



B.P. SERVIMED, S.A. de C.V.

BARRANCA DEL MUERTO 520
COL. ALPES, MÉXICO, D.F.
(52)(55)9171-9570
info@servimed.com.mx



Turismo de negocios. Una frase mal aplicada a los congresos

Por Jorge Bisteni Bustani, CMP

En los países de habla inglesa se conoce como MICE a todo aquello que tiene que ver con congresos, convenciones, viajes de incentivo y exposiciones. MICE significa, por sus siglas en inglés: meetings, incentives, conventions and exhibitions.

En nuestro medio, y particularmente en el ambiente turístico, somos muy propensos a usar la terminología sajona o bien a traducir literalmente lo que nos llega del norte; así: MICE sería RICE: reuniones, incentivos, convenciones y exposiciones. Sin embargo, por alguna razón que desconozco, a alguien se le ocurrió englobar a este segmento con la frase “turismo de negocios”. Traduzcámosla al inglés, para sustituir las siglas MICE. ¿Qué entenderían los angloparlantes por Business Tourism? Seguramente no pensarían en congresos convenciones o exposiciones.

De acuerdo con el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, **turismo** significa “Actividad o hecho de viajar por placer”, y **negocios**: “Aquello que es objeto o materia de una ocupación lucrativa o de interés”, lo cual no refleja en absoluto lo que es un congreso, en el que ni se hace turismo y mucho menos negocios; pero, lo peor, es que la combinación de ambas palabras (turismo y negocios) resulta una contradicción.

Para los que no están muy involucrados en el medio turístico, ese término crea confusión, y se piensa que el viajero de negocios es el protagonista principal de lo que, erróneamente, llamamos TURISMO DE NEGOCIOS. No obstante, con objeto de tener más antecedentes busqué en la internet, y encontré lo siguiente:

“En España hay un curso de posgrado, ‘Especialista Universitario en Turismo de Negocios (EUTN)’, propio de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, (UEMC), *que persigue paliar las grandes necesidades que hay en España de universitarios que se ocupen tanto de la dirección corporativa e institucional, como de la dirección de operaciones, del denominado ‘Turismo de Negocios’, derivado de las actividades empresariales y profesionales. Esta modalidad de turismo comprende principalmente tres productos: Ferias, Congresos e Incentivos.*”

Así mismo afirman que el turismo de negocios presenta claras ventajas sobre otras modalidades (a las que, por otra parte, potencia): se planifica al detalle, se contrata con gran antelación, tiene lugar durante temporadas generalmente medias y bajas, rompe la estacionalidad, lo disfrutan colectivos de poder adquisitivo alto o medio alto, origina un consumo de amplio y refinado espectro, etcétera. Y es que las empresas o instituciones y los profesionales liberales que se hallan detrás de las ferias, los congresos y los incentivos en calidad de demandantes, no los conceptúan como un gasto, sino como una inversión.

También, encontré una referencia de Venezuela, en la que el ingeniero Rafael Ramírez Castellano presenta una “Clasificación del turismo”, la que divide en las siguientes modalidades:

Turismo de descanso y esparcimiento

Es el turismo más estrictamente apegado a la definición tradicional del mismo, es decir, a la más generalizada y la más primaria. Turismo de descanso y esparcimiento es el que practica la persona que desea vacacionar.

Turismo de deportes

Reuniones de deportistas.

Turismo de negocios

Es el turismo que practica el hombre de negocios (comerciante, profesional o técnico) cuando, al desarrollar sus actividades mercantiles o profesionales aprovecha la oportunidad para disfrutar de las bondades climáticas, bellezas paisajísticas y sitios de diversión. Según esta definición, creo que el lector estará de acuerdo conmigo en que los congresos no encajan en esta variable

Turismo cultural y científico

Es el turismo que practican individualidades o grupos, en función de manifestaciones culturales, festivales de música, de arte, de poesía, de cine, de teatro o de ciencia y tecnología, que visitan sitios apropiados a tales fines y comparten su tiempo con actividades turísticas. Las reuniones de tipo cultural o científico de grupos se realizan, así como las de comerciantes e industriales, a través de las convenciones o congresos. Las corrientes turísticas que este tipo de convenciones producen son muy importantes, porque generalmente están integradas por personas de un nivel superior de cultura que enriquece el acervo del sitio donde se desarrollan y, además, por su posición social son, a la vez, económicamente más dadas a un mayor gasto turístico per capita. El turismo cultural y científico es selecto y educativo y, como el comercial e industrial o de hombres de negocios, es productivo también. Esta definición parece abarcar con mayor precisión a los congresos que la de “turismo de negocios”.

Hace años, cuando me iniciaba en la organización de congresos, acuñamos el término “turismo académico”, como se le sigue llamando en algunas asociaciones médicas, pero para estas instituciones hablar de “turismo de negocios” no tiene un significado claro, ya que, como se mencionó antes, no se hacen negocios. Quizá el término turismo científico aplicaría aunque, si nos sujetamos a la definición de “ciencia”, no en todos los congresos se habla sólo de ciencia.

En muchas ocasiones he insistido en que los congresos son eventos multitemáticos y multitarea, y que, a diferencia de cómo los define el glosario de términos de la Secretaría de Turismo, hemos de considerar que quienes en él participan son viajeros que hacen sus arreglos en forma individual; que su motivación es académica fundamentalmente; que poco o nada importa lo atractivo del destino, y que en esas reuniones se tratan muchos temas de una o más disciplinas, a través de distintas actividades: conferencias, mesas redondas, presentaciones en cartel o posters, vídeos, exposiciones técnicas, talleres, y demás.

Seguramente el lector, hasta este punto, sobre todo el que no está familiarizado con el tema de la organización de congresos, pensará que el destino desempeña un papel importante en la decisión de una persona para asistir a un congreso; sin embargo, mi experiencia indica que ello es falso, tanto como una moneda de **dos caras**. Vamos a analizarlo.

Cuando el comité organizador de un congreso se dedica a la tarea de elegir una sede busca, en primer término, que la ciudad elegida tenga las capacidades en salones y cuartos de hotel requeridos. Sin esas condiciones, todos los atractivos turísticos y bellezas naturales salen sobrando.

En segundo lugar se busca accesibilidad y costo de transporte. Recordemos que el congreso es un evento al que los participantes asisten por convocatoria, no por invitación. La inscripción es abierta y libre, y cada uno se hace cargo de sus gastos. En general, los congresistas son autoempleados, y el dejar su actividad para asistir a un congreso, sobre todo en el área médica que representa alrededor del 80 por ciento de los congresos que se llevan a cabo en el mundo, significa el gasto del viaje y el dejar de obtener sus ingresos habituales.

Las compañías que participan como expositores en los congresos también prefieren sedes en donde los congresistas no tengan demasiadas distracciones turísticas, ya que los quieren dentro de sus áreas de exposición, mostrándoles sus productos o servicios. Los comités organizadores tienen que atender esta realidad si desean tener un apoyo económico considerable de la industria relacionada con el congreso.

El comité organizador tampoco gusta de llevar el congreso a sitios en los cuales los asistentes van a atender poco las actividades del mismo, por irse a disfrutar del lugar, ya que tiene un compromiso con los profesores y conferencistas invitados, y otro con la industria del ramo.

El congreso, en general de periodicidad anual, es una reunión de profesionales de una disciplina en la cual hay un intercambio de experiencias y nuevas técnicas o descubrimientos. NO ES TURISMO, NO ES NEGOCIO.

Existen algunos congresos o reuniones anuales de mediano tamaño que han elegido llevar a cabo sus eventos en periodos vacacionales escolares, para que los congresistas disfruten de unas vacaciones con sus familias. En esos casos, la diversión sí es el motivo principal del viaje, desempeñando el destino un papel importante. El congreso, en este caso, se convierte sólo en el pretexto para que el congresista disfrute de unas vacaciones deducibles de impuestos, en compañía de su familia y con la posibilidad de reunirse con sus colegas; sin embargo, esto tampoco es TURISMO DE NEGOCIOS; aquí, más bien, cabría el término de TURISMO ACADEMICO, TURISMO CIENTIFICO o, simplemente, TURISMO.

Turismo de negocios debe ser un término que incluya a todo aquello que realmente tiene que ver con la realización de negocios. Turista de negocios es realmente el viajero que va a un destino a hacer negocios. El congresista, el convencionista, el que asiste a un viaje de incentivo no es realmente un viajero que realizará un negocio, en dicho sitio. Su motivación puede ser académica, informativa, de turismo convencional, pero no de negocios.

Dicho lo anterior, ¿por qué no romper el paradigma y dejar de nombrar al MICE o RICE como TURISMO DE NEGOCIOS? Seguramente, al hacerlo, dejaremos de crear la enorme confusión que el propio término causa incluso entre quienes de alguna forma están involucrados en el sector.

Durante el tiempo que me he dedicado a la organización profesional de congresos, me ha llamado la atención el total desconocimiento que tienen otros profesionales del ramo sobre la naturaleza de los congresos, a menudo confundidos con convenciones. Se elaboran normas, políticas manuales y hasta se construyen recintos sin amplio conocimiento de lo que son esos eventos y cuál es su dinámica.

Algún lector curioso que se asomaba a ver lo que yo escribía, mientras desarrollaba este artículo, me preguntaba el porqué destinos como Cancún tenía más congresos que otros como Monterrey. Esto tampoco es real. Los dirigentes de la Asociaciones, como ya lo mencioné antes, no quieren congresos vacíos con congresistas en las playas o subiendo pirámides. Quieren salones llenos, mucho intercambio académico, expositores satisfechos y un evento autofinanciable, que ayude a su asociación a sostenerse durante el año. Los congresos que se llevan a cabo en destinos turísticos importantes son, por lo general, de carácter internacional, y su realización se efectúa en dichos sitios por las facilidades de hospedaje que los mismos ofrecen, además, el organizador resulta beneficiado por ser más económico, ya que es importante el ahorro en rentas de salones de hoteles y en la necesidad de transporte local.

Uno de los aspectos que no se toman mucho en cuenta, son los costos para el congresista versus los costos para la organización. En ocasiones, ocurre que un destino resulta más barato para el congresista en cuanto a transporte, hospedaje y alimentación, sin embargo otro destino, por lo general de playa, es más barato para la organización, ya que se ahorra en rentas de espacios y en transportes locales. A veces, tampoco pensamos en las compañías expositoras que tienen que trasladar sus equipos y productos distancias considerables, lo que significa grandes costos para ellos.

Sé que mis líneas sorprenderán a más de uno, sin embargo es necesario nombrar a las cosas por su nombre. Los congresos no son negocios. Cambiemos los términos, para evitar confusiones en las próximas generaciones y llamemos RICE (Reuniones, Incentivos, Congresos Y Exposiciones) o CICE (Congresos, Incentivos, Convenciones y Exposiciones) a este segmento. ¿Que opina el lector?