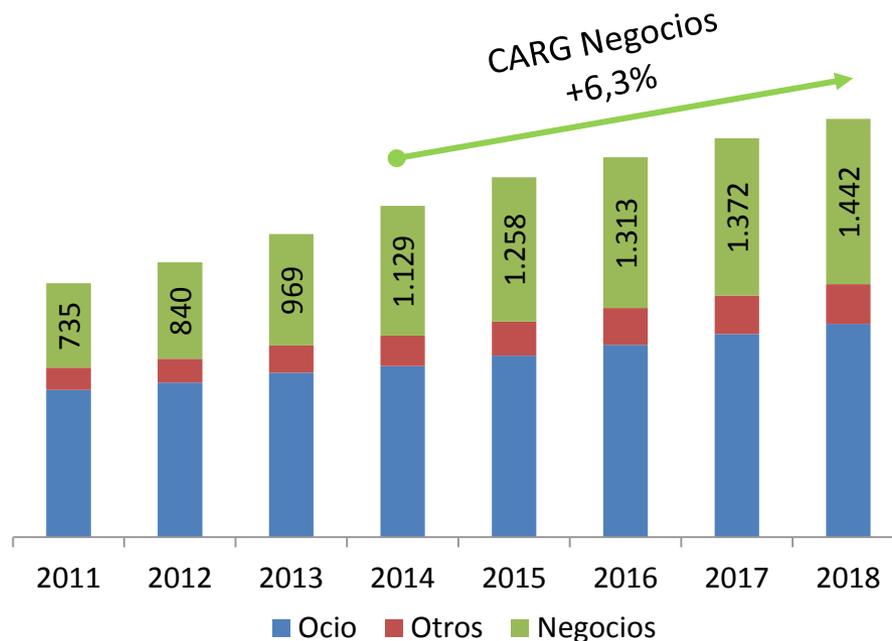
Estiman que para el 2018, solo en la capital del país se podrá albergar más de 100 de estos eventos por año

Durante el 2013, el país fue sede de 54 convenciones, con un promedio de 684 asistentes por evento. Así, solo el año pasado, el sector de **turismo de reuniones** llegó a recaudar más de US\$ 115 millones.

Se estima que el crecimiento de los viajeros de negocios será de +6,3% para el periodo 2014-2018.

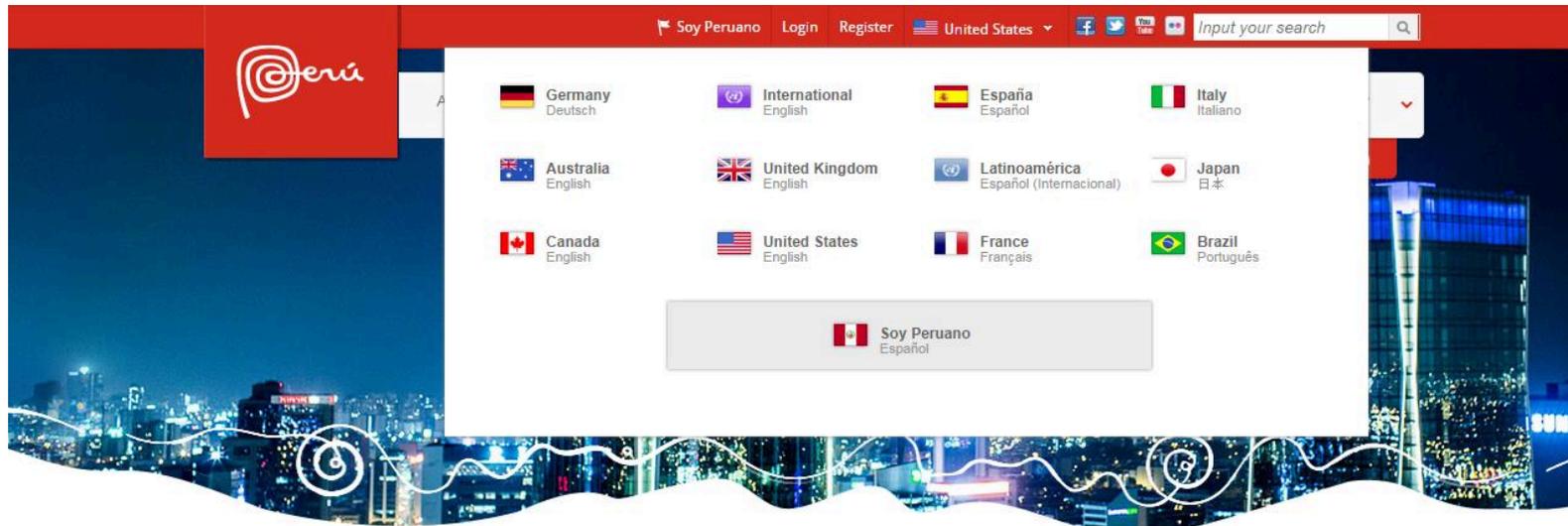
Recibe cerca de 969 mil llegadas al año por motivo de negocios una participación del 36,7%.

### Llegadas de extranjeros a Perú



# Peru.travel ofrece su portal en 13 diferentes versiones según el país del cuál se esté accediendo

- El portal ofrece la información para trece diferentes países, no se enfocan únicamente en el idioma, van más allá ofreciendo los productos afines para cada visitante según su origen.



[Home](#) > [Plan-Your-Trip](#) > Mice

## Meetings, Incentives, Conferences and Events (MICE)



### Traveler Tools

-  Community
-  Where to go?
-  What to do?

# La ciudad de Lima se fortaleza para atraer mas eventos en el 2018 y generar US\$ 700 millones.

---

- ❑ Perú recaudó en el 2013 solo en convenciones cerca de US\$115 millones, el periódico gestión.pe indica que en total incluyendo grandes eventos, congresos e incentivos se generaron alrededor de US\$500 millones.
- ❑ El país está haciendo una apuesta grande en la ciudad de Lima en donde se espera que a 2018 ésta industria deje cerca de US\$700 millones. En Lima se está construyendo de un nuevo centro de convenciones el cuál estará listo a mediados de 2015.
- ❑ La ciudad está consciente de la falta de infraestructura actual necesaria para albergar el turismo de reuniones, es por eso que para el 2018 la ciudad estría en capacidad de albergar mas de 100 eventos anuales gracias a las inversiones cercanas a los US\$ 2 mil millones en hoteles de cadenas como Swissôtel, Marriott, Hyatt, NH, Dassler, Atom, Los Delfines, entre otras, y un recinto ferial de 50 hectáreas al sur de Lima (no se ha confirmado aún el distrito) para 150 mil personas.
- ❑ **Perú cuenta con dos Bureau consolidados, el de Lima y el de Arequipa, éste último ha comenzado a incursionar en ferias como EIBTM en España.**

# Desde el portal se ofrecen directamente paquetes para diferentes lugares de Perú con algunos turoperadores

## Paquetes Turísticos para Congresos, Convenciones y Eventos 2014



### Paquetes para todo el año

Encuentra ofertas programas turísticos para tus próximos viajes a Perú.

[Ver más](#)



### Paquetes Turísticos Cumbre Mundial de Cambio Climático de las Naciones Unidas | XX Conferencia de las Partes (COP 20)

Encuentra ofertas programas turísticos para tus próximos viajes a Perú.

[Ver más](#)



### Paquetes Turísticos Encuentro Empresarial Andino

Encuentra ofertas programas turísticos para tus próximos viajes a Perú.

[Ver más](#)



### Paquetes Turísticos WTTC Americas Summit 2014

Encuentra ofertas programas turísticos para tus próximos viajes a Perú.

[Ver más](#)

## Paquetes Turísticos para Congresos, Convenciones y eventos

Juntas de Gobernadores BM/FMI - 2015



### Paracas y Líneas de Nasca



[Ver video - Ica, entre el desierto y el mar.](#)

2 días 1 noche	Solmartour
4 días 3 noches	Tucano Perú
2 días 1 noche	Tucano Perú
3 días 2 noches	Tucano Perú

### Trujillo y Chiclayo



[Ver video - Ruta Moche en el Norte del Perú](#)

4 días 3 noches	Solmartour
-----------------	------------

- El portal ofrece la información de opciones turísticas en varias ciudades del país, con diferentes turoperadores.

# De igual forma el portal muestra la lista de los venues no tradicionales recomendados para realizar eventos en cada ciudad

- Perú hace uso de sus lugares ancestrales para realizar eventos únicos en la región que se arraigan a sus tradiciones y raíces.

## Datos generales

Propuesta de sitios monumentales para realizar eventos

Región	Sitio
Lima	Huaca Pucllana
Lima	Huaca Huallamarca
Lima	Fundo Odría
Lima	Pachacamac
Trujillo	Huaca del Sol
Trujillo	Huaca de la Luna
Trujillo	Huaca "El Brujo"
Arequipa	Convento de Santa Catalina
Arequipa	Catedral
Cusco	Explanada de Sacsayhuamán
Cusco	Machu Picchu



## Algunos eventos programados para el 2015

---



Lima, del 18 al 20 de Mayo

Congreso Internacional de Prospectores y Exploradores Pro Explo 2015 Perú



South American Hotel & Tourism  
Investment Conference  
2015 Perú



FIEXPO LATINOAMÉRICA  
PERÚ 2015



EXPOALIMENTARIA  
Perú 2015 Feria Alimentos Lima

# Turismo MICE - Argentina



# El turismo de reuniones genera cerca de US\$ 2000 millones al año (\$18 mil millones de pesos argentinos)

NEGOCIOS

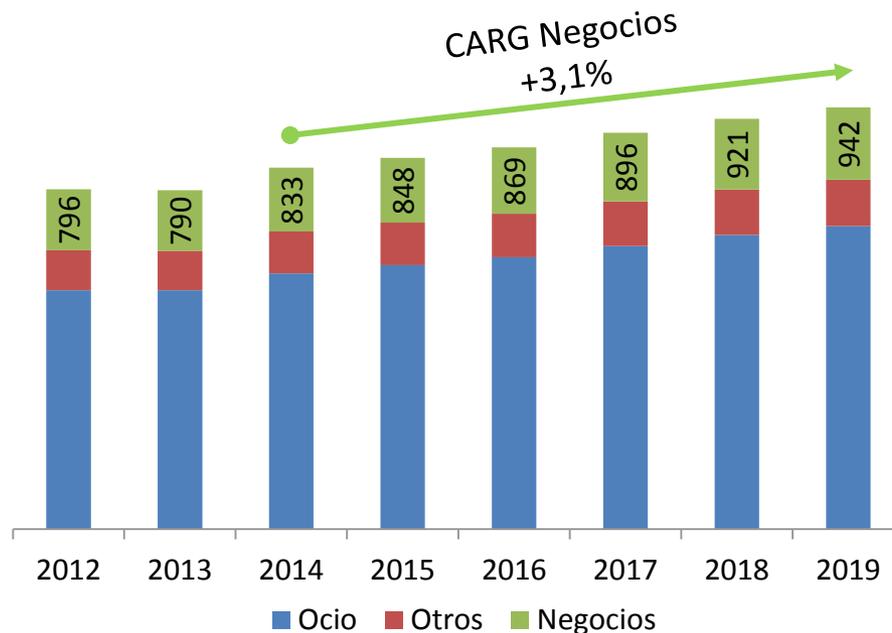
## El turismo de reuniones reportó ingresos por \$18 mil millones a Argentina\*

19 junio, 2014 | 5:30 am por redaccion

Se estima que el crecimiento de los viajeros de negocios será de +3,1% para el periodo 2014-2019.

Recibe cerca de 969 mil llegadas al año por motivo de negocios una participación del 17,8%.

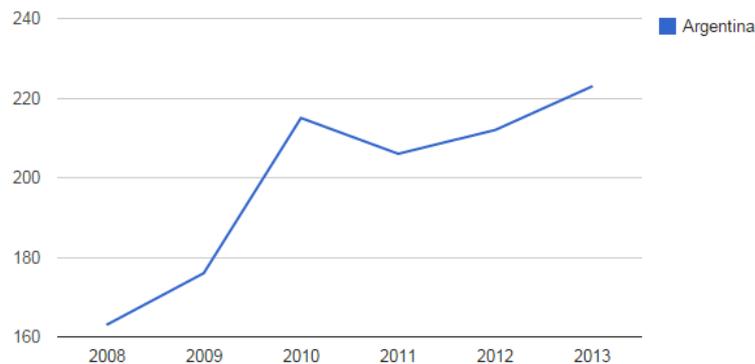
### Llegadas de extranjeros a Argentina



# Argentina ha trabajado para hacer del país un referente para la realización de eventos, en 2013 ocuparon el puesto 17 en el ranking mundial ICCA.

- Según datos oficiales, en el 2013 se identificaron 4.203 congresos y convenciones, 505 ferias y exposiciones y 166 eventos deportivos internacionales en todo el país, cerca del 10% de los asistentes a estos eventos fueron turistas extranjeros.
- Gracias al Plan de Marketing Estratégico de Turismo de Reuniones implementado por el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) a partir del 2008, Argentina logró un posicionamiento internacional que la ubica en el puesto 17º del ranking mundial de países sedes, con 223 eventos internacionales en el 2013.

Número de reuniones 2008-2013



Fuente: ICCA World

Número de reuniones 2008-2013  
*por ciudad*

Destination	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Buenos Aires	102	106	129	105	107	113
Cordoba	5	11	14	15	19	19
Mendoza	4	6	4	17	7	14
La Plata	3	1	6	7	11	10
Bariloche	2	4	5	4	5	6

# Observatorio Económico de Turismo de Reuniones en Argentina

*Uno de los mayores obstáculos para el desarrollo de la industria de las reuniones es la incapacidad de gestionar lo que no se mide.*

*Jesus María Gómez – Presidente MPI capítulo español*

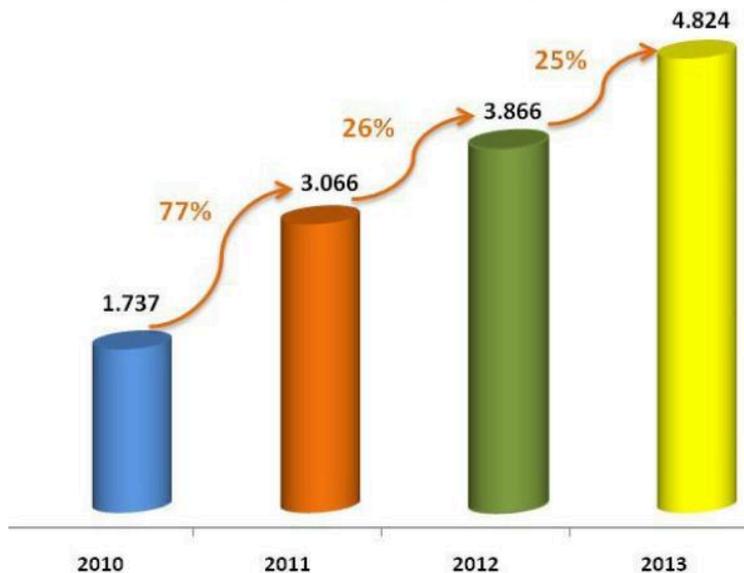
- En febrero de 2010, Inprotur, la Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones y Congresos (AOCA) y la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA **firmaron un acuerdo marco para desarrollar el primer Observatorio Económico de Turismo de Reuniones.**
- El objetivo principal del observatorio es monitorear permanente los principales indicadores del segmento del turismo de reuniones en el país, mediante la recolección, procesamiento y análisis de información estadística sobre la oferta y demanda del segmento y su incidencia económica.



## En 2013 se identificaron 4824 reuniones, en las cuales el 70% de los asistentes viaja solo seguido por el 16% que viaja con un acompañante.

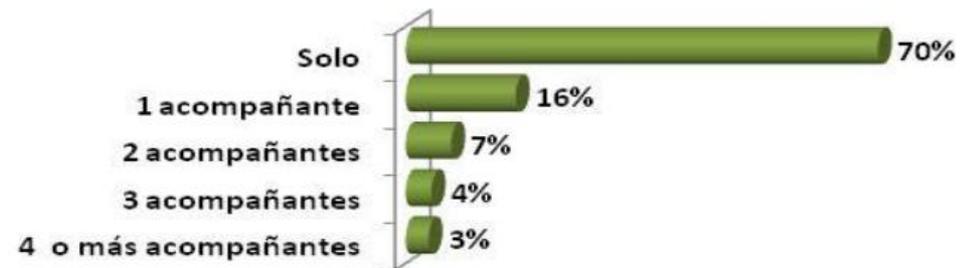
- El turismo de reuniones tiene una amplia capacidad para movilizar millones de personas y es motor en los flujos de divisas. Éste segmento del mercado turístico es el compromete mayores niveles de gasto por parte de los turistas.

Número de reuniones identificadas 2010-2013



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones en Argentina

Tamaño del grupo familiar que acompaña al visitante del evento 2013



Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones en Argentina

# Existen 6 regiones turísticas en donde se promueve el turismo de reuniones

- Hoy Argentina cuenta, en sus 6 regiones turísticas, con 44 destinos aptos para la realización de eventos internacionales, 26 Convention & Visitors Bureaux, y el acompañamiento del sector público.

MICE

Argentina, un destino a tu medida.



Características Generales

Conectividad

Argentina como destino de turismo de reuniones

Un destino con un sistema de calidad turística

Descargar Espacios para eventos

Eventos en Buenos Aires

Eventos en Cordoba

Eventos en el Litoral

Eventos en Cuyo

Eventos en el Norte

Eventos en Patagonia

# En 2013 por primera vez 4 ciudades argentinas se posicionan en el ranking de ICCA

- El crecimiento del segmento posiciona también a la ciudad de Buenos Aires como la primera del continente americano sede de eventos internacionales
- Por primera vez cuatro ciudades argentinas se posicionan en el ranking ICCA con más de 5 congresos internacionales: Mar del Plata y Córdoba, en el puesto 231º con 7 eventos registrados en cada destino y, Mendoza, en el puesto 260º con 6 congresos internacionales.



Mar del Plata



Córdoba



Mendoza

# Argentina busca consolidar su posicionamiento internacional

- Desde junio de 2011 Argentina anunció que iniciaría una fuerte campaña de promoción en el mercado de los Estados Unidos, presentando su oferta para el turismo de reuniones, congresos e incentivos.

**“Con el país ya ubicado en el puesto número 18 del ranking mundial de este segmento, ahora queremos penetrar en el Perfil del Mercado del mercado de Estados Unidos donde buscaremos atraer el turismo corporativo, de incentivos y de reuniones y congresos en general”**

*Secretario Ejecutivo del Instituto de Promoción Turística (INPROTUR), Leonardo Boto.*



# Aspectos a desarrollar



# ¿Qué debe desarrollar un destino?

---

- Se deben realizar **mas conversaciones acerca del desarrollo de la marca** y disminuir los debates sobre los costos.

*El marketing es el arte de crear marcas; si no eres una marca, eres un producto sin mas ni mas, en cuyo caso el precio lo decide todo.*

*Philip Kotler*

- Los destinos de turismo de reuniones se han acostumbrado a vender su ciudad por medio de cifras (habitaciones, número de recintos, cantidad de centros de convenciones, frecuencias aéreas, restaurantes y aerolíneas) que a pesar de ser importantes no son **tan valiosas ni únicas como antes**. Es preferible ser convincente frente al destino que se representa.
- Definir el papel en la cadena de valor**, es necesario crear una oferta común de valores de marca entre las OMD, Cámaras de Comercio, agencias, centros de congresos, etc.
- Actos 3.0:** Mas interacción, nuevos formatos, creación conjunta, mayor participación, más posibilidades de hacer contactos.

# Desarrollo de marcas

---

- ❑ Un gran error de los destinos es “jugar a los costos”, para desarrollar una marca, el precio no puede ser un valor diferencial.
- ❑ **Se requiere en especial que los destinos figuren en los primeros puestos de las clasificaciones como ICCA o UIA.**
- ❑ Otros índices que puedes ser relevantes:
  - ❑ Global Innovation Index
  - ❑ Ease of Doing Business
  - ❑ Country Brand Index
  - ❑ Clasificación de competitividad de los países del Foro Económico Mundial
- ❑ Se deben incluir en las negociaciones con los clientes **el argumento del “valor económico”**, destacando las ventajas que tiene la asociación al escoger a Colombia como destino: ¿más participantes, acceso más fácil al patrocinio, más seguridad económica, mayor diversidad?

# Fuentes de información

---

- ▣ OMT: Informe global sobre la industria de reuniones
- ▣ Revistas:
  - ▣ Másexpos Congresos & Convenciones
  - ▣ Latin American Meetings Colombia
  - ▣ Punto MICE
  - ▣ Convenciones
- ▣ Blogs & páginas web
  - ▣ <http://www.gebta.es/>
  - ▣ <http://www.mpiweb.org/Home>
  - ▣ <http://www.hosteltur.com/>
  - ▣ <http://www.tendencias21.net/>
  - ▣ <http://edition.cnn.com/specials/travel/business-traveller>
  - ▣ <http://www.pcma.org/>
  - ▣ <http://www.successfulmeetings.com/>
  - ▣ <http://www.phocuswright.com/>
  - ▣ <http://meetingsnet.com/>



## Casos de éxito en la industria



# Singapur



# Caso de éxito: Singapur

---

- Con base en las clasificaciones de la Union of International Associations (UIA), por sexto año consecutivo ocupa el primer lugar como ciudad para la celebración de reuniones.

## 1. Singularidad

Sin duda es uno de los destinos con mayor calidad en su infraestructura, sin embargo es la experiencia lo que la hace única.

Uno de los tres centros de convenciones el “*Max Atria @ Singapore Expo*” se enfocó en **crear un sistema de wifi gratuito y personalizable** que permitiera a los asistentes contar con una conexión de red ininterrumpida y de excelente calidad en todos los lugares del recinto.



# Caso de éxito: Singapur

---

## 2. Soluciones

El centro Sands de exposiciones y congresos de *Marina Bay Sands*, creó una aplicación móvil que se adapta fácilmente a los eventos que se realicen en el recinto.

Es común que los eventos desarrollen una aplicación propia, pero es una solución costosa, *Marina Bay* soluciona este inconveniente con su aplicación propia.

## 3. Sostenibilidad

En julio de 2013, se realizó uno de los primeros eventos con *cero papel* a través de soluciones móviles se les presentó a los asistentes toda la información necesaria del evento, evitando la producción de papel para más de 900 invitados.



Viena



Barcelo



# Caso de éxito: Barcelona y Viena

---

- Dos destacados destinos fortalecen su posicionamiento en conjunto mediante campañas de promoción en donde ofrecen una propuesta de valor unificada.

Competidores  Socios

- La idea comenzó cuando decidieron Cataluña y Austria ir por primera vez a la feria en China CBITM, en donde ambos compartieron el stand ahorrando costos y tiempo para los consumidores ya que podían conocer dos destinos en un mismo stand.
- Debido a su éxito Barcelona y Viena decidieron seguir adelante con su estrategia en conjunto y comenzar a mostrar su marca en EEUU.
- Luego se enfocaron en el mercado Asiático, en donde ya han realizado presentaciones en conjunto en India.
- Su ultima nueva idea fue promocionarse en conjunto frente a las asociaciones, presentando licitaciones comunes, ejercicio que vienen realizando desde el 2012.

MERCI THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER  
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO  
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH  
MERCI THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER  
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO  
DANKE 감사합니다  
MERCI THANK YOU  
ありがとう MERCI  
DANKE 감사합니다  
MERCI THANK YOU  
L GRACIAS R  
DANKE СПАСИБО  
谢谢 TEŞEKKÜRLER  
MERCI OBRIGADO  
DANKE СПАСИБО  
谢谢 TEŞEKKÜRLER  
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO  
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH  
MERCI THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER  
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO  
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



MINCOMERCIO  
INDUSTRIA Y TURISMO



**TODOS POR UN  
NUEVO PAÍS**  
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN