



# El turismo de reuniones camina hacia su recuperación

**El sector MICE, que agrupa el turismo de reuniones, conferencias, incentivos y exposiciones -en sus siglas en inglés- ya ha iniciado su recuperación y, de seguir en la misma línea, podría alcanzar el 100% de su actividad prepandemia en 2024. Así lo resume el estudio del Spain Convention Bureau (SCB) de la FEMP, sobre la situación del turismo de reuniones en España y la estrategia para su reactivación, un análisis en el que se plantean, entre otras cuestiones, llevar la “Marca España” al segmento MICE, utilizar tecnologías más eficientes y favorecer la especialización. El informe plantea además las líneas estratégicas para que este sector recupere su posición relevante en la industria turística.**



**A. Junquera**

La elaboración del estudio, financiado por la Secretaría de Estado de Turismo, forma parte de un proyecto más amplio cuyo objetivo es impulsar la recuperación de un sector muy castigado por la crisis sanitaria derivada de la COVID-19, mediante la determinación de líneas de actuación estratégicas; busca igualmente mejorar el posicionamiento del sector y, en especial, de las 58 Entidades Locales que constituyen el SCB; aprovechar las sinergias y líneas de colaboración entre Administración y empresas; impulsar el desarrollo sostenible e inteligente del turismo de reuniones; y, finalmente, fomentar la

creación de nuevos productos y propuestas de experiencias.

Sobre esa base, el informe recoge la situación que atraviesa en nuestro país el sector del turismo de reuniones, MICE, después de la pandemia, analiza la recuperación experimentada durante el último año y plantea las líneas estratégicas para su recuperación. Según las conclusiones del estudio, el impacto económico de la industria MICE en 2019 alcanzó los 12,3 millones de euros. La pandemia trajo una caída del 75% en 2020 y un impacto económico de 5.079 millones de euros

en 2021. La recuperación de los niveles de 2019 podría alcanzarse, en función de la evolución de la pandemia o de otros acontecimientos, en 2024, aunque tras el segundo semestre de 2022 sería posible un importante despegue si la situación se estabiliza.

El estudio también viene a constatar la necesidad de seguir poniendo el foco en la seguridad sanitaria y en la flexibilidad con los clientes de cara a recuperar la actividad presencial. Señala también la importancia de apoyar el tejido empresarial, muy afectado por la crisis, y simplificar los trámites

## ESTRATEGIAS DE REACTIVACIÓN Y LÍNEAS DE ACCIÓN



burocráticos para asegurar y revitalizar el negocio. El turismo de reuniones es un sector muy profesionalizado que requiere de recursos humanos muy capacitados y del establecimiento de alianzas y líneas de colaboración público/privada. La visión global del turismo MICE en nuestro país queda concretada en diez puntos (ver cuadro).

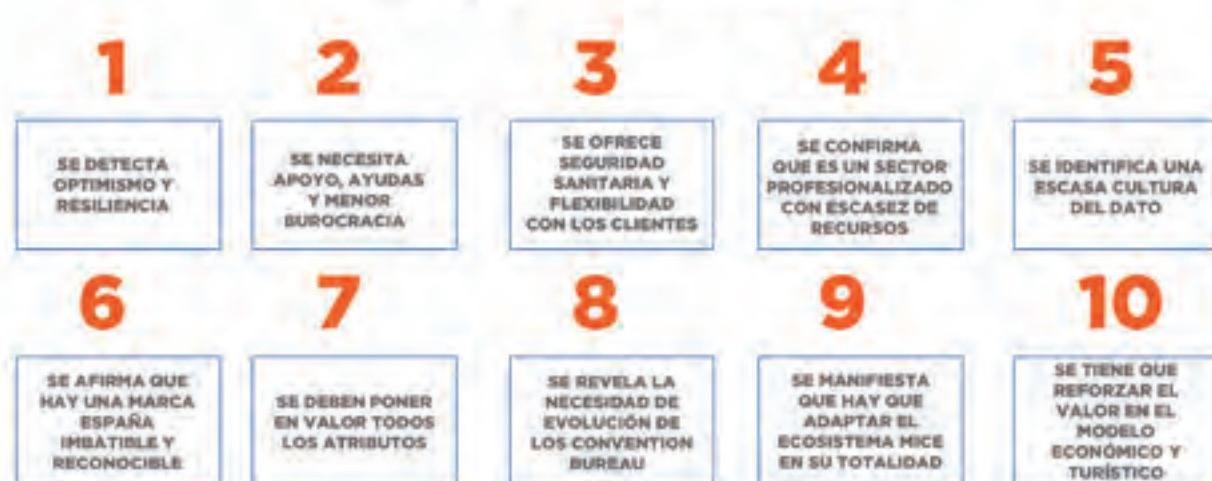
En cuanto a la estrategia para la reactivación, del trabajo se extrae que

los destinos han de transformarse y adaptarse a las nuevas necesidades que demanda el mercado y que pasan por la especialización, la diversificación y la sofisticación, y la transformación para ser eficientes y más rentables.

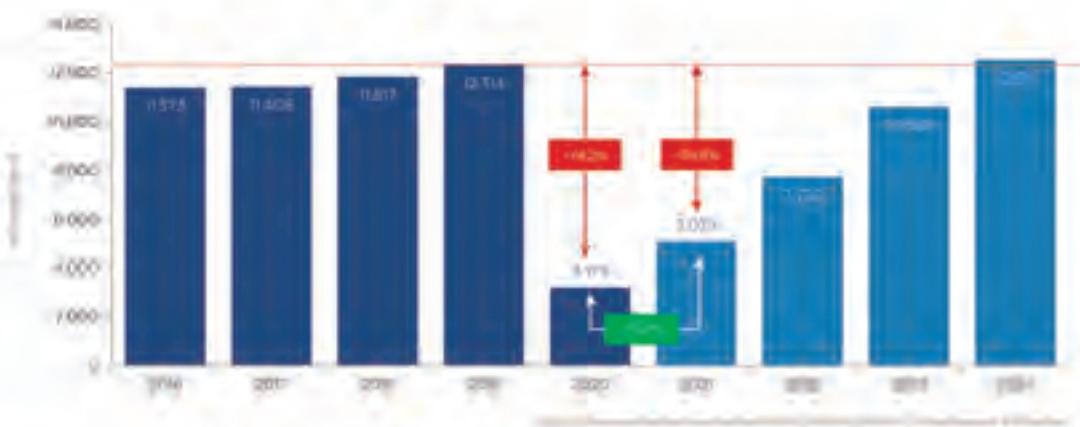
De hecho, el programa estratégico planteado se concreta en cuatro capítulos en los que se plantean líneas de acción para aseguramiento del negocio; para la reconstrucción del

ecosistema; para el desarrollo del nuevo modelo; y para la medición y mejora continua. Cada uno de estos capítulos detalla diversas acciones, hasta un total de veinte, que quedan recogidas en el cuadro "Estrategias de Reactivación". Entre otras, se encuentran acciones como llevar también al sector MICE la "Marca España", actuar en la preservación del entorno o poder disponer de las tecnologías más eficientes al servicio de los mejores profesionales.

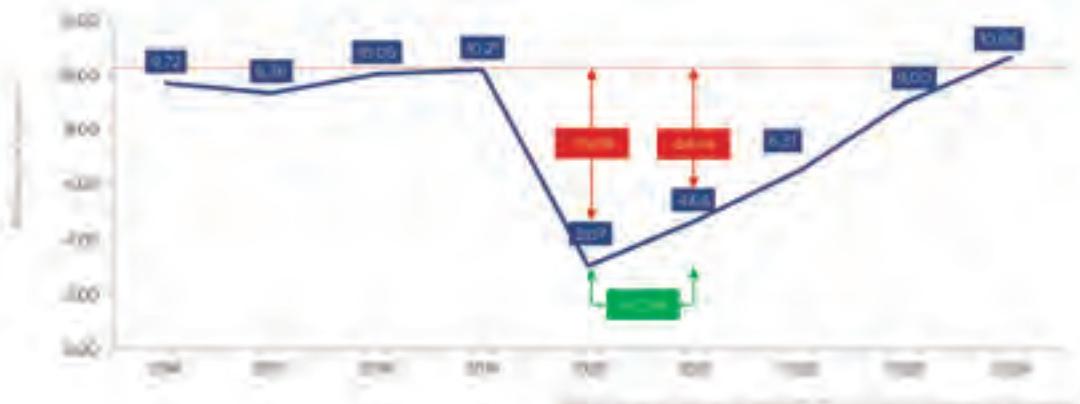
## VISIÓN GLOBAL DE LA INDUSTRIA



## EVOLUCIÓN Y PREVISIONES DE LA INDUSTRIA DE REUNIONES IMPACTO ECONÓMICO



## EVOLUCIÓN Y PREVISIONES DE LA INDUSTRIA DE REUNIONES VOLUMEN DE VIAJEROS



## EVOLUCIÓN Y PREVISIONES DE LA INDUSTRIA DE REUNIONES GASTO MEDIO DIARIO POR VIAJERO





## OPTIMISMO ANTE LA RECUPERACIÓN

El estudio sobre Turismo de Reuniones y la estrategia para su reactivación, se presentó en la sede de la FEMP el pasado 5 de abril. Augusto Hidalgo, Alcalde de Las Palmas de Gran Canaria y Presidente del Spain Convention Bureau (SCB) la Sección de la FEMP que agrupa a los destinos con Palacios de Congresos, y la Subdirectora General de Desarrollo y Sostenibilidad Turística de la Secretaría de Estado de Turismo, SEC, Ana Muñoz Llabrés, encabezaron el acto.

En su intervención, Augusto Hidalgo destacó *“el optimismo del sector respecto a la recuperación de la actividad”*, y añadió que, incluso en la situación de incertidumbre derivada tanto de la evolución de la pandemia como del conflicto en Ucrania -desatado después de elaborarse el estudio-, las previsiones son esperanzadoras. Hidalgo coincidió en la importancia de evolucionar aprovechando la fortaleza de la marca España y destacó que es fundamental mantener el foco en la seguridad sanitaria y en la flexibilidad, en la simplificación de trámites y en la evolución de los Convention Bureau hacia una gobernanza mixta. Asimismo, animó a la colaboración de Administraciones, instituciones y sector privado para colaborar y establecer alianzas que permitan avanzar en el reconocimiento y la profesionalización de la industria de reuniones en nuestro país, una industria que, según recordó, representa importantes cifras, tanto en términos económicos como de empleos: en 2019 fueron más de 10 millones las personas que viajaron a nuestro país para asistir a reuniones, convenciones y eventos; gastaron un 330% más que los turistas convencionales y generaron un impacto económico superior a 12.000 millones de euros, detalló.

Por su parte, Ana Muñoz hizo referencia al momento de transformación que vive el sector, y subrayó que se trata de una oportunidad para que turismo de reuniones asuma retos en materia de digitalización, innovación y sostenibilidad, tal y como marca la UE. A juicio de la Subdirectora General de Desarrollo y Sostenibilidad Turística, en el actual marco de incertidumbre, es importante asumir de manera conjunta la tarea de transformar y sentar las bases de un nuevo modelo y, en este sentido, el estudio, fruto de la colaboración entre Administración y sector privado, se muestra como una herramienta *“necesaria para transformarnos en la mejor dirección”*, según indicó.

La presentación de los contenidos del estudio corrió a cargo de Raquel Reyes y Agustí Alcázar, de la empresa BRAINTRUST, consultora colaboradora en la realización del mismo.



Augusto Hidalgo, Presidente del SCB y Alcalde de Las Palmas. En la foto superior, acompañado por Ana Muñoz, de la SEC.