

**TENDENCIAS EN LA ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS INTERNACIONALES**

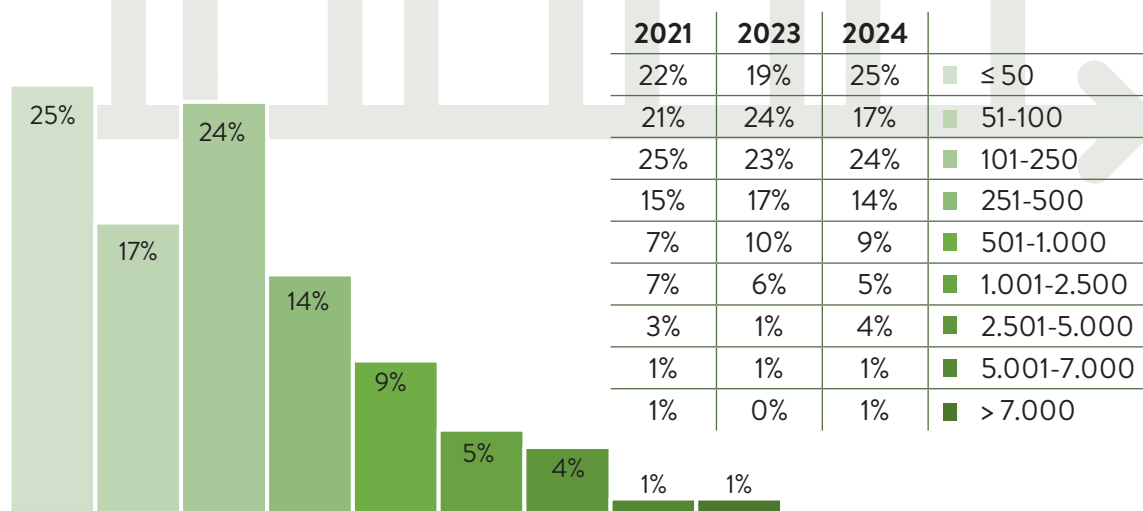
La Unión Internacional de Asociaciones (UIA) analizó las principales problemáticas vinculadas a las grandes operaciones entrevistando a 25.000 asociaciones ubicadas en 50 países

¿Su organización celebra uno o más congresos internacionales?



2021	2023	2024	
99%	99%	99%	■ Sí
1%	1%	1%	■ No

¿Cuántos delegados (excluyendo acompañantes y personal) asisten habitualmente a su principal congreso internacional?



Mirando hacia el futuro: ¿espera que los formatos *online* / híbridos sigan formando parte de sus operaciones para sus principales congresos/jornadas/sesiones de formación?



2021	2023	2024	
73%	57%	61%	■ Sí
12%	28%	31%	■ No
15%	15%	7%	■ No sabe

¿Son los desafíos tecnológicos un problema?

2021	2023	2024	
N/A	11%	16%	■ Sí, tenemos dificultades para encontrar la plataforma / servicio
28%	19%	18%	■ Sí, tenemos dificultades con la velocidad / calidad de Internet
4%	4%	2%	■ Sí, tenemos dificultades con la calidad del teléfono / VOIP
8%	5%	7%	■ Sí, tenemos dificultades con los requisitos de <i>hardware</i>
58%	55%	49%	■ No, no hemos encontrado muchos problemas con la tecnología
3%	6%	8%	■ No sabe

La inteligencia artificial (IA) forma ya parte de la organización de sus congresos?

¿Está su organización haciendo uso de soluciones de IA relacionadas con la automatización de tareas como el registro y la venta de entradas; análisis de datos para identificar tendencias y patrones; mejora en la toma de decisiones sobre la logística y el *marketing* de eventos, etc. ?

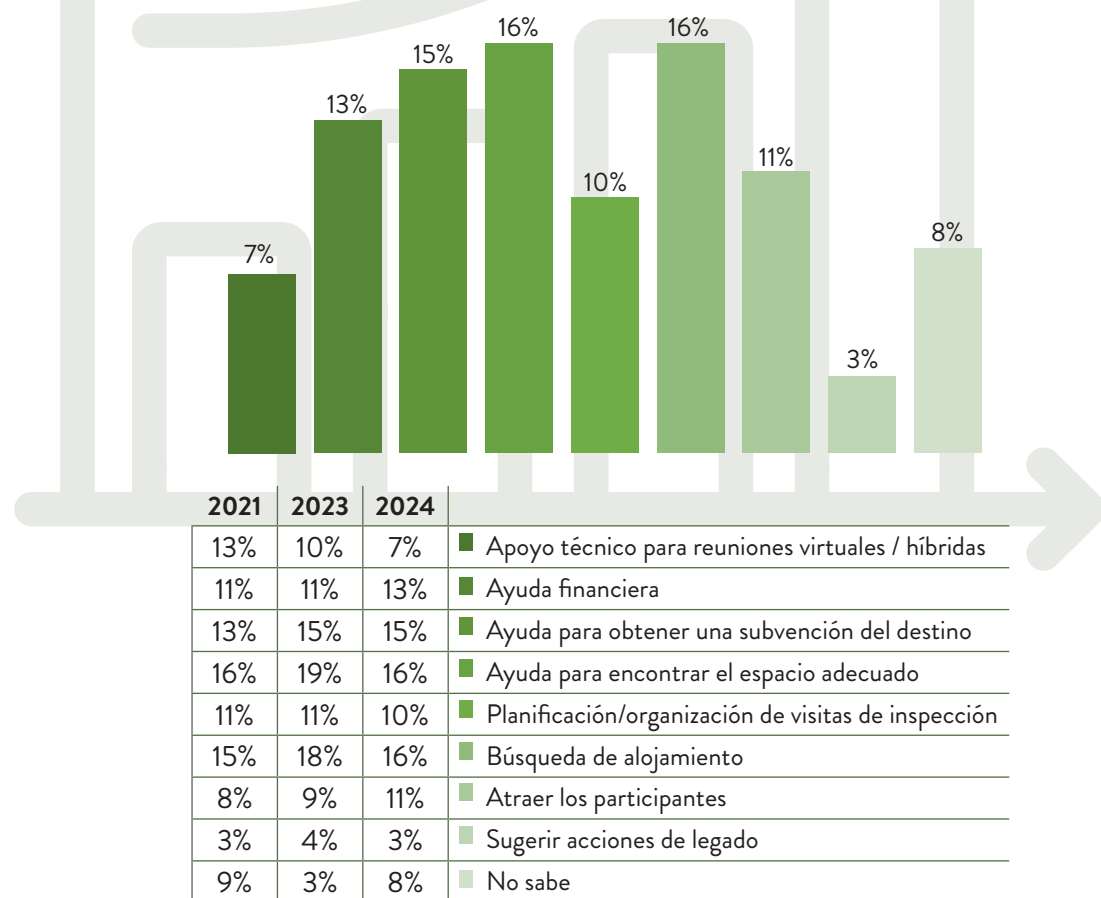


59%	■ Sí
17%	■ No
24%	■ No sabe

**¿Ha consultado a un Convention and Visitors Bureau (CVB) / Oficina de Convenciones y Visitantes (municipal, regional o nacional) durante los últimos cinco años?**

2021	2023	2024	
38%	36%	34%	No, no estamos familiarizados
11%	9%	10%	Sabemos qué servicios ofrece un CVB, pero nunca hemos consultado uno
13%	11%	14%	Hemos consultado en los últimos cinco años
7%	8%	7%	Es probable que consultemos en el futuro
5%	4%	3%	Sí, para preparar un presupuesto
4%	5%	7%	Sí, para preparar una propuesta de oferta
9%	12%	11%	Sí, para encontrar proveedores o espacios
5%	6%	7%	Sí, hemos recibido ayuda financiera
2%	1%	1%	Sí, hemos recibido apoyo técnico
6%	6%	6%	No lo sé

**¿Qué servicios gratuitos esperaría de un CVB / Oficina de Convenciones y Visitantes (municipal, regional o nacional)?**



**¿Qué aspectos considera más relevantes a la hora de elegir sede?**

- En cuanto a instalaciones y tecnología:**
  - 1º Tamaño, número y tipos de configuración de las salas de reunión
  - 2º Tamaño del lugar y número de salas
  - 3º Capacidad y calidad del lugar
  - 4º Señalización y asistencia: planos de planta y ayuda para encontrar las salas
  - 5º Espacio para sesiones de *networking*, restaurante y zonas de descanso cerca de las salas de reuniones
  - 6º Servicios audiovisuales
  - 7º *Wi-Fi*, Internet, posibilidad de organizar sesiones híbridas/videoconferencias
  - 8º Cabinas de interpretación
  - 9º Espacio para el cuidado de los niños
  - 10º Cuestiones medioambientales y de sostenibilidad
  - 11º Seguridad
  - 12º Accesibilidad para personas discapacitadas en todas las áreas del lugar de celebración
- En cuanto a alojamiento y logística:**
  - 1º Hoteles cercanos/opciones de alojamiento a poca distancia del lugar de celebración
  - 2º Lugar de celebración accesible mediante transporte público
- En cuanto a servicio y asistencia:**
  - 1º Óptima experiencia del cliente
  - 2º Capacidad de respuesta del personal
- En cuanto a cuestiones financieras:**
  - 1º Coste del lugar de celebración
  - 2º Subvenciones de la ciudad anfitriona
  - 3º Tarifas asequibles tanto en cuanto a la sede como a las opciones de alojamiento para los asistentes
  - 4º Políticas de deserción/cancelación/cambio de fechas
- En cuanto a *catering*:**
  - 1º Flexibilidad de opciones
  - 2º Opciones de dietas especiales y vegetarianas
  - 3º Restaurantes cercanos

*“Si nos desplazamos una vez, es mejor organizar varias reuniones en la misma semana para evitar viajar demasiado por razones económicas y medioambientales”*

## ¿Qué tres factores considera críticos a la hora decidir un desplazamiento a un congreso?

- 1° Problemas de **visado** o acceso sin visado
- 2° **Logística**: facilidad para planificar/reservar el viaje
- 3° **Gastos**: relación calidad-precio
- 4° **Salud/seguridad**: preocupación por enfermedades/pandemias, requisitos de vacunación; situación geopolítica; guerras y terrorismo
- 5° **Duración y calendario**: varias respuestas plantearon preocupaciones sobre las apretadas agendas de las personas, lo que ejerce presión tanto sobre la logística del viaje como sobre la justificación para asistir al evento. ¿Cuánto dura el viaje? ¿Cómo de complicadas son las conexiones?
- 6° **Contenido de la reunión**: ¿se obtienen beneficios tangibles por asistir? ¿Hay suficiente tiempo y espacio para hacer contactos?
- 7° Modos de **transporte**: posibilidad de asistir mediante ferrocarril/trenes en lugar de avión; transporte público en el destino; uso de vehículos personales.
- 8° **Preocupaciones medioambientales**: preferencia por un transporte más ecológico que el avión; posibilidad de compensar las emisiones de CO<sub>2</sub>; huella de carbono del congreso; políticas de sostenibilidad asociadas.

## ¿Qué avances positivos se han producido en los últimos años en las actividades de su asociación o de sus congresos?

- 1° Los encuestados apuntaron un notable aumento en la participación cuando se ofrecen opciones *online*, que incluyen ponencias y sesiones de presentación de pósteres grabadas.
- 2° Varios encuestados observaron una clara tendencia de los participantes a querer reunirse en persona.
- 3° Varios responsables de asociaciones mencionaron avances positivos en la arquitectura y planificación de congresos de la mano de los avances tecnológicos y la necesidad de incorporar nuevas herramientas de comunicación e información. Estos beneficios incluyeron una reducción del tiempo dedicado a tareas tradicionales y un descenso de los costes.
- 4° Los encuestados percibieron más comodidad entre los miembros de cara a la tecnología actual, lo que está permitiendo nuevas formas más efectivas y eficientes de reunirse, planificar y trabajar juntos.
- 5° Algunas personas mencionaron que la estrategia de “hacerlo uno mismo” para utilizar alguna tecnología actual no siempre era exitosa y que el coste de los servicios profesionales era prohibitivo.

“Aunque la tecnología permite la participación en línea en los eventos, los delegados informan que prefieren asistir en persona”

“Sería genial contar con equipos disponibles de forma gratuita en lugar de cobrar por cada uso mínimo de un artículo”

“Los congresos de asociaciones internacionales deben estar precedidos por una comunicación interna muy intensa entre los miembros de la asociación, lo que garantizará al menos la mitad del éxito”

“En términos de IA, nuestro organizador de congresos ha utilizado un *chatbot* en la web para ayudar a responder preguntas básicas”

## Comentarios recurrentes sobre los congresos internacionales

1. Reunirse en persona es importante, pero también debería ser posible asistir *online*.
2. El principal desafío es lograr que los miembros de las asociaciones participen en las operaciones. Conseguir que nuevas personas asistan, ya sea compartiendo espacio o en lugar de un grupo cada vez más envejecido de delegados, es el principal desafío y no los problemas relacionados con la organización.
3. Elegir una fecha es complicado: tiene que adaptarse al año académico, pero lamentablemente coincide con eventos importantes en el destino, lo que aumenta los costes de alojamiento.
4. Es necesaria más conciencia para minimizar la huella de carbono en los viajes internacionales.
5. Es importante que las OPCs brinden información práctica sobre visados, documentos de viaje y leyes de tránsito locales.
6. Las asociaciones estiman que es necesario conceder muchas subvenciones para contribuir a la asistencia a congresos internacionales.
7. Los congresos internacionales siguen siendo una prioridad muy alta, pero es cada vez más difícil organizarlos.
8. Es importante contar con un comité organizador local que esté en estrecho contacto con la sociedad responsable del congreso.
9. El tamaño de los departamentos de operaciones es tan pequeño que es muy difícil acceder a los beneficios de entidades como los CVB.
10. Las asociaciones necesitan información basada en datos: los análisis impulsados por IA brindan información valiosa sobre la participación de los asistentes, los niveles de satisfacción y las áreas de mejora. Este enfoque basado en datos ayuda a optimizar las reuniones futuras y mejorar la experiencia general de los asistentes.

“

Curiosamente, esta edición hemos recibido una cantidad récord de inscripciones en un país que no es barato, por lo que los grandes congresos todavía son percibidos claramente de manera positiva independientemente de los posibles impactos medioambientales y la reducción de la financiación. Los desplazamientos en general han disminuido, pero la gente está seleccionando grandes acciones que les permitan hacer *networking* y/o participar en eventos sobre temas específicos”

“Estamos tratando de aumentar los congresos regionales (continentales) para permitir que más personas participen”

“

Ha ayudado a motivar los viajes y la participación el hecho de compartir todas las atracciones del destino. Esto incluye atracciones/ofertas históricas, culturales y turísticas”

“

Nuestras ciudades o países anfitriones son responsables de planificar el lugar de celebración, por lo que no tenemos necesidad de consultar a un CVB”



“Estamos considerando cada vez más las sinergias con otras asociaciones para reducir costes

”

“

Es importante considerar que cada vez se requiere más trabajo de preparación y confirmación de la viabilidad de la participación extranjera, así como diseñar un buen programa. Sin embargo, hemos tenido que invertir más energía y tiempo en convencer a los miembros de la importancia de asistir a nuestros eventos”



“El negocio ya está descaradamente enfocado al aspecto turístico más que al interés científico. El mayor público objetivo de los congresos está en los estudiantes (lo que significa que tendrían que ser baratos)

”



GRUPO  
PUNTO MICE



PUNTO MICE

Revista trimestral, *web* y redes sociales.  
37.000 profesionales nos leen en España, Argentina, Chile, Colombia, México y Perú

[www.puntomice.com](http://www.puntomice.com)

PUNTO DMC

Directorio anual de agencias receptoras (DMCs) hispanohablantes presentadas por continentes y países

[www.puntodmc.com](http://www.puntodmc.com)



CONGRESOS



Revista semestral destinada a responsables de sociedades científico-médicas, asociaciones profesionales, secretarías técnicas y organizadores profesionales de congresos (OPCs)

[www.revistacongresos.com](http://www.revistacongresos.com)

WEBINARS MICE

Cursos y presentaciones *online* destinados a los agentes de viajes especializados



Somos *media partner* de

