

EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA MICE

Evolución 2024, previsión para los años
2025 y 2026.

Impacto y Legado de la industria MICE



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	2
1.1. Objetivos del proyecto	2
1.2. Metodología	3
1.3. La importancia de los Convention Bureau en la industria de Negocios	5
2. CONTEXTO DEL MERCADO.....	7
2.1 Visión Global de la industria turística.....	7
2.2 Reuniones internacionales	8
3. PREVISIONES DE LA INDUSTRIA MICE EN ESPAÑA. INDICADORES.....	11
3.1 Volumen de negocio	11
3.2 Cifra de viajeros	12
3.3 Volumetría por mercados origen.....	13
3.4 Gasto medio diario	15
3.5 Estancia media.....	16
4. PERSPECTIVAS DEL SECTOR.....	18
4.1 Tendencias	18
4.2 Expertos.....	24
5. MEJORES PRÁCTICAS DE LA INDUSTRIA EN SOSTENIBILIDAD Y LEGADO	32
6. ANEXOS	43

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Objetivos del proyecto

Este informe se propone ofrecer un análisis exhaustivo de la industria MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) en el mercado español, con una proyección hacia los años 2025 y 2026. El objetivo de este estudio busca no solo entender el estado actual de la industria, sino también anticipar su evolución futura, y es el resultado de un análisis detallado de los siguientes elementos:

- **Evaluación del Volumen de Negocio:** Determinando el tamaño actual del mercado y sus expectativas de crecimiento basadas en tendencias observadas y proyecciones económicas.
- **Análisis de Tendencias:** Identificando las principales tendencias que están modelando el futuro de la industria MICE, incluyendo tecnología, sostenibilidad y cambios en las preferencias de los consumidores.
- **Desarrollo y Sostenibilidad:** Examinando cómo los Convention Bureau contribuyen al desarrollo sostenible de sus regiones, fomentando prácticas que aseguran un legado positivo.
- **Identificación de Mejores Prácticas:** Exponiendo las estrategias y prácticas exitosas implementadas por los Convention Bureau a nivel mundial, con un enfoque particular en la sostenibilidad y la innovación.

Como **referencia general de todo el análisis** se establece la siguiente **definición de MICE**:

“Entendemos por Industria de Reuniones, cualquier conferencia, congreso, feria, convención, jornada o exposición de carácter empresarial y que cuente con un mínimo de 10 asistentes.

También se incluyen en esta categoría los eventos de incentivos, corporativos y comerciales.

No se incluyen dentro de MICE los eventos sociales no corporativos, los eventos de ocio y entretenimiento, y los eventos o reuniones educativos referentes a formación reglada”.

1.2. Metodología

Para alcanzar estos objetivos, en primera instancia, se ha implementado una metodología basada en un enfoque de investigación documental exhaustivo, conocido como *desk research*. Este proceso ha implicado la identificación, recopilación y análisis detallado de todas las fuentes disponibles que sean relevantes para el ámbito de la industria de reuniones, así como de otras áreas que pudieran aportar datos o perspectivas valiosas en el contexto del estudio. Las fuentes analizadas incluyen informes sectoriales, bases de datos estadísticas, publicaciones especializadas y cualquier otro recurso que contribuya a obtener una visión completa y actualizada del panorama.

Una vez completada la etapa de identificación y actualización de las fuentes, se procede a un análisis minucioso de la información recopilada. Este análisis incluye la integración de los datos en un modelo de cálculo de indicadores que ha sido revisado y actualizado específicamente para este estudio. Dicho modelo permitirá generar los resultados correspondientes al año 2024, ofreciendo además proyecciones detalladas para los años venideros. Este enfoque no solo busca garantizar la representatividad de los resultados obtenidos, sino también proporcionar una herramienta robusta para la toma de decisiones estratégicas en el sector.

En síntesis, esta fase representa un esfuerzo multidimensional orientado a comprender las dinámicas actuales de la industria MICE, anticipar su evolución futura y proporcionar un marco analítico sólido que sirva de base para promover su desarrollo sostenible y su impacto positivo en la economía global.

Las principales fuentes utilizadas corresponden a las siguientes tipologías:

- Fuentes turísticas procedentes del Instituto Nacional de Estadística (entre las que destacan la Encuesta de Turismo Residente, Frontur-Egatur o Encuesta de Ocupación Hotelera).
- Fuentes turísticas procedentes de otros organismos oficiales nacionales e internacionales (cabe mencionar a Turespaña, GEBTA, UN Tourism, ICCA, WTTC, GBTA, Exceltur).
- Otras fuentes turísticas relevantes (Barómetro Braintrust, Oxford Economics, American Express GBT M&E, Amadeus, BBVA Research, Caixabank Research, Hosteltur).

- Fuentes de coyuntura económica (Banco de España, Ministerio de Economía, Ministerio de Industria y Turismo, Fondo Monetario Internacional, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, Eurostat).

Para el desarrollo y actualización del modelo de datos de gasto y viajes se utilizan dos fuentes principales, como se ha mencionado anteriormente:

La primera es la Encuesta de Turismo Residente. Es una encuesta continua desarrollada por el INE cuyo objetivo principal es proporcionar estimaciones periódicas sobre los viajes realizados por la población residente en España y sus principales características. Se utiliza a nivel de microdatos, y los campos recurrentes que se incluyen en el modelo son el año del estudio, destino España, motivo principal del viaje, pernoctaciones y gasto total.

La segunda fuente principal es la Encuesta Frontur-Egatur, igualmente desarrollada por el INE, que estima el total de viajeros no residentes en España y esta información es la que a su vez se utiliza para estimar el total de gasto que estas personas realizan en sus viajes a nuestro país. También se utiliza a nivel de microdatos y los campos incluidos son los mismos anteriormente mencionados (el año, motivo del viaje, gasto total y pernoctaciones). Adicionalmente, para elevar a población general los resultados obtenidos en ambas encuestas, se utilizan los factores de ponderación poblacionales establecidos por el INE.

Además de estas dos fuentes principales, el modelo se alimenta de algunos campos adicionales extraídos de los resultados del Barómetro anual BRAINTRUST, que aportan información adicional específica (evolución del gasto declarado, evolución de la estancia media declarada, evolución de las tarifas hoteleras y volumen de viajeros por empresa que acuden a eventos) y de indicadores de coyuntura económica (PIB, inflación, tipo de cambio y empleo generado), estos últimos más relevantes en la elaboración del *forecast* de 2025 y 2026.

Por último y no menos importante, se ha realizado un análisis bottom-up utilizando todas las fuentes disponibles más allá del modelo para comprobar la solidez de los datos obtenidos y verificar que las estimaciones del modelo responden a la realidad del mercado.

Para ampliar la información sobre el detalle metodológico, puede consultarse en el apartado “6. Anexos” del presente documento, ANEXO I: “Ampliación Metodología”

1.3. La importancia de los Convention Bureau en la industria de Negocios

Los Convention Bureau son entidades fundamentales en la estructura de la industria MICE, proporcionando un enlace entre los destinos turísticos y los organizadores de eventos. Su actividad está orientada principalmente a:

- **Promoción y Captación de Eventos:** Mediante estrategias de marketing y redes de contactos globales, los Convention Bureau atraen eventos de gran escala que tienen un impacto económico directo significativo en términos de gasto turístico y empleo.
- **Impulso Económico:** Más allá de la atracción de eventos, estos organismos estimulan la inversión en infraestructura turística y empresarial, desde hoteles hasta centros de conferencias, generando empleo y oportunidades de negocio para las economías locales.
- **Sostenibilidad y Legado:** Los Convention Bureau están cada vez más involucrados en la promoción, sensibilización e implantación de prácticas sostenibles dentro de la industria, apoyando y asesorando en generar, promover y planificar eventos que mitiguen los impactos negativos y promuevan la conservación ambiental, así como el bienestar social y económico de las comunidades anfitrionas.
- **Colaboración e Innovación:** Funcionan como catalizadores de innovación, fomentando la colaboración entre entidades gubernamentales, empresas privadas y ONG para desarrollar soluciones tecnológicas y creativas que mejoren la experiencia de los asistentes y el rendimiento de los eventos.

Los Convention Bureau no solo impulsan el desarrollo económico y la cohesión territorial, sino que también actúan como agentes clave en la construcción de un sector MICE más sostenible, digitalizado e innovador.

CONTEXTO DEL MERCADO.

Visión Global de la industria turística

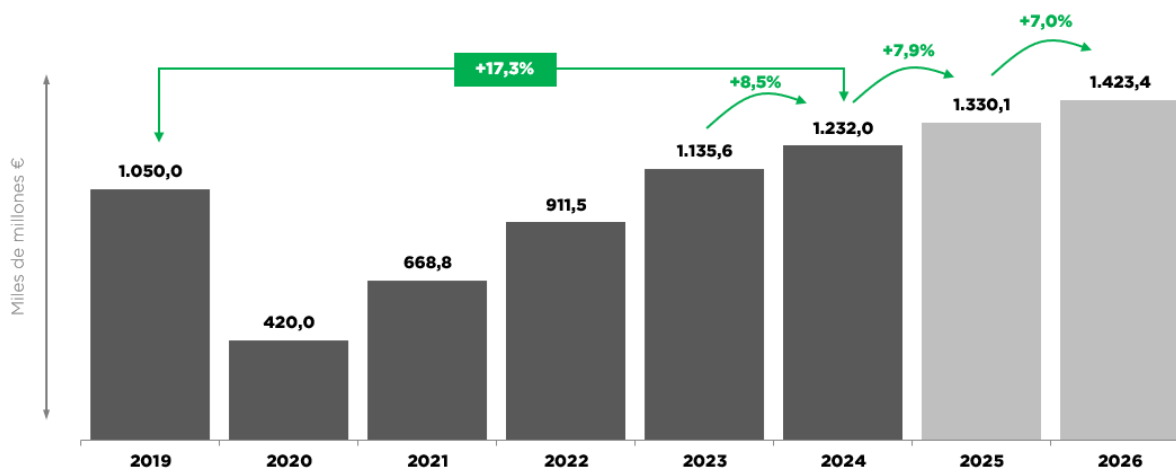
Reuniones internacionales

2.CONTEXTO DEL MERCADO

2.1 Visión Global de la industria turística

El sector turístico ha experimentado una notable transformación desde la pandemia, impulsando cambios significativos en la industria de reuniones y eventos. A nivel global, la industria de reuniones alcanzó en 2024 un volumen de negocio de aproximadamente 1,23 billones de euros, mostrando una recuperación robusta, con un crecimiento del 8,5% respecto al 2023, impulsado en mayor medida por el crecimiento del mercado asiático (Corea del Sur, India, Japón y China).

Las proyecciones para 2025 y 2026 muestran una evolución muy positiva, aunque sujeta a las incertidumbres de la coyuntura geopolítica y sus posibles impactos en la economía mundial. Estas expectativas vienen soportadas por unas condiciones económicas estables, la priorización del turismo y los eventos presenciales, la innovación en servicios turísticos y los avances tecnológicos.



Fuente: Estimaciones Braintrust a partir de datos de Oxford Economics, Trading Economics y GBTA

2.2 Reuniones internacionales

España se ha consolidado como un líder en el segmento de reuniones internacionales, posicionándose como el tercer país a nivel mundial en volumen de reuniones internacionales, según el último informe de la ICCA (2023).

En línea con el notable crecimiento de la industria de reuniones en la región Asia Pacífico, países como República de Corea y Japón muestran un crecimiento destacado en el volumen de reuniones internacionales. Este auge, que responde a una vuelta a la normalidad del mercado asiático tras la pandemia, junto con las propias características y ciclos de rotación de los congresos que engloba ICCA, ha tenido cierto impacto en algunos destinos a nivel europeo.

Ranking 2023	↑↓ 2022	País	Reuniones 2023	Reuniones ↑↓ 2022
1	=	EE. UU.	690	=
2	+1	Italia	553	+31
3	-1	España	505	-23
4	+1	Francia	472	=
5	-1	Alemania	463	-21
6	=	Reino Unido	425	-24
7	+5	Japón	363	+135
8	=	Países Bajos	304	+51
9	-2	Portugal	303	+9
10	=	Canadá	259	+26
11	+6	República de Corea	252	+90
12	+2	Suecia	227	+48

Fuente: ICCA

Ciudades como Barcelona y Madrid no solo se mantienen en el top de destinos preferidos, sino que continúan mejorando su oferta y servicios. Barcelona, por ejemplo, se situó en el quinto lugar, y Madrid en el octavo, destacándose por su capacidad de atraer grandes congresos y eventos corporativos.

Ranking 2023	↑↓ 2022	Destino	Reuniones 2023	Reuniones ↑↓ 2022
1	+2	París	156	+22
2	+11	Singapur	152	+51
3	-1	Lisboa	151	+7
4	-3	Viena	141	-21
5	-1	Barcelona	139	+6
6	-1	Praga	134	+5
7	+7	Roma	119	+40
8	-2	Madrid	109	-19
9	+2	Dublín	104	-1
10	+8	Seúl	103	+37
11	-1	Londres	99	-7
12	-5	Berlín	97	-16

Fuente: ICCA

El destacado posicionamiento que muestra España en el segmento de reuniones internacionales es un reflejo de su apuesta y especialización en la industria MICE y puede atribuirse a una combinación estratégica de factores clave:

- **Infraestructura de referencia mundial:** Amplia oferta de sedes, centros de convenciones de última generación y servicios especializados para todo tipo de eventos.
- **Accesibilidad y Conectividad:** Excelentes conexiones aéreas y terrestres con las principales ciudades del mundo.
- **Experiencia en Hospitalidad:** Un sector turístico maduro que entiende la importancia del servicio y la experiencia del cliente.
- **Apoyo Institucional:** Políticas gubernamentales activas que promueven el turismo de negocios como un motor de crecimiento económico.

Estos elementos, combinados con una estrategia nacional coherente para la promoción del turismo de negocios, han permitido que España no solo se recupere rápidamente de los retos impuestos por la pandemia, sino que también se posicione como un líder indiscutible en el mercado global de MICE.

La ENVIPE 2013 permite conocer que entre los motivos que llevan a la población víctima de un delito a no denunciar, están las circunstancias atribuidas a la autoridad como considerar la denuncia como una pérdida de tiempo y la desconfianza en la autoridad, con 81.9%.



Causas atribuidas a la autoridad	2010	2011
Otras Causas	61.2	63.2
N/A	36.1	35.9
	2.6	0.8

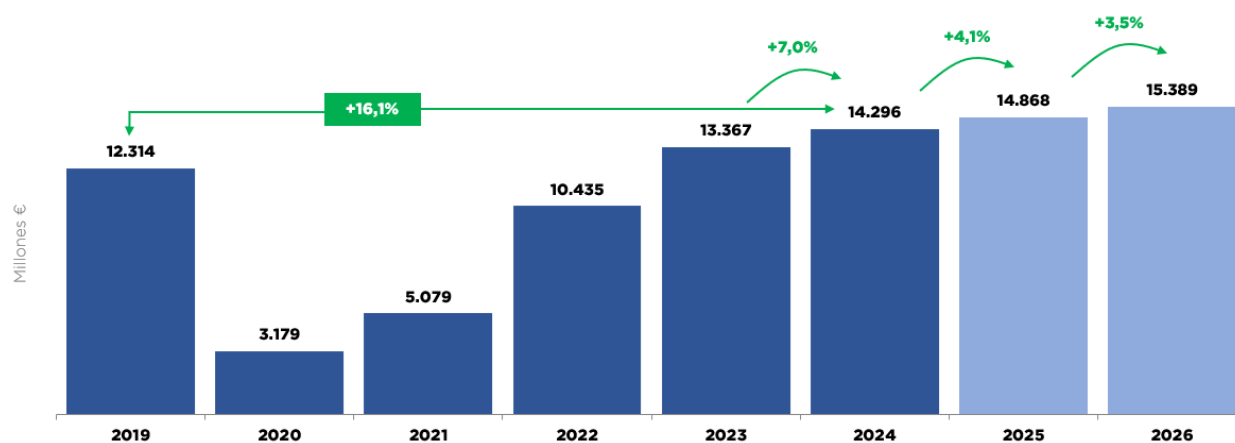
PREVISIONES DE LA INDUSTRIA MICE ESPAÑA.

Indicadores

3. PREVISIONES DE LA INDUSTRIA MICE EN ESPAÑA. INDICADORES

3.1 Volumen de negocio

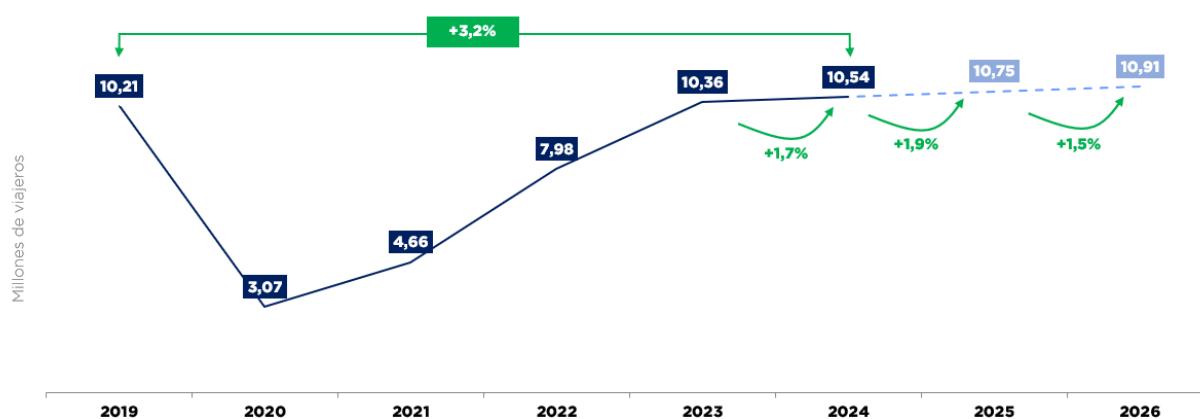
La industria MICE en España continúa la tendencia positiva también en 2024, superando las cifras del año anterior en un 7% y destacando por su rápida recuperación respecto a los niveles de 2019 que superó ya en 2023. En el último año el volumen de negocio asciende a 14.296 millones de euros, con unas proyecciones para 2025 y 2026 que mantienen la evolución positiva, aunque con crecimientos más moderados, en torno al 4% anual, como efecto de la normalización post-pandemia.



Actualización del modelo de impacto económico del informe "Demanda en la Industria de Reuniones Nacional e Internacional Post Pandemia del SCB (2022)".

3.2 Cifra de viajeros

El número de viajeros de negocios a España también ha experimentado un aumento significativo, alcanzando los 10,54 millones en 2024, lo que representa un incremento del 3,2% sobre los niveles de 2019. Las previsiones siguen siendo positivas para los siguientes años, con un crecimiento anual estimado de, aproximadamente, el 2%, con un volumen cercano a los 11 millones de viajeros en 2026, reflejando la mejora en la conectividad aérea y la creciente reputación de España como *hub* de negocios internacional.



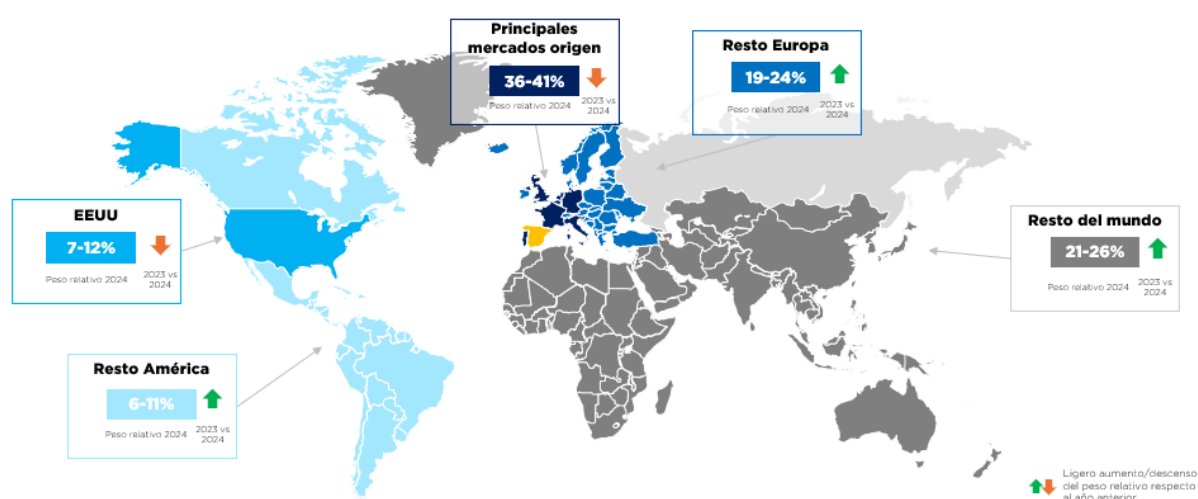
Actualización del modelo de impacto económico del informe "Demanda en la Industria de Reuniones Nacional e Internacional Post Pandemia del SCB (2022)".

3.3 Volumetría por mercados origen

Los principales mercados de origen para el turismo de reuniones en España (Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, Benelux y Portugal) mantienen el mayor peso en el volumen de negocio en conjunto, representando entre el 36% y el 41% de la cuota total de mercado, con un ligero descenso en el último año, no por mal comportamiento de estos mercados, sino por el mayor aumento de viajeros de otras regiones como Latinoamérica, el Resto de Europa o Resto del mundo.

COMPARATIVA 2023-2024			
	Peso de los mercados origen en España por motivo de reuniones internacionales 2023	Peso de los mercados origen en España por motivo de reuniones internacionales 2024	Comparativa 2023-2024
Principales mercados origen	37%-42%	36%-41%	↓
Resto de Europa	18%-23%	19%-24%	↑
EE. UU.	8%-13%	7%-12%	↓
Resto América	5%-10%	6%-11%	↑
Resto del mundo	20%-25%	21%-26%	↑










↑ ↓ Ligero aumento/descenso del peso relativo respecto al año anterior



Fuente: Estimaciones BRAINTRUST a partir de EGATUR (INE). (*) Rusia no presenta cifras de viajeros MICE desde el inicio de la invasión de Ucrania.

Profundizando en los principales mercados de origen, Alemania se mantiene como el principal, siendo además el que más crece con respecto al 2023. Aunque los datos macroeconómicos del país germano presentan cierto estancamiento, este hecho no ha repercutido en 2024 en el volumen y gasto en reuniones recibidos en España por parte de este mercado.

Por su parte, Francia, Italia y Benelux también crecen, aunque de forma más moderada (este último mantiene un comportamiento ascendente sostenido en los últimos años), mientras que Reino Unido y Portugal se mantiene en un volumen similar al del año anterior.

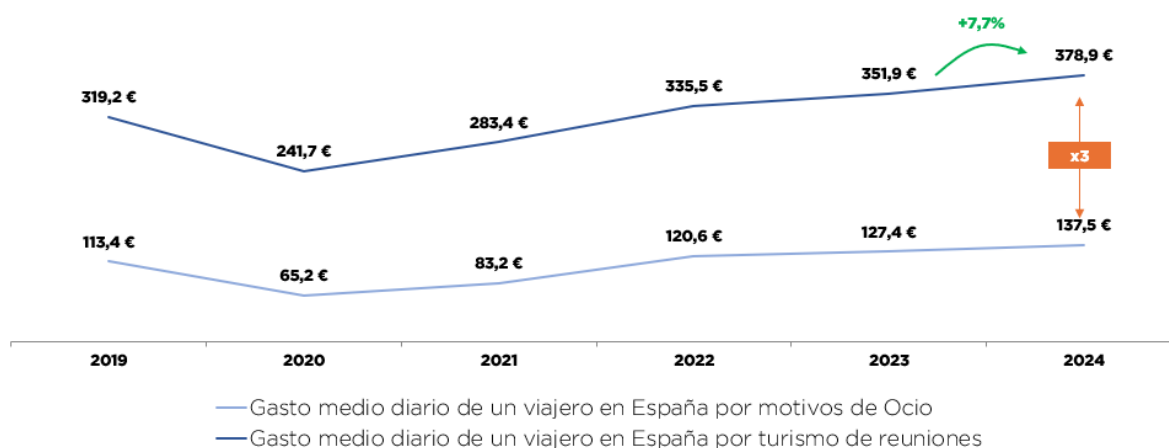
	 ALEMANIA	 FRANCIA	 REINO UNIDO	 ITALIA	 BENELUX	 PORTUGAL
Volumen de gasto de los mercados origen en España por reuniones 2024 	575-625 millones de €	450-500 millones de €	400-450 millones de €	390-440 millones de €	380-430 millones de €	150-200 millones de €
Peso de los mercados origen en España por motivo de reuniones internacionales 	8-10%	6-8%	5-7%	5-7%	5-7%	2-4%
Variación vs 2023 de gasto de los mercados origen en España por motivo de reuniones 	↑	↑	=	↑	↑	=

Fuente: Estimaciones BRAINTRUST a partir de EGATUR (INE)

Respecto a estos dos últimos mercados, que se mantienen estables, los motivos que explican su comportamiento son distintos en cada caso. Mientras que el mercado británico presenta aún recorrido de mejora y sus cifras no han despegado al nivel de otros países que, como Reino Unido, aportan tradicionalmente a España un volumen de negocio MICE importante, Portugal presenta una casuística diferente. El país vecino aporta un volumen de negocio hacia España muy destacable, sobre todo si lo enmarcamos dentro del tamaño y el potencial económico que presenta. Atendiendo a esto último, su recorrido en cuanto a crecimiento es más reducido y no se espera un aumento significativo de los viajeros de negocios procedentes de este mercado que, por otro lado, si mantiene sus cifras seguirá proporcionando a España una buena base de viajeros a mantener y cuidar.

3.4 Gasto medio diario

En cuanto al gasto medio diario de los viajeros de reuniones en España, la evolución también es muy positiva, pues en 2024 se situó en 379 euros por viajero, casi un 8% mayor que en 2023 y un 19% por encima del gasto en 2019, incluyendo también el efecto de la inflación.

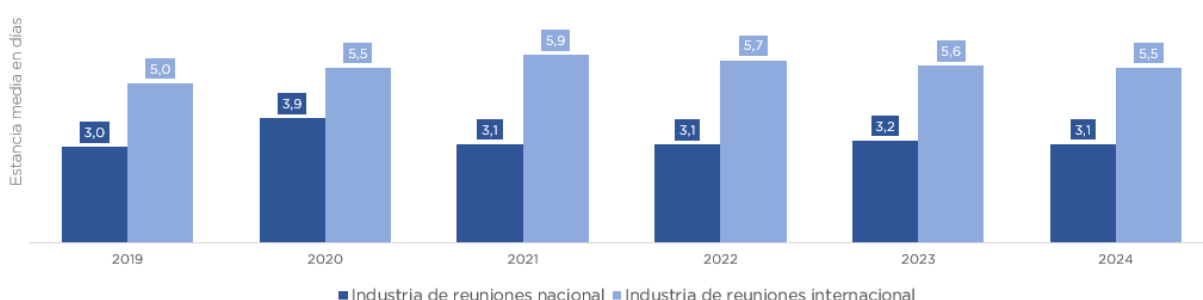


Fuente: Estimaciones BRAINTRUST a partir de datos INE

El análisis de estos datos concluye que el gasto medio de los viajeros de reuniones triplica el de los turistas vacacionales. Este diferencial se debe, en gran medida, a la mayor sofisticación y calidad de los servicios dirigidos a este segmento, así como a la especialización de los destinos en ofrecer experiencias exclusivas y personalizadas, adaptadas a las necesidades de los viajeros de negocios y eventos.

3.5 Estancia media

En cuanto a la estancia media de los viajeros de reuniones (en días), esta se ha mantenido relativamente estable, aunque con una ligera reducción en la duración de las estancias de los viajeros internacionales, pasando de 5,6 días en 2023 a 5,5 días en 2024. En el caso de los viajeros nacionales, la estancia media ha disminuido de 3,2 días en 2023 a 3,1 días en 2024, lo que sugiere una tendencia hacia la estabilización tras los desajustes en los patrones de viaje provocados por la pandemia.



Fuente: Estimaciones BRAINTRUST a partir de datos INE

PERSPECTIVAS DEL SECTOR.

Tendencias

Expertos

4.PERSPECTIVAS DEL SECTOR

4.1 Tendencias

La industria MICE evoluciona constantemente, impulsada por los cambios en la demanda, la innovación tecnológica y las nuevas expectativas de los clientes. A continuación, se presentan las tendencias clave que marcarán la dirección de la industria en el futuro cercano:

1. EVENTOS MEMORABLES ENRIQUECIDOS POR TECNOLOGÍA Y CONEXIÓN HUMANA

El éxito de los eventos ya no se mide solo por su contenido y organización, sino también por su capacidad para generar conexiones emocionales con los asistentes. En este contexto, la tecnología emerge como un catalizador esencial para enriquecer la experiencia, facilitando interacciones más dinámicas y personalizadas. Herramientas como la realidad aumentada y virtual permiten a los participantes sumergirse en experiencias que trascienden lo convencional, mientras que la inteligencia artificial facilita la personalización en masa, adaptando el contenido y las actividades a los intereses y comportamientos individuales de los asistentes.

Sin embargo, a medida que la industria se digitaliza, la necesidad de interacciones humanas auténticas y significativas se vuelve más crítica. Los asistentes valoran cada vez más las oportunidades de conexión real, que proporcionan una profundidad y un valor que no pueden ser completamente replicados por medios digitales. Esta demanda ha llevado a una revalorización de los componentes presenciales de los eventos, donde la tecnología sirve como un complemento en lugar de un sustituto de las interacciones cara a cara. La integración exitosa de la tecnología no solo mejora la eficiencia, la accesibilidad y registro de los eventos en términos de recogida de datos y estadísticas, sino que también eleva la calidad de las interacciones humanas.

En resumen, el futuro de los eventos MICE reside en la capacidad de los organizadores para fusionar tecnología avanzada con un enfoque genuinamente humano. Esta sinergia entre la digitalización y la presencialidad no solo hace que los eventos sean más inclusivos y accesibles, sino que también asegura que sigan siendo espacios de conexión humana profunda y significativa.

2. LA TECNOLOGÍA PLANTEA PROBLEMAS ÉTICOS Y DE SEGURIDAD

La integración de la inteligencia artificial (IA) en la organización y gestión de eventos MICE ha abierto un abanico de posibilidades para la personalización y eficiencia. Sin embargo, su aplicación no está exenta de desafíos éticos y de seguridad que deben abordarse con seriedad para proteger a los asistentes y garantizar la integridad de los eventos.

Por tanto, uno de los aspectos fundamentales a considerar en la integración de la IA es su gobernanza, un elemento clave para asegurar un uso riguroso que respete la privacidad de los datos, la equidad en la toma de decisiones y la transparencia en los procesos. Solo mediante un marco ético y normativo adecuado se podrá aprovechar el potencial de la IA sin comprometer la confianza y seguridad en el sector MICE.

Los principales aspectos a tener en cuenta en la gobernanza de la IA son:

- **Sesgos Algorítmicos:** Uno de los riesgos más significativos es el sesgo algorítmico, donde los algoritmos pueden perpetuar o incluso exacerbar desigualdades preexistentes basadas en datos históricos sesgados. Es fundamental que los organizadores de eventos trabajen con desarrolladores de IA para asegurar que los algoritmos sean justos y equitativos.
- **Violaciones de Privacidad:** La IA puede procesar grandes cantidades de datos personales para mejorar la experiencia del evento, pero esto también plantea importantes preocupaciones sobre la privacidad. Los organizadores deben garantizar que la recopilación y uso de datos se realice respetando la privacidad de los asistentes. Deben ser transparentes sobre qué datos se recopilan, cómo se utilizan y cómo los asistentes pueden controlar su información personal.

- **Amenazas a la Autenticidad:** La tecnología, mientras facilita interacciones personalizadas, también puede amenazar la autenticidad de las experiencias humanas. Es esencial equilibrar el uso de herramientas automatizadas con momentos de interacción humana genuina para evitar que los eventos se sientan demasiado impersonales.
- **Establecimiento de Estándares y Regulación:** Para abordar estos desafíos, es crucial establecer estándares claros y rigurosos para el uso ético de la IA en eventos. Esto incluye la implementación de marcos regulatorios que aseguren tanto la innovación como la protección integral de los participantes. La regulación debe fomentar la transparencia, el consentimiento informado y la seguridad de los datos, garantizando que la tecnología se utilice de manera que beneficie a todos los involucrados sin comprometer sus derechos.

3. PROPÓSITO Y LEGADO DE REUNIONES Y EVENTOS

La industria del MICE, además de ser plataforma de promoción económica, se considera como un transmisor de conocimiento, generador de identidad y estrategias en destino, y trabaja para potenciar el cambio social en los destinos que lo acogen; no sólo para los asistentes o los proveedores en destino, sino también para el residente.

Esta perspectiva ampliada reconoce que cada evento tiene el potencial de impactar positivamente en la comunidad local, dejando un legado que va más allá del tiempo y espacio del evento en sí. Este impacto se divide en 3 elementos fundamentales:

- **Generación de Beneficios Sostenibles:** Las empresas o entidades organizadoras de eventos están cada vez más comprometidos con la creación de beneficios que perduren en el tiempo en los destinos. Y sus eventos también pueden servir como apoyo para mejorar o resolver desafíos locales relevantes, como la sostenibilidad ambiental, el desarrollo económico o la integración social, contribuyendo de forma muy positiva a la reputación de la empresa o entidad.

- **Creación de Conciencia y Educación:** Además de su propósito común, los eventos resultan ser herramientas muy efectivas para sensibilizar y poner de relieve temas decisivos para las sociedades locales como la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental, la inclusión y equidad social o la defensa de los derechos humanos. A través de paneles, talleres y actividades interactivas, los eventos pueden promover el diálogo y la reflexión, estimulando a los participantes a llevarse consigo nuevas ideas y prácticas que pueden ser implementadas en sus propias comunidades y lugares de trabajo.
- **Medición del Impacto y Transparencia:** Para asegurar que los eventos realmente generen un legado positivo y su vez visibilizar y dimensionar el impacto positivo, es crucial que los organizadores implementen sistemas de medición que permitan evaluar la repercusión real de sus actividades. Estos sistemas deben incluir el seguimiento de indicadores económicos, ambientales y sociales.

En resumen, los eventos en la industria MICE están adoptando un enfoque más holístico y consciente, donde el éxito se mide no solo por la satisfacción inmediata de los asistentes, sino también por el impacto positivo, duradero y significativo en las comunidades que los hospedan. Esta evolución hacia un legado que va más allá de los participantes y las sedes, es fundamental para el futuro sostenible de la industria de reuniones y eventos.

4. PRIORIZACIÓN DEL TALENTO

En un sector tan competitivo y marcado por la innovación como el MICE, el talento es un recurso clave para definir el éxito de los eventos. Igual que en otros sectores, la industria de eventos y reuniones enfrenta desafíos significativos en atraer y retener a profesionales de calidad, especialmente en un contexto de transformación tecnológica y demandas cambiantes de habilidades.

Para enfrentar este desafío las líneas de acción a desarrollar serían:

- **Promoción de Estudios Especializados en MICE:** Resulta necesario fomentar y apoyar la educación especializada en la industria del MICE. Las universidades y centros de formación deben colaborar estrechamente con el sector, actores y toda la cadena de valor para diseñar currículos que reflejen las necesidades reales del mercado, preparando a los estudiantes no solo con conocimientos técnicos, sino también con habilidades en gestión, sostenibilidad y tecnología aplicada a eventos. La creación de becas, prácticas y programas de mentoría con profesionales del sector puede ser un puente valioso entre la teoría y la práctica, asegurando una nueva generación de profesionales bien formados.
- **Oportunidades de Desarrollo Profesional:** La capacitación y el desarrollo profesional continuo son clave para mantener a los empleados motivados y preparados para enfrentar los desafíos del sector. Esto incluye acceso a cursos, seminarios y conferencias que no solo actualicen sus habilidades técnicas, sino que también amplíen su visión y comprensión del sector.
- **Salarios Competitivos:** Para competir efectivamente en el mercado laboral, las empresas y organizaciones dentro de la industria MICE deben ofrecer remuneraciones que no solo sean justas, sino también competitivas con respecto a otras industrias. Esto es crucial para atraer a los mejores talentos, especialmente cuando se compite con sectores como la tecnología y la consultoría, que tradicionalmente ofrecen paquetes salariales atractivos.

En conjunto, estas estrategias ayudarán a la industria MICE a no solo atraer sino también a retener a profesionales capaces y comprometidos, garantizando así un desarrollo sólido de la industria y su capacidad de adaptarse a un contexto global y social en constante cambio.

5. DATOS Y ANÁLISIS

En un sector como el MICE, los datos y su análisis juegan un papel fundamental en la optimización y personalización de los eventos. La capacidad para recoger, analizar e implementar mejoras basadas en datos precisos es esencial para adaptar y mejorar la experiencia del cliente, garantizando el éxito operacional.

Las líneas clave para desplegar una estrategia efectiva de datos y análisis son:

- **Evaluación del Éxito de los Eventos:** Los datos proporcionan una base objetiva para evaluar el éxito de los eventos. Esto incluye desde métricas de participación y satisfacción de los asistentes, hasta el análisis del retorno de la inversión realizada. Para que esta evaluación sea ajustada a la realidad, es crucial disponer de datos calidad, precisos y fiables.
- **Identificación de Áreas de Mejora:** A través de un análisis detallado, es posible identificar aspectos específicos de un evento que requieran mejora. Esto puede abarcar desde la logística y la planificación del espacio hasta la calidad del contenido y la interacción del ponente. Los datos ayudan a transformar las críticas constructivas en acciones concretas que mejoran la calidad y efectividad de futuros eventos.
- **Personalización de Experiencias:** En la era de la personalización, los datos son clave para adaptar los eventos a las expectativas y necesidades individuales de los asistentes. Al analizar datos demográficos, preferencias y comportamientos previos, los organizadores pueden diseñar experiencias que resuenen personalmente con cada participante, desde la agenda personalizada hasta recomendaciones de networking y contenido a medida.
- **Decisiones Estratégicas Basadas en Datos:** los datos proporcionan una base sólida para tomar decisiones estratégicas más informadas. Esto incluye desde la elección de ubicaciones y temas hasta el timing y la estrategia de marketing. Con acceso a análisis predictivos y tendencias de mercado, los organizadores pueden anticipar cambios en las preferencias de los asistentes y adaptar sus ofertas para mantenerse competitivos.

En resumen, el uso estratégico de los datos en la industria MICE es clave para mejorar la planificación, personalización e impacto de los eventos. Una gestión eficaz de la información permite evaluar con precisión los resultados, detectar oportunidades de mejora y diseñar experiencias más adaptadas e innovadoras para los asistentes. Además, el análisis de datos facilita la toma de decisiones estratégicas basadas en información real, ayudando a los organizadores a anticiparse a tendencias y optimizar sus recursos. En un entorno altamente competitivo, integrar los datos como eje central de la estrategia no es solo una ventaja, sino una necesidad para garantizar la relevancia y el impacto de los eventos.

4.2 Expertos

Para completar esta fase, se ha empleado la metodología de trabajo de entrevistas en profundidad con expertos sectoriales con el objetivo de comprender de primera mano la visión, objetivos y necesidades de cada colectivo, conocer las actividades que se están haciendo en la actualidad, comprender y visualizar hacia dónde se dirige la industria en el futuro e identificar buenas prácticas destacadas bajo su punto de vista en sostenibilidad y legado MICE.

Los expertos sectoriales seleccionados representan a diferentes subsectores dentro de la industria MICE (organismos oficiales, Convention Bureau, asociaciones sectoriales y empresas privadas).

Para ampliar la información sobre el detalle metodológico de esta fase, puede consultarse el apartado “6. Anexos” del presente documento, ANEXO II: “Metodología expertos”.

A continuación, se presenta un resumen con las principales ideas y reflexiones derivadas de las entrevistas, organizadas por temáticas para organizar y facilitar la lectura y la obtención de conclusiones. Además, se incluyen literales que se mencionaron sobre esa temática.

1. HACIA DONDE VA LA INDUSTRIA

La industria de reuniones en España ha experimentado un gran crecimiento, reflejado en una demanda alta y sostenida que se ha mantenido en los últimos años. Esta tendencia de expansión continua ha consolidado a España como un destino prominente en el panorama internacional para conferencias, convenciones y otros eventos corporativos.

A pesar de este crecimiento, la dinámica de precios en el sector hotelero emerge como un desafío crítico que podría amenazar la sostenibilidad de este crecimiento a largo plazo. El conflicto entre las estrategias de revenue management, y las necesidades del equipo comercial, enfocado en atraer y retener grandes grupos, crea una tensión que puede resultar en precios menos competitivos comparados con mercados internacionales. Este aumento en los precios podría desincentivar a organizadores de eventos que buscan opciones más asequibles, particularmente en un contexto global donde otros países emergen como competidores viables.

Es muy importante que el sector desarrolle un enfoque más integrado y estratégico, que no solo se centre en la maximización de ingresos a corto plazo, sino que también promueva una política de precios flexible y competitiva que fomente la atracción de eventos y preserve la imagen de España como un destino de reuniones accesible y atractivo. La adaptación a estos desafíos requerirá una colaboración efectiva entre todas las partes interesadas, incluyendo hoteles, organizadores de eventos, entidades gubernamentales..., para fortalecer la industria y asegurar un futuro en un mercado global cada vez más competitivo.

2. PROPUESTA DE VALOR

La industria de reuniones en España ha consolidado una propuesta de valor diferenciada basada en una segmentación detallada y una oferta diversificada, adaptada a distintos tipos de eventos y regiones. El enfoque estratégico en la especialización ha favorecido una mayor personalización en la captación y gestión de eventos. El Spain Convention Bureau (Spain CB) ha desempeñado un papel clave en extender esta metodología a otros destinos, fortaleciendo la competitividad del país en su conjunto.

Además de esta estrategia de segmentación, España se beneficia de una infraestructura sólida para eventos, con recintos modernos y bien conectados a nivel nacional e internacional.

La oferta de ocio complementaria, que abarca desde la gastronomía hasta la riqueza cultural y natural del país, refuerza su atractivo como destino MICE. Otro elemento diferenciador es la creciente integración de criterios de sostenibilidad en la planificación y ejecución de eventos, respondiendo a una demanda global cada vez mayor por prácticas responsables y respetuosas con el medio ambiente.

El conocimiento de la industria y la presencia de sectores estratégicos en distintas regiones del país también contribuyen a esta propuesta de valor, facilitando sinergias entre los eventos y el tejido empresarial local.

En España, la gestión del seguimiento de resultados en la industria de reuniones y eventos es predominantemente descentralizada, con cada destino manejando sus propias acciones de captación de forma autónoma. Esta organización permite a los Convention Bureaus locales operar con independencia, aunque presenta desafíos para la recopilación unificada de datos a nivel nacional. A pesar de estos retos, la fortaleza de la infraestructura del país, la especialización de sus servicios, el compromiso con la sostenibilidad y la profundidad del conocimiento sectorial aseguran que España siga siendo un destino líder en el mercado global de reuniones y eventos.

3. RETOS Y OPORTUNIDADES DE LA INDUSTRIA MICE

En el entorno de la industria MICE, los retos y oportunidades están entrelazados con la capacidad de integrar y maximizar las tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial (IA) y otros avances digitales. Estas tecnologías no solo prometen una mayor eficiencia operativa, sino que también abren puertas a nuevas oportunidades profesionales, cambiando el perfil tradicional de los roles dentro del sector.

La incorporación de la IA, por ejemplo, puede transformar significativamente cómo se planifican y ejecutan los eventos, desde la personalización de la experiencia del asistente hasta la optimización de la logística y la gestión de recursos. Esto no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también propicia un entorno en el que se valoran nuevas habilidades y competencias, ajustándose a las necesidades cambiantes de un mercado cada vez más tecnológico.

Además, para mantener y reforzar una posición de liderazgo en el mercado global, las empresas y destinos dentro de la industria MICE deben adoptar un compromiso firme con la innovación continua y la excelencia en servicio y oferta. Esto implica no solo seguir invirtiendo en digitalización y modernización de los procesos internos, sino también en la constante evolución de los servicios al cliente. La capacidad para innovar, adaptarse rápidamente a las nuevas tendencias y establecer estándares más altos en la industria no solo fortalece la competitividad, sino que también posiciona a las empresas como líderes del sector que dictan el rumbo a seguir.

El papel de la tecnología en esta industria va más allá de simples mejoras operativas; representa una verdadera revolución en la forma de interactuar con los clientes y personalizar sus experiencias. Las organizaciones que logran entender y capitalizar estas tecnologías emergentes no solo sobrevivirán en un mercado competitivo, sino que prosperarán, encontrando nuevas maneras de crear valor y diferenciarse en un sector tan vital como es el de las reuniones, incentivos, congresos y exhibiciones.

4. BUENAS PRÁCTICAS DE LA INDUSTRIA MICE

En la industria de reuniones y eventos, las buenas prácticas están cada vez más definidas por la integración efectiva de la sostenibilidad en todas las facetas de la gestión y operación. Ejemplos destacados provienen de destinos que no solo abogan por la sostenibilidad, sino que la implementan de manera holística en sus estrategias y operaciones diarias. Estos lugares han establecido equipos dedicados exclusivamente a la sostenibilidad, con el objetivo de crear un legado perdurable que impacte positivamente tanto a la industria como a la comunidad local.

En destinos como Escandinavia, la sostenibilidad se ha convertido en un pilar central de la gestión del turismo MICE, con esfuerzos que van más allá de las medidas superficiales, como eliminar las botellas de plástico. Estos esfuerzos están dirigidos hacia una integración completa en la operativa y la estrategia, lo que significa que la sostenibilidad no solo se menciona en el discurso, sino que se ejecuta en cada acción. El enfoque en estas regiones es crear una infraestructura y una oferta que reflejen los principios de sostenibilidad, desde la elección de proveedores hasta la gestión de residuos y la eficiencia energética en los eventos.

Ciudades como Múnich, Hamburgo, Viena y Copenhague, que podrían considerarse destinos medianos, también están haciendo importantes avances en este campo, tanto en eventos asociativos como corporativos. En estos lugares, la sostenibilidad se aborda desde múltiples ángulos, incluyendo la reducción de la huella de carbono de los eventos, el fomento de la economía local y la promoción de prácticas éticas en todas las operaciones.

Un aspecto crítico de estas buenas prácticas es el reto del talento dentro de la industria. Esto ha llevado a la creación de programas de educación específicos para el sector, como másteres y grados enfocados en la gestión sostenible del turismo MICE. Estos programas están diseñados para equipar a los futuros líderes del sector con las habilidades y el conocimiento necesarios para continuar innovando en prácticas sostenibles y responsables.

5. ESTRATEGIA DE TURISMO SOSTENIBLE

La estrategia de turismo sostenible en la industria MICE ha incorporado la sostenibilidad como un componente esencial, no solo como un beneficio para la sociedad y el medio ambiente, sino también como un elemento crítico para mantener la competitividad en el mercado. Las empresas del sector están implementando medidas como la inclusión social y el uso de materiales reciclables, demostrando un compromiso con prácticas responsables y éticas. Sin embargo, enfrentan desafíos significativos en áreas como la gestión de residuos, particularmente en servicios de catering, lo que subraya la necesidad de una mayor conciencia y una adaptación en la regulación que facilite la implementación de prácticas más sostenibles.

Mientras algunas empresas destacan en la implementación de planes de igualdad y la inclusión social, otras se enfocan en la sostenibilidad desde el punto de vista del uso de recursos, optando por materiales reciclables en la construcción de stands y otras infraestructuras temporales. Este enfoque diversificado muestra que diferentes organizaciones están adaptando la sostenibilidad a su estrategia particular, aunque con un denominador común de concienciación creciente sobre su importancia.

Uno de los problemas más significativos identificados es la gestión del desperdicio de alimentos en eventos, un área que requiere urgente atención. La normativa actual no facilita la donación de excedentes alimenticios a comedores sociales u otras organizaciones benéficas, lo que destaca la necesidad de cambios regulatorios que permitan y promuevan la redistribución de alimentos no consumidos, evitando su desperdicio y contribuyendo a la seguridad alimentaria de comunidades vulnerables.

En resumen, la industria MICE está avanzando hacia una integración más profunda de la sostenibilidad en sus operaciones, con un enfoque en innovación y adaptación. No obstante, para que estas prácticas se generalicen y se optimicen, se requiere una combinación de mayor conciencia, educación continua y apoyo regulatorio que alinee las prácticas empresariales con los objetivos de sostenibilidad global.

6. ESTRATEGIAS EFECTIVAS PARA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

El sector MICE sigue siendo, ante todo, un ámbito centrado en las personas. Está centrado fundamentalmente en las interacciones humanas, la negociación, comunicación y el propósito de los eventos están diseñados para fomentar el encuentro personal, la presentación de productos y la creación de conexiones significativas. Este sector adapta continuamente sus estrategias para satisfacer las necesidades de un público diverso, empleando tanto métodos tradicionales como digitales.

La esencia de la industria MICE radica en la interacción entre personas; los eventos se organizan para facilitar estos encuentros, donde el diálogo y el intercambio son fundamentales. Los profesionales del sector entienden que las personas deben permanecer en el centro de todas las actividades, y por ello, los planes y estrategias se desarrollan con un enfoque en comunidad, formación e internacionalización. Este enfoque está pensado por y para los profesionales del sector, destacando la importancia de reconocer y elevar la percepción de esta profesión a menudo no tan visible.

Con el avance de la tecnología y el cambio en las demografías de los públicos, las estrategias de comunicación también deben evolucionar. Los canales digitales son herramientas clave en este proceso, especialmente al dirigirse a audiencias corporativas más jóvenes que demandan un enfoque digital. Sin embargo, para el segmento asociativo, donde los participantes pueden preferir métodos más tradicionales, estas técnicas clásicas continúan siendo efectivas.

Un aspecto crucial para mejorar la eficacia de estas estrategias es el conocimiento profundo del asistente. Comprender los hábitos de consumo, preferencias y preocupaciones como la sostenibilidad permite a los organizadores de eventos recopilar y analizar datos valiosos. Utilizar estos datos para personalizar la experiencia del evento y asegurar que las tácticas de marketing y comunicación sean relevantes y atractivas es fundamental para el éxito en un sector tan orientado al servicio y a la experiencia personal.



5. MEJORES PRÁCTICAS DE LA INDUSTRIA EN SOSTENIBILIDAD Y LEGADO

En la industria MICE, la sostenibilidad, impacto positivo y el legado no son solo complementos éticos; son componentes esenciales que definen la responsabilidad y el impacto a largo plazo de los eventos. Adoptar mejores prácticas en estos ámbitos es crucial para asegurar que los eventos no solo sean exitosos en términos de asistencia y satisfacción, sino que también contribuyan positivamente a los destinos y comunidades que los hospedan.

Antes de mencionar algunos de los ejemplos de buenas prácticas que se están llevando a cabo en la industria de reuniones sobre el impacto positivo y legado, es importante establecer una definición clara y concreta sobre los conceptos clave en este contexto.

SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad en eventos es un enfoque que integra prácticas responsables para equilibrar los beneficios económicos, sociales y ambientales, minimizando impactos negativos y generando valor a largo plazo. Implica reducir emisiones, gestionar recursos de forma eficiente, apoyar la economía local, fomentar la inclusión y sensibilizar a los participantes, contribuyendo al desarrollo sostenible del destino y dejando un legado positivo.

IMPACTO POSITIVO

El impacto de los eventos se refiere a los efectos inmediatos que las actividades generan en la economía, sociedad y medio ambiente. Estos impactos pueden ser positivos o negativos, intencionados o no, y tangibles o intangibles. Un impacto es considerado positivo si resuelve problemas específicos, se planifica con objetivos claros, crea valor compartido y se gestiona activamente para maximizar beneficios y minimizar perjuicios, asegurando efectos sostenibles.

LEGADO

El legado es el impacto a largo plazo generado por actividades planificadas antes, durante y después de un congreso o evento. Este puede ser impulsado por el organizador y/o prescriptor del evento, como una extensión de su misión y visión, o por el destino anfitrión que promueve proyectos de legado alineados con sus objetivos estratégicos. Más allá del beneficio inmediato, el legado abarca dimensiones sociales, culturales, ambientales y educativas, se mide a través de indicadores específicos, y se comunica para maximizar su contribución al desarrollo sostenible.

Tras revisar las definiciones de sostenibilidad, impacto positivo y legado, a continuación, se presentan tres ejemplos destacados de buenas prácticas implementadas por diversos Convention Bureau. Estos ejemplos ilustran el impacto positivo y el legado duradero que los eventos pueden dejar en sus destinos.



MADRID
CONVENTION
BUREAU

Directorio de Entidades Sociales

Guía que conecta a organizadores de eventos con entidades sociales madrileñas, promoviendo acciones responsables e impacto positivo en los eventos.



World Football Summit (WFS)

La sexta edición del WFS se llevó a cabo en Sevilla, consolidando a la ciudad como un referente en la industria del fútbol dejando un legado significativo fortaleciendo su posición como un centro neurálgico para la industria del fútbol.



Canadá Business Events' Legacy Study

Midiendo los impactos más allá del turismo de los eventos internacionales de negocios.

DIRECTORIO DE ENTIDADES SOCIALES



MADRID
CONVENTION
BUREAU



esmadrid.com/mcb



MADRID

¿QUÉ ES?

El directorio de entidades sociales que ha desarrollado Madrid Convention Bureau, es una herramienta que ofrece a los organizadores de eventos una lista de 22 entidades sociales y medioambientales, fundaciones y ONGs que trabajan en ámbitos como la sostenibilidad, la inclusión y la responsabilidad social.

Facilita la conexión entre el sector MICE y entidades locales, fomentando colaboraciones que generan un impacto positivo en la comunidad y enriquecen la experiencia de los asistentes a los eventos.

FUNCIONALIDADES DE LA GUÍA

- IDENTIFICACIÓN DE COLABORADORES: Conecta a los organizadores con entidades sociales locales.
- DISEÑO DE ACTIVIDADES RESPONSABLES: Ofrece opciones para organizar actividades que generen un impacto.
- PROMOCIÓN DEL IMPACTO SOCIAL: Integra acciones responsables para mejorar la imagen del evento y fortaleciendo la imagen de marca.
- APOYO AL DESARROLLO DEL DESTINO: Fomenta la conexión entre el sector MICE y las entidades locales.

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- IMPULSO AL DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO: Promueve el crecimiento de las entidades sociales locales mediante su participación en eventos.
- FOMENTO DE LA CULTURA Y EL PATRIMONIO: Las actividades con entidades ayudan a visibilizar y preservar la identidad cultural del destino.
- CREACIÓN DE UN LEGADO SOSTENIBLE: Los eventos generan un impacto duradero en la comunidad y contribuyen a su bienestar a largo plazo.
- AUMENTO DEL ATRACTIVO DEL DESTINO: Organizaciones buscan asociarse con destinos que priorizan valores responsables y sostenibles.

CASO DE ÉXITO USANDO EL DIRECTORIO DE ENTIDADES SOCIALES DE MADRID: CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN EUROPEA DE HEMATOLOGÍA (EHA 2024).

Durante el congreso EAH 2024, se lanzó la campaña "Share Knowledge, Share Life" (iniciativa conjunta del Ayuntamiento de Madrid, a través de Madrid Convention Bureau y Cruz Roja, con la colaboración del Centro de Transfusión de la Comunidad de Madrid).

OBJETIVOS DEL PROYECTO

1. Visibilizar la necesidad de sangre existente en la Comunidad de Madrid.
2. Fomentar que asistentes, participantes y delegados del Congreso EHA2024 contribuyesen a mejorar la salud pública mediante su donación a las reservas de sangre de la ciudad.
3. Ampliar a otros viajeros profesionales, y toda la población en general, una contribución destinada a aumentar las reservas de sangre.

IMPLICACIÓN DE LA ASOCIACIÓN

1. Coincidiendo con el Día Mundial del Donante de Sangre -14 de junio- se instaló una unidad móvil de donación en el recinto ferial IFEMA. Los asistentes al congreso tuvieron de este modo la posibilidad de implicarse en el proyecto haciendo donación de su sangre.
2. A través de la *app* del congreso se enviaron varias notificaciones previas al congreso y durante el mismo.
3. La iniciativa formó parte de la campaña de comunicación del EHA2024.
4. El proyecto de impacto fue mencionado durante la sesión de inauguración oficial del congreso.

RESULTADOS OBTENIDOS

1. 2.661 personas se presentaron con la intención de donar sangre, de las que 2.313 llegaron a hacerlo.
2. Entre los donantes, 572 acudieron por primera vez a realizar una donación.
3. Considerando que cada donación puede llegar a salvar hasta tres vidas, se estima que 6.939 pacientes podrán disfrutar al menos de una mejora en su salud.



¿QUÉ ES WORLD FOOTBALL SUMMIT?

El evento, conocido por ser uno de los líderes globales en la industria del fútbol, ha establecido un foro único que congrega anualmente a los principales actores y expertos del sector.

La sexta edición del evento tuvo lugar en Sevilla. Desde entonces, la ciudad se ha convertido en la sede permanente del congreso, consolidando su posición en el calendario global de eventos de la industria del fútbol. Cada año, el evento reúne a una amplia gama de participantes, desde federaciones y clubes, hasta agentes y patrocinadores, para abordar temas críticos como la sostenibilidad en el deporte, la innovación tecnológica en la gestión deportiva y las prácticas éticas en la gobernanza del fútbol.

Este evento no solo ofrece una plataforma para el debate y la innovación, sino que también abre innumerables puertas para oportunidades de negocio, colaboraciones estratégicas y desarrollos tecnológicos que podrían definir el futuro del fútbol. Con un enfoque en la inclusión y la expansión de la red profesional, el WFS se ha afirmado como un catalizador esencial para el crecimiento y la evolución de la industria del fútbol a nivel mundial.

PAPEL DEL SEVILLA CONVENTION BUREAU (SCB)

- **CAPTACIÓN DEL EVENTO:** El SCB, en colaboración con el Ayuntamiento de Sevilla, fue instrumental en atraer el WFS a la ciudad, asegurando la celebración de al menos tres ediciones consecutivas del evento en Sevilla.
- **COORDINACIÓN LOGÍSTICA:** Ha facilitado la planificación y ejecución del evento, coordinando aspectos logísticos como las sedes, alojamiento para los asistentes y servicios complementarios, garantizando el éxito de cada edición.
- **PROMOCIÓN INTERNACIONAL:** A través de sus plataformas, ha promocionado el WFS, atrayendo a entidades de la industria de todo el mundo, lo que ha contribuido a aumentar la visibilidad y prestigio de como destino MICE.
- **COLABORACIÓN CON INSTITUCIONES LOCALES:** Ha trabajado estrechamente con entidades locales, como FIBES, para proporcionar infraestructuras adecuadas y servicios de alta calidad a los participantes del WFS.

BENEFICIOS PARA EL DESTINO

- **PROYECCIÓN INTERNACIONAL DE SEVILLA** como referente en la organización de eventos deportivos.
- **DESARROLLO ECONOMICO LOCAL**, atrayendo a más de 2.200 profesionales generando impacto económico.
- **FOMENTO DE LA INDUSTRIA DEPORTIVA**, plataforma para debates y conferencias.
- **LEGADO EDUCATIVO Y FORMATIVO:** proporcionado oportunidades de aprendizaje y networking para estudiantes y profesionales locales interesados en el sector deportivo.

CASO DE ÉXITO: LEGADO E IMPACTO GENERADO EN EL EVENTO 2022 - SEVILLA.

No solo generó un impacto económico, sino que ha dejado un legado significativo que trasciende el evento, impactando positivamente en la ciudad, su comunidad, y la industria deportiva local.

1. **PROYECCIÓN INTERNACIONAL:** Sevilla ha consolidado su posición como un referente global no solo en la industria deportiva sino también en el sector MICE, proyectando una imagen de modernidad e innovación. A través de la cobertura en medios internacionales y la realización de eventos de calibre mundial, la ciudad ha fortalecido su reputación como un destino clave para eventos deportivos y corporativos. Este reconocimiento internacional atrae a visitantes y profesionales de todo el mundo, estimulando el turismo y la economía.
2. **LEGADO CULTURAL Y DEPORTIVO:** En paralelo a los eventos principales, Sevilla ha aprovechado la oportunidad para promover su rico patrimonio cultural y deportivo a través de eventos deportivos comunitarios.
3. **FORMACIÓN Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO:** Sevilla ha sido escenario de numerosos talleres y conferencias dirigidos por expertos en la gestión deportiva y otras áreas relacionadas. La transferencia de conocimiento que se produce en estos foros es vital para el crecimiento continuo de la industria local y la preparación de la próxima generación de líderes en gestión deportiva.
4. **FOMENTO DE LA INNOVACIÓN EN EL FÚTBOL:** Con un enfoque en la sostenibilidad y la tecnología aplicada al deporte, Sevilla se está posicionando como un epicentro para la discusión de prácticas modernas y responsables en el fútbol. La ciudad ha adoptado un papel proactivo en la promoción de nuevas tendencias, marcando el camino hacia un futuro más sostenible en el deporte.
5. **IMPACTO SOCIAL EN LA COMUNIDAD:** Las actividades abiertas al público, como festivales y eventos deportivos, han jugado un papel crucial en la inclusión de la comunidad local en el ámbito del fútbol.



¿QUÉ ES CANADA BUSINESS EVENTS' LEGACY STUDY?

Es un estudio plurianual del legado que evalúa el impacto económico, social y medioambiental de las 16 conferencias celebradas en Canadá entre 2018 y 2024, en los que destaca Canadá:

- Ciencias de la vida.
- Recursos naturales.
- Finanzas y seguros.
- Manufactura avanzada.
- Agroindustria.
- Industrias digitales.

FUNCIONALIDADES

- **GENERAR CONOCIMIENTOS ESTRATÉGICOS:**
 - Proporcionar información sobre los tipos de eventos que generan mayores beneficios a largo plazo.
 - Identificar las condiciones óptimas para que los eventos actúen como catalizadores de cambios transformadores.
- **DESARROLLO DE ESTRATEGIAS BASADAS EN EVIDENCIA:**
 - Crear modelos estratégicos que permitan a los destinos y sectores aprovechar los eventos para generar legado.
 - Vincularlo con el Plan de Sostenibilidad de Canadá, mejorando las prácticas de sostenibilidad en los eventos.
- **COLABORACIÓN MULTISECTORIAL:**
 - Trabajar con socios de Canadá y todos los actores locales para recopilar datos y perspectivas.
 - Fomentar la cooperación entre sectores para maximizar el impacto positivo en las comunidades locales.
- **DIVULGACIÓN Y REPORTE DE RESULTADOS:**
 - Publicar resultados anuales para compartir aprendizajes a medida que se desarrollen.
 - Entregar un informe final con evidencia consolidada y estudios de caso en 2026, que servirá como referencia global para medir el impacto de los eventos.

CASO DE ÉXITO: INSIGHTS REPORT - YEAR ONE.

El primer análisis publicado en mayo 2024 obtuvo como resultados clave:

1. FACTORES DE ÉXITO:

- Participación gubernamental.
- Colaboración externa.
- Actividades previas al evento.
- Participación de (DMOs).

2. IMPACTOS TANGIBLES:

- Políticos: Declaraciones como la de Edmonton impulsaron acciones climáticas concretas.
- Económicos: Eventos como el AIDS Conference financiaron iniciativas como pruebas de VIH.
- Intelectuales: Proyectos de investigación, como la Cátedra CLEIC, impulsaron sectores emergentes.

3. CASOS DESTACADOS:

- CitiesIPCC Climate Change Conference: Liderazgo climático global, creación de subvenciones para investigaciones y mayor resiliencia energética en Edmonton.
- AquaCulture Canada y WAS North America: Estableció una plataforma sólida para la creación de redes de negocios y asociaciones en la industria de la acuicultura.
- 24th International AIDS Conference: se asignaron \$18M CAD para descentralizar las pruebas de VIH y \$9,9M CAD para expandir las pruebas comunitarias. Se lanzó Rapture, una actuación en homenaje a las víctimas del SIDA. Este evento aportó \$10,52M CAD en ingresos turísticos.

6.ANEXOS

ANEXO I: “Ampliación Metodología”

En lo referente al modelo de cálculo del volumen de gasto de la industria de reuniones en España en 2024, se detalla a continuación las fuentes y campos utilizados, siendo este análisis una actualización ajustada y continuista del modelo generado para un estudio análogo realizado en años precedentes.

Para el desarrollo y actualización del modelo de datos de gasto y viajes se utilizan dos fuentes principales, como se ha mencionado anteriormente. La primera es la Encuesta de Turismo Residente a nivel de microdatos, en la que los campos recurrentes que se incluyen en el modelo son año del estudio, destino España, motivo principal del viaje (con foco en los códigos 16-Asistencia a congresos, ferias y convenciones y 18-Otros motivos profesionales), pernoctaciones y gasto total. Adicionalmente, para elevar a población general se utilizan los factores poblacionales establecidos por el INE en su fichero de datos: Factor del viaje (población total) y Factor del gasto, que permiten obtener estimaciones de viaje, pernoctaciones y gasto.

La segunda fuente principal es la Encuesta Frontur-Egatur a nivel de microdatos, utilizándose del mismo modo el año, motivo del viaje, gasto total y pernoctaciones, siendo el campo Factoregatur el usado para elevar a población los resultados obtenidos. Este factor poblacional permite extrapolar los resultados obtenidos de forma representativa en la encuesta a la totalidad de la población. De este modo, los resultados derivados de cualquier pregunta del estudio corresponden al total de la población, y no únicamente a la base de encuestas realizadas.

Además de estas dos fuentes principales, el modelo se alimenta de algunos campos adicionales extraídos de los resultados del Barómetro anual BRAINTRUST (evolución del gasto declarado, evolución de la estancia media declarada, evolución de las tarifas hoteleras y volumen de viajeros por empresa que acuden a eventos) y de indicadores de coyuntura económica (PIB, inflación, tipo de cambio y empleo generado), estos últimos más relevantes en la elaboración del forecast de 2025 y 2026.

Para el año 2024, el cálculo del indicador del volumen de gasto en España de la industria de reuniones se corresponde con la siguiente formulación:

$$\text{Vol. gasto} = 7,404 * \text{"Asistencia a congresos, ferias y convenciones"} + 1,094 * \text{"Otros motivos profesionales"} + 1,142 * \text{"Gasto Total Negocios"} + 581.473,1$$

donde *Asistencia a congresos, ferias y convenciones* hace referencia al campo del mismo nombre cuyo cálculo se obtiene de los microdatos de la Encuesta de Turismo Residente del Instituto Nacional de Estadística, *Otros motivos profesionales* se obtiene de idéntica fuente al anterior y *Gasto Total Negocios* corresponde al gasto ponderado extraído de los microdatos de la Encuesta FRONTUR-EGATUR del INE.

Por último, el término independiente hace referencia a la integración en el modelo de cálculo de las variables económicas y los datos del Barómetro Braintrust.

Adicionalmente, se aportan los valores de las variables que componen la fórmula de cálculo para el año 2024, extraídos directamente de sus fuentes originales:

"Asistencia a congresos, ferias y convenciones" = 626.754.701 (fuente ETR)

"Otros motivos profesionales" = 2.471.513.424 (fuente ETR)

"Gasto Total Negocios" = 6.087.184.244 (fuente EGATUR)

La aplicación al modelo de las cifras anteriormente descritas da como resultado el volumen de negocio total de la industria de reuniones en España para el año 2024: 14.296 millones de €.

Cabe reseñar de cada una de las componentes de la fórmula del modelo no debe tratarse como un resultado individual interpretable por sí mismo, sino como parte del algoritmo que genera la estimación del volumen de negocio final. Es esta última cifra total la única que debe ser interpretada en clave de negocio.

ANEXO II: “Metodología expertos”

Respecto al detalle metodológico de la fase correspondiente a la visión de los expertos de la industria de reuniones en España, la metodología y contenido de las entrevistas fue la siguiente:

- Las entrevistas tenían una duración aproximada de 45 minutos y se han realizado en remoto.
- La estructura de las entrevistas se organizó en los siguientes bloques de análisis:
 1. ¿Hacia dónde va la industria?
 2. ¿Dónde estamos y qué necesitamos desde un punto de vista de propuesta de valor?
 3. Retos y oportunidades de la industria MICE.
 4. Buenas prácticas de sostenibilidad y legado.
 5. ¿Cómo entra la industria MICE en esta estrategia de turismo sostenible?
 6. ¿Cuáles son las estrategias más efectivas para la promoción y comercialización de eventos MICE en la era digital?

