



BALANCE DEL TURISMO DE REUNIONES 2017



FEDERACION ESPAÑOLA DE
MUNICIPIOS Y PROVINCIAS





BALANCE DEL TURISMO DE REUNIONES 2017



FEDERACION ESPAÑOLA DE
MUNICIPIOS Y PROVINCIAS





Índice

1. Introducción	7
2. Análisis de la oferta.....	9
2.1. Tendencias generales de las reuniones	9
2.2. Evolución de los Congresos	11
2.3. Evolución de las Convenciones.....	13
2.4. Evolución de las Jornadas	15
2.5. Localización de las reuniones.....	17
2.6. Principales mercados emisores	22
2.7. Características generales de las reuniones.....	23
2.8. Previsiones para el 2019.....	31
2.9. Sugerencias de mejora	32
3. Análisis de la demanda.....	33
3.1. Características de los participantes.....	33
3.2. Valoraciones de satisfacción	37
4. Estimación del gasto e impacto económico	41
5. Anexo estadístico	43
5.1. Fichas técnicas	43
5.2. Notas aclaratorias	44
5.3. Tamaño poblacional.....	50



1. Introducción

El Spain Convention Bureau (SCB), sección de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), representa los intereses de cincuenta y seis entidades locales asociadas.

Tras treinta y tres años de trayectoria, el SCB continúa manteniendo entre sus objetivos principales la mejora del posicionamiento de los destinos asociados en el mercado del turismo de reuniones.

Desde el año 2001 el SCB lleva a cabo, con carácter anual, un análisis de la oferta y la demanda del sector. El último informe disponible corresponde al año 2016 bajo el título: "Medición del Turismo de Reuniones relativo al año 2016 en las ciudades asociadas a Spain Convention Bureau". Estos informes suponen a día de hoy la única investigación de referencia a nivel nacional, para conocer la evolución histórica y la previsión de la demanda de reuniones en las ciudades que conforman el SCB.

El objetivo principal de la investigación relativa a la oferta que se ha venido desarrollando, ha sido disponer de información del mercado de reuniones con el propósito de orientar a los agentes públicos y privados en sus tareas de promoción, organización y gestión de la actividad. El análisis de la demanda, ha ido recopilando información cuantitativa y cualitativa de los delegados y participantes en las reuniones: características socio-demográficas, transporte utilizado, opiniones de las sedes, estimación del gasto, etc. La información generada hasta el momento es un factor clave en el proceso de toma de decisiones, y se ha caracterizado por su calidad y variedad. Ante un sector tan competitivo como es el del turismo en general, y el de reuniones en particular, se hace imprescindible disponer de un conocimiento de la realidad que aporte mayor valor y contribuya a detectar nuevas oportunidades.

El mercado del turismo de reuniones se enfrenta a un cambio de paradigma y por tanto, estamos ante un mercado cada vez más fragmentado que plantea nuevos desafíos.

El SCB ha venido utilizando indicadores como el número de reuniones/año o el número de delegados/reunión, por ejemplo. Han supuesto medidas verificables de los resultados y diseñadas para contar con un estándar para evaluar, estimar o demostrar el progreso en relación al turismo de reuniones. Es decir, los indicadores han supuesto y suponen una medida cuantitativa como guía para controlar y valorar la evolución del sector MICE en España.

En las siguientes páginas se presentan los resultados globales de la última muestra recogida.

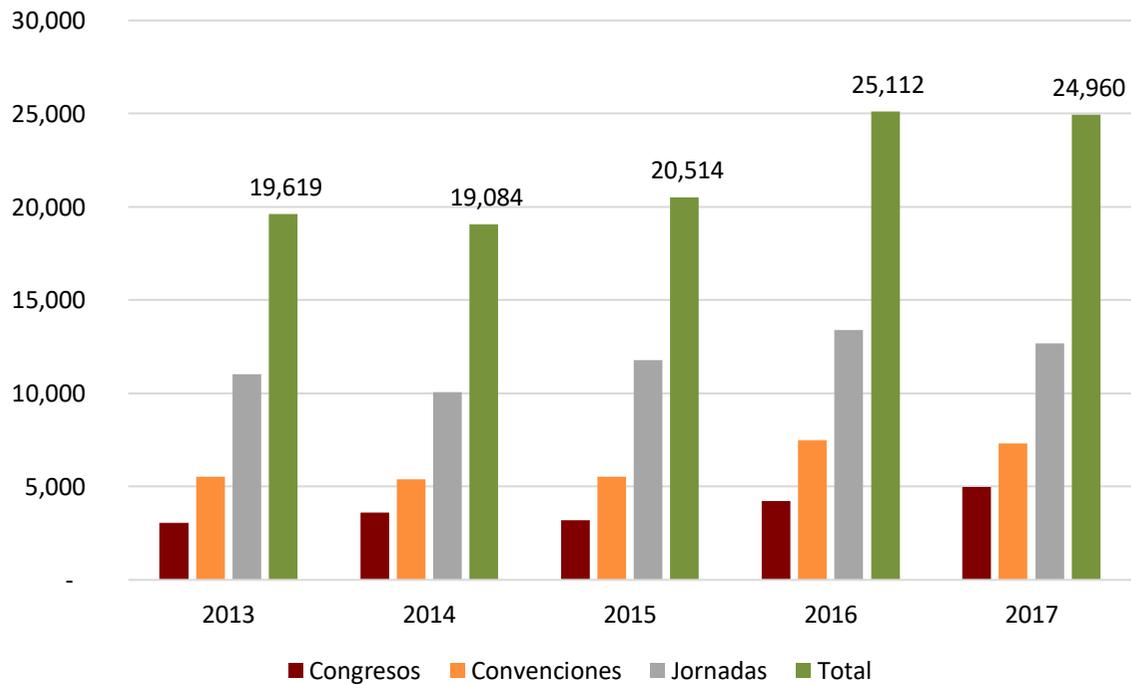
2. Análisis de la oferta

Se ha recopilado la información de las reuniones (congresos, convenciones y jornadas) realizadas durante el 2017 en las ciudades adscritas al Spain Convention Bureau. El cuestionario utilizado consta de 230 preguntas distribuidas en diferentes bloques temáticos. Se llevó a cabo un pre-test del cuestionario para depurar posibles errores en el diseño y/o en la transcripción de los datos que se iban a recopilar online, con la finalidad de asegurar la calidad de la información obtenida, analizar la ausencia de datos y observar la coherencia en las respuestas dadas. Tras la etapa del pre-test se procedió a la validación del cuestionario. El cuestionario se ha distribuido por internet entre el 11 de mayo y el 1 de junio de 2018.

2.1. Tendencias generales de las reuniones

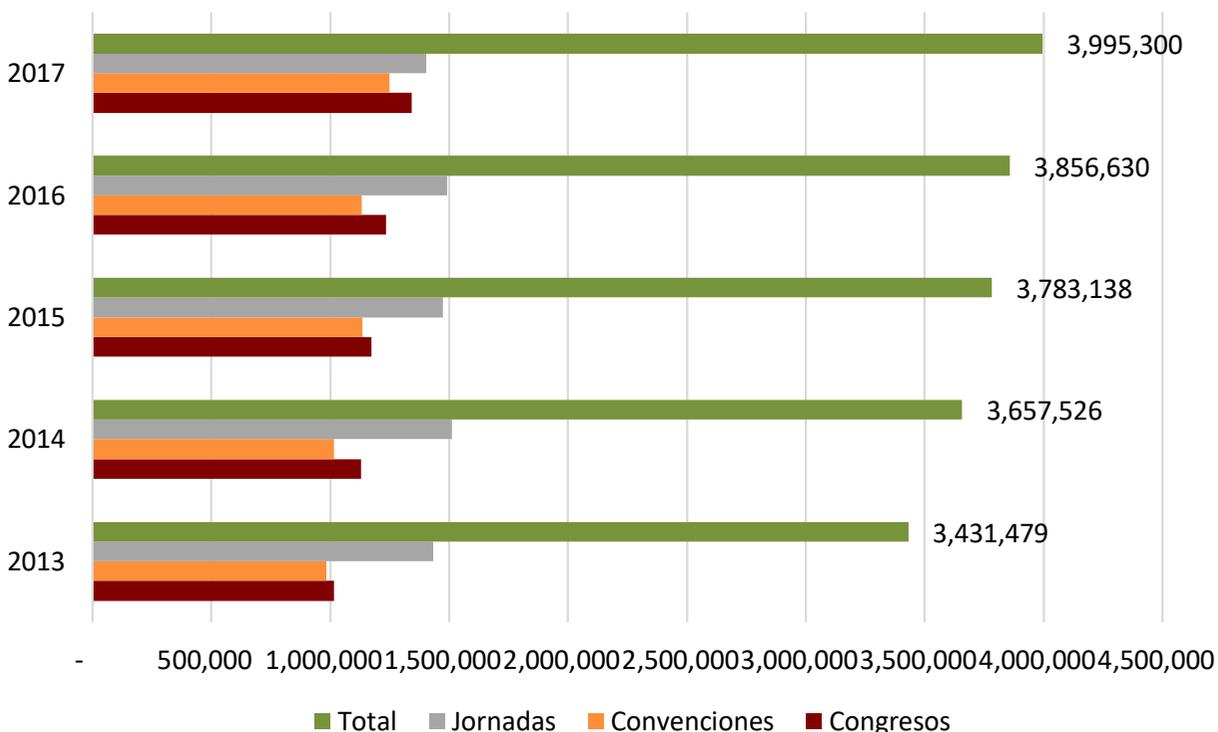
En el ejercicio 2017 se ha consolidado el crecimiento del número total de reuniones (congresos, convenciones y jornadas) celebradas en los destinos que aglutina el SCB (-0,61%). Con respecto al período analizado, la tasa de variación se ha incrementado en un 27,22% desde el año al 2013.

Gráfico 1. Total congresos, convenciones y jornadas



El número de participantes en las reuniones creció en relación al año 2016 un 3,60% y la tasa de variación con respecto al año 2013 ha sido de un 16,43%. El cómputo global tanto de reuniones como de participantes muestran unos resultados positivos acerca de cómo está evolucionando el turismo de reuniones en España.

Gráfico 2. Total participantes en congresos, convenciones y jornadas



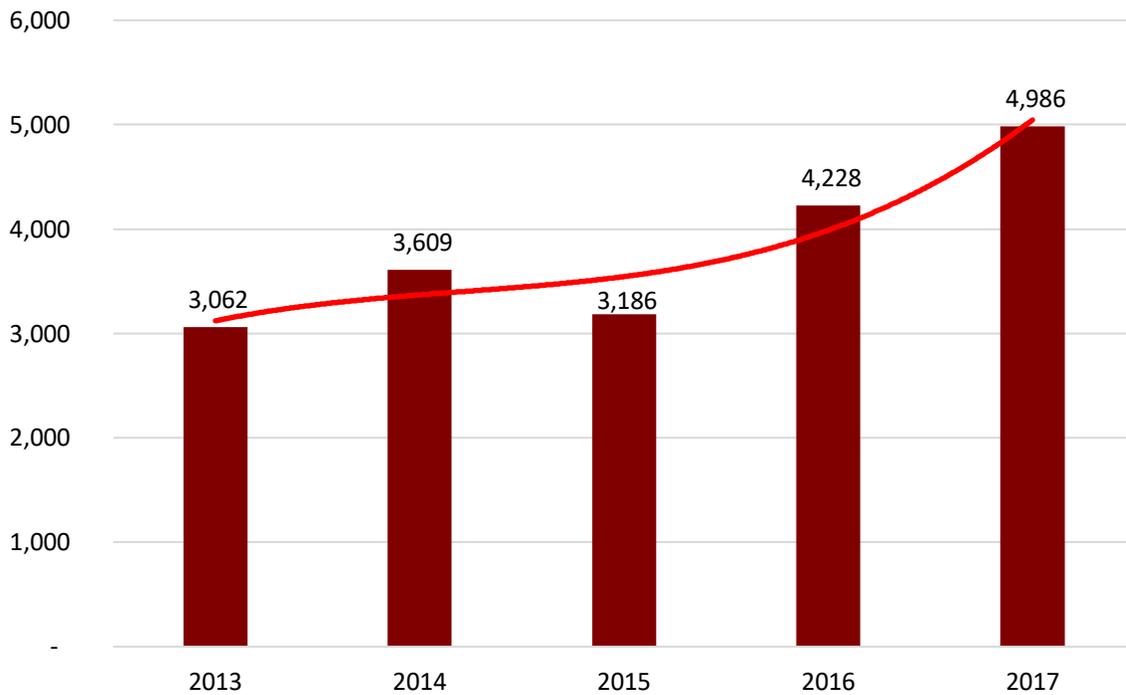
Con respecto al número medio de delegados por reunión en el 2017 la cifra asciende a 160,07, dato ligeramente superior al del año anterior que se cerró con 153,58 participantes.

2.2. Evolución de los Congresos

El Spain Convention Bureau define el término *congreso* como una reunión que no está orientada al negocio, que se celebra normalmente con una frecuencia fija y de naturaleza extraordinaria (ver Anexo).

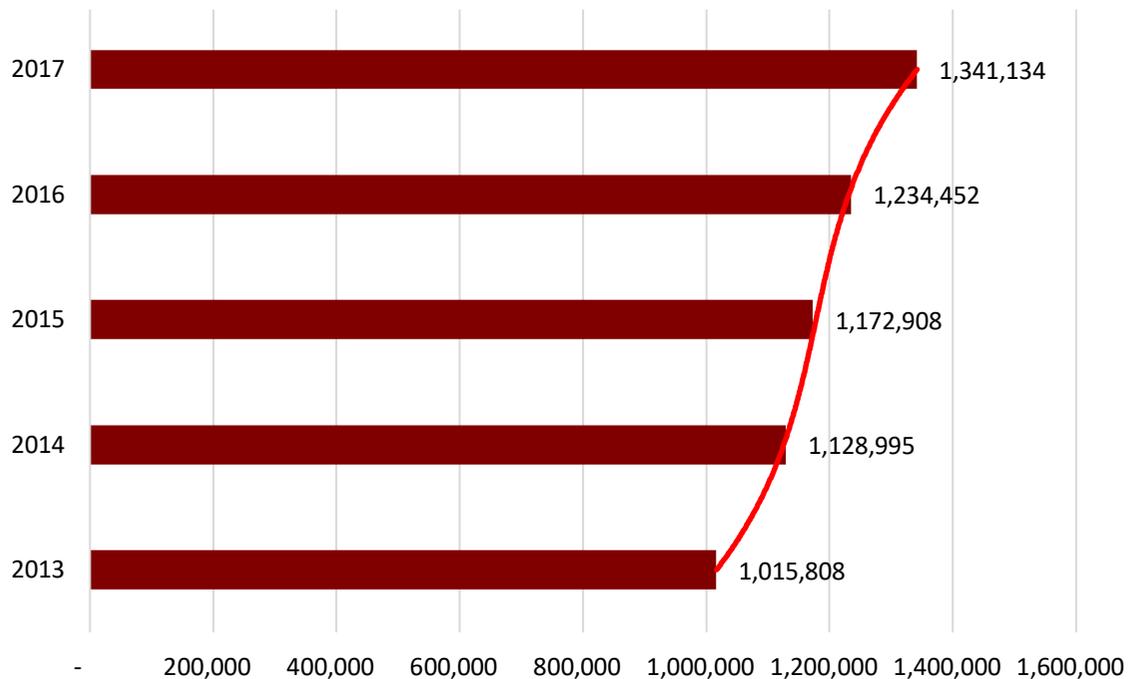
El comportamiento de los congresos en España durante el año 2017 vuelca datos positivos a nivel cuantitativo tanto en el número de reuniones como en el número de participantes. Se han celebrado 4.986 congresos en el país, cifra que supone un aumento del 17,93% con respecto al ejercicio anterior y un 62,83% con respecto al 2013.

Gráfico 3. Total congresos



La tendencia del número de participantes en la serie histórica es creciente y el 2017 se ha cerrado con un crecimiento del 8,64% con respecto al 2016 y un 32,03% con respecto al 2013. El número medio de asistentes a congresos es de 268,98.

Gráfico 4. N° total de participantes en congresos



Un aspecto muy positivo relacionado con el número de delegados atraídos por los congresos ha sido el importante aumento de los participantes internacionales (44,87%), superando por primera vez el medio millón de personas que acuden a congresos en los últimos cinco años.

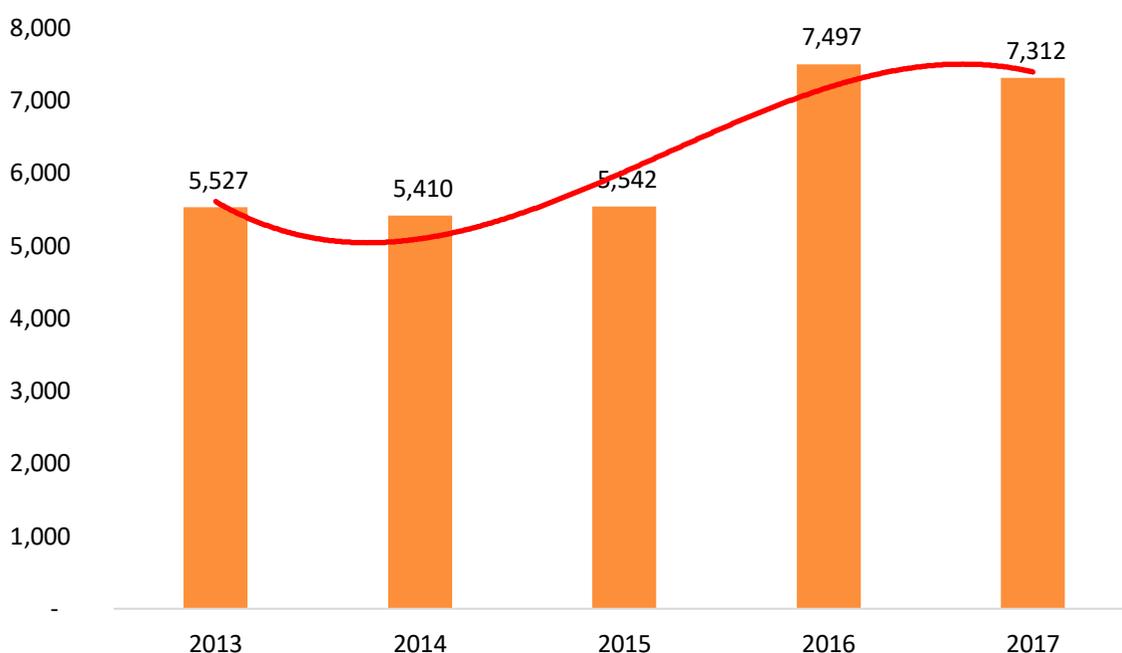
En el año 2017 han aumentado tanto los congresos nacionales, como internacionales y regionales, y por primera vez, se presenta un incremento del 19,34% con respecto al número de participantes en congresos regionales de los últimos cinco años (149.425).

2.3. Evolución de las Convenciones

Se consideran *convenciones* a las reuniones corporativas orientadas a los negocios en las cuáles los participantes representan a una compañía, grupo de sociedades, joint-venture, o se favorecen las relaciones cliente/proveedor.

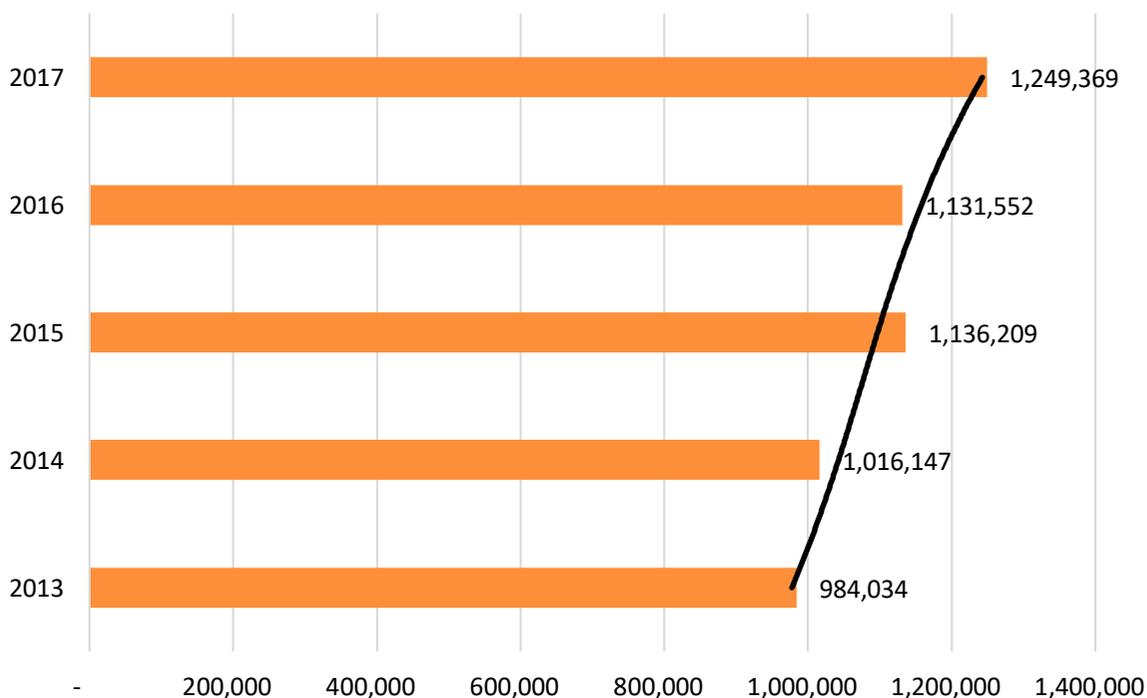
Las 7.312 convenciones celebradas en España en 2017 han aglutinado un total de 1.249.369 delegados. El número de participantes en convenciones es la mejor cifra de los últimos cinco años, y han supuesto un aumento del 10,41% con respecto al año anterior y un 26,96% con respecto al 2013. Se consolida por tanto una tendencia creciente.

Gráfico 5. Total convenciones



En el comportamiento del 2017 se puede destacar que mientras se ha consolidado el número de asistentes nacionales, los internacionales han crecido un 20,56%. La tasa de variación con respecto al 2013 continúa siendo muy positiva: 21,80% (nacionales) y 19,07% (internacionales).

Gráfico 6. Total participantes en convenciones



Se han celebrado más convenciones nacionales (4.072) que internacionales (2.792) o regionales (938). Desde el 2015 se aprecia una clara tendencia al alza de esta tipología de reunión. Se han casi duplicado (47,22%) el número de convenciones nacionales desde el 2013. El año 2017 crecieron un 7,53% con respecto al 2016.

Las convenciones internacionales han aumentado un 2,57% en el último año de estudio. Resulta significativo el crecimiento de los participantes (13%), que están teniendo un comportamiento irregular en los últimos cinco años.

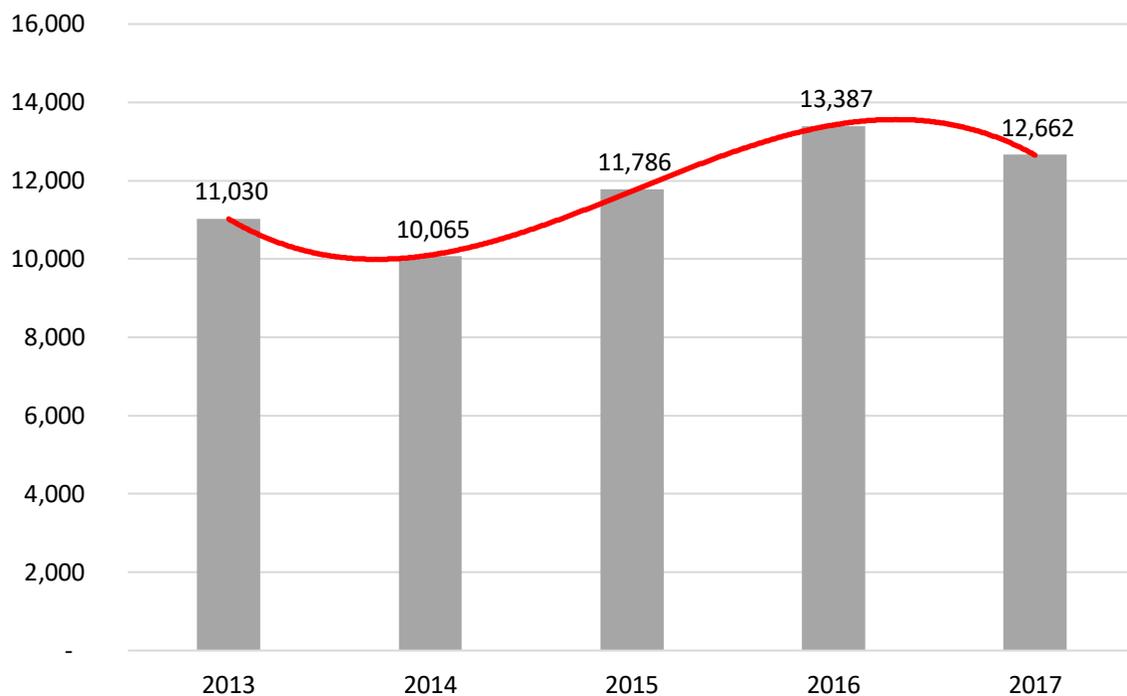
El número medio de asistentes a las convenciones es de 170,86, esta cifra, como viene siendo habitual en las últimas décadas, es inferior al número medio de asistentes a los congresos, que son la tipología de reunión que atraen a un número mayor de participantes.

2.4. Evolución de las Jornadas

Se han tipificado como *jornadas* a los foros, coloquios, seminarios, simposios y conferencias (de acceso restringido). Son reuniones especializadas de naturaleza técnica y académica cuyo objetivo es hacer un estudio profundo de distintas materias o disciplinas que pueden ser predeterminadas o no, y cuyo tratamiento requiere un diálogo interactivo entre especialistas.

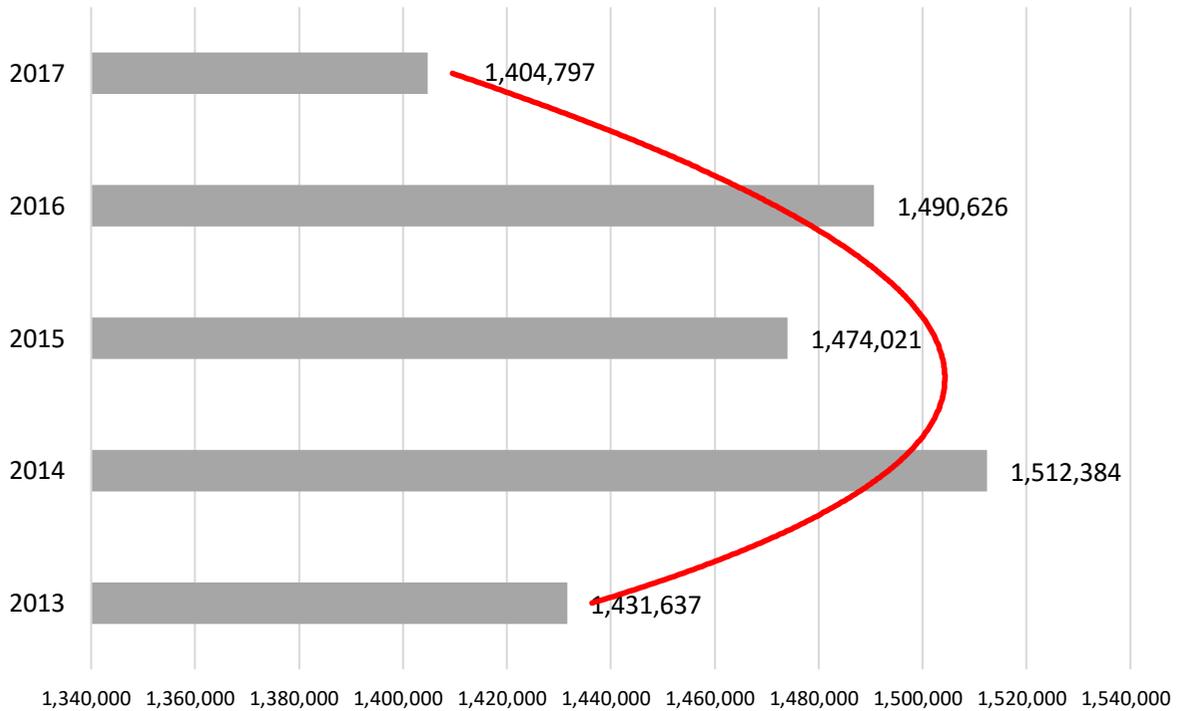
En España se celebraron 12.662 jornadas en el año 2017, un -5,42% menos que en el 2016, aunque como se puede observar en el gráfico, los resultados continúan siendo muy positivos en relación al período analizado.

Gráfico 7. Total jornadas



Con respecto a los participantes atraídos por esta modalidad de reunión, las jornadas son las que menor número de asistentes atraen en los últimos años, en relación al 2013 se presenta una tasa de variación del -1,87%. El 2017 se ha cerrado con 110,94 delegados de media entre todas las reuniones celebradas durante el año.

Gráfico 8. N° total participantes en jornadas



2.5. Localización de las reuniones

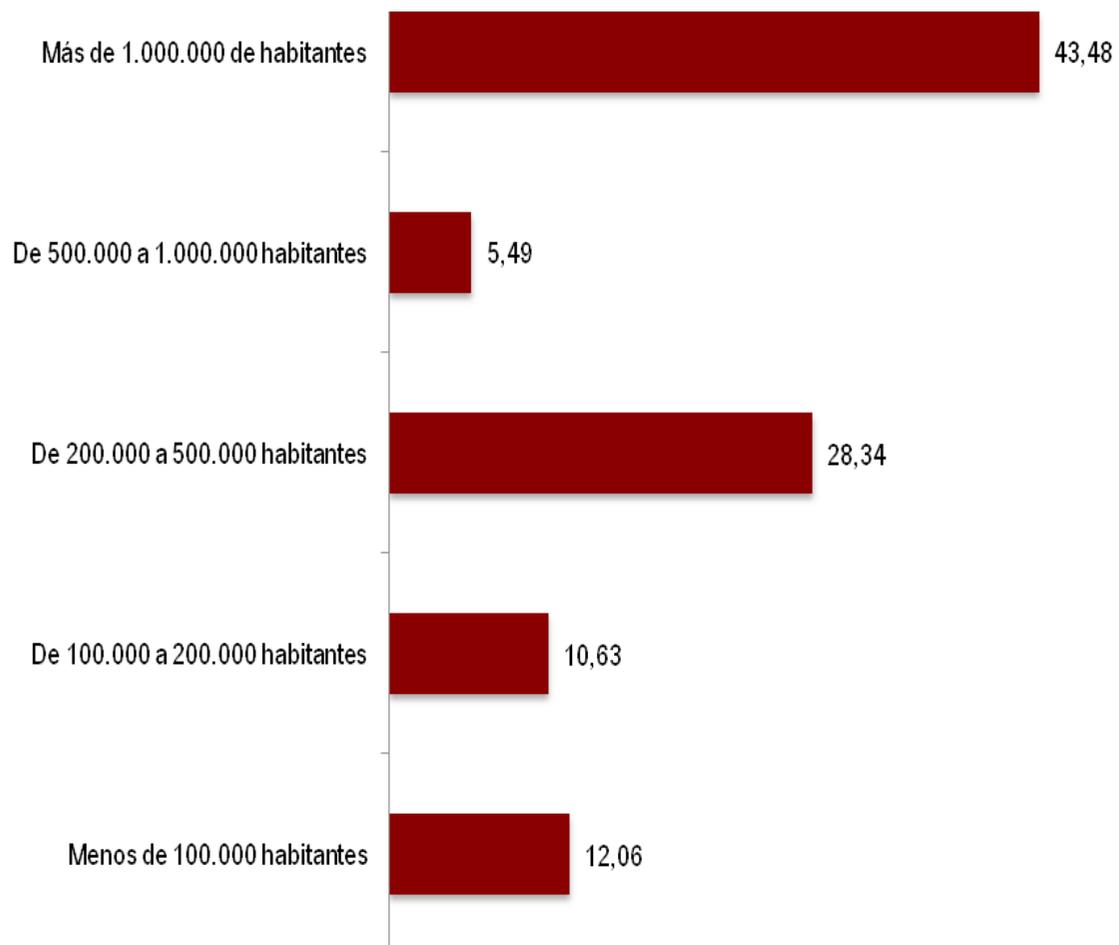
Considerando la población de la ciudades que aglutina el Spain Convention Bureau y que acogen las reuniones, se han establecido cinco categorías de ciudades en base a su tamaño poblacional tal y como aparece en la siguiente tabla.

Tabla 1.

Población de los destinos
De menos de 100.000 habitantes
De 100.000 a 200.000 habitantes
De 200.000 a 500.000 habitantes
De 500.000 a 1.000.000 habitantes
Más de 1.000.000 de habitantes

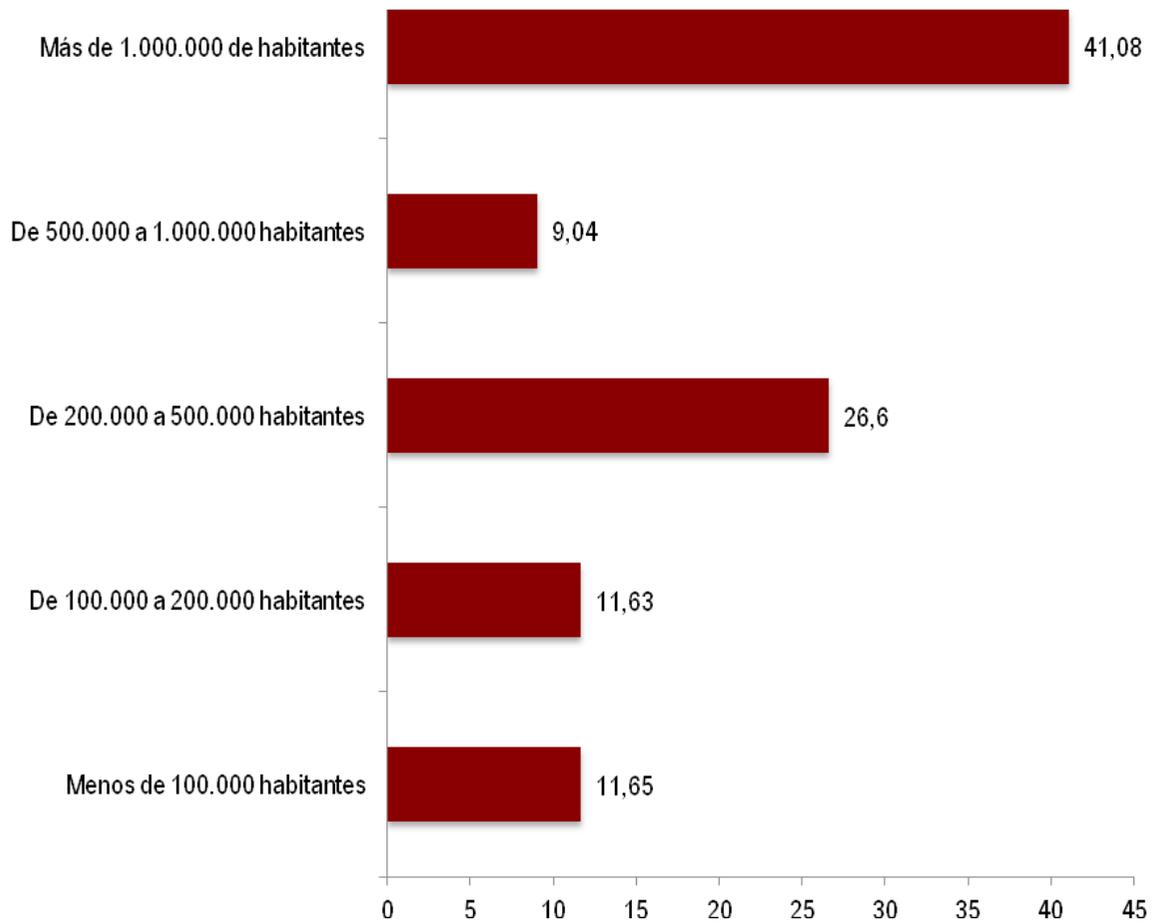
El cómputo global muestra cómo el grupo compuesto por las ciudades de más de un millón de habitantes (Madrid y Barcelona), son las que han acogido el mayor número de reuniones (congresos, convenciones y jornadas) a lo largo del 2017 (43,48%). Cabe resaltar que las ciudades de entre 200.000 y 500.000 han atraído el 28,34%, siendo éste el segundo grupo en importancia en relación a la capacidad de atracción. Tal y como se puede apreciar en los gráficos, el tamaño poblacional de la ciudad no está ligado necesariamente a la capacidad de atraer mayor número de reuniones.

Gráfico 9. Reuniones (congresos, convenciones y jornadas) que acogen los destinos (%)



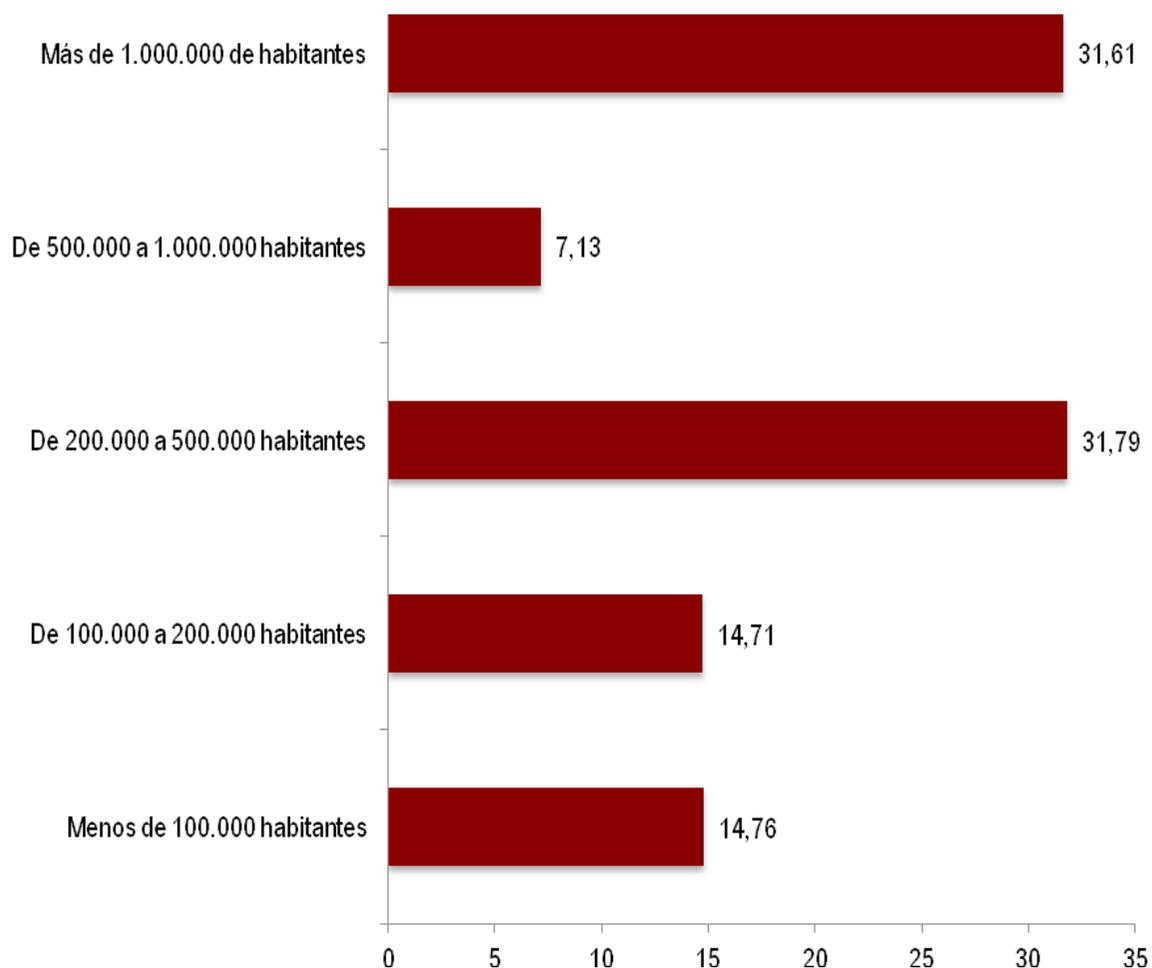
Se repite el mismo patrón con respecto a los participantes o delegados que han acudido a las reuniones, aunque en este caso, exceptuando los dos grupos de atracción mayoritarios (ciudades de más de un millón de habitantes y de entre 200.000 y 500.000), el resto se distribuye de manera uniforme.

Gráfico 10. Participantes que acogen los destinos (%)



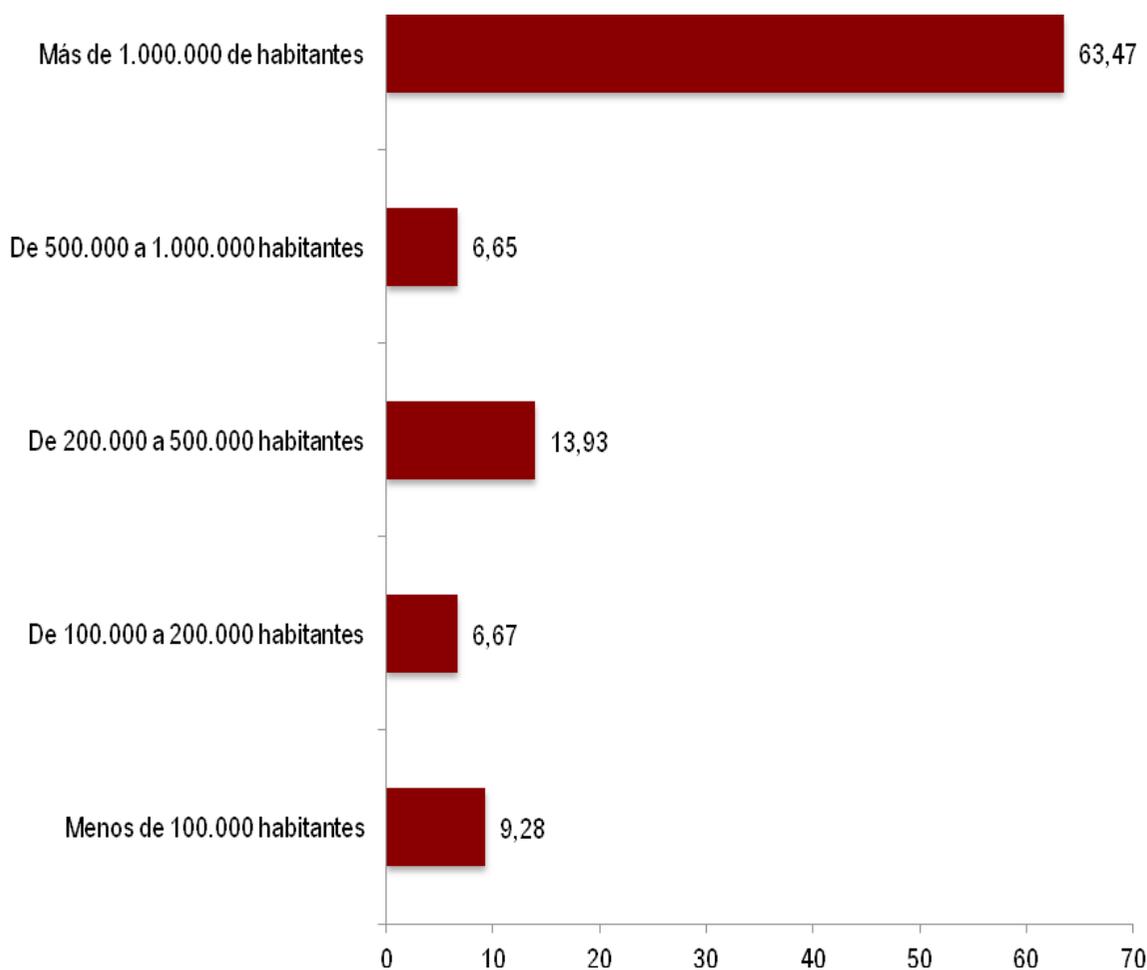
Con respecto al comportamiento de los residentes en España que acuden a las reuniones, se puede observar cómo las ciudades de menos de 500.000 habitantes son las que atraen a más del 60% de la población objeto de estudio.

Gráfico 11. Participantes nacionales que acogen los destinos (%)



Los delegados internacionales (63%) acuden mayoritariamente a las ciudades de mayor población en el país (Madrid y Barcelona), debido a las mejores infraestructuras de comunicación de las que disponen. Cabe resaltar, en este caso, cómo las ciudades más pequeñas han logrado atraer casi al 10% de los participantes extranjeros.

Gráfico 12. Participantes internacionales que acogen los destinos (%)

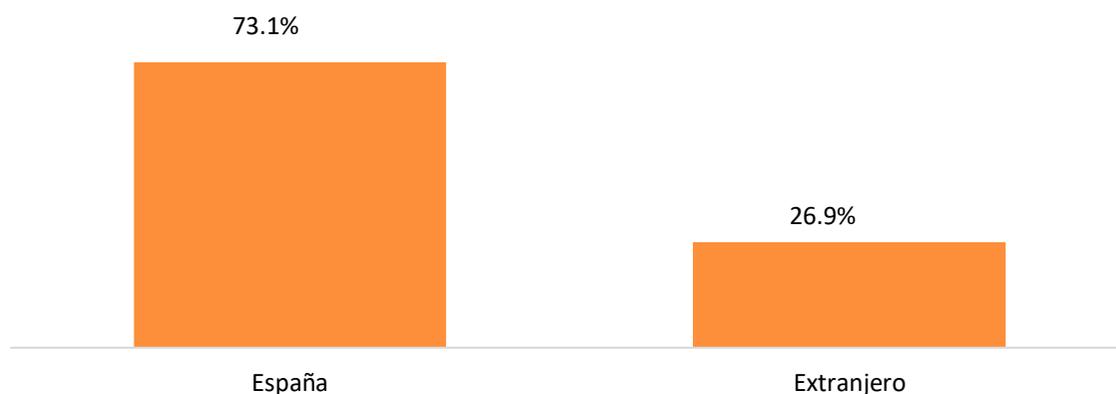


Al observar la pauta que siguen los destinos turísticos a la hora de atraer reuniones nacionales e internaciones se confirma que las ciudades de mayor tamaño y las intermedias son las que aglutinan el mayor porcentaje de reuniones. Sin embargo, al analizar el comportamiento de los participantes tanto en reuniones nacionales como internacionales éstos se distribuyen de forma más equitativa entre el resto de ciudades.

2.6. Principales mercados emisores

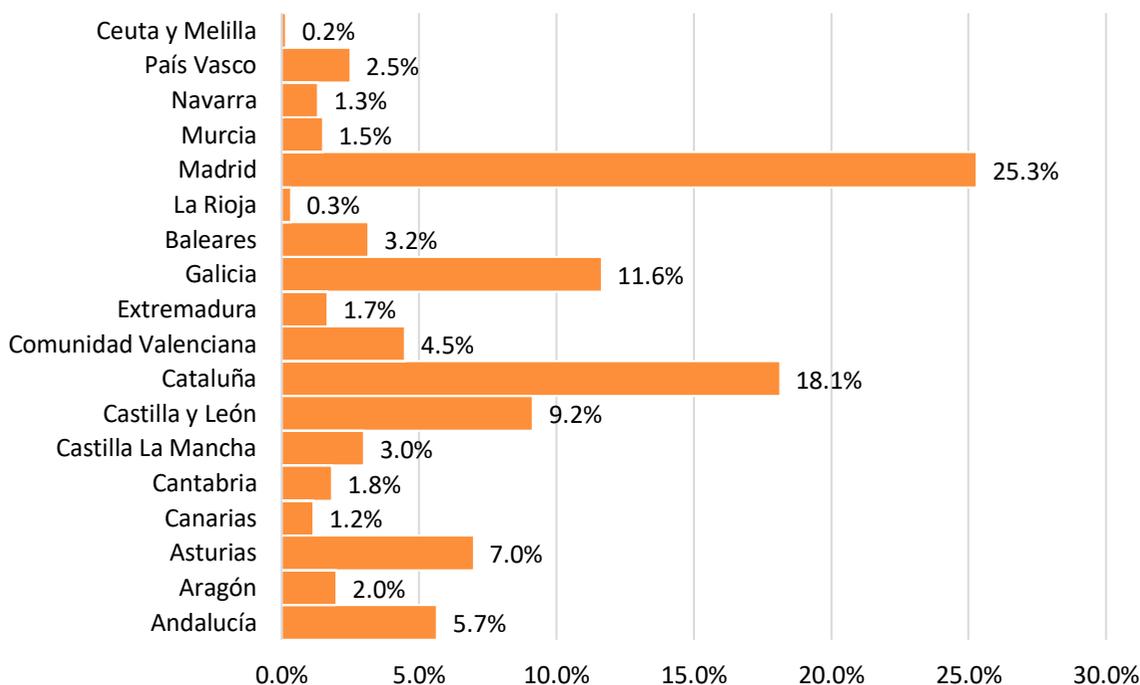
En el año 2017 se han registrado 3.995.300 participantes en las reuniones (congresos, convenciones y jornadas) celebradas en el territorio nacional. De todos ellos, el 73,1% son nacionales y el resto provienen del extranjero.

Gráfico 13. Origen de los participantes en las reuniones



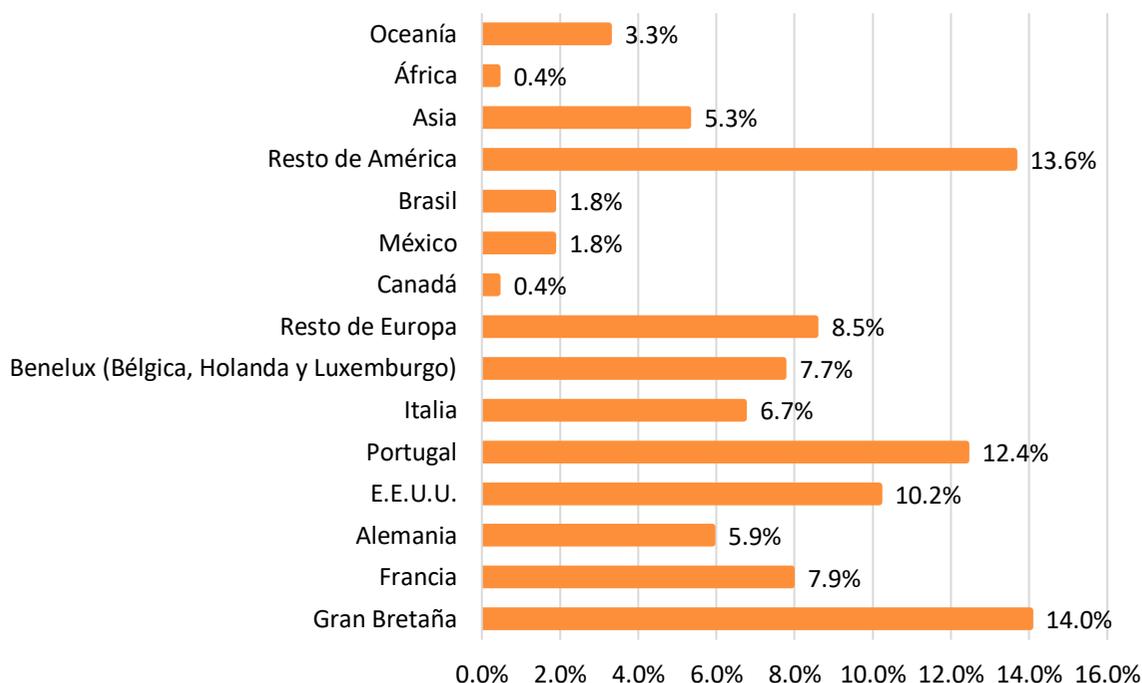
Los principales mercados emisores nacionales son: la Comunidad de Madrid (25,3%), Cataluña (18,1%). Sólo estas dos últimas aglutinan el 43,4% de los participantes nacionales.

Gráfico 14. Origen de los participantes nacionales en las reuniones



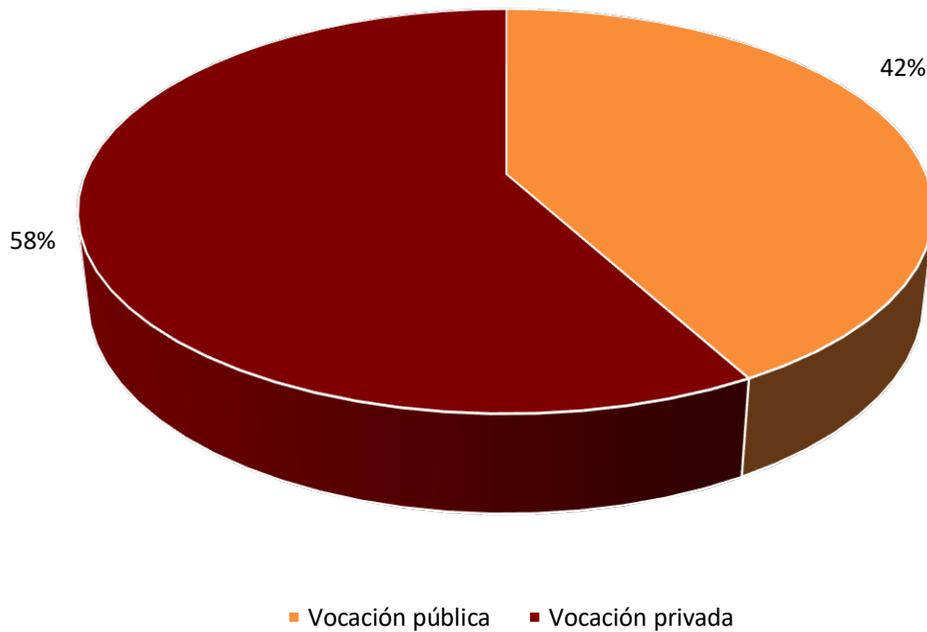
Con respecto al comportamiento de los mercados internacionales, podemos observar cómo los principales mercados emisores de turismo vacacional son también los principales mercados del turismo de reuniones: Gran Bretaña (14%), Portugal (12,4%), resto de Europa (8,5%), Francia (7,9%), Italia (6,7%) o Alemania (5,9%). Estas cifras son bastantes similares a las del año anterior, exceptuando Francia, que en el 2016 registró una entrada del 16,1% de los participantes.

Gráfico 15. Origen de los participantes internacionales en las reuniones

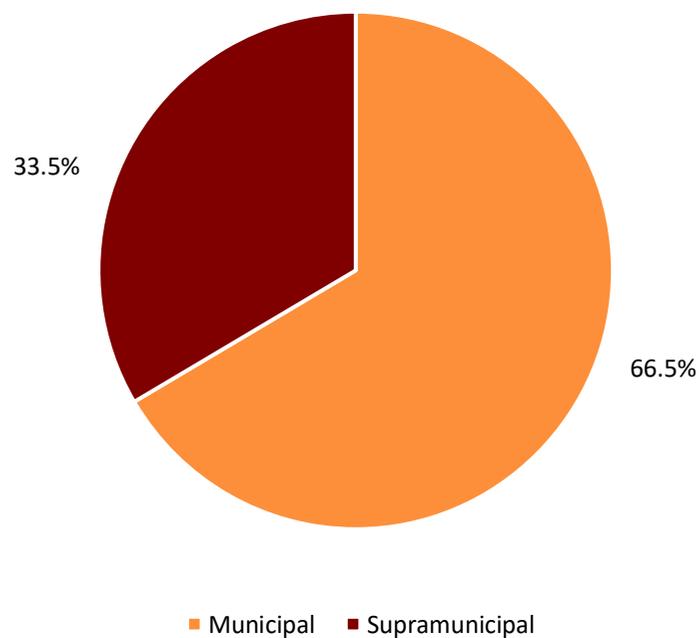


2.7. Características generales de las reuniones

El carácter mayoritario de las organizaciones que han generado las reuniones en el país ha sido público (58%), justo al contrario de lo que ocurrió en el ejercicio anterior donde el 56,4% de los promotores de las reuniones fueron de carácter privado.

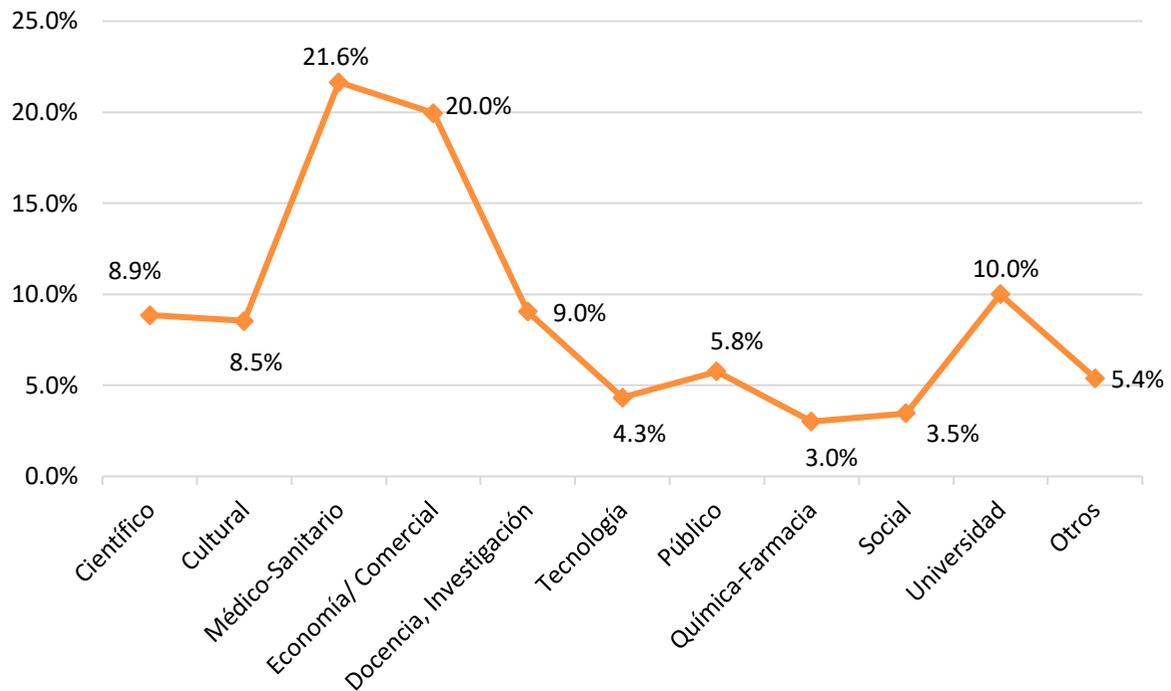
Gráfico 16. *Carácter de las organizaciones generadoras de la reunión*

Con respecto a la localización, el comportamiento ha sido casi idéntico al del 2016. El grueso de las reuniones están siendo generadas por organizaciones cuya sede se encuentra en la misma ciudad donde se celebra dicha reunión.

Gráfico 17. *Localización*

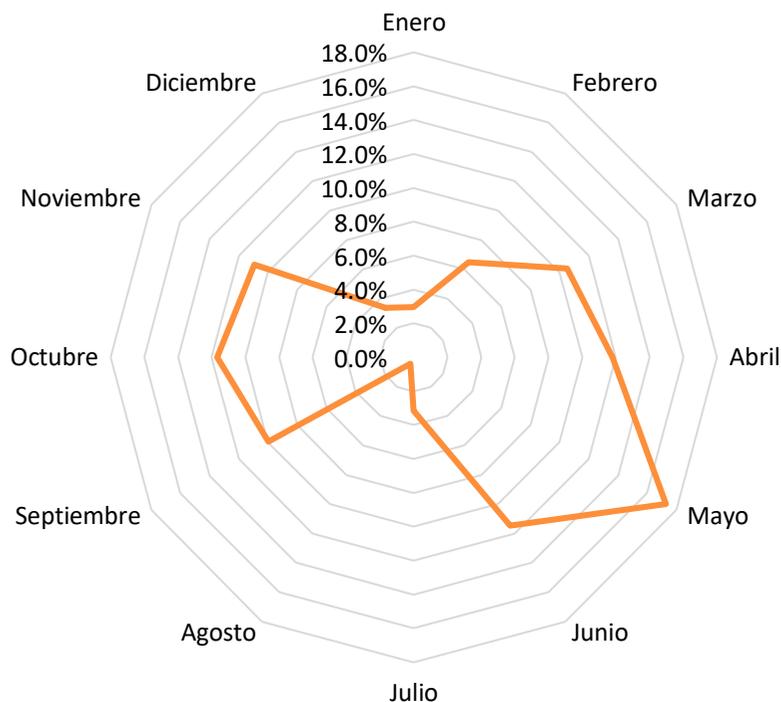
Los tres sectores de actividad principales al que pertenecen la entidades convocantes de las reuniones y la temáticas tratadas son por orden de importancia: el médico-sanitario, el económico-comercial y la universidad. El patrón del 2017 es muy similar al que ya se siguió en el 2016.

Gráfico 18. Sector de la actividad



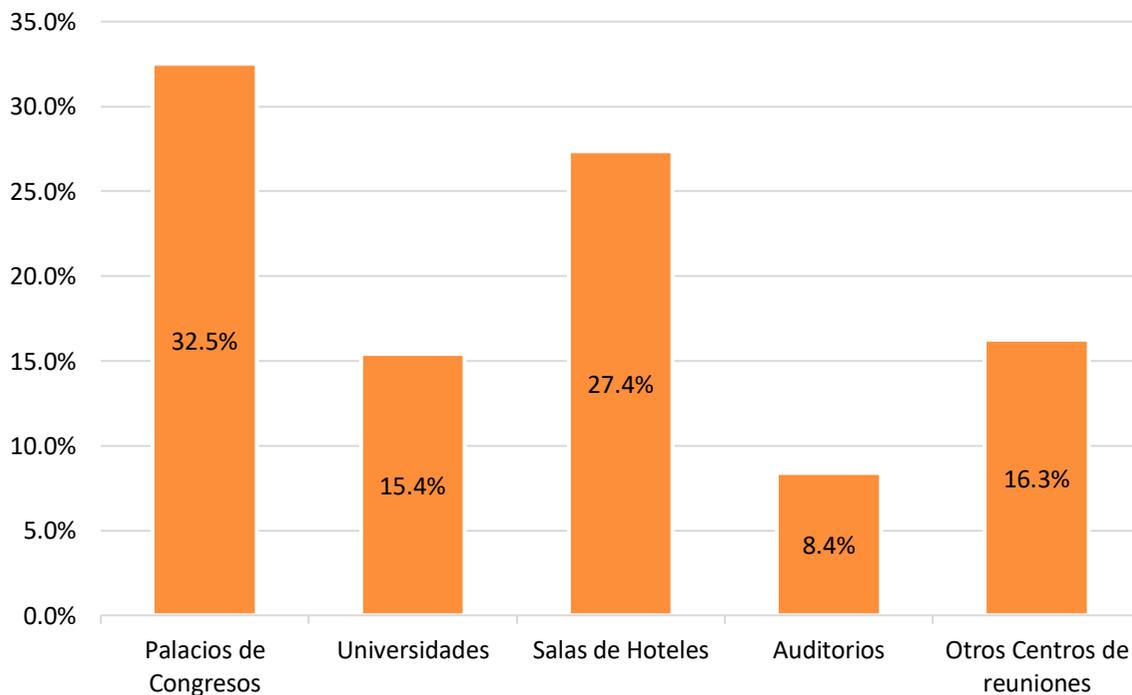
Tampoco ha habido cambios en los meses de mayor demanda de reuniones: marzo, abril, mayo, junio, septiembre, octubre y noviembre son los meses que aglutinan el mayor número de reuniones. Durante estos siete meses se concentran el 83,7% de las reuniones celebradas en los destinos que aglutina el SCB, contribuyendo así a romper la estacionalidad del turismo vacacional y de los fines de semana.

Gráfico 19. Meses de celebración de las reuniones



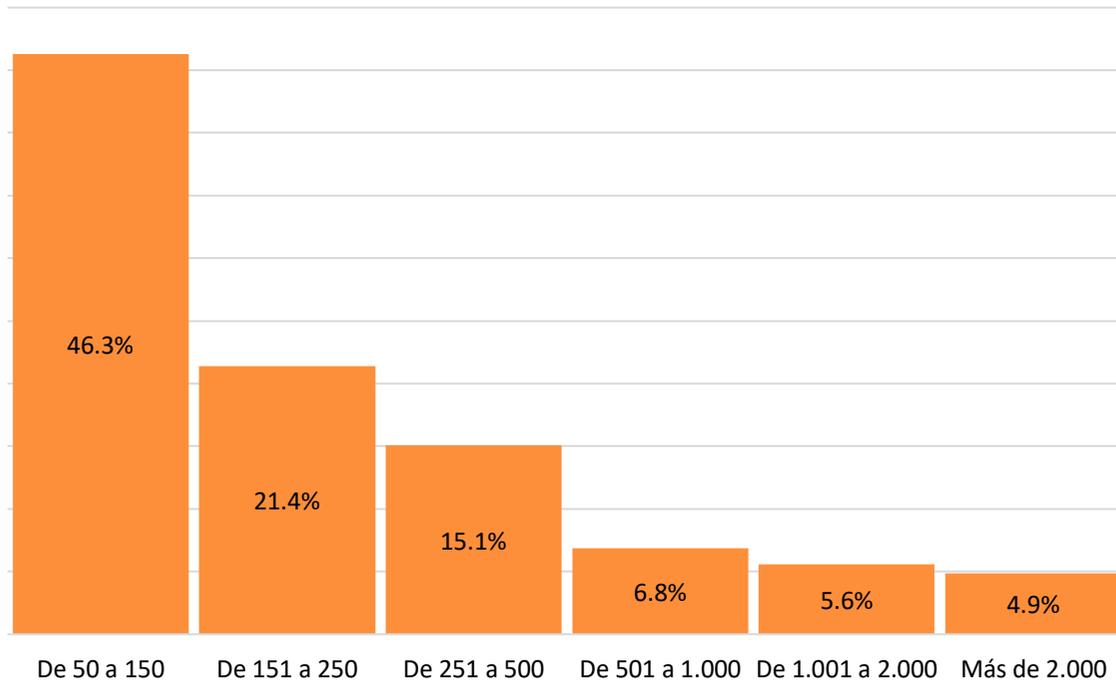
El comportamiento en relación a las sedes donde se han celebrado las reuniones durante el 2017 no presenta cambios significativos en relación al año anterior. Tan sólo resaltar que durante el último año se incrementó un 3,7% el número de reuniones celebradas en palacios de congresos.

Gráfico 20. Sedes



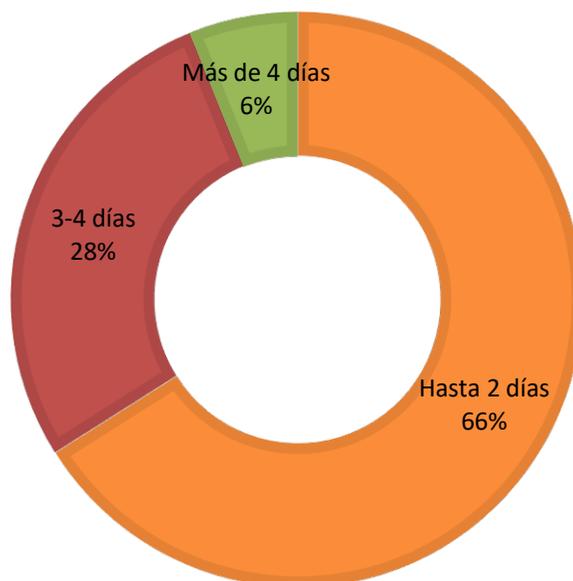
Si se observa el número medio de delegados por reunión cabe resaltar que el 67,7% de las reuniones son de menos de 250 delegados, el año anterior fue del 77,1%. Aún considerando que parte de los delegados acuden acompañados a la reunión, cualquiera de las ciudades que conforman el SCB tienen capacidad hotelera suficiente y sedes para competir en el mercado.

Gráfico 21. Nº medio de delegados



La mayor parte de las reuniones (66%) tienen una duración inferior a los dos días. Los resultados obtenidos en el 2017 son muy similares a los del 2016 y años anteriores. Sólo cabe destacar el descenso del 2,6% en el número de reuniones de más de cuatro días con respecto al año anterior consolidándose así la tendencia de mayor número de reuniones pero de menor duración.

Gráfico 22. Duración de las reuniones



Como viene siendo habitual desde el año 2001, la tipología de alojamiento utilizada por los participantes en las reuniones es la hotelera. Lo mismo ocurre con la categoría del establecimiento hotelero solicitado. Los hoteles de cuatro estrellas son los que acogen a más del 70% de los delegados en las reuniones. Teniendo en consideración las limitaciones presupuestarias de parte organizadores y/o delegados, así como la implantación de normas de gobierno corporativo que implantan determinados sectores (como el médico-sanitario o farmacéutico), las categorías menos utilizadas para alojarse durante la celebración de las reuniones es la de hoteles de cinco estrellas y de cinco estrellas de lujo.

Gráfico 23. Tipo de alojamiento utilizado

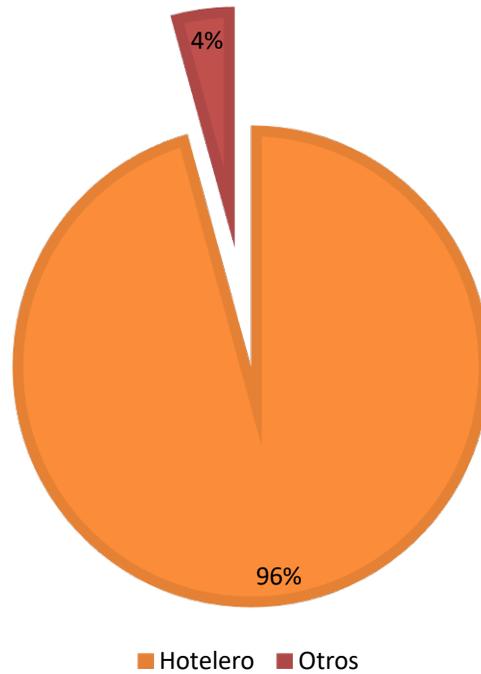
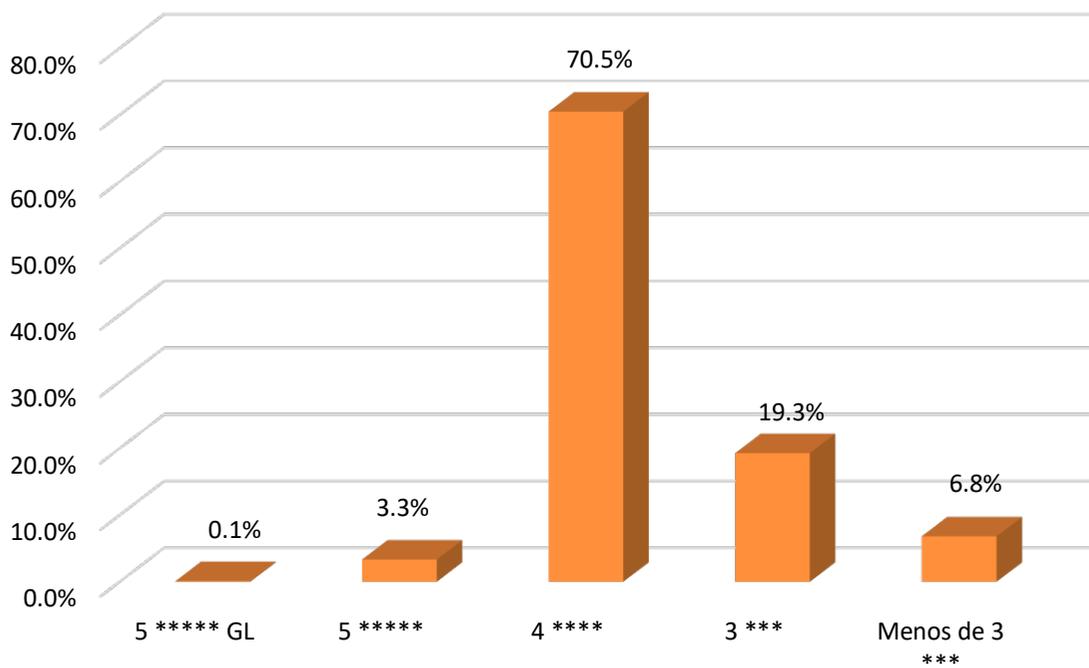
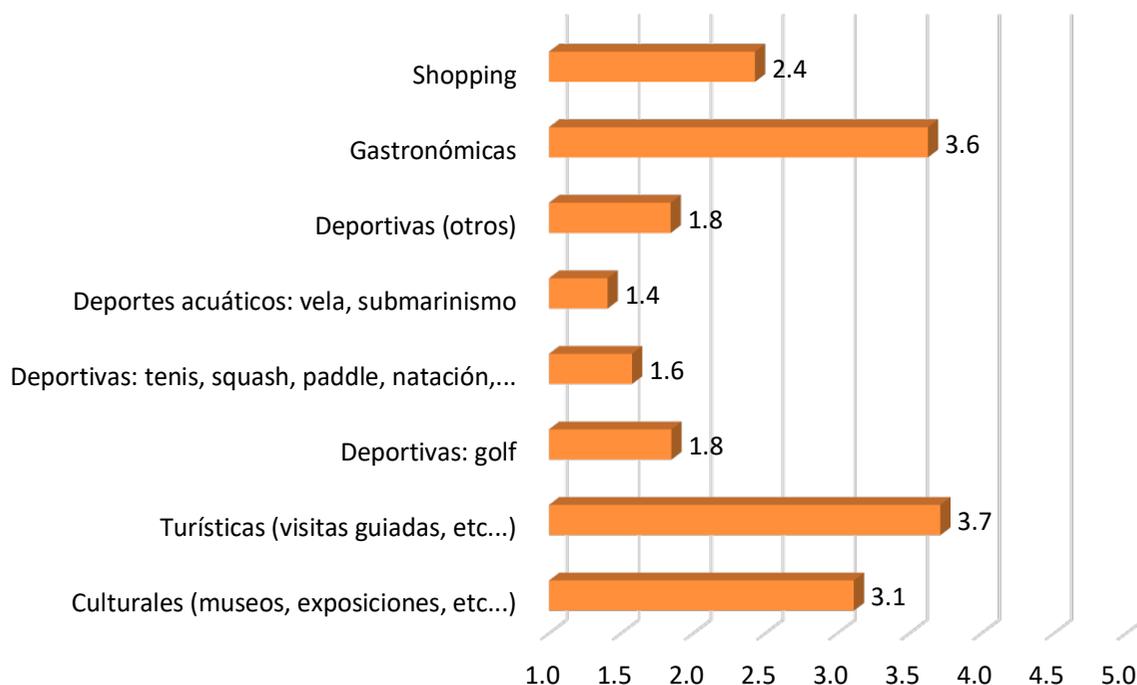


Gráfico 24. Tipo de hotel



En el presente informe se han analizado los tipos de actividades complementarias solicitadas por inscritos y/o acompañantes. En una escala del 1 (nada solicitada) al 5 (muy solicitada) se puede apreciar cómo las actividades gastronómicas, las turísticas (visitas guiadas, etc.) y las culturales (museos, exposiciones, etc.) son las que despiertan un mayor interés por parte del mercado de reuniones. No se aprecian cambios significativos con respecto a la serie histórica de la que dispone el SCB desde el año 2001.

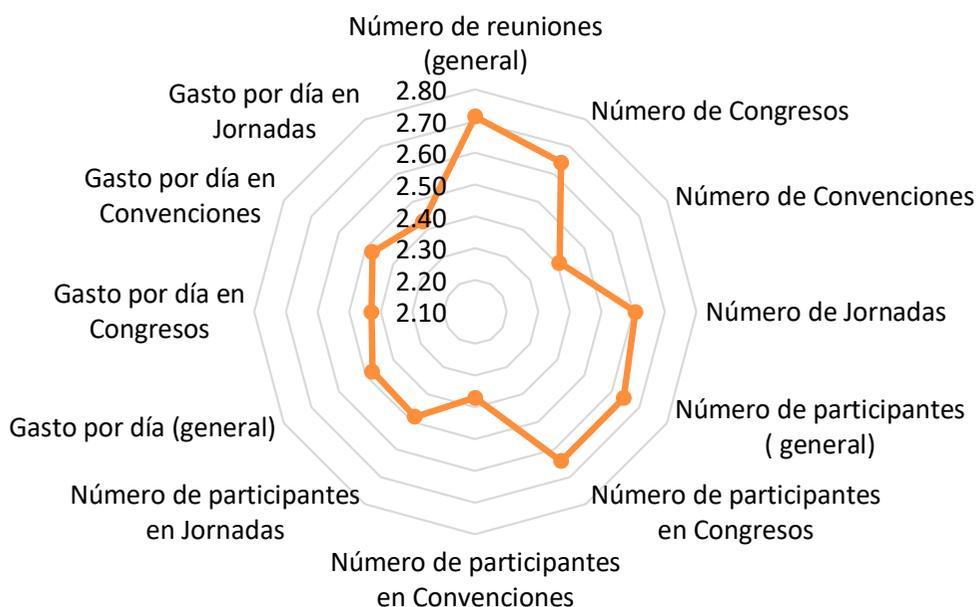
Gráfico 25. Tipos de actividades complementarias a la reunión solicitadas por inscritos y/o acompañantes (%)



2.8. Previsiones para el 2019

Preguntados los destinos sobre su percepción en relación al comportamiento del turismo de reuniones en el 2019 podemos destacar principalmente: un aumento del número global de reuniones y participantes, en particular de congresos y de participantes en éstos. Los resultados obtenidos no muestran tanto optimismo con respecto al crecimiento del número de convenciones y participantes. Las previsiones con respecto al incremento del gasto/día, excepto en el caso de los congresos, son de mantenimiento.

Gráfico 26. Previsiones para el año próximo



2.9. Sugerencias de mejora

Se ha solicitado a los distintos Convention Bureau que aglutina el SCB su opinión sobre acciones o actuaciones que consideran podrían mejorar las condiciones competitivas y el posicionamiento del turismo de reuniones en España. A continuación de detallan las respuestas más significativas:

- "Receptivos y campañas promocionales del destino en medios de comunicación."
- "Aumentar la promoción de España como destino ideal."
- "Más acciones de promoción directa."
- "Mayores conexiones aéreas para destinos menos reconocidos"
- "En el caso de Menorca es imprescindible una mejora en la conectividad aérea"
- "Tomar medidas en la calidad y sostenibilidad de los eventos."
- "Mayor coordinación institucional y especialización de los destinos en los segmentos MICE en los que se pueda ser más competitivo."

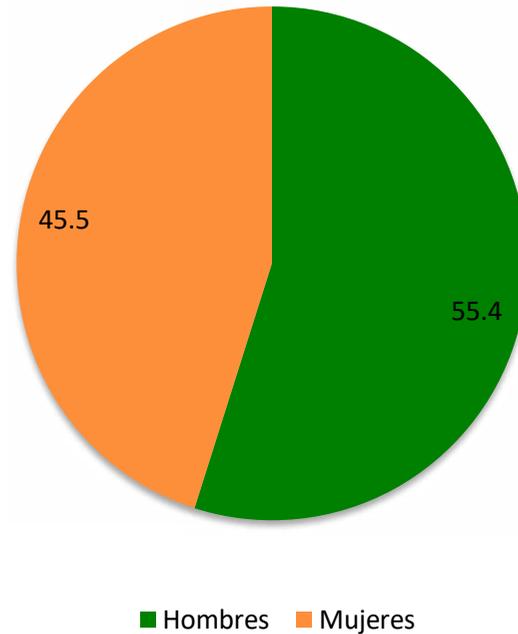
3. Análisis de la demanda

Se han recopilado las opiniones de un total de 2.213 delegados que han acudido a las reuniones celebradas en Barcelona, Bilbao, Murcia, Gijón, Valladolid y Zaragoza. El estudio ha tenido en consideración características sociodemográficas de los participantes y valoraciones de los servicios utilizados durante su estancia en el destino principalmente.

3.1. Características de los participantes

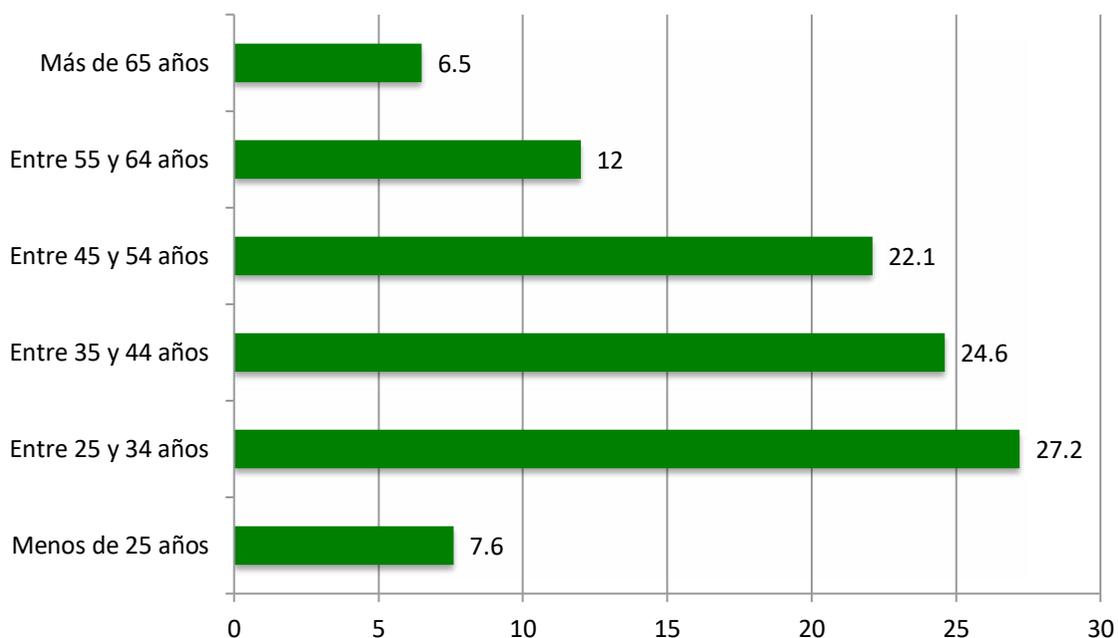
Durante el 2017 el segmento mayoritario en base al sexo de los participantes ha sido el masculino (55,4%). Se aprecia por tanto un incremento del número de mujeres que han asistido a las reuniones ya que el año 2016 se cerró con la participación de sólo un 38,6%.

Gráfico 27. Sexo (%)



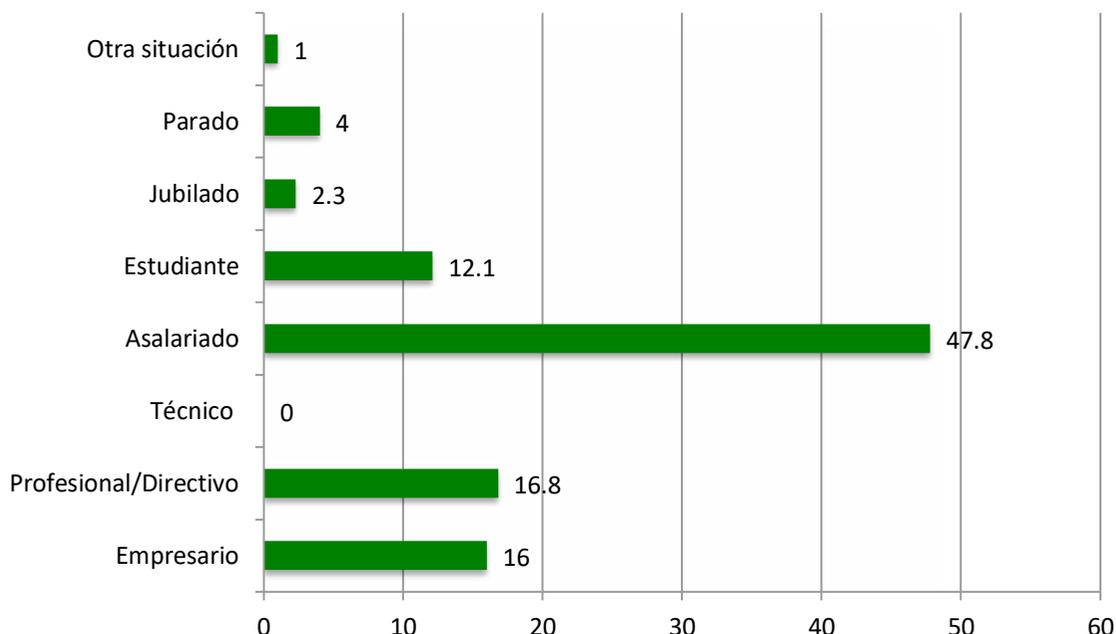
Más de la mitad de los delegados que han participado en las reuniones celebradas durante el 2017 tienen edades comprendidas entre los 25 y 44 años. Siendo el segmento de más de 65 años el menos significativo. El perfil de edad del 2017 es ligeramente más joven que el registrado en el 2016.

Gráfico 28. Edad (%)



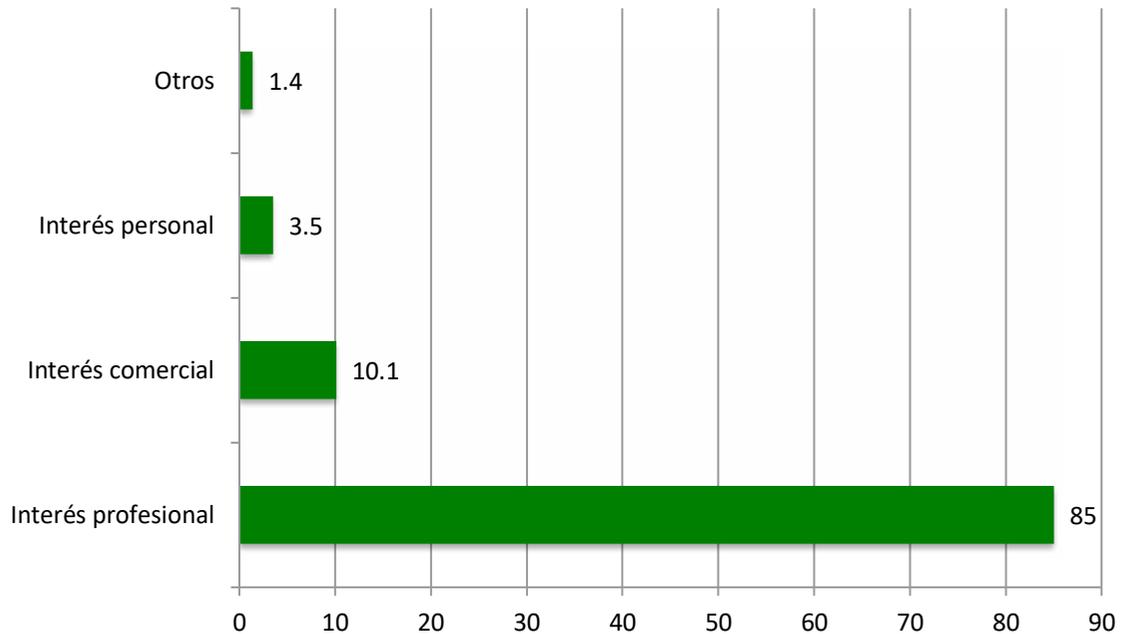
El grueso de los participantes son asalariados (47,8%), cifra sustancialmente superior a la registrada en el 2016 que sólo supuso el 20,4% del total registrado. Los profesionales/directivos y los empresarios conforman dos de los segmentos más significativos cuantitativamente. Aún así, se registra un descenso en el número de profesionales/directivos con respecto al año anterior del 21,4% y un aumento del 3,6% con respecto al número de empresarios que han acudido a las reuniones.

Gráfico 29. Situación laboral (%)



La tendencia con respecto al motivo de participación sigue siendo mayoritariamente la del interés profesional (85%), seguido del interés comercial (10,1%). Estos resultados son similares a los obtenidos en la última década.

Gráfico 30. Motivo de participación (%)



La mayoría de delegados en la reuniones viaja solo, salvo el 44,8% que viaja acompañado. Durante el 2017 el medio de transporte utilizado mayoritariamente para acudir a la reunión ha sido el coche (38%), seguido del avión (34,8%); estos resultados difieren de los obtenidos en el 2016 donde el avión fue el medio de transporte utilizado por el 65% de los participantes.

Gráfico 31. Modo de viajar (%)

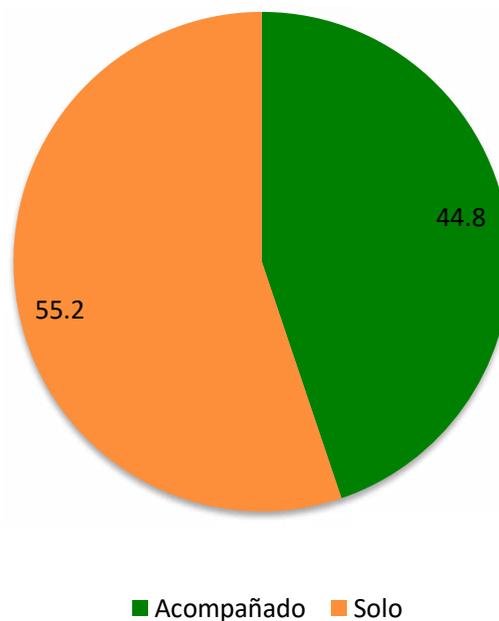
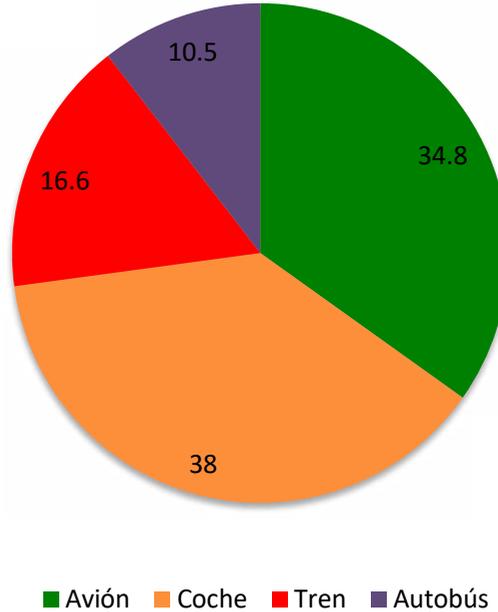


Gráfico 32. Medio de transporte utilizado (%)

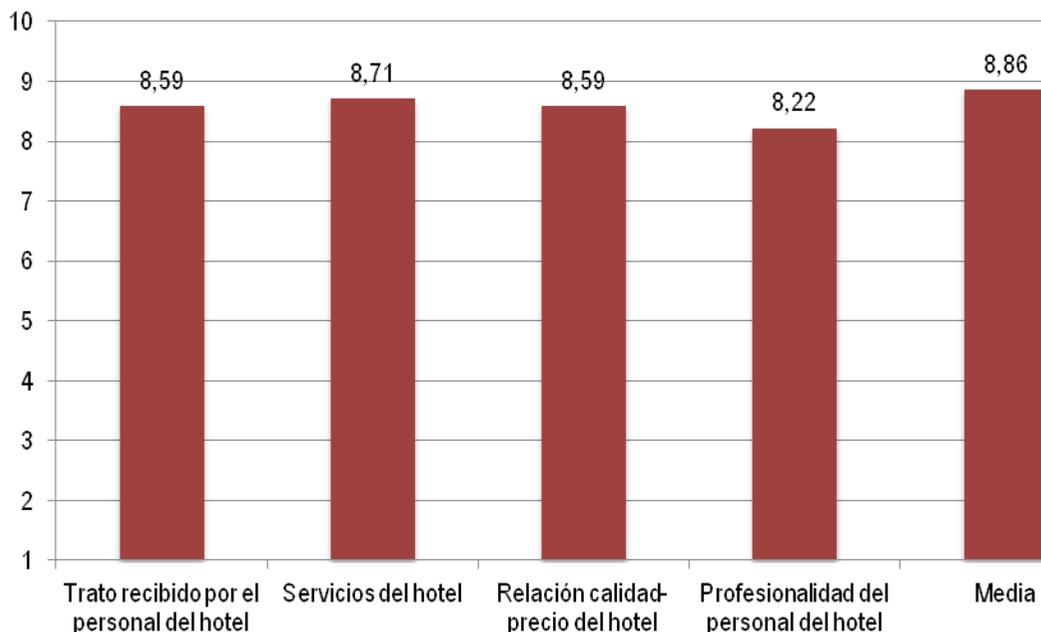


3.2. Valoraciones de satisfacción

Los datos que se muestran en este apartado son el resultado de las opiniones mostradas por los encuestados en relación a determinados servicios y utilizando una escala del 1 (muy mal) al 10 (excelente).

Con respecto a la valoración de los servicios del hotel utilizados en la reunión los datos son muy positivos, superando el 8 en todas las variables analizadas.

Gráfico 33. Valoración del hotel



A la hora de evaluar las instalaciones en donde se celebra la reunión, la mejor puntuación es la que se otorga a los equipamientos de traducción simultánea y a la megafonía. Los datos obtenidos están en sintonía con la valoración general de los servicios, en donde de nuevo aparecen los servicios de traducción simultánea y la megafonía con la mejor puntuación, mientras que el servicio de restauración es el que presenta el peor registro.

Gráfico 34. Valoración de las instalaciones

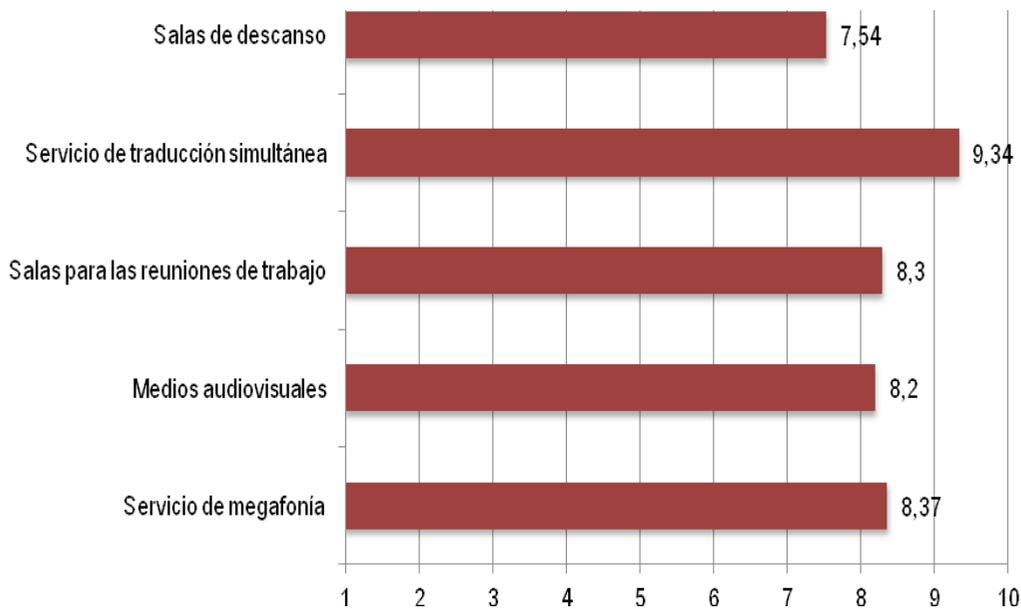
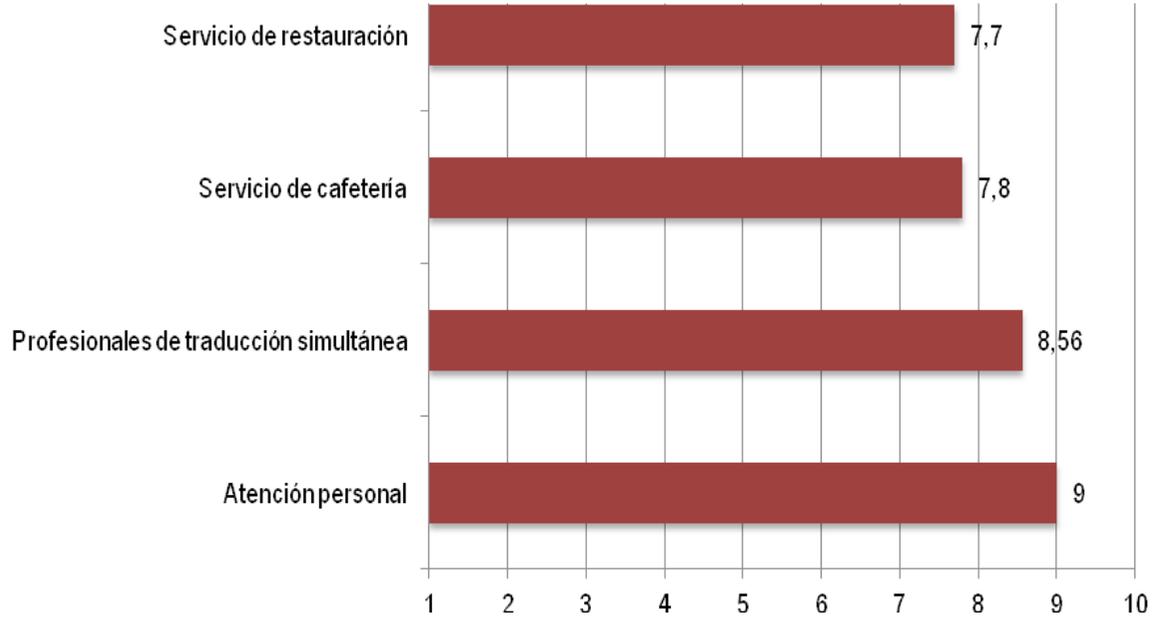
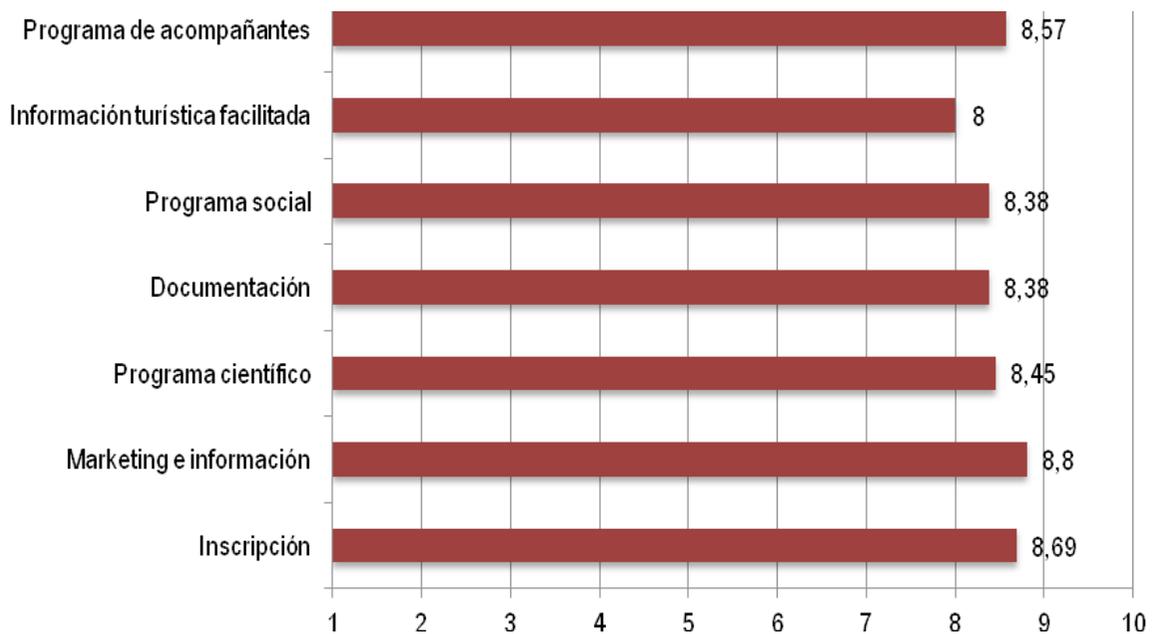


Gráfico 35. Valoración general de los servicios



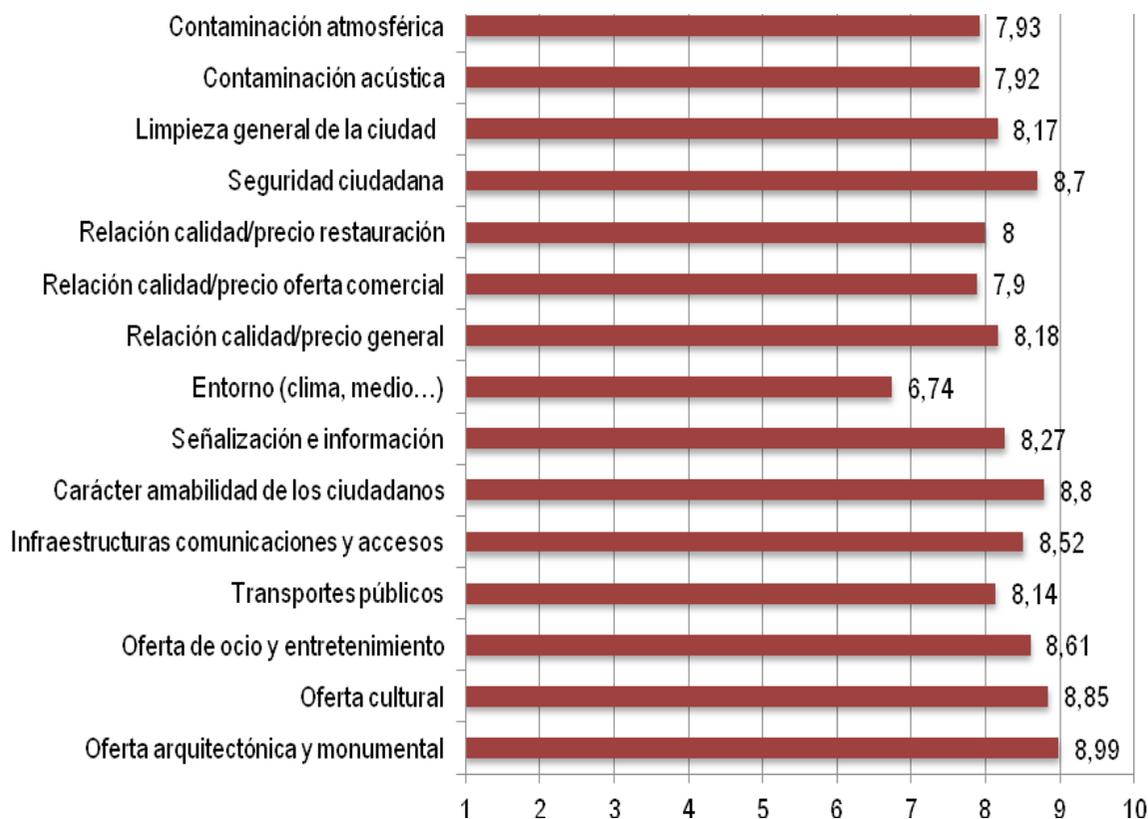
A la hora de evaluar la organización de la reunión, los aspectos mejor valorados son: el marketing y la información, el procedimiento de inscripción y el programa científico. Aún así todos los resultados que se han contabilizado son muy favorables.

Gráfico 36. Valoración general de la organización



En el 2017 se presenta una valoración media de la ciudad de la reunión del 8,24. Los aspectos mejor valorados son la oferta arquitectónica y monumental, seguida de la oferta cultural, el comportamiento de estas dos variables es similar al del 2016. Lo peor valorado sigue siendo el entorno (clima, medio) y la relación calidad/precio de la oferta comercial. De nuevo se repiten en el 2017 los mismos aspectos positivos y negativos que ya se registraron en el 2016.

Gráfico 37. Valoración general de la ciudad



4. Estimación del gasto e impacto económico

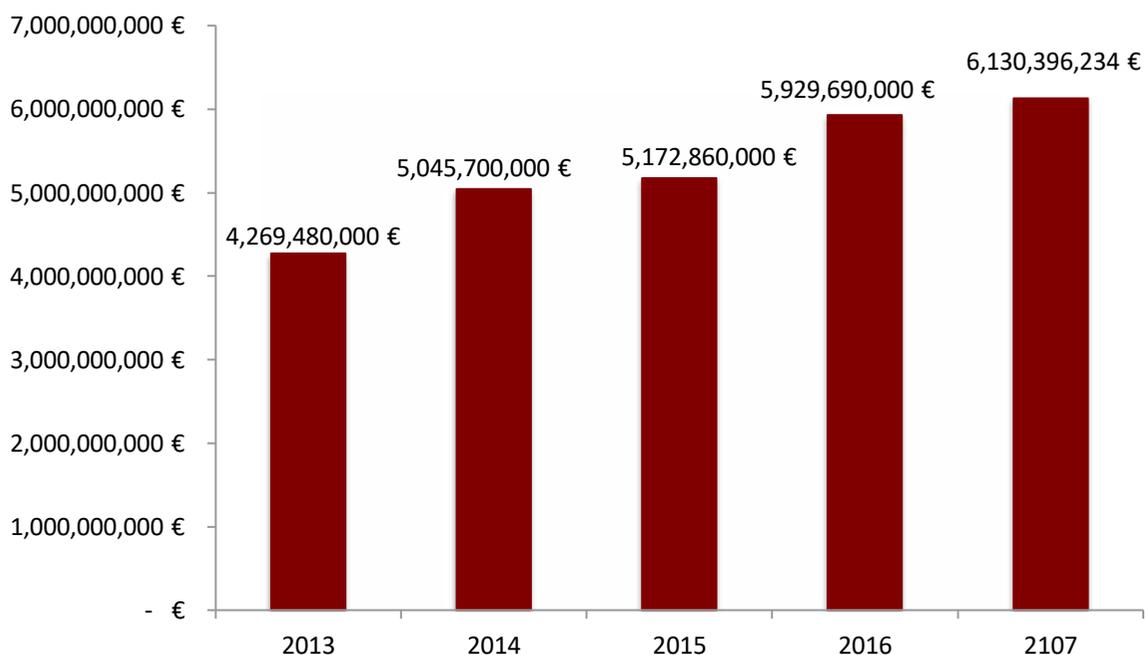
Teniendo en consideración que el 44,8% de los delegados acuden acompañados al destino de las reuniones, el impacto económico que ha tenido el turismo de reuniones en España ha superado los 6.000 millones de euros, un 3,38% más que en el ejercicio anterior.

La economía española creció el 3,1% en 2017, sumando cuatro años de recuperación y tres años consecutivos creciendo por encima del 3%, de acuerdo con los datos del PIB publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

España fue en 2017 el país líder en crecimiento del conjunto de las economías desarrolladas (Fondo Monetario Internacional).

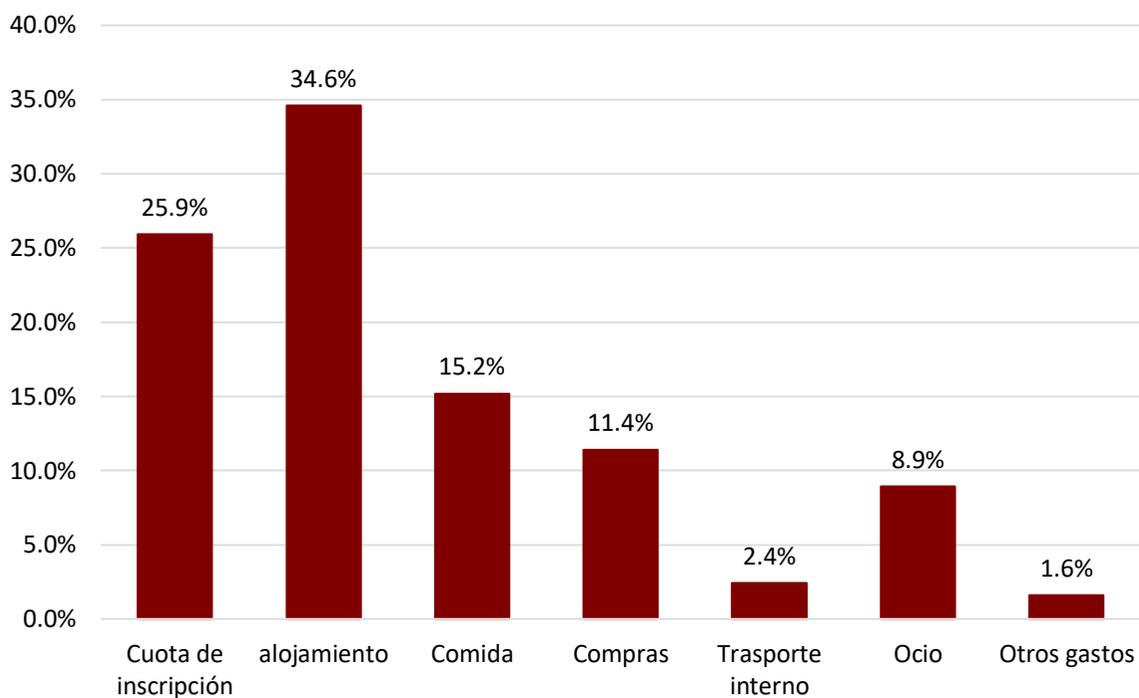
Los resultados obtenidos con respecto a la evolución de turismo de reuniones están en sintonía con el propio crecimiento de la economía nacional.

Gráfico 38. Impacto económico



El análisis de la distribución del gasto medio por delegado y día confirma la tendencia de los últimos años: la cuota de inscripción y el alojamiento siguen siendo las dos variables que acumulan la mayor parte del gasto medio por delegado y día.

Gráfico 39. Distribución del gasto medio por delegado y día



5. Anexo estadístico

5.1. Fichas técnicas

OFERTA	
Instrumento de investigación	Cuestionario
Universo	56 destinos
Tamaño muestral	54 destinos
Fecha de realización del trabajo de campo	Del 11 de mayo al 1 de junio de 2018

DEMANDA	
Instrumento de investigación	Cuestionario
Universo	3.995.300 participantes
Tamaño muestral	2.213 participantes
Error máximo para un nivel de confianza del 95%	2,1%
Ciudades que realizaron la encuesta	Barcelona, Bilbao, Murcia, Gijón, Valladolid, Zaragoza
Fecha de realización del trabajo de campo	Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2018

5.2. Notas aclaratorias

Los destinos turísticos que conforman el Spain Convention Bureau han utilizado los siguientes criterios e información para recopilar los datos cuantitativos y cualitativos de los destinos a los que pertenecen:

1. Tipo de reunión, ámbito territorial y número de participantes

1. A. Tipo de Reunión

Congreso

- Organización generadora: Vocación Pública: colegio, asociación o sociedad profesional, universidad, federación, entidades privadas.
- Definición: Es una reunión que no está orientada al negocio, tiene una frecuencia generalmente fija y es de naturaleza extraordinaria, en la cual los participantes perteneciendo a diversos lugares se reúnen en un lugar y momento predefinido, para asistir a una reunión organizada donde los delegados tienen un rol multi-interactivo, de discusión y competencia, a menudo ayudados por servicios especializados.
- Duración mínima: 2 días
- Pernoctación mínima: 1 noche
- Número mínimo de participantes: 50 inscritos
- Temáticas más comunes: Médico – sanitaria, científica, cultural, económico – comercial, pública, tecnológica, universitaria, ...
- Comentarios sobre la definición:
 - Los participantes cambian su actividad habitual y ambiente habitual (excepto los participante locales) para ir a la reunión organizada alrededor de un tema establecido, publicado previamente.
 - Varias organizaciones o una sola organización profesional pueden estar representadas.
 - Las contribuciones a la presentación y a la discusión del tema son decididas por el patrocinador y el organizador.
 - La frecuencia se establece habitualmente por adelantado y puede ser varias veces al año, anual o plurianual.
 - Las conferencias, a excepción de las conferencias públicas y las conferencias gubernamentales, se pueden considerar como congresos. Las conferencias

tienden a ser más pequeñas y de carácter más selecto y no tienen ninguna connotación especial en cuanto a frecuencia. Se incrementa la equivalencia entre los congresos y las conferencias privadas, significando que las dos categorías se deben simplificar en una sola categoría.

Convención

- Organización generadora: Vocación privada: Empresa, entidad privada, grupos empresariales,...
- Definición: Las reuniones corporativas son aquellas reuniones orientadas a los negocios en las cuáles los participantes representan a la misma compañía, grupo de sociedades, joint-venture, o relaciones cliente/ proveedor
- Duración mínima: 2 días
- Pernoctación mínima: 1 noche
- Número mínimo de participantes: 50 inscritos
- Temáticas más comunes: Comerciales, ventas, distribución de productos, presentación de nuevos productos, ...
- Comentarios sobre la definición
 - Una reunión corporativa tiene generalmente las características siguientes: pueda estar organizada por una organización externa (agencia de eventos, agencia de comunicación etc.); el objetivo de la reunión está dirigido a la realización de negocio y no a la transmisión de conocimiento (excepto la formación del propio personal); el número de empresas representadas es normalmente pequeño, a veces dentro de la empresa (una sola compañía) o entre empresas (dos o más compañías); la interacción entre los participantes no es competitiva (ninguna competición, puesto que pertenecen al mismo grupo), o la competición (si hay tensiones dentro del grupo) se regula de una forma oligopolística (pocas empresas están presentes).

Jornada/ Seminario / Simposio

- Organización generadora: Vocación Pública: colegio, asociación o sociedad profesional, universidad, federación.
- Vocación privada: empresa, entidad privada, grupos empresariales,...
- Definición : Los foros, los coloquios, los seminarios, los simposios y las conferencias (de acceso restringido) son reuniones especializadas de una naturaleza técnica y académica cuyo objetivo es hacer un estudio profundo de varias materias que pueden ser predeterminadas o no, y cuyo tratamiento requiere un diálogo interactivo entre especialistas.

- Duración mínima: 6 horas (en un solo día)
- Pernoctación mínima: -
- Número mínimo de participantes: 50
- Temáticas más comunes: Médica – sanitaria, científica, cultural, económico – comercial, pública, tecnológica, universitaria, ...
- Comentarios sobre la definición:
 - Los participantes pueden pertenecer a la misma o a diversas asociaciones; en cualquier caso, la multiplicidad de representantes genera una atmósfera donde prevalece tanto la colaboración como la competición.
 - El número de participantes es limitado normalmente por la especialización, requiriendo a menudo el pago de una cuota de inscripción.
 - La especialización crea varios niveles dentro del foro, con maestros y alumnos trabajando a diversos niveles del conocimiento.
 - Los acuerdos no se firman, tampoco los científicos. Este tipo de reunión se asocia normalmente a la palabra “congreso”.

Quedan excluidas del mercado de reuniones (congresos, convenciones, jornadas) aquellas reuniones que tengan por objeto: manifestaciones culturales (conciertos, recitales,...), manifestaciones deportivas, encuentros de escuelas o asociativos, galas, ferias,... Es decir todas aquellas reuniones que no cumplan los criterios expuestos anteriormente.

1. B. Ámbito geográfico

Internacional:

- Una reunión internacional es aquella que tiene un nivel mínimo de inscritos de otros países. Este nivel se ha fijado en un 40% de inscritos de por lo menos 3 países distintos.
- Si un 90% de los inscritos es extranjero, en estos casos podrán proceder de menos de 3 países distintos.

Nacional:

- Una reunión nacional es aquella que no tiene un nivel mínimo de inscritos de otros países. Este nivel se ha fijado en un 40% de inscritos de por lo menos 3 países distintos.
- Un 40% de los inscritos tiene que proceder de 3 comunidades autónomas diferentes.

Regional:

- Una reunión regional es aquella que no tiene un nivel mínimo de inscritos de otras comunidades autónomas. Este nivel se ha fijado en un 40% de inscritos de por lo menos 3 comunidades autónomas distintas.

1. C. Tipo de participante y acompañante**Internacional:**

- Participante inscrito con nacionalidad distinta a la española.

Nacional:

- Participante inscrito con nacionalidad española.

**2. Carácter de las organizaciones generadoras de la reunión,
localización y sector de actividad****2. A. Carácter de las organizaciones generadoras de la reunión****Vocación pública:**

- colegio, asociación o sociedad profesional, universidad, federación.

Vocación privada:

- empresa, entidad privada, grupos empresariales.

2. B. Localización

- **Municipal:** una entidad generadora es de localización municipal cuando su sede se encuentra en la misma ciudad donde se celebra dicha reunión.
- **Supramunicipal:** una entidad generadora será supramunicipal cuando su sede se encuentre fuera de la ciudad donde se celebra dicha reunión.

2. C. Actividad

Se refiere al sector de actividad al que pertenece la entidad convocante de la reunión y la temática tratada en ésta: médico-sanitario, científico, cultural, económico/comercial, público, tecnológico, universidad.

En caso de que el sector de actividad de la entidad generadora sea distinto a los tipificados, se pide especificar a qué sector pertenece dicha entidad.

Asimismo, en caso de duda, especifique el sector y posteriormente se clasificará

3. Lugares y meses de celebración de las reuniones

3. A. Sedes

La sede es la entidad donde se encuentra el espacio en que se celebra la reunión.

En el caso de que no esté tipificada alguna de las sedes donde han tenido lugar reuniones, se señalará la opción otros, en la cual se incluirán Centros Culturales, Asociaciones, Entidades Privadas, Recintos Feriales, etc....con su respectivo porcentaje

3. B. Mes del año durante el cual se celebra la reunión

En este apartado se indicará qué porcentaje de reuniones han tenido lugar en cada mes del año.

4. Número medio de participantes por reunión y duración de las reuniones

4. A. Número medio de delegados por reunión

En este apartado se indicará qué porcentaje de reuniones ha habido de cada tramo de participantes.

4. B. Duración de las reuniones

En este apartado se indicará el porcentaje de reuniones que ha habido según su duración. Cabe señalar que los días que dura una reunión, deben incluirse tanto el primero como el último.

Ejemplo: si una reunión se celebra del 3 al 5 de cualquier mes, su duración será de 3 días.

En la duración media se hará un promedio exacto entre los días de duración de todas las reuniones celebradas en el año 2011, dándose así un valor absoluto (si es preciso anote hasta dos decimales).

5. Tipo de alojamiento utilizado

Se trata de disponer de una distribución porcentual precisa de los establecimientos utilizados para alojarse los participantes en las reuniones. De tal forma primero se distingue entre alojamiento extrahotelero y hotelero y en segundo lugar se distribuye, otra vez porcentualmente, el alojamiento hotelero por categorías.

6. Actividades complementarias a la reunión

En esta pregunta se pide una valoración de las actividades complementarias de acuerdo al grado de solicitud de éstas por parte de los participantes y/o acompañantes en las reuniones. Así se otorgará un 5 cuando la actividad haya sido muy solicitada y un 1 cuando la actividad no haya sido solicitada.

7. Gasto medio por delegado y día.

Definición: El gasto medio por delegado y día, es el gasto realizado por el participante durante la reunión dividido por el número de días que dura su estancia en la ciudad con motivo de la reunión. No incluye los gastos realizados antes y después de la reunión, fuera del lugar de celebración de ésta, aún que sea a causa de ésta. Por tanto sólo se contempla el gasto directo realizado en el destino.

Conceptos comprendidos:

- Cuota de inscripción en la reunión
- Alojamiento, incluye las comidas y gastos realizados en el alojamiento
- Comidas, incluye las comidas y bebidas realizadas fuera del alojamiento y no comprendidas en la cuota de inscripción
- Transporte interno, incluye tanto el transporte interno para desplazarse por la ciudad, como el transporte, una vez en el destino, para desplazarse hasta la ciudad (ejemplo: aeropuerto - ciudad)

- Compras, incluye tanto las compras para llevar a la ciudad de origen, como las compras para consumir durante su estancia
- Ocio, incluye el coste de las actividades de ocio, culturales y deportivas. Tanto las entradas (ejemplo: coste entrada a un concierto), como el alquiler de los equipos (ejemplo: alquiler de esquís, ...)
- Otros, se incluyen los gastos no comprendidos en los epígrafes anteriores, como: gastos de fotocopias, programas y materiales, gastos en telecomunicaciones (teléfono, Internet, ...), ...

8. Origen de los participantes en las reuniones

Una primera distinción permite conocer el porcentaje de participantes de procedencia nacional y el de procedencia internacional. De estos dos subgrupos, se pide una segunda distribución. En el caso de los participantes nacionales deberá indicarse, porcentualmente, la comunidad autónoma de origen, y en el caso de los internacionales su país de origen, siempre en porcentajes.

9. Previsiones para el próximo año en su ciudad

Se pide su valoración acerca de las perspectivas para el año 2011 en cuanto a la actividad de reuniones en su ciudad, tanto en lo que se refiere al número y tipo de reuniones como al número de participantes y gasto diario.

10. Sugerencias

Se pide su aportación sobre que acciones/actuaciones considera que mejorarían las condiciones competitivas y el posicionamiento del turismo de reuniones en España.

5.3. Tamaño poblacional

En la siguiente tabla se recoge el tamaño poblacional en miles según los datos del Instituto Nacional de Estadística (2016)

Tabla 2.

Destino	Pobl.	Destino	Pobl.
A Coruña	244	Las Palmas de Gran Canaria	378
Alcalá de Henares	194	León	125
Alicante	329	Lleida	137
Almería	195	Madrid	3183
Ávila	58	Málaga	569
Avilés	80	Menorca	90
Badajoz	150	Murcia	443
Barcelona	1620	Oviedo	220
Benidorm	67	Pamplona	197
Bilbao	345	Pontevedra	83
Burgos	176	Salamanca	144
Cáceres	96	San Sebastián	186
Cádiz	118	Santander	172
Cartagena	214	Santiago de Compostela	96
Castellón	143	Segovia	52
Ciudad Real	75	Sevilla	689
Córdoba	326	Sitges	29
Cuenca	55	Santa Cruz de Tenerife	203
Elche	229	Tarragona	132
Gandía	74	Toledo	84
Gijón	272	Torremolinos	68
Girona	99	Valencia	788
Granada	233	Valladolid	300
Huelva	145	Vigo	293
Ibiza	50	Vitoria	247
Isla de Fuerteventura	110	Zamora	63
Isla de Lanzarote	147	Zaragoza	665



© Spain Convention Bureau
c/ Nuncio, 8
28005 Madrid
Tel: 913 643 700
www.scb.es