

Informe colaborativo

Fiestas de Fin de Año en América Latina 2023

Argentina - Chile - Colombia - Costa Rica
Ecuador - México - Perú - Uruguay



Acerca de la encuesta

En un mundo corporativo cada vez más competitivo y en constante evolución, las empresas buscan permanentemente formas de fortalecer sus relaciones con sus clientes y colaboradores.

Una de las oportunidades clave para lograr esto es a través de las celebraciones de fin de año, donde las agencias de eventos corporativos desempeñan un papel fundamental, no solo organizan fiestas memorables, sino que también ayudan a las empresas a expresar su gratitud, fortalecer la cohesión del equipo y reforzar su imagen de marca.

Para comprender mejor cómo las agencias de eventos corporativos se preparan para los festejos de fin de año en América Latina, llevamos a cabo una encuesta en varios países de la LATAM.

Nuestro objetivo fue analizar las tendencias emergentes en diferentes mercados latinoamericanos, y lo realizamos a través de nuestra red de partners, a quienes les agradecemos su colaboración.



[GRUPO]





Temas abordados



Costumbres de la Región

Se brindará información respecto al tipo de festejo que se acostumbra realizar en los diferentes países de LATAM.

Tendencias en cuanto a preferencias por parte de los clientes

En este apartado podremos identificar las principales preferencias de las empresas a la hora de festejar.



Objetivos / Medición de Resultados

Se consultó acerca de la forma que tienen las empresas de medir los resultados de este tipo de eventos y acciones.



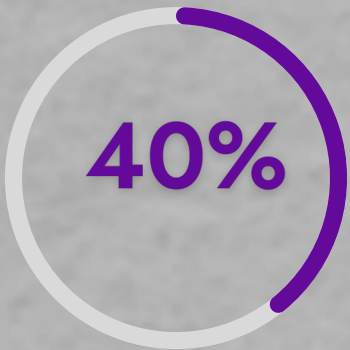
¿Ya comenzaron a trabajar en la organización de fiestas de fin de año y festejos de Navidad para sus clientes?

Según nuestros resultados, el 60% de las agencias de eventos corporativos consultadas en Latam ya han comenzado a trabajar en los eventos de fin de año.





¿Qué se acostumbra en tu país? ¿Qué tipo de festejos eligen las empresas?



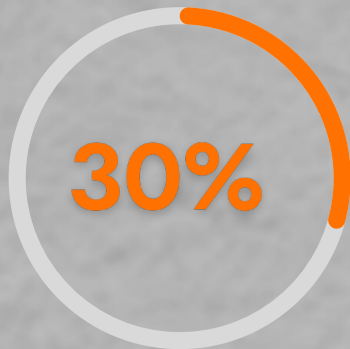
40%

De los encuestados indicó que los **eventos de noche** son la opción preferida para celebrar el fin de año en sus compañías. Esto demuestra que la tradición de las fiestas nocturnas sigue siendo muy popular en nuestra región.

Por otro lado, el 30% de los encuestados prefiere **eventos de día tipo Sport Day** para festejar el fin de año. Esta tendencia hacia actividades diurnas refleja un enfoque más relajado.



30%



30%

Finalmente, otro 30% también señaló que los **brindis de Navidad** en las oficinas son una costumbre común. Esto sugiere que muchas empresas valoran la celebración en un ambiente más cercano y familiar.

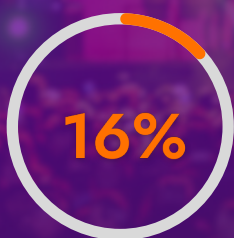


¿Notaron alguna tendencia reciente en las preferencias de las empresas?

57%

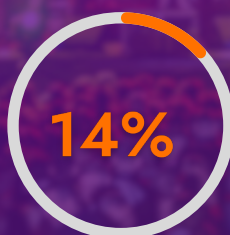
de las empresas
están explorando
estas tendencias

- Festivales "Fest" al estilo inglés han ganado popularidad, ofreciendo jornadas festivas que van desde el mediodía hasta la noche, llenas de juegos, interacciones y espacios instagrameables.
- La actuación de artistas locales.
- La organización de eventos más pequeños y enfocados en la experiencia del equipo (in house).
- Eventos más descontracturados.



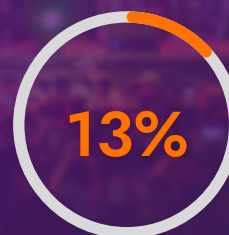
Fiestas Temáticas

Esto demuestra un deseo de ofrecer a sus empleados experiencias únicas y memorables.



Utilización de Tecnología

Incorporando elementos como realidad virtual, aplicaciones interactivas y transmisiones online para involucrar a empleados tanto en la oficina como a distancia.



Eventos Sustentables

Mostrando su compromiso con el medio ambiente y la responsabilidad social.

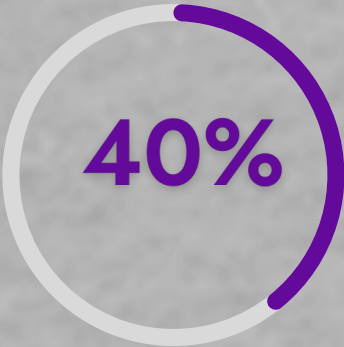


¿Qué se acostumbra en tu país? ¿Qué tipo de festejos eligen las empresas?

Elige integrar a los colaboradores en un encuentro sin jerarquías, fomentando un ambiente de camaradería y unión entre todos los niveles de la organización.



50%



40%

Agasajar a todos los integrantes de la compañía, demostrando su valor y reconociendo la importancia de su labor.



10%

Por último, el 10% elige comunicar y compartir los principales logros del año, destacando los hitos alcanzados por la empresa.



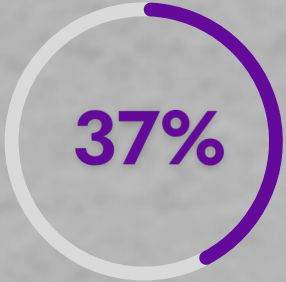
¿Cómo se mide el éxito de una fiesta de fin de año? ¿Qué métricas o indicadores utilizan?

Las empresas miden con una encuesta enviada a los participantes después del evento.



49%

No tienen ningún tipo de medición de los resultados.



37%



14%

Miden el éxito de su fiesta de fin de año basándose únicamente en la asistencia de los invitados.



En tu país, ¿Qué se valora más a la hora del festejo de fin de año?

29%

Fiestas con actividades lúdicas e interactivas que integran a los invitados.

28%

Regalos / Gift Cards / Experiencias.

25%

Fiestas con sorteos con premios importantes.

18%

Fiesta de fin de año con shows de celebrities y artistas de renombre.





Algunos comentarios

“Las fechas de las fiestas son reservadas desde el mes de marzo. Es una de las acciones más importantes para empleados. Se invierte en el evento alrededor del 0,5% del presupuesto de Recursos Humanos”.

Gilberto Chaves,
MASCO

Costa Rica y Caribe

“Los eventos de fin de año han venido cayendo año con año. Dejaron de ser los grandes eventos con shows y artistas, para ser eventos más sencillos y de bajo costo”.

Jaime Salazar,
Nytro Marketing

México

“Antes invertían en grandes orquestas, eso ha dejado de ser un requisito principal”.

Jessica Sherrit,
Kandavu Brand Service

Perú

“Cada vez más se resuelven estas fiestas a último momento”.

Marcelo Gordin,
Énfasis People & Brands

Argentina

“El evento de fin de año sigue siendo el principal lugar de encuentro presencial de la compañía y eso es muy valorado por todos”.

Lourdes Alanis,
GRUPO ELIS - Meetings
Management

Uruguay

“La cantidad media de invitados es de 250 personas, llegando en casos excepcionales a superar las 1.000 personas”.

Marco Olivos,
Rocket Chile S.A.

Chile

