



FEDERACION ESPAÑOLA DE  
MUNICIPIOS Y PROVINCIAS



# MEDICIÓN DEL TURISMO DE REUNIONES en las ciudades asociadas al SPAIN CONVENTION BUREAU

**INFORME EJECUTIVO- AÑO 2018**

**MADISON**

MARKET RESEARCH

# ÍNDICE

- 01 | Objetivos
- 02 | Metodología
- 03 | Análisis de la Oferta
- 04 | Características de las reuniones
- 05 | Análisis de la demanda
- 06 | Previsiones para el próximo año

NOTA: El presente proyecto se ha realizado bajo un Sistema de Gestión de Procesos de la Investigación, en cumplimiento de los estándares de la Norma Internacional ISO 20252:2012.



El objetivo principal de la investigación es **disponer de información del mercado de reuniones en las ciudades adscritas al Spain Convention Bureau (SCB) en el año 2018**, con el propósito de orientar a los agentes públicos y privados en sus tareas de promoción, organización y gestión de la actividad.



## 2. METODOLOGÍA: ficha técnica

### Campo **sedes**

**Ámbito geográfico del Estudio:** ciudades españolas asociadas al Spain Convention Bureau (SCB) en 2018.

**Universo:** 55 ciudades y una Diputación provincial.

**Unidad informante:** responsable de la actividad del mercado de reuniones de cada ciudad.

**Técnica de investigación:** encuesta telefónica con seguimiento on-line.

**Diseño muestral:** exhaustivo sobre las 56 entidades locales españolas asociadas al Spain Convention Bureau en 2018.

**Fecha de realización del trabajo de campo:** entre el 21 de mayo y el 24 de julio de 2019.

**Tamaño muestral:** 44 encuestas.

### Campo **participantes**

**Ámbito geográfico del Estudio:** ciudades españolas asociadas al Spain Convention Bureau (SCB) en 2018.

**Universo:** participantes en las reuniones celebradas en los destinos adscritos al SCB.

**Unidad informante:** participantes en las reuniones celebradas en los destinos adscritos al SCB que colaboran en el estudio.

**Recogida de los cuestionarios:** trabajo realizado desde las Oficinas de Congresos colaboradoras, a lo largo del año 2018.

**Tamaño muestral:** 2.595 encuestas.

### Percepción + observación del sector

**Percepción:** se recoge la percepción de las ciudades acerca de las tendencias observadas en el sector y de los motivos por los que creen que han evolucionado sus datos.

**Observación del sector:** recopilación de noticias y hechos relevantes ocurridos en 2018 en el sector, que han generado un impacto en los datos recopilados.



	SEDES	PARTICIPANTES
ENCUESTAS	44	2.595
ERROR MUESTRAL (*)	+/- 6,9%	+/- 1,92%

NOTA (\*): Error muestral para 95% de nivel de confianza en condiciones normales de muestreo  $p=q=0,5$



# ANÁLISIS DE LA OFERTA

**MADISON**



# 3. OFERTA DE REUNIONES

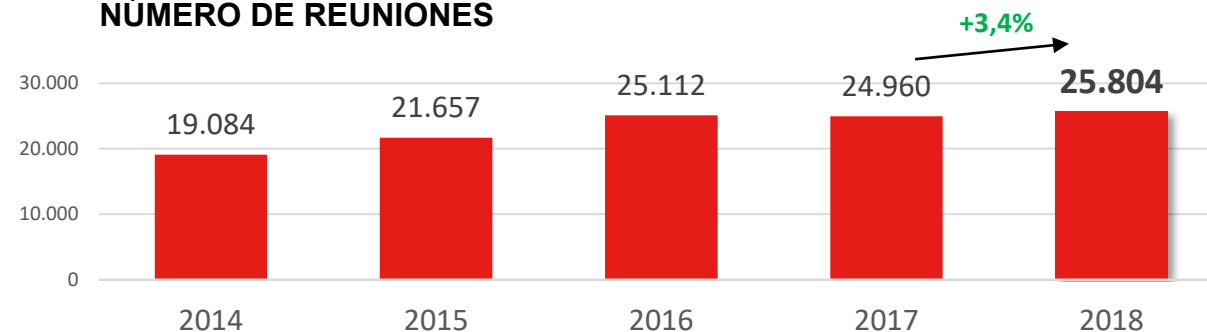
En el año 2018 el número de reuniones ascendió a 25.804, un 3,4% más que el año anterior. Los asistentes a las reuniones superaron los 4 millones y el número medio de participantes **por reunión también experimentó un leve incremento, un 4,1% más que en 2017.**

	<b>2018</b>
Número total de reuniones	<b>25.804</b>
Número total de participantes	<b>4.301.803</b>
Número medio de participantes	<b>166,71</b>

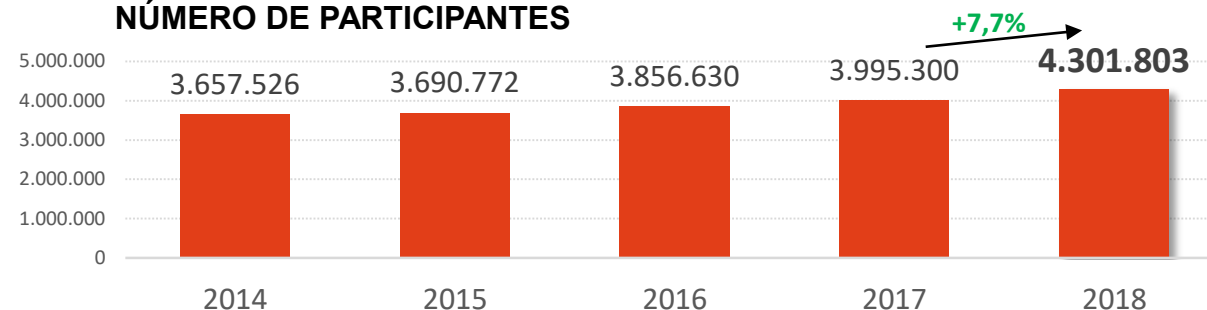
Base

56

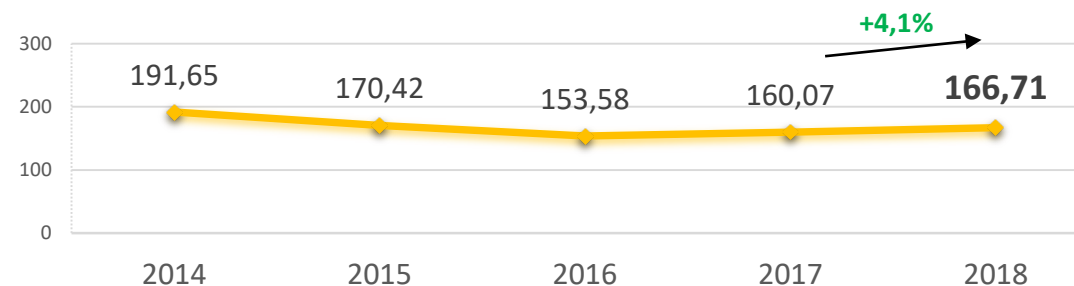
### NÚMERO DE REUNIONES



### NÚMERO DE PARTICIPANTES



### NÚMERO DE PARTICIPANTES POR REUNIÓN

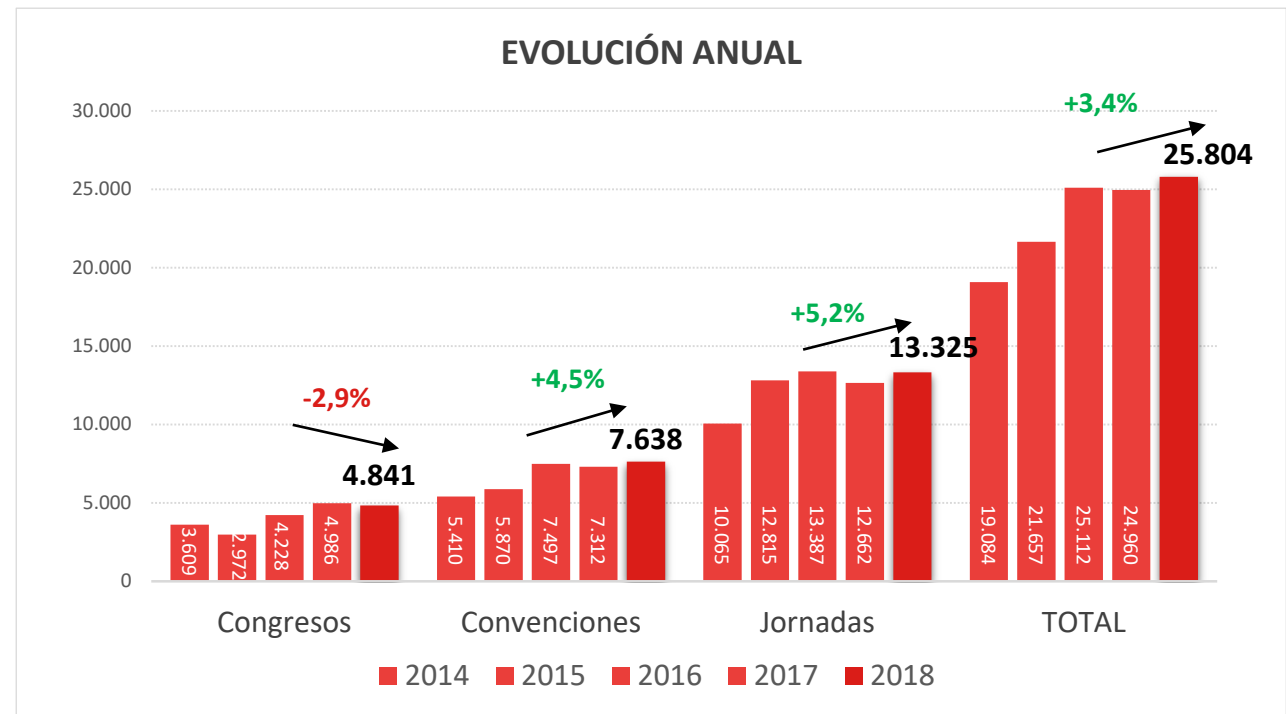
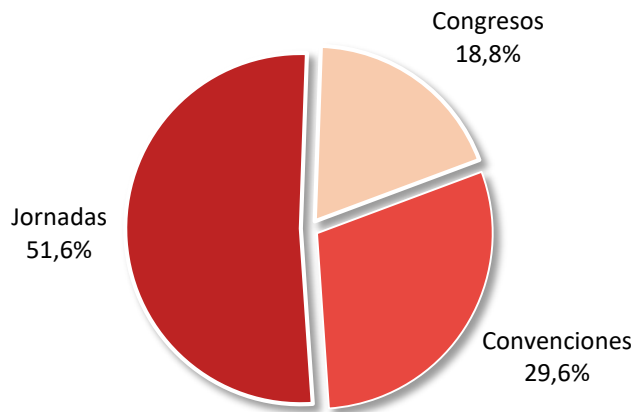


# 3.1.A OFERTA DE REUNIONES: tipo de reunión



## NÚMERO DE REUNIONES

El número total de reuniones en 2018 ha sido de 25.804. Como es habitual, **la mitad son Jornadas**, casi una quinta parte han sido Congresos y cerca de un tercio, Convenciones.

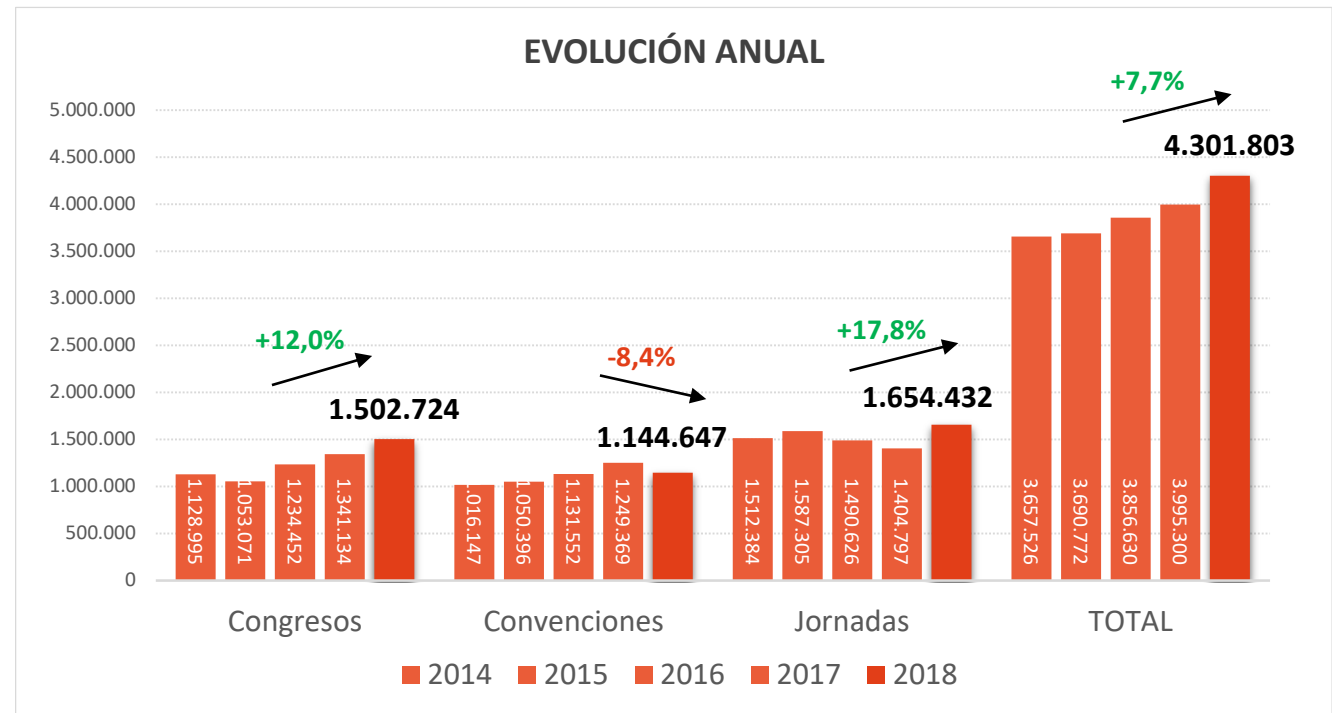
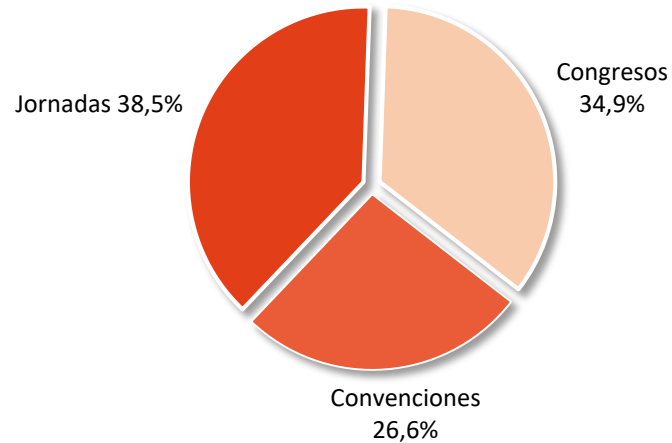


# 3.1.B OFERTA DE REUNIONES: tipo de reunión



## NÚMERO DE PARTICIPANTES

Los asistentes a Congresos y a Jornadas se han incrementado notablemente en 2018, un **12,0%** y un **17,8%** respectivamente.



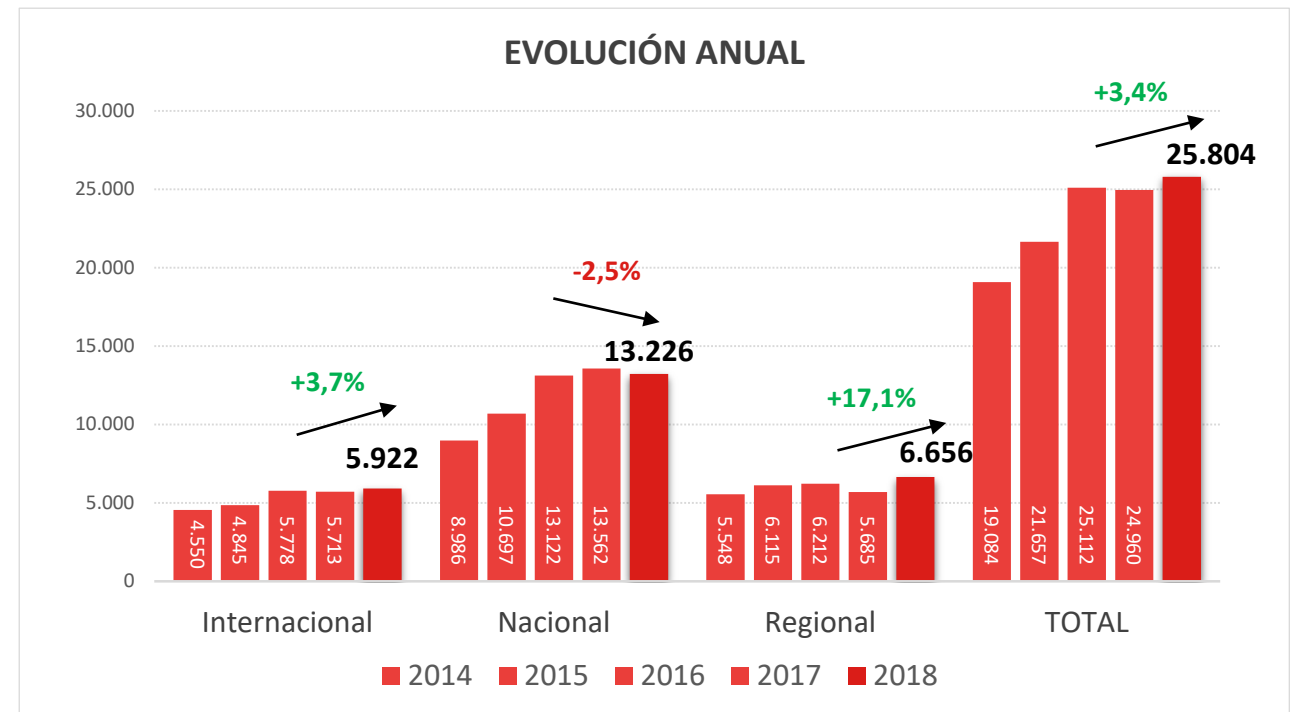
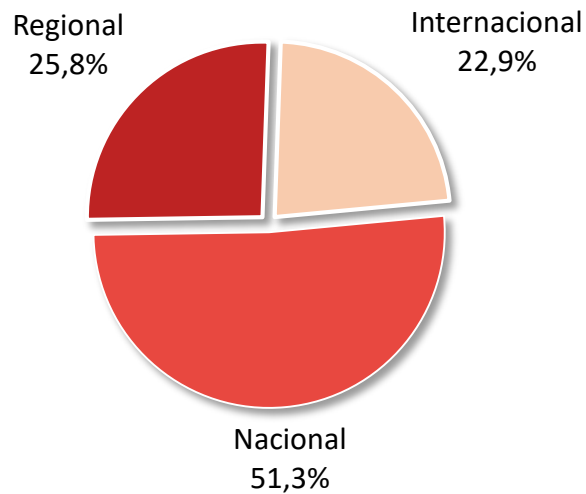
## 3.2.A OFERTA DE REUNIONES: ámbito territorial



### NÚMERO DE REUNIONES

Más de la **mitad de las reuniones** celebradas han sido de **ámbito nacional**.

Respecto al año anterior, se han incrementado las reuniones de **ámbito regional e internacional**.



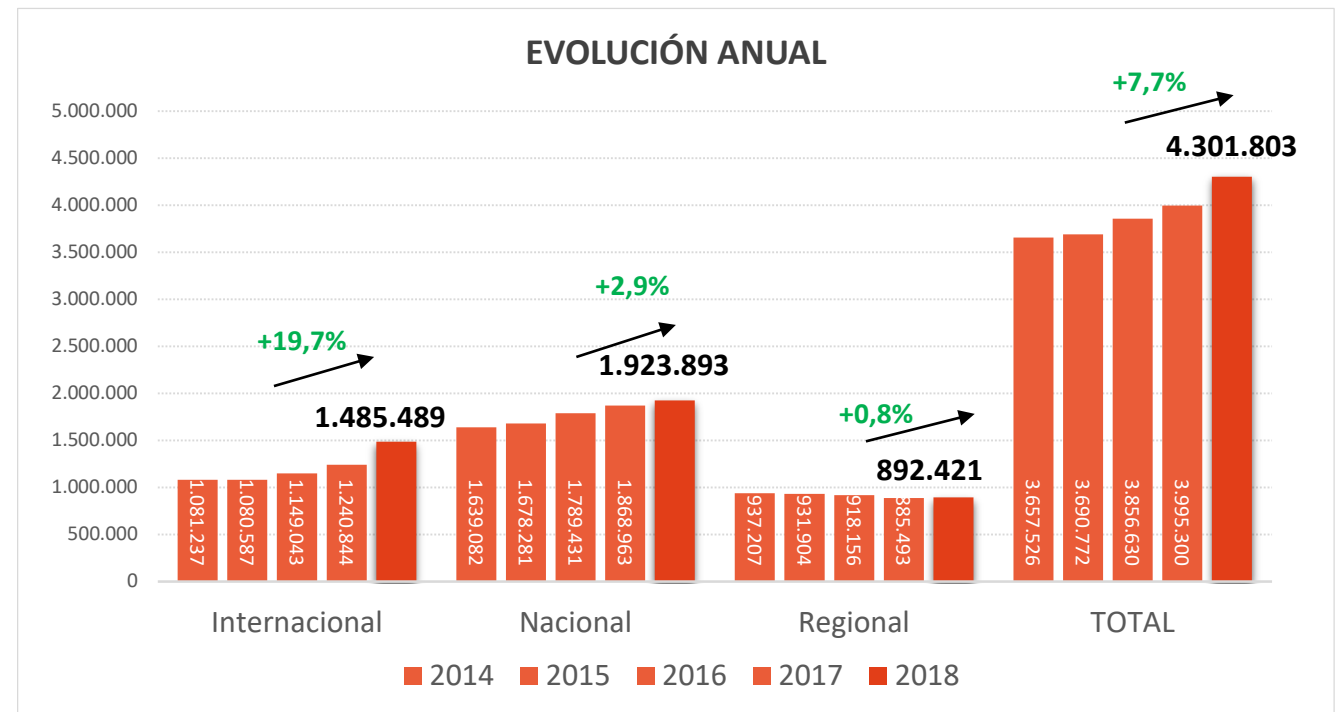
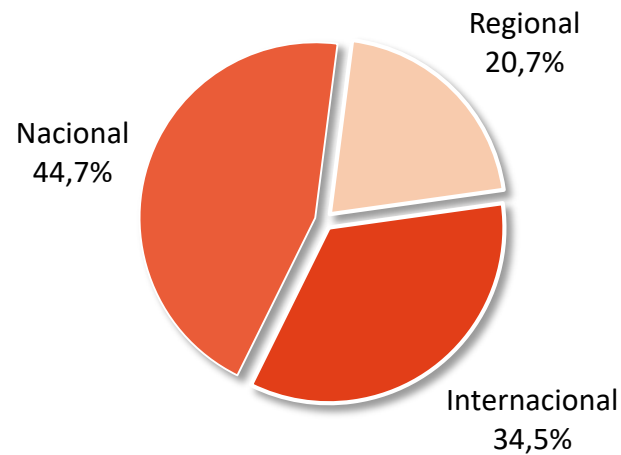
## 3.2.B OFERTA DE REUNIONES: ámbito territorial



### NÚMERO DE PARTICIPANTES



En 2018, los **participantes** en **reuniones de ámbito internacional** han experimentado un notable **crecimiento**, cercano al **20%**.

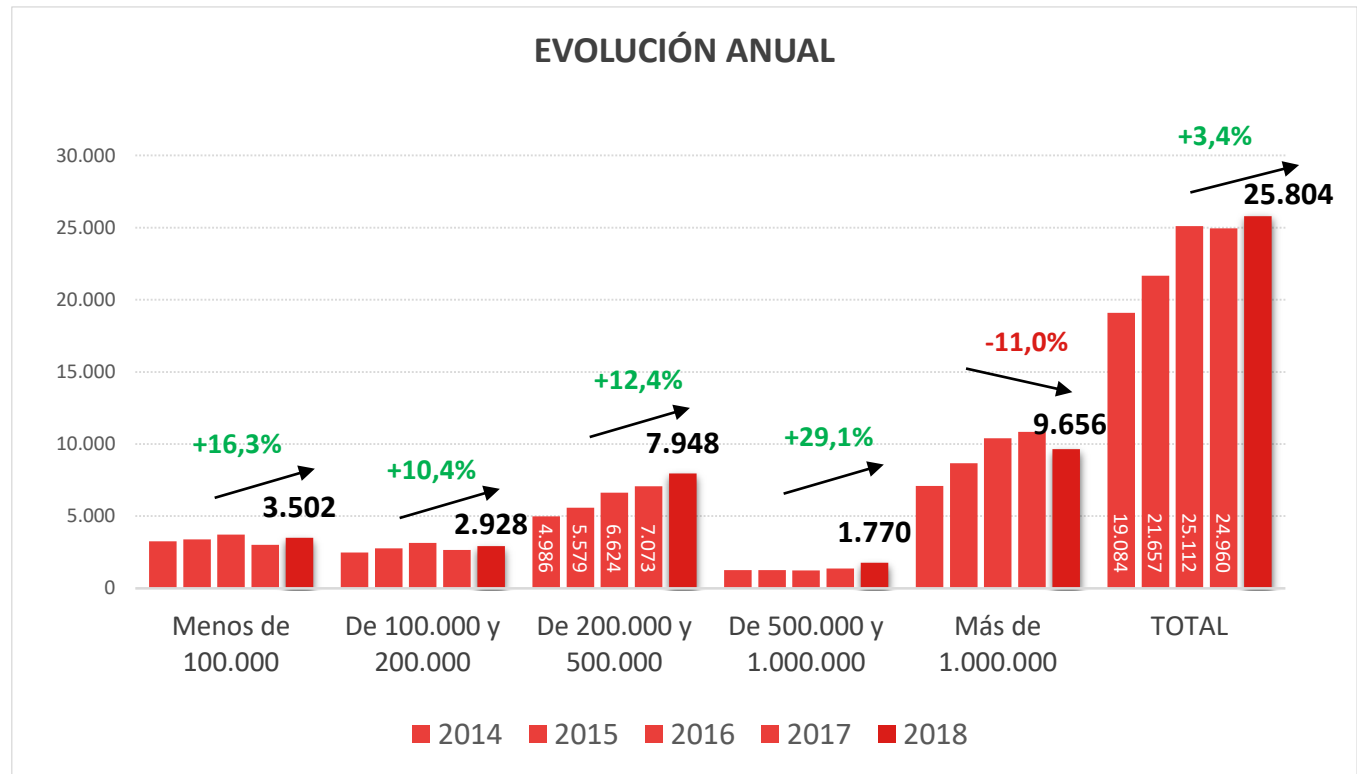
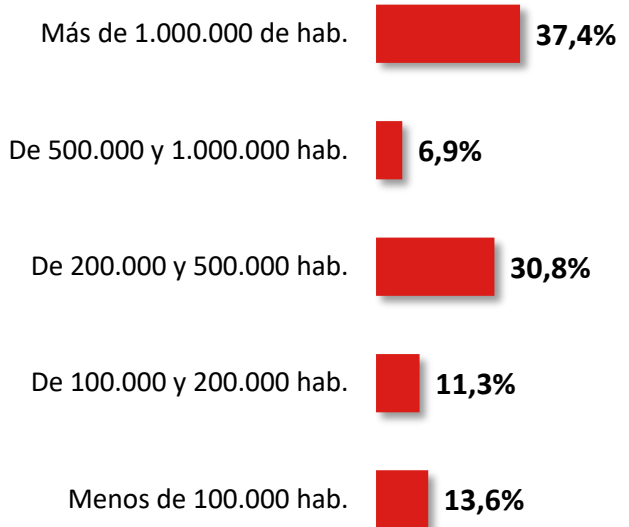


### 3.3.A OFERTA DE REUNIONES: tamaño de la ciudad



#### NÚMERO DE REUNIONES

En todas las ciudades, excepto en las de mayor tamaño, en 2018 se ha incrementado notablemente el número de reuniones.

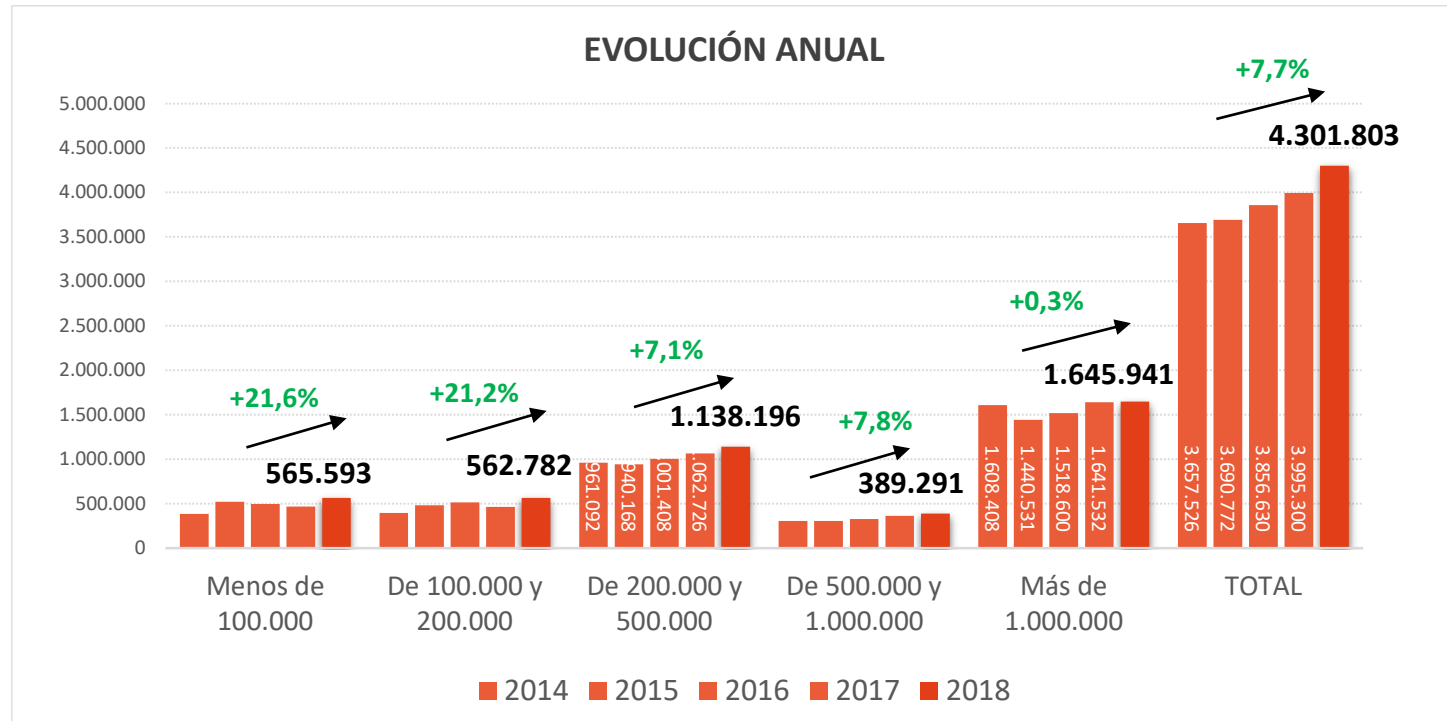
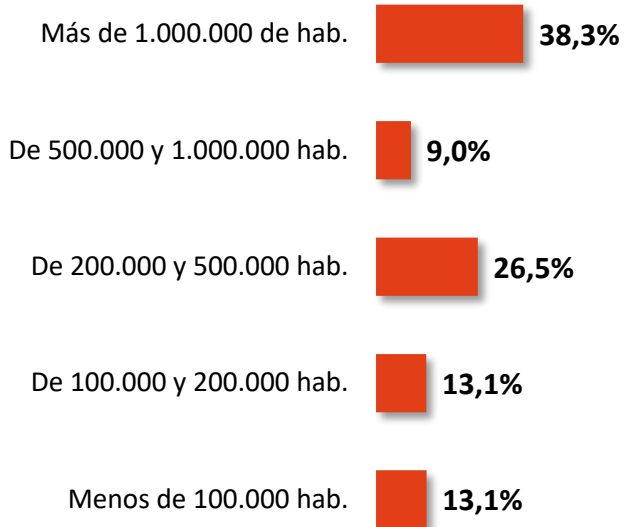


### 3.3.B OFERTA DE REUNIONES: tamaño de la ciudad



#### NÚMERO DE PARTICIPANTES

El número de participantes **se ha incrementado** en todas las ciudades, en las ciudades **más pequeñas** es donde los aumentos son más significativos.



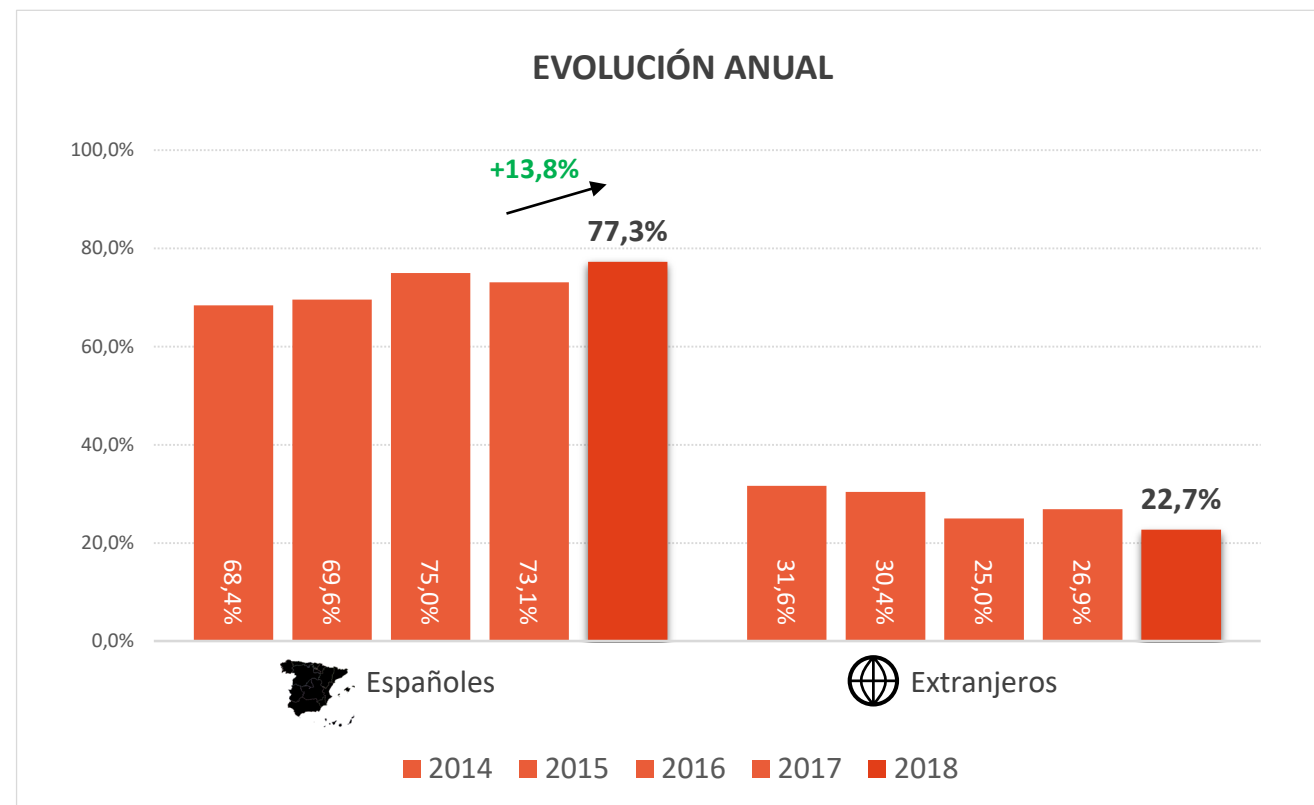
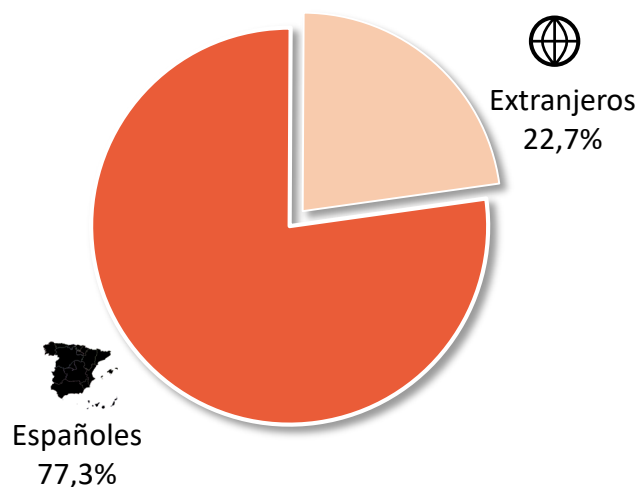
### 3.4. OFERTA DE REUNIONES: nacionalidad de los participantes



#### PARTICIPANTES



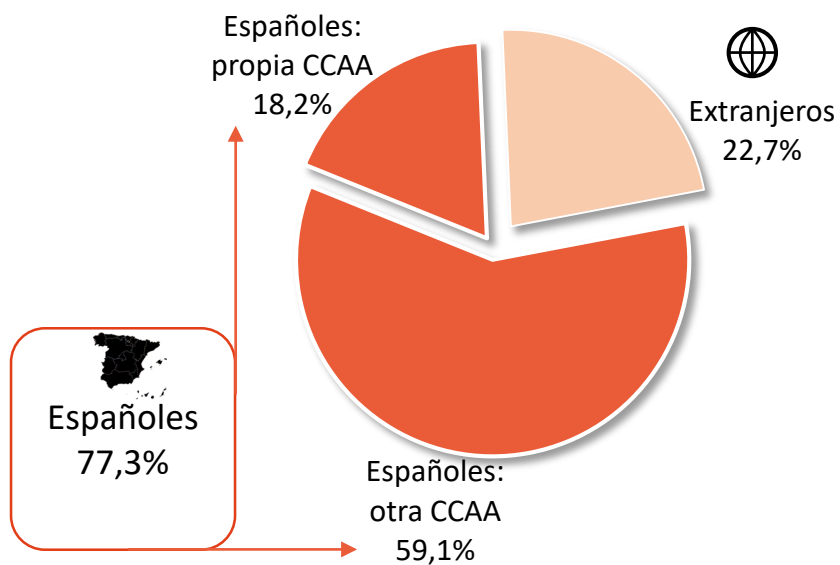
Por nacionalidades, los españoles son los más numerosos en las reuniones, aumentado un 13,8% respecto a 2017.



## 3.4. OFERTA DE REUNIONES: nacionalidad de los participantes



### PARTICIPANTES



	2018
Participantes de la propia CCAA	781.687
Participantes de otras CCAA	2.542.343
Participantes Internacionales	977.773
<b>TOTAL</b>	<b>4.301.803</b>

## 3.4. OFERTA DE REUNIONES: nacionalidad de los participantes




### PARTICIPANTES



  
**Españoles**  
77,3%

Las **Comunidades de Madrid y Cataluña** son las **que más participantes aportan**.

  
**Extranjeros**  
22,7%

Los europeos procedentes de **Reino Unido, Alemania y Francia** son los más numerosos en las reuniones.

### CC.AA. – PRINCIPALES VARIACIONES

	2017	2018	% VARIACIÓN
<b>Madrid</b>	25,3%	25,1%	-0,2%
<b>Cataluña</b>	18,1%	13,0%	-5,1%

### PAÍSES– PRINCIPALES VARIACIONES

	2017	2018	% VARIACIÓN
<b>Reino Unido</b>	14,0%	15,5%	1,5%
<b>Alemania</b>	5,9%	11,5%	5,6%
<b>Francia</b>	7,9%	11,0%	3,1%
<b>EE.UU</b>	10,2%	6,7%	-3,5%

## 3.5. SITUACIÓN DEL SECTOR EN DESTINO

### ¿El sector en su destino ha aumentado o ha disminuido en el año 2018 respecto al año 2017?

#### AUMENTO

La mayoría de los destinos opina que el sector del turismo de reuniones en su destino **ha aumentado** en 2018 respecto a 2017. El motivo principal argumentado es la **mejora de la situación económica**.

*“A una mejora del contexto económico general”*

*“...búsqueda de sedes singulares, ..., ciudades más pequeñas que permiten disfrutar de un casco histórico, visitas a restaurantes, etc., después de una jornada de trabajo en un congreso, evento, etc.”*

Otros motivos relevantes que también se mencionan son: la **oferta en el destino**, las **buenas comunicaciones** y por las **acciones realizadas desde el Convention Bureau**.

*“El aumento se ha debido a la oferta que ofrece la ciudad y a su cercanía con el aeropuerto y vías de comunicación.”*

*“Trabajo continuo de Convention Bureau en los años previos presentando candidaturas; trabajo que se vio recompensado con cierre de reuniones que establecieron un calendario de partida sólido; éste se fue ampliando a lo largo del año con el surgimiento y cierre de otras reuniones, incluso a alguna internacional.”*

#### DISMINUCIÓN

Algunos de los destinos que opinan que el año 2018 disminuyó el turismo de reuniones, argumentan que el motivo principal es la celebración de reuniones más pequeñas que las celebradas en 2017.



# CARACTERÍSTICAS DE LAS REUNIONES

**MADISON**

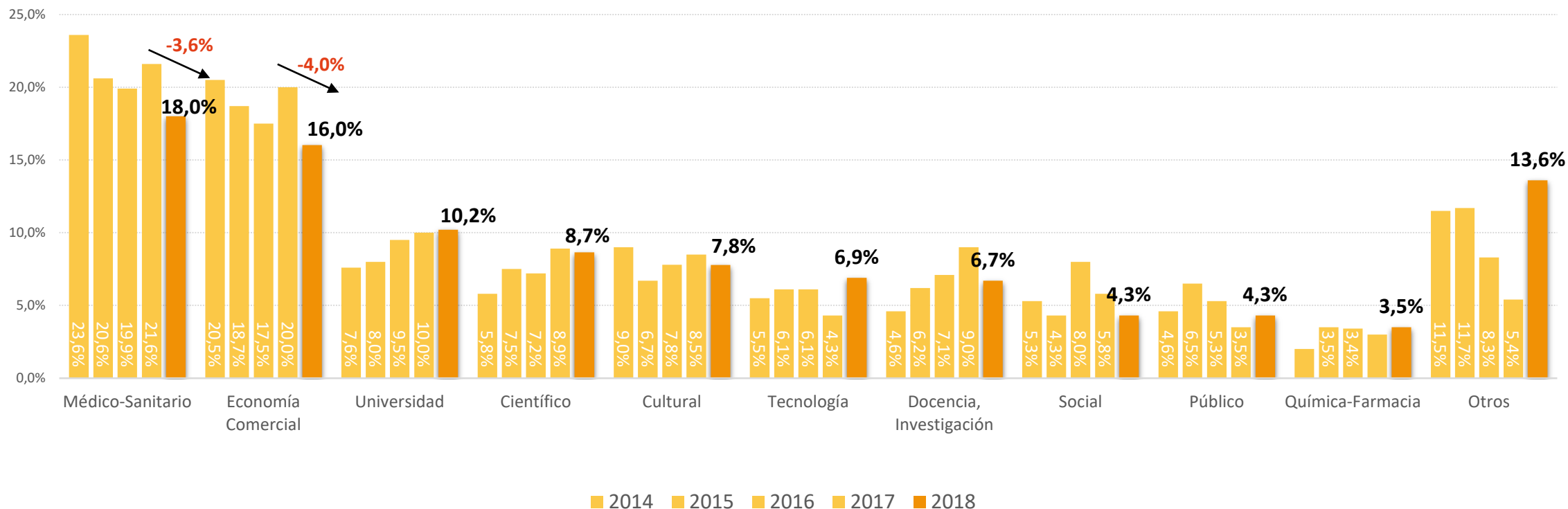


## 4.1. CARACTERÍSTICAS DE LAS REUNIONES: sector de actividad

### PRINCIPALES SECTORES DE ACTIVIDAD

Los dos sectores de actividad que tradicionalmente aglutinan el mayor número de reuniones son el **médico-sanitario** y el **económico-comercial**. El tecnológico es el que ha experimentado un incremento mayor en 2018.

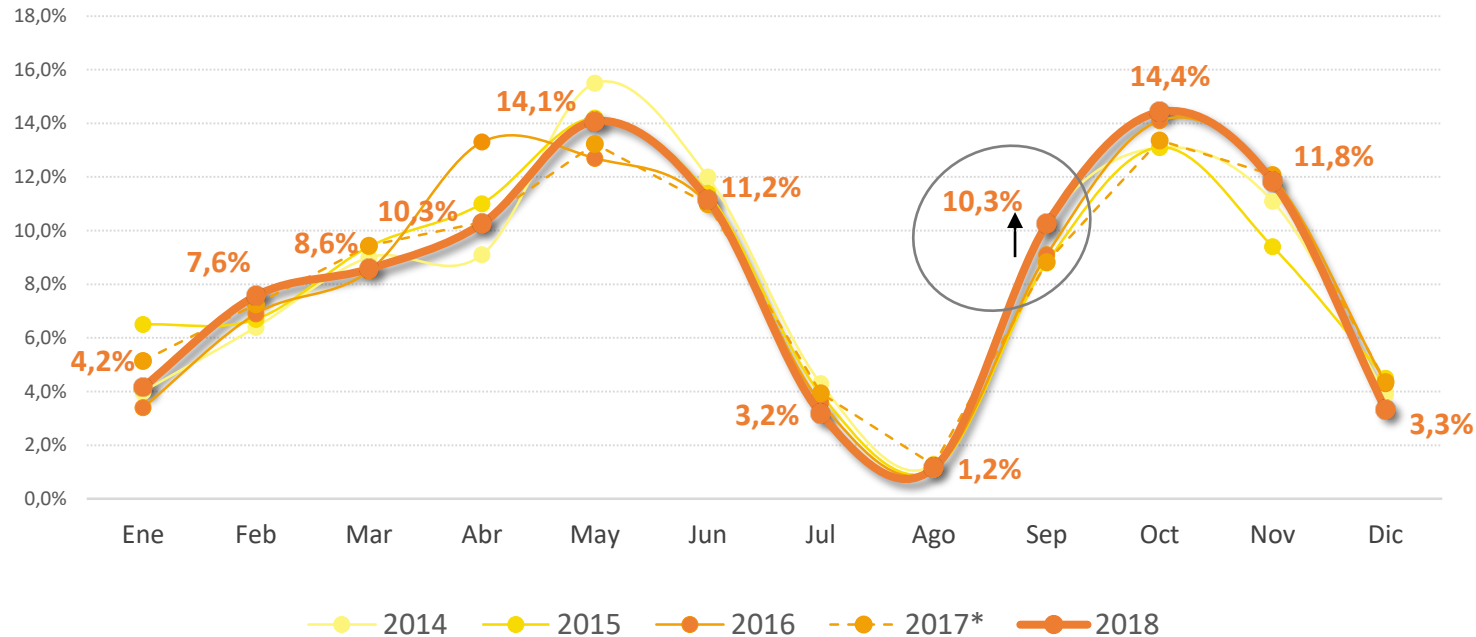
### EVOLUCIÓN ANUAL



## 4.2. CARACTERÍSTICAS DE LAS REUNIONES: mes de celebración

### MES DE CELEBRACIÓN

EVOLUCIÓN ANUAL

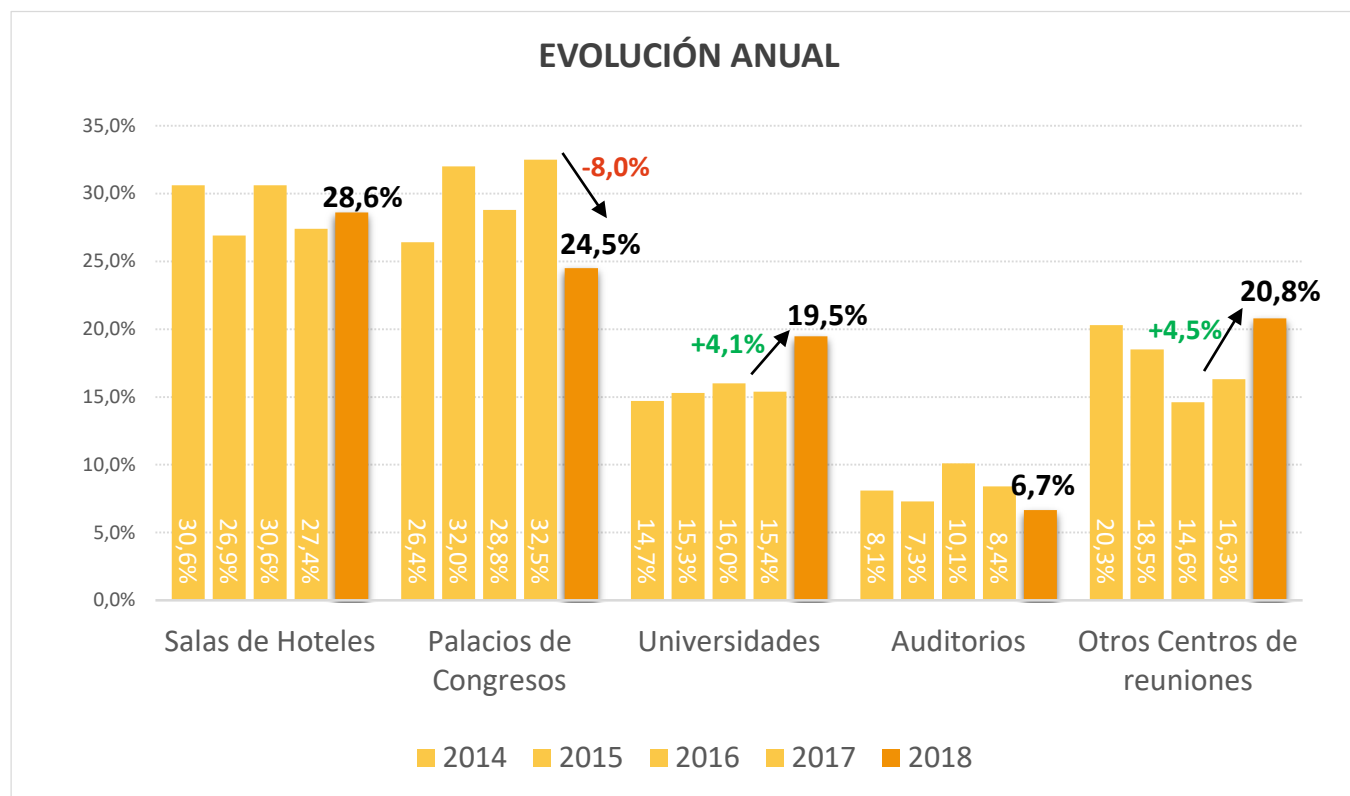


Los meses en los que se celebra una **mayor tasa de reuniones** continúan siendo los de **primavera y otoño**.

Entre ellos, septiembre, es el mes que ha experimentado un mayor crecimiento.

## 4.3. CARACTERÍSTICAS DE LAS REUNIONES: sede de celebración

### SEDE DE CELEBRACIÓN

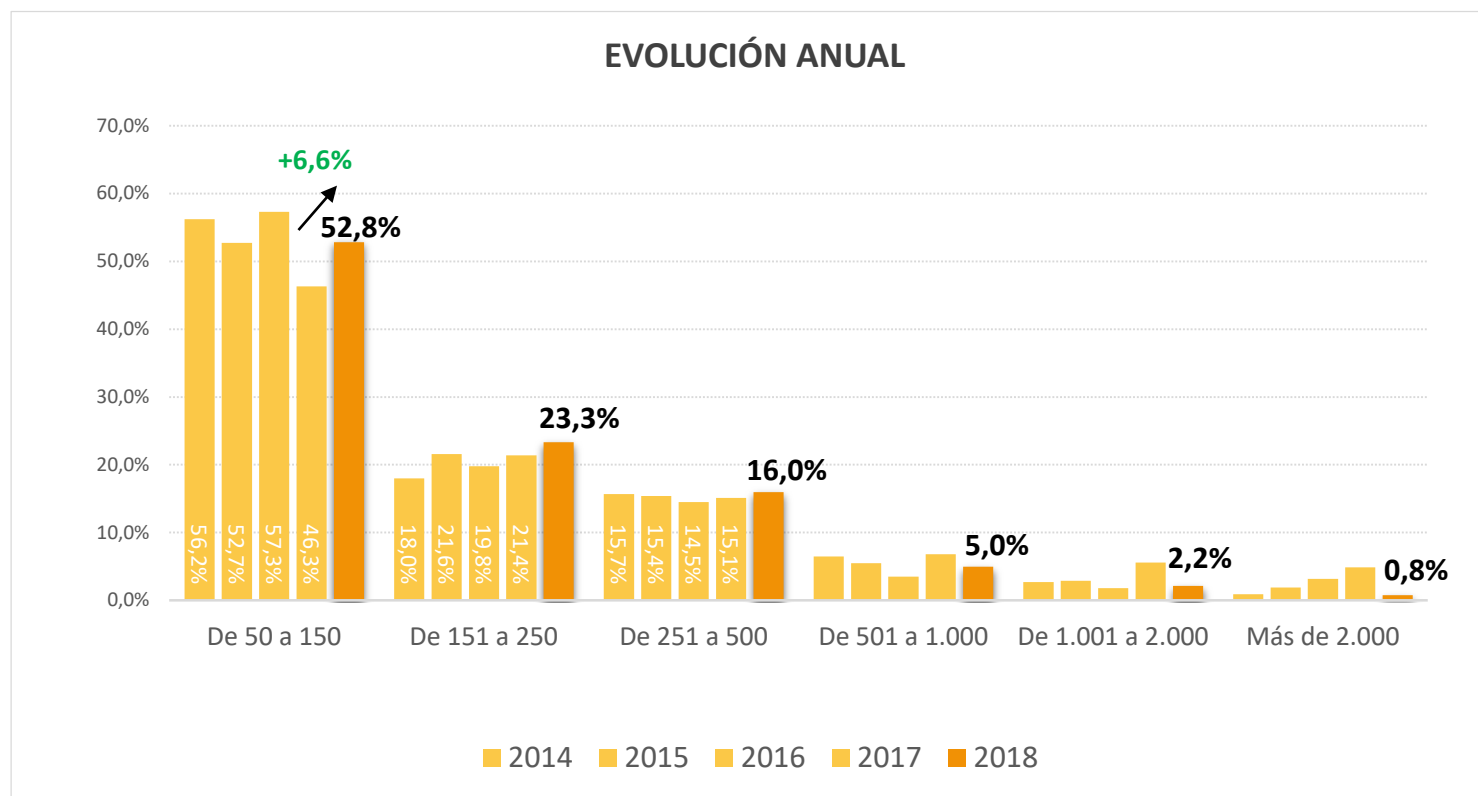


Las reuniones se han celebrado **mayoritariamente en salas de hoteles.**

Teniendo en cuenta la evolución anual, se observa un incremento de reuniones celebradas en universidades y otro tipo de centros de reuniones.

## 4.4. CARACTERÍSTICAS DE LAS REUNIONES: nº de participantes

### Nº DE PARTICIPANTES



El tamaño de reunión **más habitual sigue siendo el de 50 a 150 participantes**. Más de la mitad de las reuniones tienen este tamaño.

Las reuniones que más han crecido en 2018, son las de menor tamaño mientras que las reuniones de más de 500 participantes han descendido.

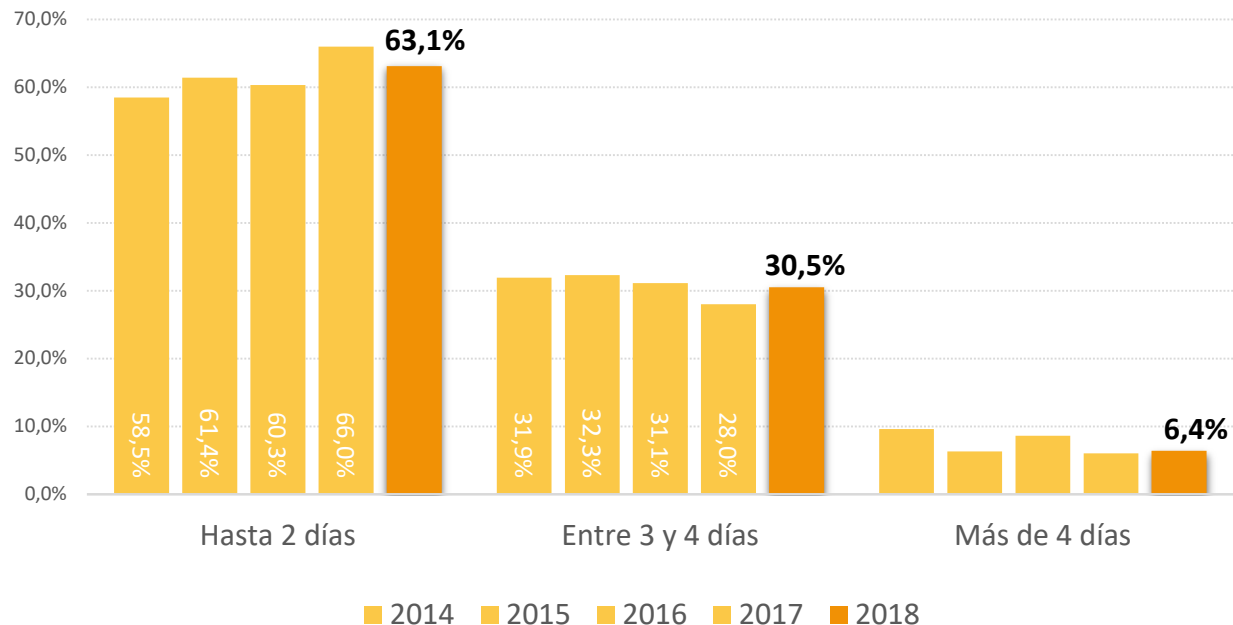
Las reuniones con una asistencia superior a 500 personas sólo representan el 8% del total.

## 4.5. CARACTERÍSTICAS DE LAS REUNIONES: duración

Un año más, la reuniones **más frecuentes** son aquellas que **no superan los dos días de duración**, siendo la media anual de **2,26 días**.

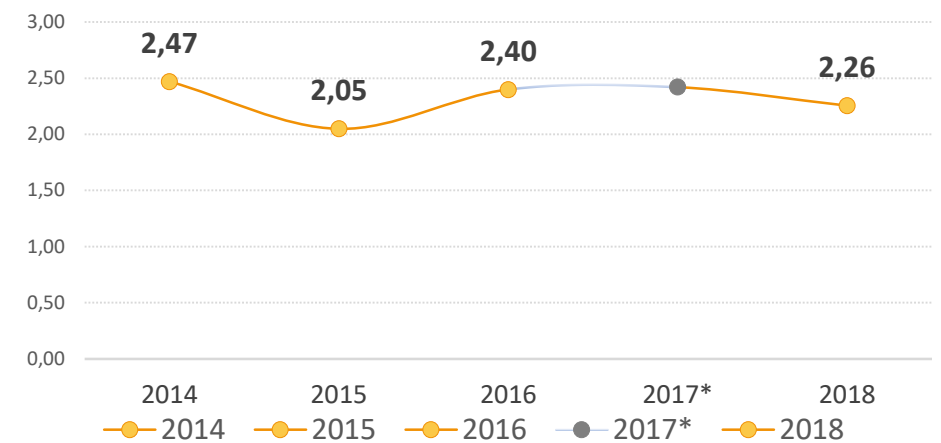
### DURACIÓN

#### EVOLUCIÓN ANUAL



### DURACIÓN MEDIA

#### EVOLUCIÓN ANUAL

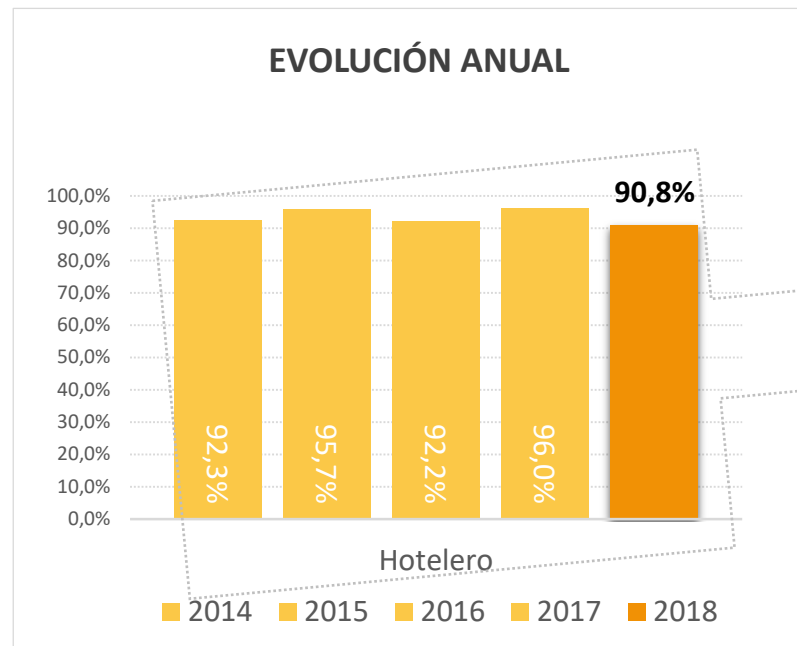


NOTA (\*): la duración media de 2017 no disponible.

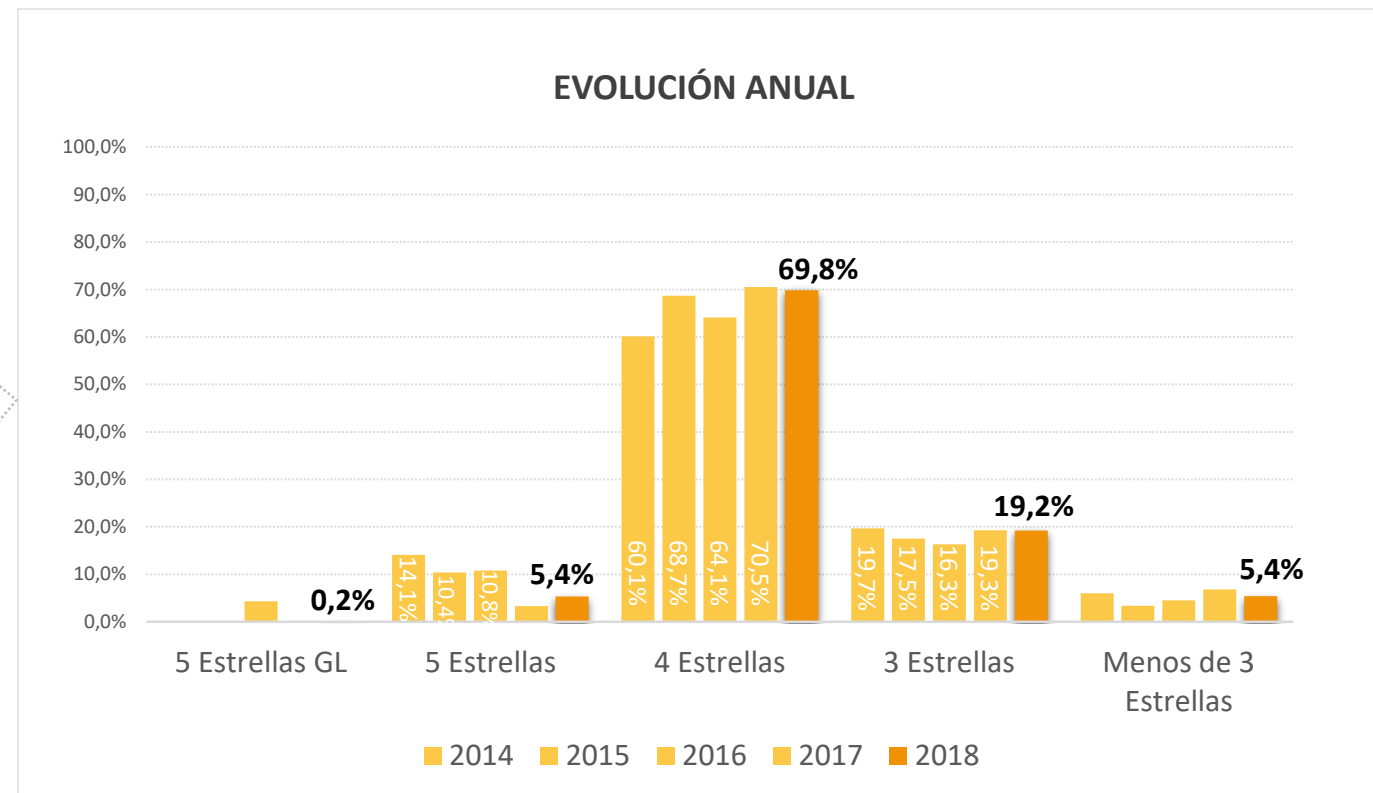
## 4.6. CARACTERÍSTICAS DE LAS REUNIONES: tipo de alojamiento

Siguiendo la tendencia de años anteriores, el **hotel sigue siendo** el alojamiento más utilizado por los participantes, sobre todo los de **4 estrellas**. No obstante, ya se detecta que cerca de un 10% utilizan otro tipo de alojamiento distinto al hotelero.

### TIPO DE ALOJAMIENTO



### CATEGORÍA DEL HOTEL



### ¿Qué percepción tiene de la situación general del sector turismo de reuniones en España?

Los dos principales **puntos fuertes** identificados por los destinos sobre cuál es la situación general del sector en España son:

- **La excelente oferta existente de turismo de reuniones en España, tanto de infraestructuras como de oferta complementaria.**
- **Lo bien posicionado que está el sector.**

*“España está despuntando como un destino idóneo para acoger turismo MICE, tanto por su oferta como por la percepción que tienen en el mercado internacional sobre España, como un destino de calidad, profesional, con buen clima y una gran oferta cultural y de ocio”*

*“... país con variedad de destinos que se pueden ajustar a las diferentes demandas, bien conectado, con percepción de seguridad y atractivo. buena relación calidad/precio. infraestructuras renovadas y variedad de actividades complementarias”*

Los ejes señalados **dónde mejorar** son:

- El sector debe **adaptarse a la demanda, actualizarse y responder a las necesidades del cliente** de forma rápida. Cada vez se buscan más experiencias nuevas e impactantes.
- **Potenciar los destinos de tamaño medio / bajo.** La captación de reuniones internacionales en estos destinos aun es compleja. Se requiere innovar en la forma de captación.
- En la **formación** del sector del turismo de reuniones: el turista de este sector es aun más exigente que otro tipo de turista.
- Se demanda mayor **promoción**.

## 4.8. SITUACIÓN DEL SECTOR EN SU DESTINO

### Y en particular en su destino, ¿qué percepción tiene del sector?

Se pueden destacar cuatro ideas generales de la percepción que se tiene del sector en el destino:

- Es un **sector cada vez más profesionalizado**, y que **necesita seguir desarrollándose y especializándose**.
- Además, debe saber **adecuar la oferta**, tanto de sedes dónde celebrar las reuniones como de la oferta alojativa, en función de la demanda actual y potencial, ubicación del destino, así como otros posibles puntos de influencia.
- Es considerado un **producto turístico que ayuda a desestacionalizar el turismo en el destino**, y que debe desarrollarse en ese sentido.
- Los **destinos próximos a grandes ciudades pueden aprovechar sinergias**.

*“Nuevas empresas se están especializando en el segmento Mice y se aprecia una profesionalización en el destino”*

*“La falta de capacidad hotelera nos imposibilita para competir por recibir eventos más grandes”.*

*“Los prescriptores locales empiezan a confiar en su destino para hacer sus reuniones. Empezamos a recibir peticiones de OPC que piensan en mi ciudad para realizar su evento, por su cercanía a Madrid”*

# #5

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

MADISON



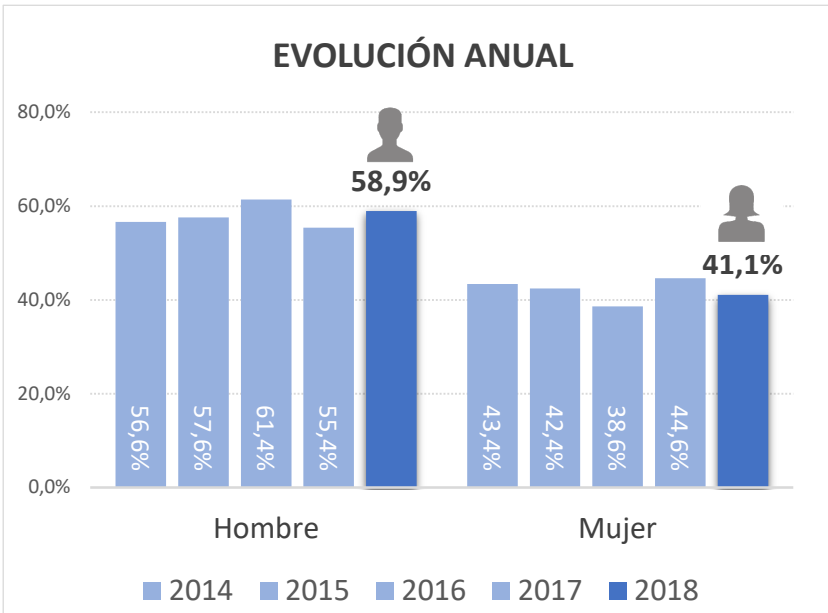
# 5.1. ANALISIS DE LA DEMANDA: perfil de los participantes

El **porcentaje de hombres** que asisten a reuniones sigue siendo ligeramente superior al de mujeres.

En 2018, se ha incrementado sensiblemente el porcentaje de participantes de entre **35 y 44 años** , frente al descenso de los participantes de entre 25 y 34 años.

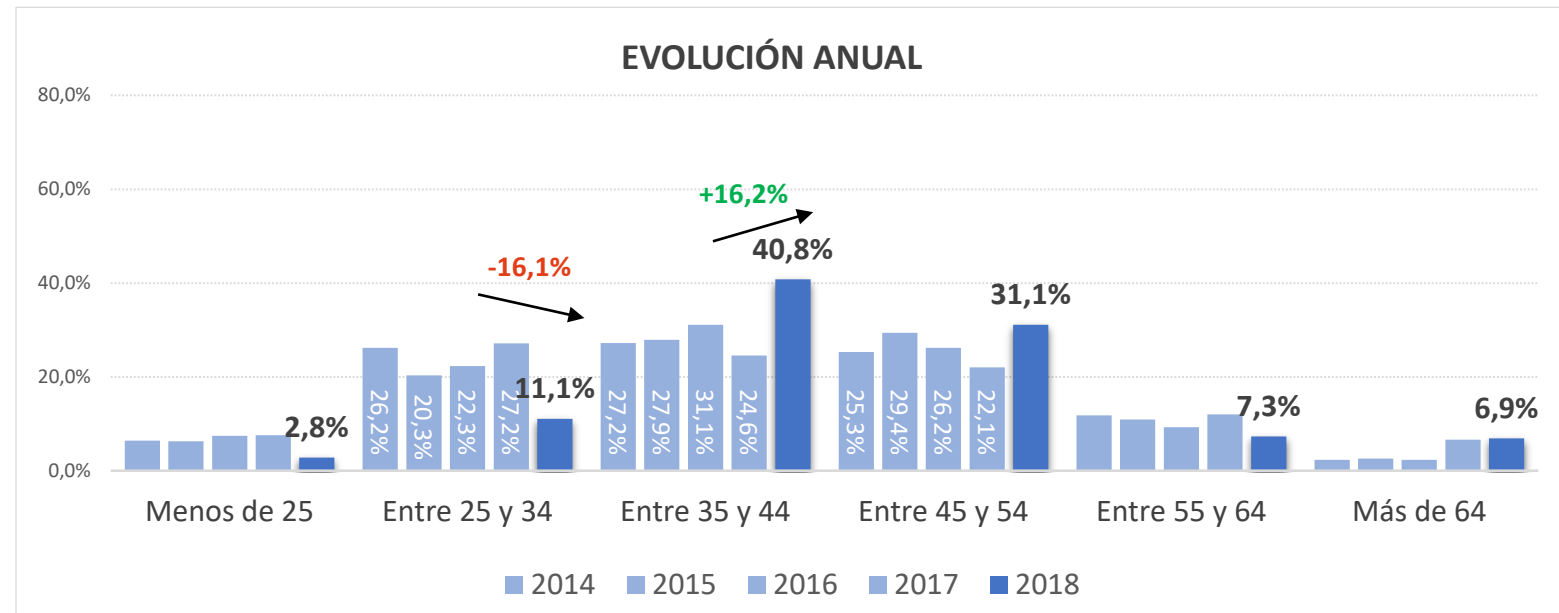
## SEXO

EVOLUCIÓN ANUAL



## EDAD

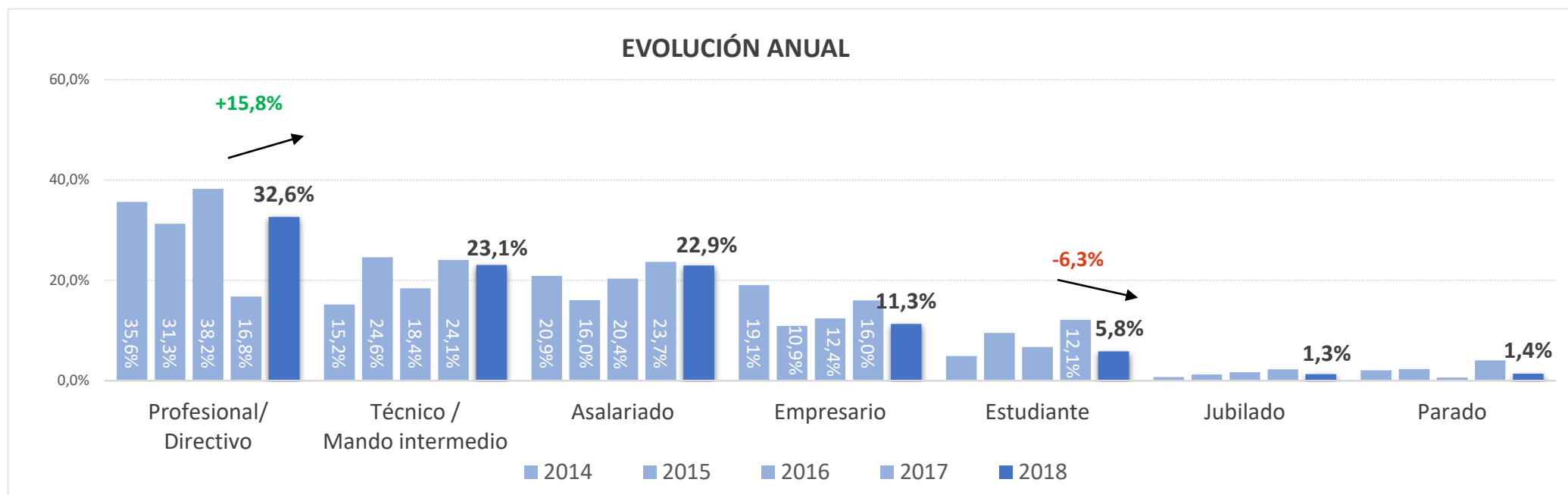
EVOLUCIÓN ANUAL



## 5.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA: perfil de los participantes

En el año 2018, el perfil **profesional/directivo** es el que **más asiste a reuniones**, suponen una tercera parte del total de participantes.

### OCUPACIÓN PROFESIONAL



## 5.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA: medio de transporte

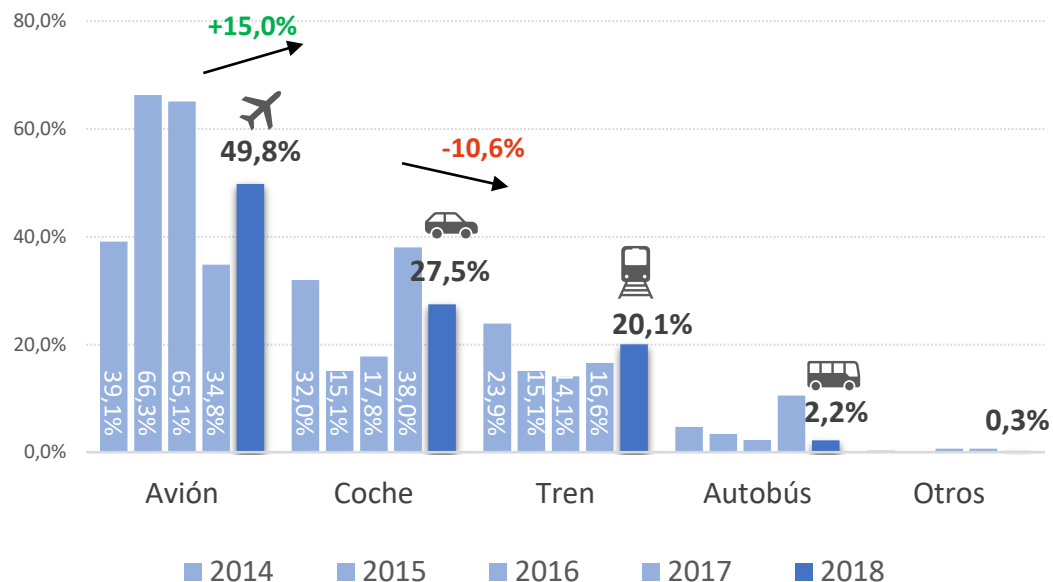
El medio de transporte más utilizado para **viajar hasta la ciudad** en la que se celebra la reunión fue el **avión**, con un notable incremento, un 15% respecto a 2017.

Dentro de la ciudad, el **taxi** y el **metro** son los medios de transporte más utilizados.

### MEDIO DE TRANSPORTE HASTA LA CIUDAD



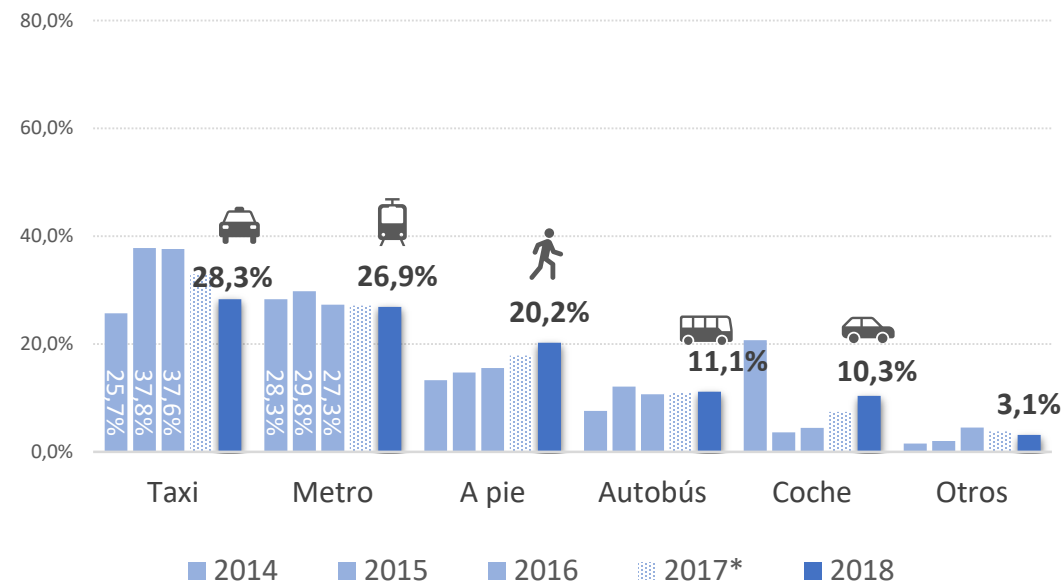
#### EVOLUCIÓN ANUAL



### MEDIO DE TRANSPORTE POR LA CIUDAD



#### EVOLUCIÓN ANUAL

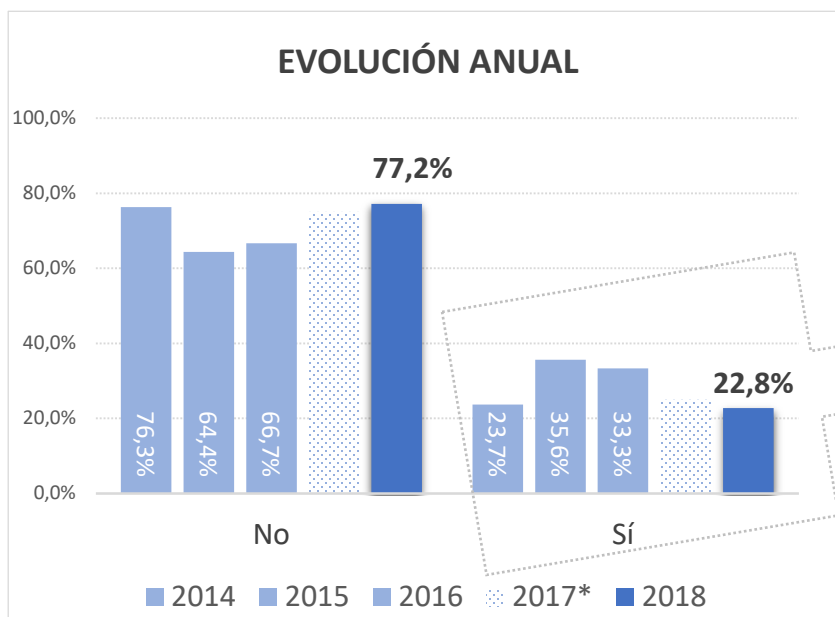


NOTA (\*): No disponible dato de 2017.

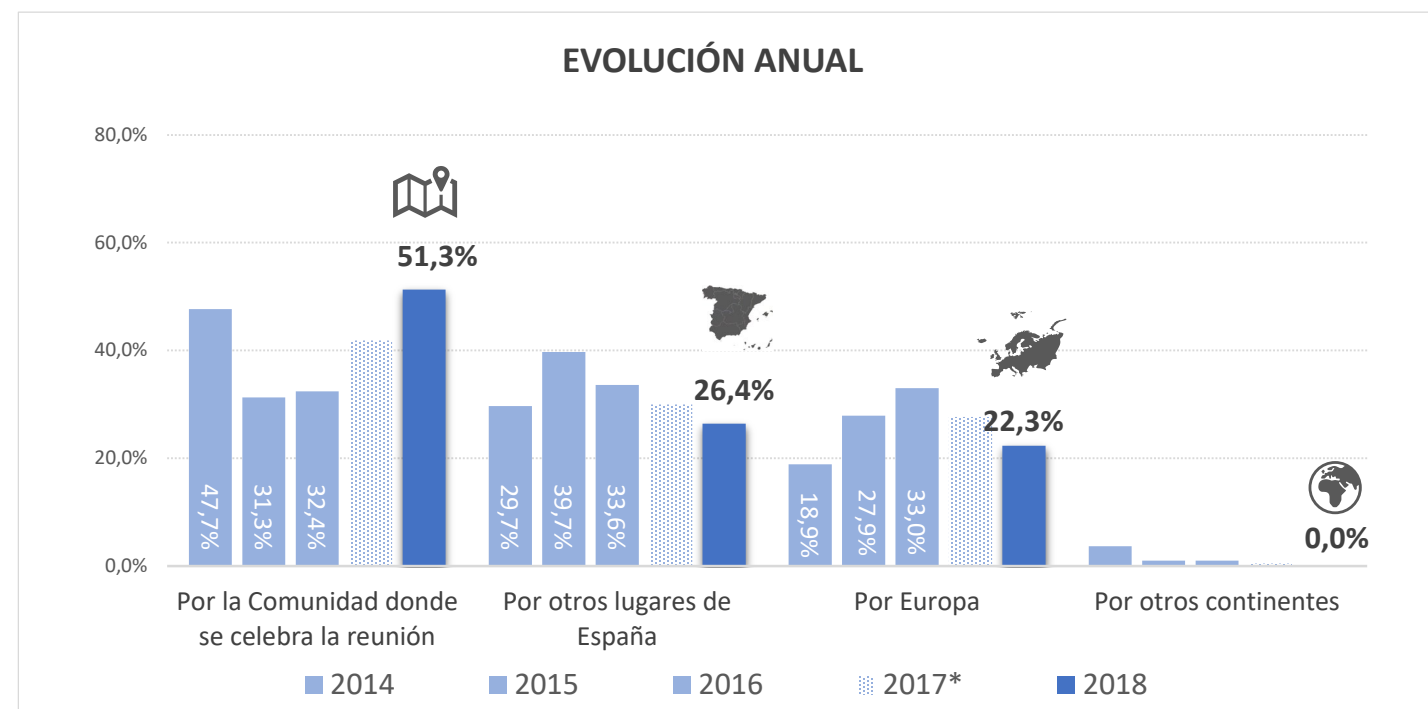
## 5.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA: descripción de la visita

La mitad de los que deciden alargar su viaje, visitan lugares cercanos a la ciudad donde se celebra la reunión.

### REALIZACIÓN DE ALGÚN VIAJE ADICIONAL

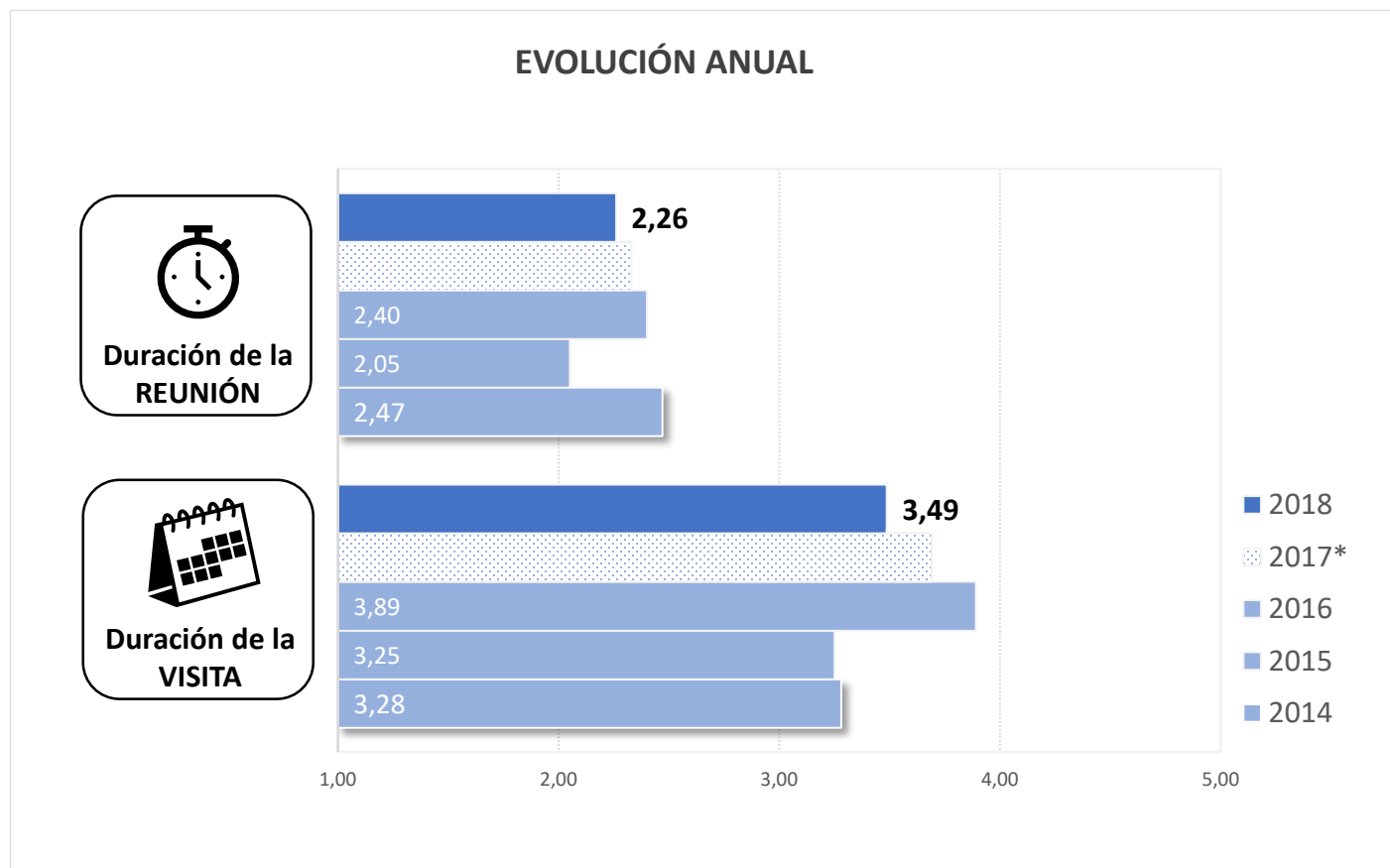


### DESTINO DEL VIAJE ADICIONAL



## 5.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA: duración

### DURACIÓN DE LA REUNIÓN Y DE LA VISITA



Tanto la **duración media de la estancia**, como la **duración media de la reunión** disminuyen ligeramente respecto a 2016.

## 5.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA: impacto económico

### IMPACTO ECONÓMICO

TOTAL 6.638.026.126,29 €



IMPACTO ECONÓMICO  
DE 2018

PARTICIPANTES...

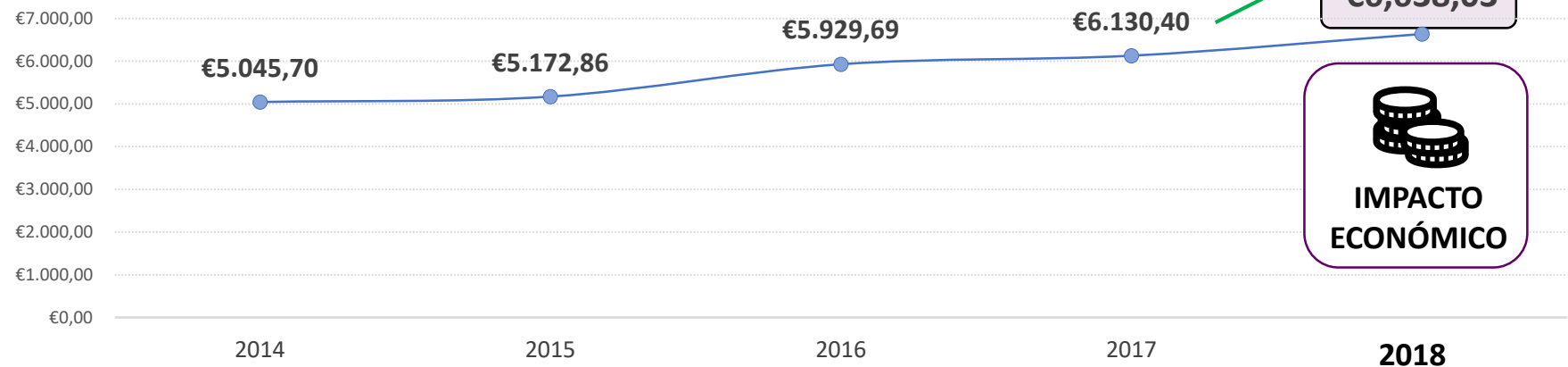
73,6%

ACOMPAÑANTES  
€1.752.607.855,90

26,4%

### EVOLUCIÓN ANUAL DEL IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO (en millones de €)

+ 8% (+ 507,63 mill. de €)

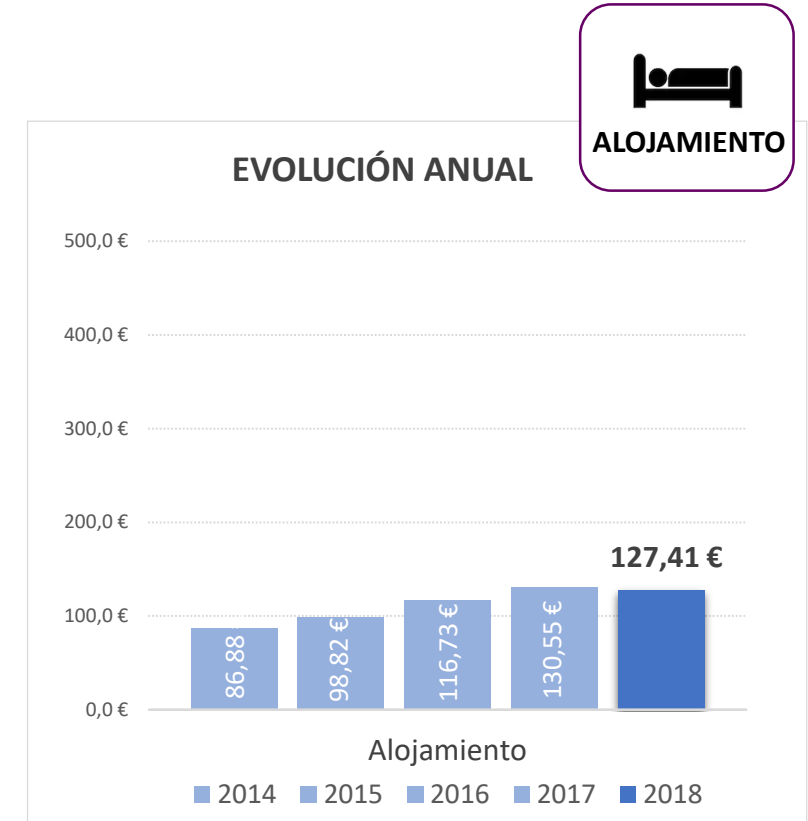
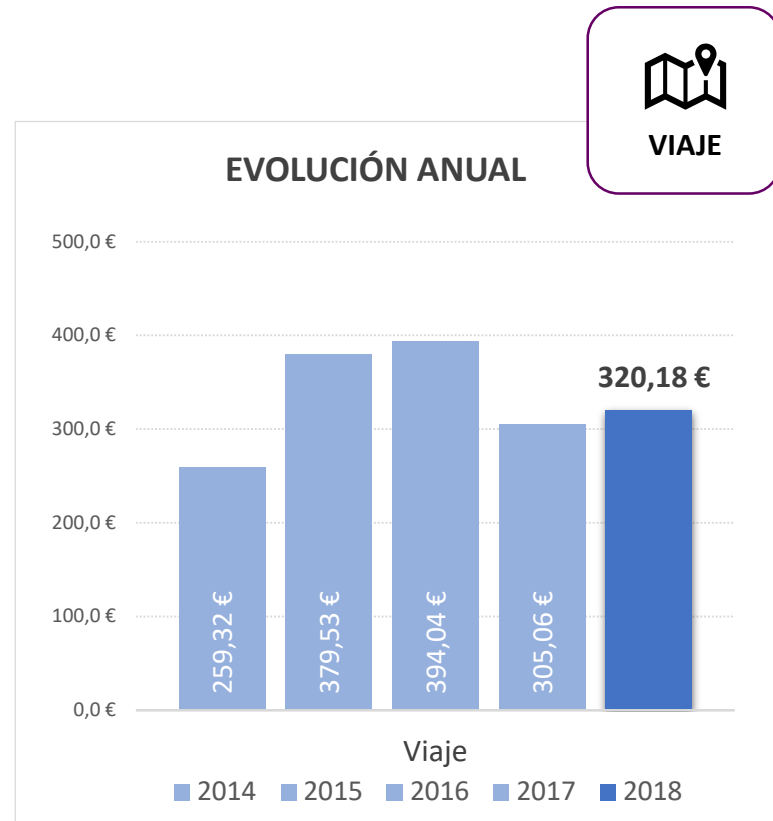
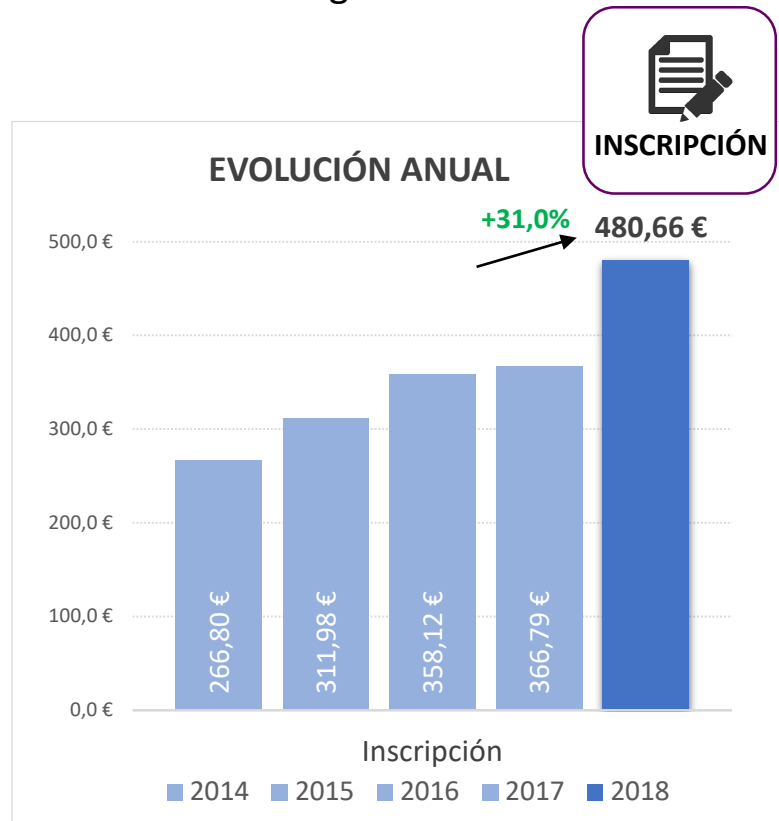


IMPACTO  
ECONÓMICO

## 5.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA: impacto económico

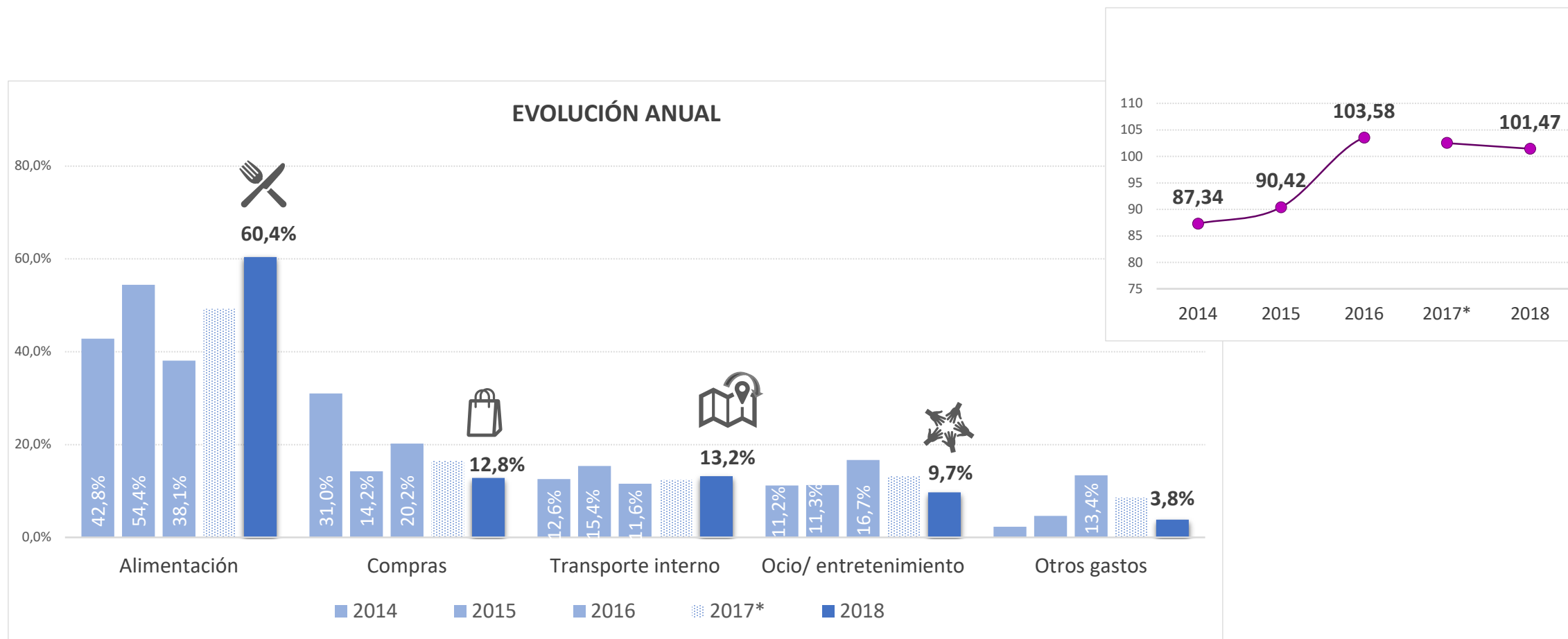
### GASTO MEDIO DE LOS PARTICIPANTES

Respecto al año anterior **umentan** los gastos medios diarios de **inscripción, y viaje**, mientras que los gastos en **alojamiento** descienden ligeramente.



## 5.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA: impacto económico

### DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO PERSONAL DIARIO



# 6

## PREVISIONES PARA PRÓXIMO AÑO

MADISON



## 6.1. PREVISIONES PARA EL PRÓXIMO AÑO

Previsiones del número de reuniones	Aumento	Mantenimiento	Disminución	Saldo <sup>(1)</sup>
Número de reuniones (general)	50,0%	40,6%	9,4%	<b>40,6%</b>
Número de Congresos	48,4%	45,2%	6,5%	<b>41,9%</b>
Número de Convenciones	48,4%	41,9%	9,7%	<b>38,7%</b>
Número de Jornadas	48,4%	48,4%	3,2%	<b>45,2%</b>

Previsiones del número de participantes	Aumento	Mantenimiento	Disminución	Saldo <sup>(1)</sup>
Número de participantes (general)	46,9%	37,5%	15,6%	<b>31,3%</b>
Número de participantes en Congresos	41,9%	41,9%	16,1%	<b>25,8%</b>
Número de participantes en Convenciones	36,7%	53,3%	10,0%	<b>26,7%</b>
Número de participantes en Jornadas	26,7%	66,7%	6,7%	<b>20,0%</b>

Previsiones del gasto por día	Aumento	Mantenimiento	Disminución	Saldo <sup>(1)</sup>
Gasto por día (general)	41,7%	50,0%	8,3%	<b>33,3%</b>
Gasto por día en Congresos	37,5%	54,2%	8,3%	<b>29,2%</b>
Gasto por día en Convenciones	37,5%	50,0%	12,5%	<b>25,0%</b>
Gasto por día en Jornadas	40,0%	56,0%	4,0%	<b>36,0%</b>