

Cuánto vale el mercado global de la industria de reuniones y adónde se dirige

Por staff de redacción IBTM Americas.

Definitivamente el año 2023 ha representado un despegue para la industria de reuniones, una vez que los efectos de la pandemia disminuyeron, y los organizadores, participantes, proveedores y todos los profesionales del sector empezaron a diseñar nuevas fórmulas de negocio y aprovechar lo que aprendieron y aplicaron a marchas forzadas para sobrevivir, combinándolo con el conocimiento tradicional.

El panorama luce atractivo y los cálculos son alentadores. Hay expertos que pronostican¹ que para el año 2031 el mercado mundial de eventos corporativos (los cuales involucran a un profesional y a una entidad corporativa en un lugar y hora predeterminados) tendrá un valor de USD \$ 1,095.900 millones, registrando una tasa compuesta anual del 10.5%, a partir del año 2021, cuando el valor se calculó en USD 286.309 millones.

El mercado mundial de eventos corporativos está segmentado por tipo de evento, de plataforma, industria y región. Por tipo de evento, el mercado se clasifica en conferencias/seminarios, ferias/exposiciones comerciales, programas de incentivos, reuniones de empresa y otros. Según el tipo de plataforma, se fragmenta en evento físico, evento virtual y evento híbrido.

Atendiendo al factor de la industria, se divide en servicios financieros (banca y seguros), tecnologías de la información, bienes raíces e infraestructura, automotriz y otros. En cuanto a las regiones, el mercado se ha dividido en América del Norte, que comprende a los EE. UU., Canadá y México; Europa, cuyos principales jugadores son Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, España, Rusia y Países Bajos; Asia-Pacífico, en donde destacan Japón, China, Australia, India, Corea del Sur, Tailandia y Singapur.

Independientemente de la especialidad de un evento, lo cierto es que los avances tecnológicos juegan un papel relevante en la industria de reuniones. Por ejemplo, las conferencias y seminarios se han transformado con la introducción y el uso la última tecnología; seguramente tenemos en la memoria cuando los organizadores de eventos solicitaban un retroproyector para ilustrar las presentaciones. Ahora, la conectividad inalámbrica permite mostrar presentaciones dinámicas, con audio y video en vivo, que se han vuelto indispensables para el crecimiento y la productividad de las organizaciones de todo el mundo.

Sin embargo, tampoco se puede dejar de lado que la dinámica de los eventos, a partir de la pandemia, tuvo que adaptarse a nuevas condiciones y a desarrollar nuevos formatos, dentro de los que destacan precisamente el híbrido, que ya mencionamos. Es tal su importancia que, según Harvard Business Review, alrededor del 50% de los asistentes a eventos corporativos han aceptado que el esquema híbrido será el ideal para organizar y asistir a eventos, ahora, y en el futuro.

Platinum Sponsor



<https://n9.d/ry0uo9>

POSADAS.

Official Hotel



Strategic Partners



Built by



In the business of building businesses



De hecho, se calcula que, globalmente, más del 50% de las empresas incrementaron sus eventos híbridos desde el 2021, y se espera que haya un aumento en el uso de tecnologías como la Inteligencia Artificial (IA), la Realidad Aumentada (AR) y la Realidad Virtual (VR), que impulsarán la demanda de eventos virtuales e híbridos.

Igualmente, se espera que aumentará la cantidad de eventos tradicionales, como seminarios, ferias comerciales, exhibiciones, programas de incentivos y exposiciones comerciales, pero se impulsarán eventos de formatos innovadores, como conferencias silenciosas, almuerzos en clubes y eventos basados en proyectos. Además, la mayor competencia en el mercado de servicios de eventos como resultado de la presencia de un gran número de competidores, contribuirá notablemente al crecimiento del sector.

¿Qué más puede haber en el mercado de la industria de reuniones? La respuesta seguramente la encontrarás en [IBTM Americas](#), donde los principales actores del sector tendrán un encuentro de negocios para intercambiarán prácticas profesionales y actualizarse en cuanto a lo que ofrece la proveeduría de servicios, productos y tecnología.



Platinum Sponsor



Official Hotel



Strategic Partners



Built by



In the business of building businesses