

Estudio anual de mercado: La recuperación del mercado de reuniones y eventos se consolida

Las empresas anuncian un crecimiento del 3,8% de los presupuestos destinados a eventos y las agencias prevén aumentar sus plantillas un 10,1% en 2018. Se vuelve a un mercado de vendedores en el que los proveedores prevén un aumento de tarifas del 5,6%. Apps más estratégicas, biometría, viralización, datos y branded content son algunas de las tendencias para 2018 que confirmará el valor cada vez más estratégico de los eventos. Se presentó el estudio ayer en la Universitat de Barcelona

El 2018 se anuncia como una consolidación de la recuperación en el sector meetings & events. Los clientes anuncian presupuestos en alza de un 3,8% para este año, con algunos destacando la posibilidad de aumentarlos a lo largo del año si la economía sigue positiva (la noción de presupuesto cerrado para el año es una noción cada vez menos relevante en un mundo en permanente cambio). Sube el empleo también; de hecho las agencias de eventos prevén aumentar sus plantillas un 10,1%, confirmando que la época de reducciones de plantilla está claramente detrás. De hecho, incluso la lucha por atraer y conservar el talento es una nueva clave de esta industria: formación, remuneración, planes de carrera tendrán que estar en las agendas de las agencias más que en los últimos años.

Se confirma también la reorientación hacia un mercado de vendedores, tras años en los cuales el cliente tenía el poder. Los tiempos de organización se alargan puesto que la disponibilidad de espacios se reduce, e incluso los proveedores (hoteles, salas, catering, audiovisuales etc.) prevén subir sus precios un 5,6%. Se consolida por tanto un reequilibraje del sector, con empleados y proveedores recuperando un poco de poder y de margen frente a las empresas y los compradores.

A nivel de eventos, el tema central del estudio de Grupo eventoplus es la evolución hacia una visión mucho más estratégica de los eventos. Los clientes piden eventos que no sean meros momentos de comunicación, motivación, formación a un público ubicado en una sala. Captar datos, adquirir conocimientos del público, generar contenidos que se difundirán después, viralizar el evento etc. todo esto confirma el evento como una acción completa, potente, que traspasa los límites de la sala y del día D para ser una plataforma completa que aporta un valor estratégico mucho mayor a la empresa o asociación.

El estudio analiza las tendencias más consolidadas en el sector, y aquellas de las que se empieza a hablar, como es el caso de la biometría y la medición de las emociones, apps más estratégicas que incorporarán inteligencia artificial y realidad aumentada, realidad mixta (RM), y la 'festivización' de los eventos.

Acerca de Grupo eventoplus

Desde el año 2000, Grupo eventoplus informa y conecta a los profesionales, empujando el desarrollo del mercado de eventos, reuniones e incentivos en España. Siempre muy cerca de los profesionales,

les ofrecemos plataformas y soluciones: el primer portal de eventos en España (eventoplus.com); la revista de referencia (eventos Magazine); los Premios que dan reconocimiento a los mejores eventos (Premios eventoplus); ferias y conferencias innovadoras (Meeting and Incentive Summit, evento Days y Barcelona Event Day); y la comunidad de profesionales (Club eventoplus). Además Grupo eventoplus es el editor de IBTM World Show Daily, medio oficial de la mayor feria MICE del mercado Europeo, y de FITUR Daily, medio oficial de la mayor feria de turismo de España.

Acerca del Estudio de mercado 2018

El estudio de mercado realizado anualmente por Grupo eventoplus es el único de sus características que analiza el mercado español de reuniones y eventos. Para su elaboración se han realizado cuatro encuestas correspondientes a cuatro segmentos del universo del estudio: grandes empresas, agencias de eventos y de comunicación, agencias de incentivos y DMC, OPC, y proveedores de servicios. Con una muestra de más de 400 profesionales con un alto poder de decisión y conocimiento del sector, el estudio está basado también en sondeos cualitativos y en varias comidas realizadas en Madrid y Barcelona con profesionales y empresas. Se presentó por primera vez en el nuevo Cartuja Center de Sevilla, ayer en Barcelona en la Universitat de Barcelona y próximamente:

Madrid: 9 de marzo, MEEU

Tarragona: 16 de marzo, Casa Joan Meret

Valencia: Fechas a confirmar

Para la asistencia a esta presentación, contactar con ellos:

Lynn Wong

directora de Comunicación y eventos

lw@eventoplus.com

+34 93 272 0927

Datos de contacto:

Lynn Wong

932720927

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Nacional](#) [Finanzas](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [Cataluña](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>