

Los eventos tradicionales se transforman en virtuales: 7 de cada 10 han decidido dar el salto a digital

- **Conciertos, ferias, eventos profesionales o formaciones se están trasladando parcial o totalmente a una plataforma virtual**
- **El uso de YouTube en España ha crecido un 55% desde que se aplicaron las medidas de confinamiento, convirtiéndola en la plataforma favorita para eventos multitudinarios como los conciertos online**
- **En el futuro post COVID-19 muchos eventos serán en formato híbrido, con asistentes presenciales y virtuales, porque permite amplificar la audiencia y las posibilidades de monetización**
- **La realidad aumentada, los bots y los virtual stage son las tecnologías favoritas en la "nueva moda" de los eventos virtuales**

Madrid, 20 de mayo de 2020. - Uno de los sectores y áreas de actividad que más ha sufrido las consecuencias de la pandemia provocada por Covid-19 han sido los eventos. En los últimos dos meses se ha visto como multitud de ellos - conciertos, ferias, eventos profesionales o formaciones - han tenido que ser cancelados, pospuestos o adaptados al entorno virtual.

Según un estudio realizado entre expertos en eventos por la [PCMA](#), **7 de cada 10 profesionales han trasladado su evento presencial parcial o totalmente a una plataforma virtual**, y la inmensa mayoría de ellos no ven esta práctica como una solución a corto plazo durante el tiempo que dure la pandemia sino como algo que se afianzará y continuará junto con los eventos presenciales en el futuro. *"Muchos eventos serán en formato híbrido, con asistentes presenciales y virtuales porque permite amplificar la audiencia y las posibilidades de monetización a los organizadores"*, afirma Clara Ramírez, Awards & Events Director en SCOPEN.

En concreto, **al 62% de los organizadores no les inquieta que los eventos virtuales acaben con los futuros eventos cara a cara.** *"Es un error tratar de replicar en digital los eventos presenciales. Los eventos tradicionales poseen una parte experiencial única que los hace muy difíciles de replicar ya que, entre otros aspectos, tienes a la audiencia cautiva y por lo tanto tienes su atención. Ante esta situación sigue siendo clave el contenido, que es el core del evento, y la guionización de cada momento cobra ahora más importancia para conseguir*

mantener esa atención. Es una gran oportunidad para aplicar todo el potencial que nos ofrece la tecnología y para hacer algo innovador y disruptivo en el sector de los eventos”, nos cuentan desde SCOPEN.

Eventos virtuales, desde webinars formativos a conciertos multitudinarios

Durante las últimas semanas se ha visto como multitud de sectores se han tenido que adaptar las restricciones de confinamiento para seguir realizando eventos y llegar a su público. Un ejemplo claro ha sido **YouTube, que ha crecido un 55% su uso sólo en España** desde que se aplicaron las medidas de confinamiento según un estudio de 2btube, convirtiéndola en la plataforma favorita para eventos multitudinarios como los conciertos online.

De igual manera, en cuanto a los eventos profesionales y webinars, tal y como ha podido constatar la consultora SCOPEN, **ha aumentado exponencialmente el uso de plataformas de vídeo** como Microsoft Teams o Zoom. *“Se están haciendo más avances en las últimas semanas que en los últimos 5 años. Esta situación nos ha empujado a todos a teletrabajar y a hacer uso de estas herramientas que llevaban con nosotros mucho tiempo y nos estamos dando cuenta de sus ventajas, como el aumento de la productividad a la hora de realizar cualquier encuentro o reunión. Aspectos clave como la facilidad de conexión, el ahorro de tiempo en los desplazamientos y el ahorro de costes en la producción, además de la posibilidad de utilizar herramientas tecnológicas innovadoras, son, sin duda, aspectos muy positivos y representan una oportunidad para este tipo de eventos”,* declara Ramírez.

De hecho, desde SCOPEN, han podido comprobar cuáles son las tecnologías que tendrán un mayor impacto en los eventos virtuales de ahora en adelante, entre las que destacan la **realidad aumentada, los virtual stage, y los bots**: *“Es importante desarrollar la parte tecnológica para amplificar la potencia del contenido, acortar tiempos, generar engagement y cumplir el objetivo que es mantener la atención de la audiencia... el gran reto al que se enfrentan las compañías a la hora de realizar un evento virtual. Esta situación ha venido para quedarse, y nos ha empujado a movernos en un territorio en el que todavía no nos sentimos cómodos, pero que con el tiempo y el aprendizaje, se convertirá en nuestra realidad: la combinación perfecta, el desvanecimiento de la frontera entre la experiencia de lo presencial y la ventaja de lo virtual”* sentencia la directora de premios y eventos de SCOPEN.

Sobre SCOPEN:

SCOPEN es una consultora de marketing y publicidad que opera en el mercado desde 1990. Actualmente la compañía ofrece, gracias a las investigaciones que realizan y a su riguroso análisis, una visión estratégica única para impulsar los negocios desde un punto de vista creativo, inspirando a personas y proyectos.

Contacto de Prensa:

SCOPEN: María José Ramiro | t: 91 661 17 37 | e: miramiro@scopen.com

AxiCom para SCOPEN | t: 91 661 17 37 | Marta Cuenca m: 646 260 354 e: marta.cuenca@axicom.com | Iván Vicente m: 608 27 18 53 e: ivan.vicente@axicom.com | Joselyn Constantino m: 609 265 146 e: joselyn.constantino@axicom.com

Este mensaje y sus archivos adjuntos van dirigidos exclusivamente a su destinatario, pudiendo contener información confidencial sometida a secreto profesional. No está permitida su reproducción o distribución sin la autorización expresa de AxiCom Spain S.L. Si usted no es el destinatario final

por favor elimínelo e infórmenos por esta vía. De acuerdo con lo establecido en el Reglamento UE 2016/679 (RGPD) le informamos de que tratamos los datos que usted nos ha facilitado para poder remitirle información para su medio de comunicación. La causa que nos legitima es su consentimiento. No se cederán datos a terceros. Tiene derecho a acceder, rectificar y suprimir los datos, así como otros derechos, indicados en la información adicional <https://axicom.com/es/legals/>. Si usted no desea recibir nuestra información, póngase en contacto con nosotros enviando un correo electrónico a la siguiente dirección: buzon@axicom.com Por favor, tenga en cuenta el medioambiente antes de imprimir este correo.