



Madrid, 5 de mayo de 2020

Turismo del Ayuntamiento, a través de Madrid Convention Bureau (MCB), ya ha realizado 21 acciones para ayudar a las empresas en la crisis de la COVID-19

Formación, charlas y reuniones sectoriales en la primera fase del plan de ayuda al turismo de reuniones madrileño

- Se han organizado tres seminarios digitales sobre temas normativos y de comunicación dirigidos a los socios de MCB que han contado con una gran acogida
- Las reuniones con agentes de la industria turística ofrecen una radiografía de la situación actual del sector y permiten generar conocimiento para futuras actuaciones
- En la segunda fase, enfocada a la reactivación turística, se hará hincapié en diferentes herramientas de comunicación a las que se unirán nuevas acciones de networking
- El pasado 30 de abril, se celebró la junta rectora de Madrid Convention Bureau con representación de todos los sectores turísticos de la industria de reuniones

Turismo del Ayuntamiento de Madrid, a través de Madrid Convention Bureau (MCB) y en su compromiso de apoyo al sector turístico madrileño, ha desarrollado durante estas últimas seis semanas 21 acciones de su plan de ayuda a las empresas asociadas a este organismo especializado en la promoción de Madrid como destino de reuniones profesionales y congresos. Un plan diseñado para respaldar a sus más de 200 socios y ofrecerles herramientas tanto formativas como informativas, además de un foro de encuentro y debate.

Esta veintena de iniciativas incluyen la realización de seminarios online sobre temas de actualidad, charlas-coloquio especializadas para el sector y charlas informales con el sector internacional. Además, se han mantenido 14 reuniones con empresas de cada una de las categorías representadas en Madrid Convention Bureau, así como diferentes acciones de comunicación en favor de la buena imagen del sector MICE (reuniones, incentivos, convenciones y eventos) madrileño.

Todas ellas se enmarcan en la primera fase del plan de contingencia, cuya finalidad es ayudar al sector a hacer frente a la crisis causada por la pandemia de COVID-19 y al nuevo panorama turístico surgido. Próximamente, en una segunda fase, se dará continuidad a las actividades de formación y análisis de mercados y se hará énfasis en acciones de comunicación para la etapa de reactivación turística.

Formación para socios de MCB

Madrid Convention Bureau ha realizado tres seminarios en línea sobre temas normativos y de comunicación, dirigidos a todos sus asociados y que han contado con una gran acogida y participación. El primero, que tuvo lugar el 31 de marzo, fue una charla-presentación que contó con la participación de tres asesores (fiscal,

Dirección General de Comunicación

Calle Montalbán nº1 Planta 3

Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es

twitter: [@MADRID](https://twitter.com/MADRID)

facebook: [@ayuntamientodemadrid](https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid)

teléfono: +34 91 588 22 40

mail: prensa@madrid.es

web: madrid.es



laboral y financiero) que analizaron las posibles vías de financiación de las empresas, así como la situación laboral actual y cómo abordarla. Para ofrecer la última información al respecto, MCB publica regularmente actualizaciones de estas normativas en su página web: <https://www.esmadrid.com/mcb/>.

El segundo seminario, que se realizó el 14 de abril, se centró en la comunicación en los periodos de crisis, en el cambio a nivel social y comunicativo que conlleva esta situación excepcional y en la adaptación que requiere. Contó con la participación de tres expertos en comunicación que desvelaron estrategias y casos prácticos de interés en este sentido.

El tercer y último encuentro se ha realizado hoy bajo el título 'Entendiendo al cliente post COVID-19: consejos para la fase de reactivación'. Un análisis de cómo van a cambiar la relación entre cliente y proveedor a partir de ahora y a qué necesidades va a tener que dar respuesta el sector turístico de reuniones madrileño en relación con buenas prácticas y prevención, con la vista puesta en la etapa de reactivación del mercado de reuniones en Madrid.

Los dos primeros seminarios ya están disponibles en el portal de Madrid Convention Bureau, donde próximamente se podrá ver también el tercero: <https://www.esmadrid.com/mcb/informacion-covid-19/>.

Charlas y reuniones sectoriales

Con el objetivo de detectar cómo se está comportando el sector tanto a nivel nacional como internacional, Madrid Convention Bureau ha programado charlas-coloquio especializadas abiertas a sus empresas asociadas. En el caso del mercado asociativo, dos debates cuyos participantes eran representantes de asociaciones y/o congresos, en su mayoría profesionales reconocidos como embajadores del turismo de reuniones madrileño por MCB. En el ámbito corporativo y de incentivos, está prevista una charla, el próximo 7 de mayo, para abordar la realidad del mercado en China y próximamente se celebrará otra con profesionales de Alemania, así como dos debates más sobre mercados estratégicos para Madrid, como son Reino Unido y Estados Unidos, con fechas aún por definir.

Además, y con la intención de compartir experiencias, Madrid Convention Bureau ha organizado charlas con agencias ajenas al sector madrileño, como las realizadas con profesionales de otras comunidades autónomas españolas y con agencias francesas.

Para conocer de primera mano las necesidades de todos sus socios, MCB ha mantenido 14 reuniones con un total de 140 empresas de todas las categorías representadas en este organismo: centros de reuniones, OPC's (organizadores), DMC's (agencias de viaje), sedes especiales, empresas de catering y de transporte, proveedores de servicios, hoteles, restaurantes y organismos oficiales. Gracias a estos encuentros, se han monitorizado datos sobre las cancelaciones y los eventos



pospuestos en Madrid, se han analizado las necesidades y la situación de las empresas y se han planteado prácticas para afrontar el nuevo escenario turístico. Un conocimiento básico para concretar la segunda fase de este plan de contingencia.

Así, por ejemplo, y recogiendo algunas de las sugerencias surgidas al hilo de estas reuniones, MCB hará hincapié en la generación de confianza en el destino a través de una campaña de comunicación dirigida primero a los profesionales españoles y al mercado internacional después.

Segunda fase

Una vez aliviada la crisis sanitaria y completada la primera fase, se pondrá en marcha la segunda fase de este plan, de cara a la reactivación de la actividad de la industria de reuniones en Madrid.

El foco estará puesto en la comunicación, primero a nivel nacional y más tarde en el extranjero, lo que supondrá el lanzamiento de una serie de herramientas comunicativas a las que se unirán nuevas acciones de networking con las empresas asociadas y el inicio de la actividad promocional, siempre en función de la evolución de la situación.

Con el propósito de normalizar la situación y continuar con la actividad de Madrid Convention Bureau, el pasado día 30 de abril se llevó a cabo la reunión semestral de su Junta Rectora, que representa a todos los actores de la industria turística de reuniones y funciona como órgano director de MCB.

Presidida por la concejala delegada de Turismo del Ayuntamiento, Almudena Maíllo, trató la implementación en fases de este plan de contingencia frente a la COVID-19 y, muy especialmente, la situación actual de las empresas asociadas. /