



[Marketing y Publicidad](#)

[Grupo Eventoplus: Sondeo: prudencia sin pánico para el 2009](#)

[12-12-08 · Las celebraciones de empresa e incentivos aparecen como los eventos más afectados por la situación económica.](#)

[Lluís Bassat: "¿Cómo será la publicidad del futuro?"](#)

[05-12-08 · "Fijaos en la campaña que ha hecho ganar a Barack Obama". Vaticina que la actual crisis generará "una nueva economía" basada en una "nueva forma de comprar y vender"](#)

[Antonio Hernández Ruiz, nuevo director comercial de Factoria Creativa](#)

[05-12-08 · Una de sus principales tareas radicarán en potenciar la plataforma gráfica integral de Factoria Creativa y España Print a través de la Red](#)

[La importancia del marketing online en el turismo rural](#)

[04-12-08 · Los alojamientos de turismo rural ofrecen 118.088 plazas, un 9.4% más que en octubre de 2007, lo que hace que haya más competencia a la hora de elegir entre un alojamiento u otro](#)

[Internet permite ahorrar hasta el 28% en los gastos navideños](#)

[04-12-08 · Según datos de Deloitte\\*, el presupuesto medio en España para las compras de Navidad 2.008 será de 910€, una](#)

## Marketing y Publicidad

# Grupo Eventoplus: Sondeo: prudencia sin pánico para el 2009

12-12-2008 ndp

**Las celebraciones de empresa e incentivos aparecen como los eventos más afectados por la situación económica.**

El sondeo realizado por Grupo eventoplus para el Show Daily de EIBTM (publicación oficial de la feria, gestionada por Grupo eventoplus) destaca la prudencia de los profesionales del sector de eventos y reuniones. Las celebraciones de empresa e incentivos aparecen como los eventos más afectados por la situación económica.

Al igual que el año pasado, Grupo eventoplus, editor del EIBTM Show Daily (publicación oficial de la feria), aprovechó la concentración de profesionales que representa este salón para realizar un sondeo para publicarlo en el Show Daily. El sondeo fue realizado entre 202 profesionales (28% proveedores, 22% clientes asociativos o corporativos, 50% agencias) y permitió conocer mejor las expectativas de los profesionales para el 2009.

¿Veredicto? Hay prudencia, pero no pánico: Sólo el 12% de los entrevistados prevén un bajón fuerte (superior al 10%) del mercado. La respuesta más frecuente (36%) es de un "bajón moderado" (inferior al 10%), e incluso una cuarta parte predicen un crecimiento del mercado. Estas cifras coinciden con el ambiente que se pudo respirar en la feria: un ambiente de optimismo cauto, de consciencia de que los eventos son una herramienta de comunicación hoy esencial, que se pueden reducir un poco pero que no se pueden suprimir teniendo en cuenta la importancia que tienen para motivar, explicar la estrategia de la empresa, formar para mejorar la productividad, o incluso vender.

A la pregunta de cómo reaccionaría cada tipo de evento en el clima económico actual, aparece que las celebraciones de empresa (sin mucha sorpresa...) serán las más afectadas (se reducirán, a juicio del 63% de los entrevistados), seguidas de los viajes de incentivos (57%). Aguantarán mucho mejor los congresos (que se gestionan a más largo plazo y son menos dependientes de la coyuntura), los eventos formativos y las convenciones. Es más importante que nunca explicar bien las prioridades de la empresa y formar a los empleados. ¡Hay un evento para cada situación!