



**Estudio sobre Medición del Turismo de  
Reuniones en ciudades adscritas a Spain  
Convention Bureau. Año 2011**

**MADISON**<sup>®</sup>  
MARKET RESEARCH

Julio de 2012

## Objetivos de la Investigación

El **objetivo principal** de la investigación es disponer de **información del mercado de reuniones en las ciudades adscritas a Spain Convention Bureau (SCB) en el año 2011**, con el propósito de orientar a los agentes públicos y privados en sus tareas de promoción, organización y gestión de la actividad.

El estudio se ha planteado en cuatro fases secuenciales que comprenden la planificación, recogida de información o trabajo de campo, tratamiento estadístico y análisis de los resultados y elaboración y entrega de resultados.



## FICHA TÉCNICA ESTUDIO DE OFERTA

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

**Universo:** durante el año 2011, 54 ciudades españolas estaban adscritas a Spain Convention Bureau.

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

**Técnica de investigación:** Encuesta on-line con apoyo telefónico y de fax.

**Diseño muestral:** exhaustivo sobre las 54 ciudades españolas asociadas a Spain Convention Bureau.

**Fecha de realización del trabajo de campo:** entre el 20 de marzo y el 9 de mayo de 2012.

**Tamaño muestral:** 49 ciudades.

## FICHA TÉCNICA ESTUDIO DE DEMANDA:

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

**Universo:** participantes a los congresos, convenciones o jornadas celebrados en las ciudades españolas adscritas a Spain Convention Bureau.

**Unidad informante:** participantes a los congresos, convenciones o jornadas celebrados en las ciudades españolas adscritas a Spain Convention Bureau que colaboran en el estudio a la demanda.

**Técnica de investigación:** Encuestación personal.

**Fecha de realización del trabajo de campo:** entre el 20 de marzo y el 9 de mayo de 2012.

**Ciudades que realizaron encuestas:** Barcelona, Bilbao, Cuenca, Lleida, Madrid, Valladolid, Vitoria.

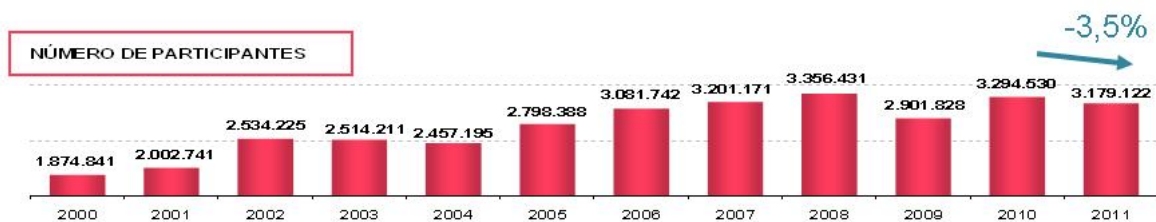
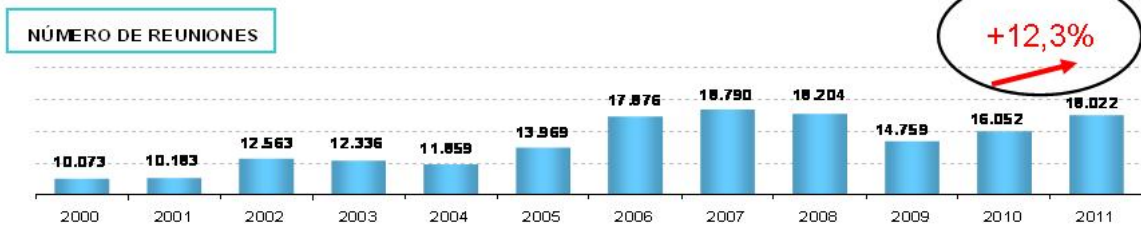
**Tamaño de la muestra:** 2.483 encuestas

## CONCLUSIONES: ANÁLISIS DE LA OFERTA

### Oferta de turismo de reuniones

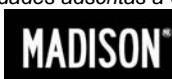
Durante el año 2011 se han celebrado **18.022 reuniones**, recogiendo la asistencia de **3.179.122 participantes** y situándose el número medio de participantes por reunión en 176,40.

El número de reuniones ha **aumentado un 12,3%** respecto al año anterior, **descendiendo ligeramente el número de participantes (3,5% menos)**.



El número medio de participantes por reunión disminuye respecto al año 2011 en 28,84 participantes.

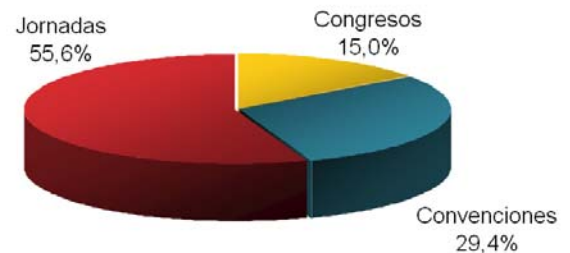
(1) El número medio de participantes se calcula como el número total de participantes dividido entre el número total de reuniones.  
Fuente: "Medición del Turismo de Reuniones. Año 2011". Base: 49. MADISON Market Research 2012.



## Tipo de reunión: congreso, convención y jornada

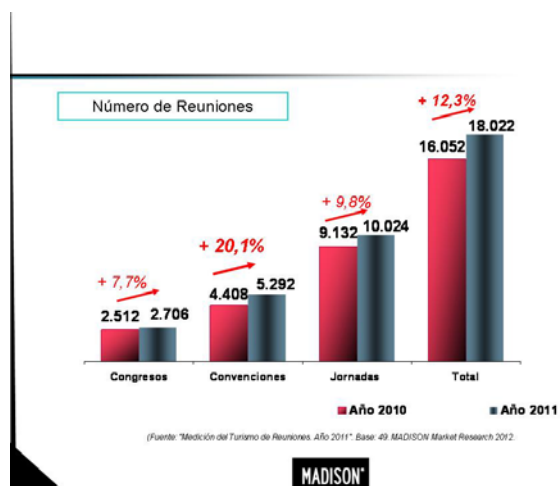
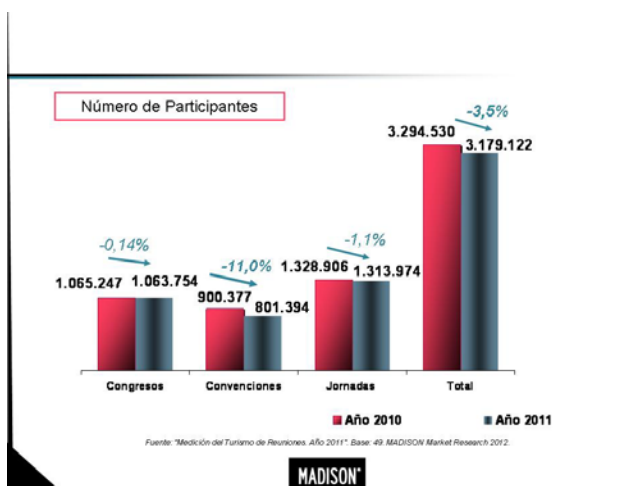
Según **tipología de la reunión**, más de la mitad de las reuniones celebradas durante el año 2011 son **jornadas** (55,6%).

**DISTRIBUCIÓN DE LAS REUNIONES SEGÚN TIPOLOGÍA**



Tipo de reunión	Nº de Reuniones		Nº de Participantes	
Congresos	2.706	↑ 7,7%	1.063.754	↓ -0,1%
Convenciones	5.292	↑ 20,1%	801.394	↓ -11,0%
Jornadas	10.024	↑ 9,8%	1.313.974	↓ -1,1%

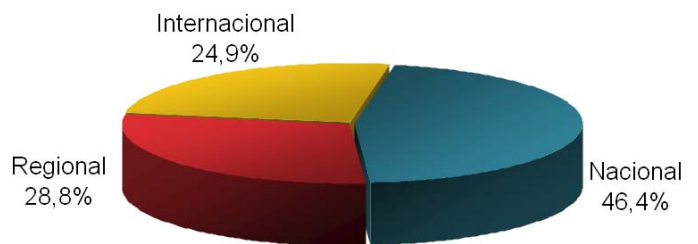
El **incremento** en el número de reuniones se produce en los tres tipos de reuniones analizadas, principalmente en convenciones (un 20,1% más), seguido del incremento en jornadas y congresos (9,8% y 7,7% más, respectivamente). Por otro lado, los **participantes descienden ligeramente en congresos y jornadas** (0,1% y 1,1% menos, respectivamente), **acentuándose ese descenso en convenciones** (11,0% menos).



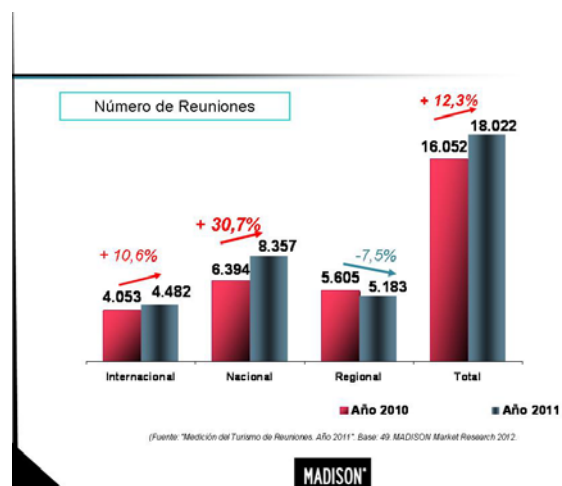
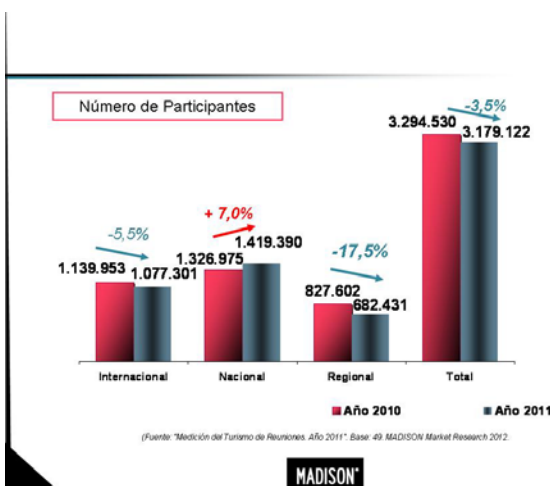
## Ámbito territorial de reunión: internacional, nacional y regional

Las reuniones internacionales han ganado peso en 2011, así el 24,9% de las reuniones fueron de este ámbito, lo que supone 429 reuniones internacionales más que en 2010. No obstante, el **mayor crecimiento fue el registrado por las reuniones de ámbito nacional** (1.963 reuniones, lo que supone un 30,7% más), **subida que también se ve reflejada en su número de asistentes** (aumentan un 7,0%).

DISTRIBUCIÓN DE LAS REUNIONES SEGÚN ÁMBITO TERRITORIAL

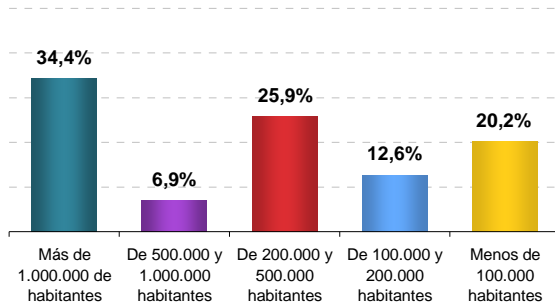


Tipo de reunión	Nº de Reuniones		Nº de Participantes	
Internacional	4.482	↑ 10,6%	1.077.301	↓ -5,5%
Nacional	8.357	↑ 30,7%	1.419.390	↑ 7,0%
Regional	5.183	↓ -7,5%	682.431	↓ -17,5%

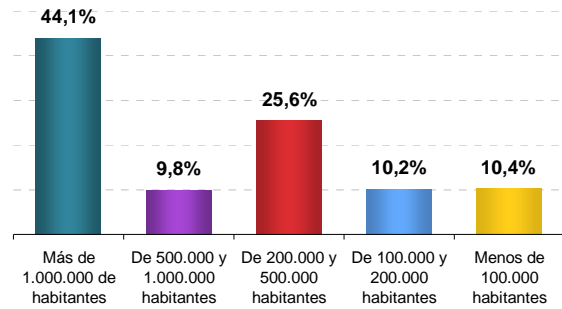


**Tamaño de la ciudad donde se celebra la reunión:**

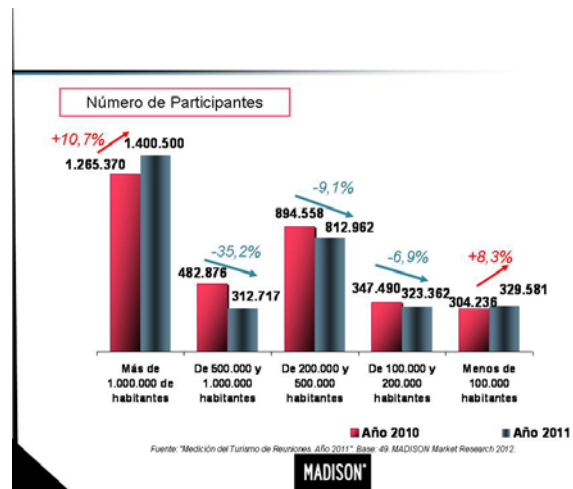
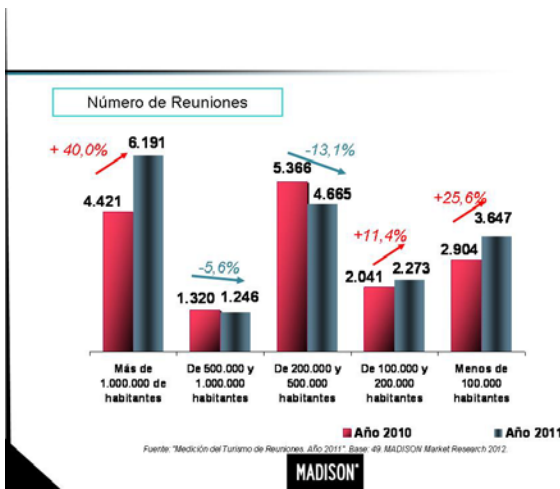
**DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE REUNIONES SEGÚN TAMAÑO DE LA CIUDAD**



**DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE PARTICIPANTES SEGÚN TAMAÑO DE LA CIUDAD**

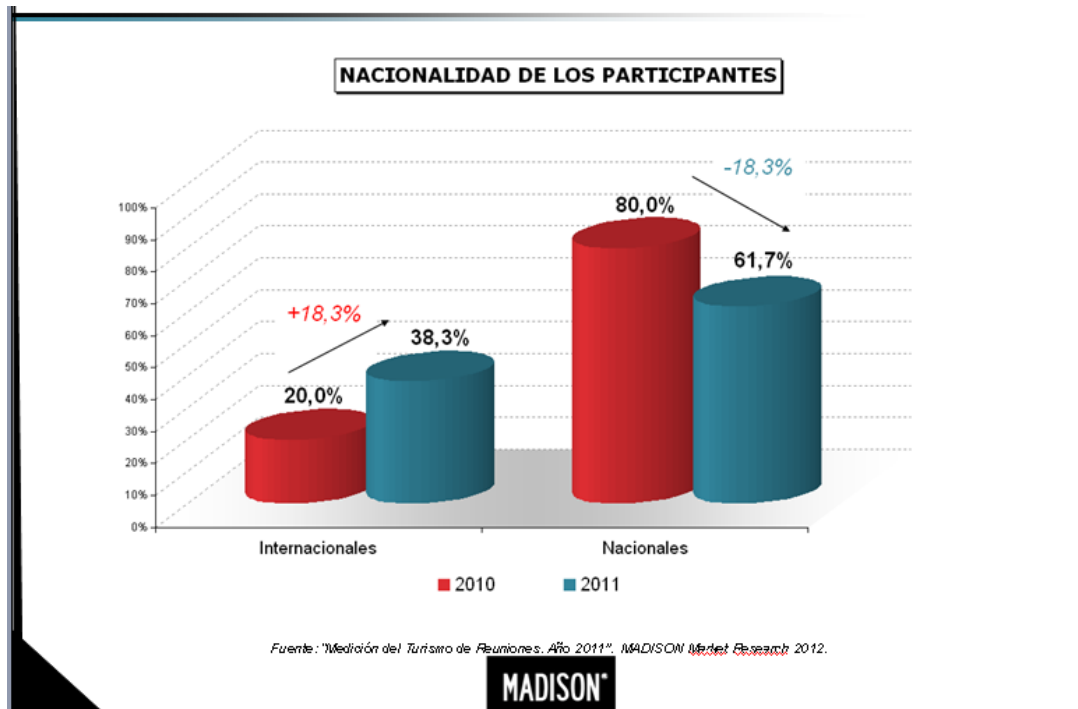


En cuanto a la desagregación por tamaño de la ciudad, son las ciudades de más de un millón de habitantes las que registran las mayores tasas de reuniones y participantes, experimentando además el mayor crecimiento respecto al año anterior (un 40,0% más de reuniones y un 10,7% más de participantes).



## Número de participantes según su procedencia

Entre los **3.179.122 participantes** de las reuniones celebradas en 2011, el 38,3% son internacionales. Respecto al año 2010, supone un **aumento del número de participantes internacionales**.

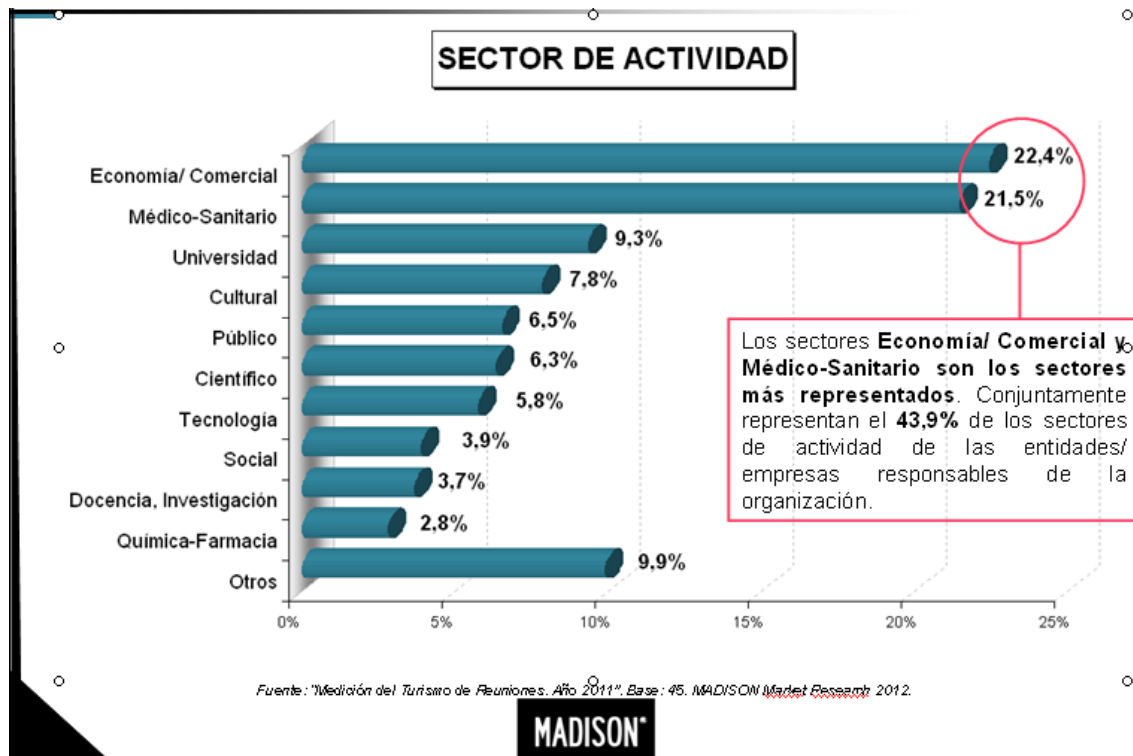




## Características de las reuniones donde se han realizado las consultas

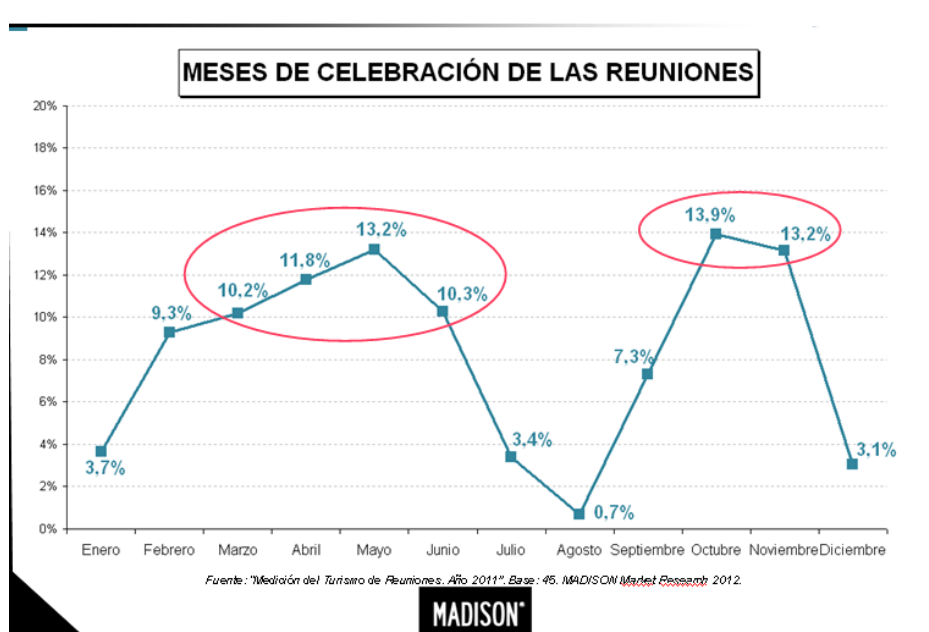
### Sector de actividad:

El **sector de economía/ comercial** y el **sector médico-sanitario** (22,4% y 21,5%, respectivamente), son los más representados.



### Estacionalidad de las reuniones:

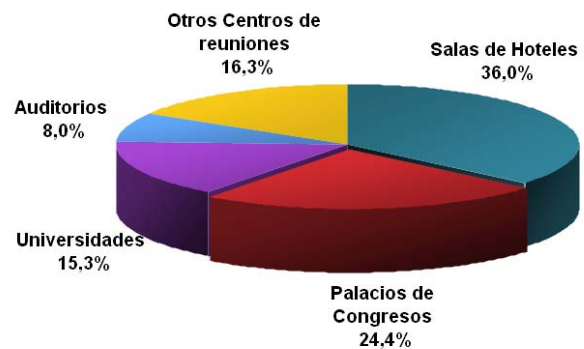
El mercado de reuniones se concentra principalmente en los meses de **primavera y otoño**.



### Sede de celebración de la reunión:

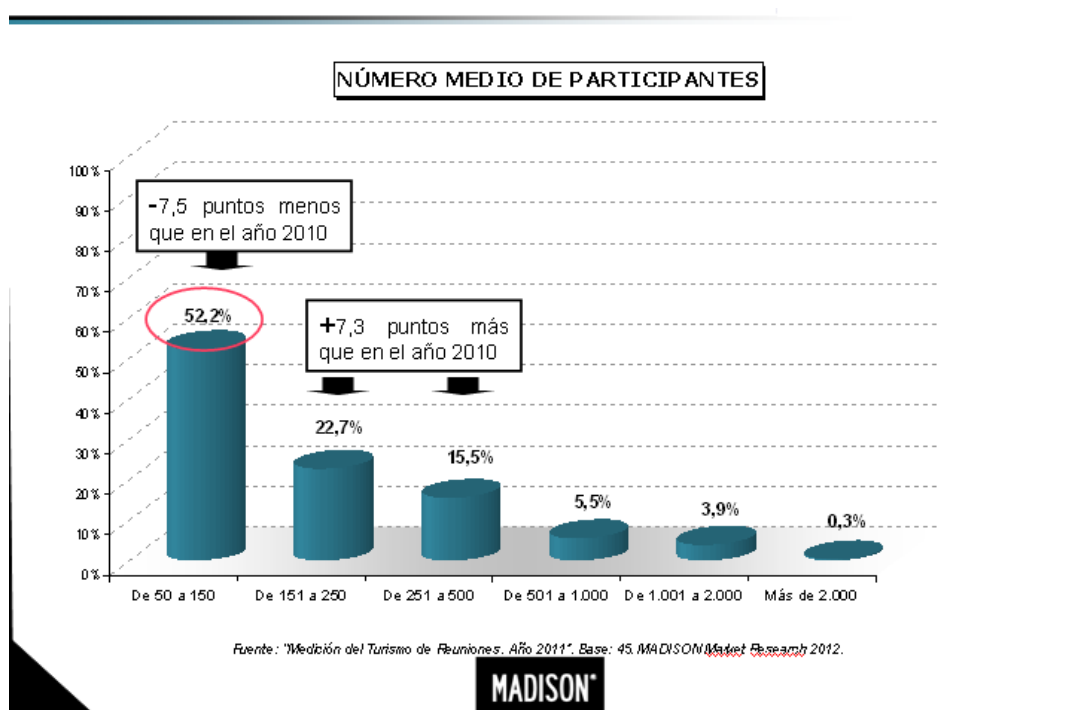
Las **salas de hoteles** son las **sedes** en las que se celebra un mayor número de reuniones. Además, el **alojamiento hotelero es el más utilizado por los asistentes**, decantándose en mayor medida por **hoteles de cuatro estrellas (59,5%)**.

**SEDE DE CELEBRACIÓN DE LA REUNIÓN**



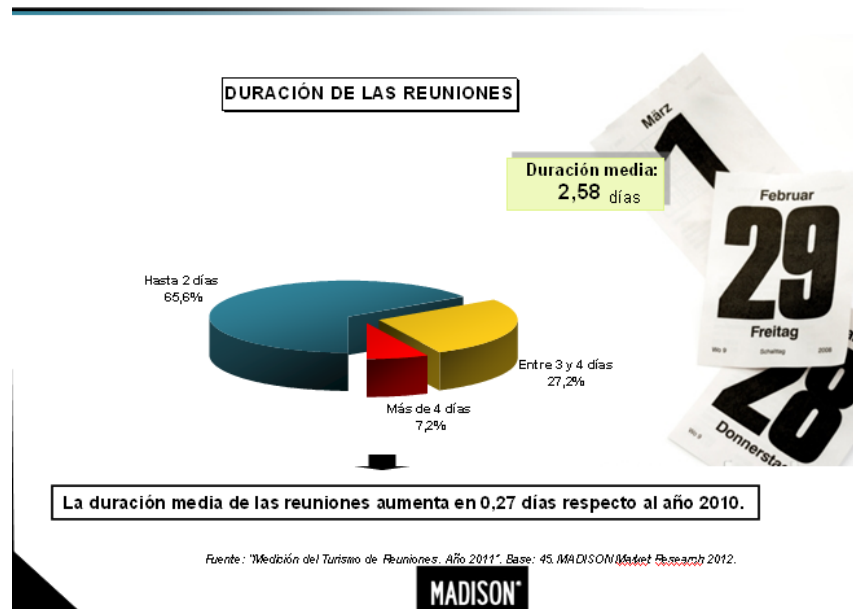
### Número medio de participantes por reunión:

En cuanto al número de participantes por reunión, aunque las reuniones de **50 a 150 participantes** continúan siendo las **más habituales (52,2%)**, en 2011 **han descendido (7,5 puntos menos)**, aumentando las reuniones de 151 a 500 participantes (7,3 puntos más).



## Duración media de las reuniones:

La **duración media de las reuniones** se sitúa en **2,58 días**, incrementándose ligeramente respecto a la duración del año 2010 (0,27 días más).



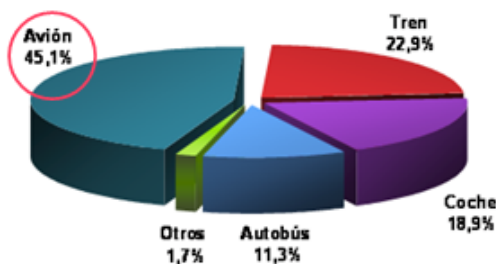
## CONCLUSIONES: ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### Características de los participantes en las reuniones

#### Principales diferencias significativas del perfil de los participantes:

El **medio de transporte** más utilizado para desplazarse **hasta la ciudad** donde se celebraba la reunión continúa siendo el **avión** (45,1%), no obstante, en 2011 los participantes se decantaron más por desplazarse **por la ciudad caminando** (26,9%, *12,7 puntos más que en 2010*) o en **metro** (26,5%, *12,4 puntos más que en 2010*).

MEDIO DE TRANSPORTE HASTA LA CIUDAD



El **medio de transporte más utilizado** para desplazarse hasta la ciudad donde se celebra la reunión es el **avión (45,1%)**.

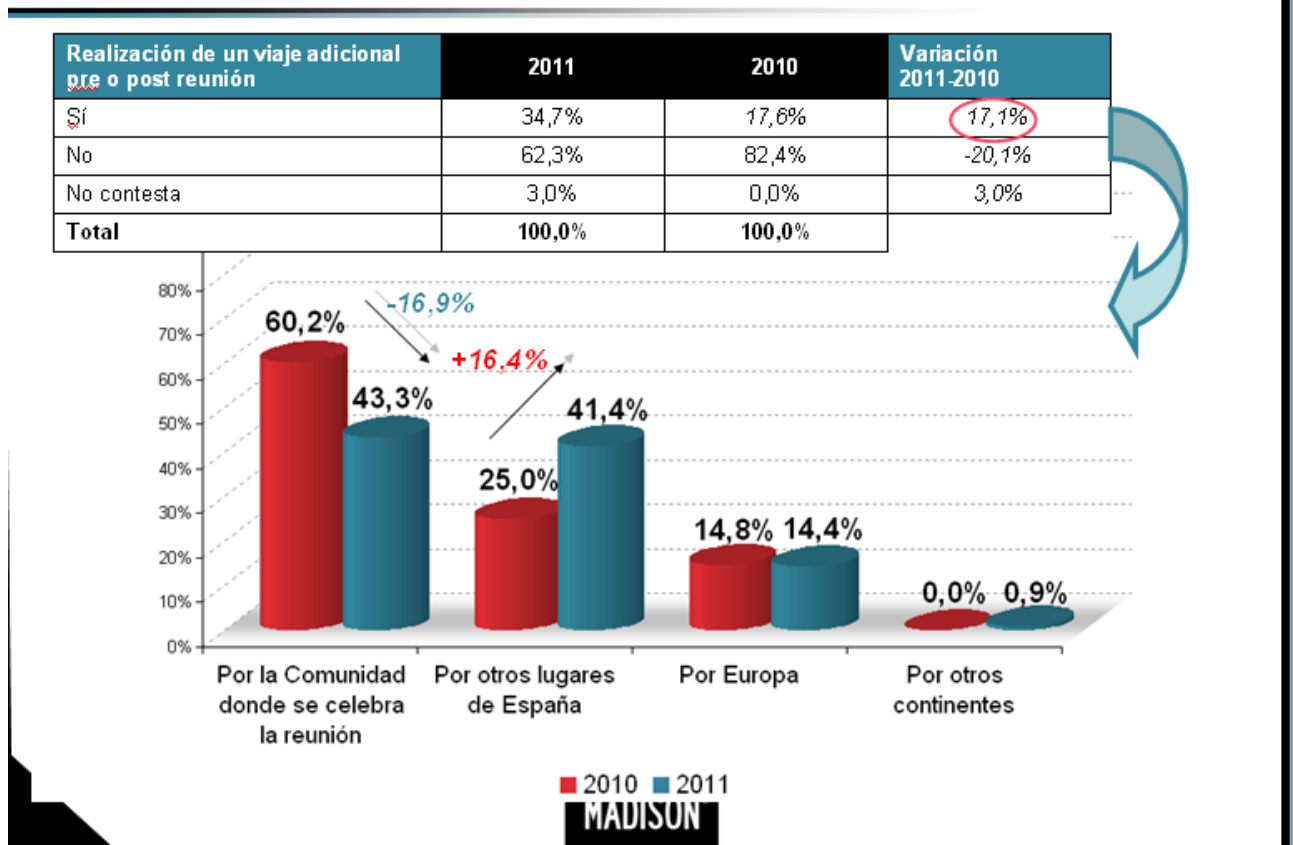


Medio de transporte <u>hasta la ciudad</u>	2011	2010	Variación 2011-2010
Avión	45,1%	41,9%	3,2%
Tren	22,9%	22,0%	0,9%
Coche	18,9%	25,9%	-7,0%
Autobús	11,3%	8,0%	3,3%
Otros	1,7%	2,2%	-0,5%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	

Fuente: "Medición del Turismo de Reuniones. Año 2011". MADISON Market Research 2012.

**MADISON**

La **realización de viajes adicionales pre o post** reunión en 2011 prácticamente **se ha duplicado** (34,7%), y aunque principalmente se sigue eligiendo como destino la **propia ciudad donde se celebra la reunión**, esta proporción ha descendido (16,9 puntos menos) a favor de quienes deciden viajar por **otros lugares de España** (16,4 puntos más).



## Valoraciones de satisfacción de los participantes

Los aspectos mejor valorados por los participantes a reuniones que pernoctan en algún alojamiento de la ciudad donde se celebra la reunión son el trato recibido por el personal del hotel y la profesionalidad del hotel (8,35 y 8,26 puntos, respectivamente).

La satisfacción con la sede de la reunión alcanza la puntuación media de 7,94 puntos. Siendo la atención personal el atributo mejor valorado sobre los servicios e instalaciones de la sede (8,41 puntos).

Respecto a los atributos mejor valorados de la ciudad donde se celebra la reunión, la primera posición en el ranking la alcanza la oferta arquitectónica y monumental (8,67 puntos), seguido por detrás de la oferta cultural (8,41 puntos), el carácter amabilidad de los ciudadanos (8,16 puntos) y transportes públicos (8,13 puntos).

La siguiente tabla recoge los atributos mejor valorados por los participantes de las reuniones, destacando en **negrita** aquellos que superan los 8 puntos, así como en color **azul** los que mejoran su puntuación respecto a 2010, y en color **rojo** los que empeoran su valoración respecto al año anterior.

Satisfacción con		2011	Variación 2011-10
<b>el alojamiento</b>	Trato recibido por el personal del hotel	<b>8,35</b>	<b>0,06</b>
	Profesionalidad del personal del hotel	<b>8,26</b>	<b>-0,01</b>
<b>la sede de la reunión</b>	Satisfacción con la sede de la reunión	7,94	<b>-0,12</b>
<b>las instalaciones de la sede</b>	Medios audiovisuales	<b>8,22</b>	<b>0,31</b>
<b>los servicios de la sede</b>	Atención personal	<b>8,41</b>	<b>0,18</b>
<b>la organización de la reunión</b>	Organización global	<b>8,27</b>	<b>0,17</b>
	Programa científico	<b>8,25</b>	<b>0,33</b>
<b>la ciudad donde se celebra la reunión</b>	Oferta arquitectónica y monumental	<b>8,67</b>	<b>0,46</b>
	Oferta cultural	<b>8,41</b>	<b>0,42</b>
	Carácter amabilidad de los ciudadanos	<b>8,16</b>	<b>-0,21</b>
	Transportes públicos	<b>8,13</b>	<b>0,33</b>

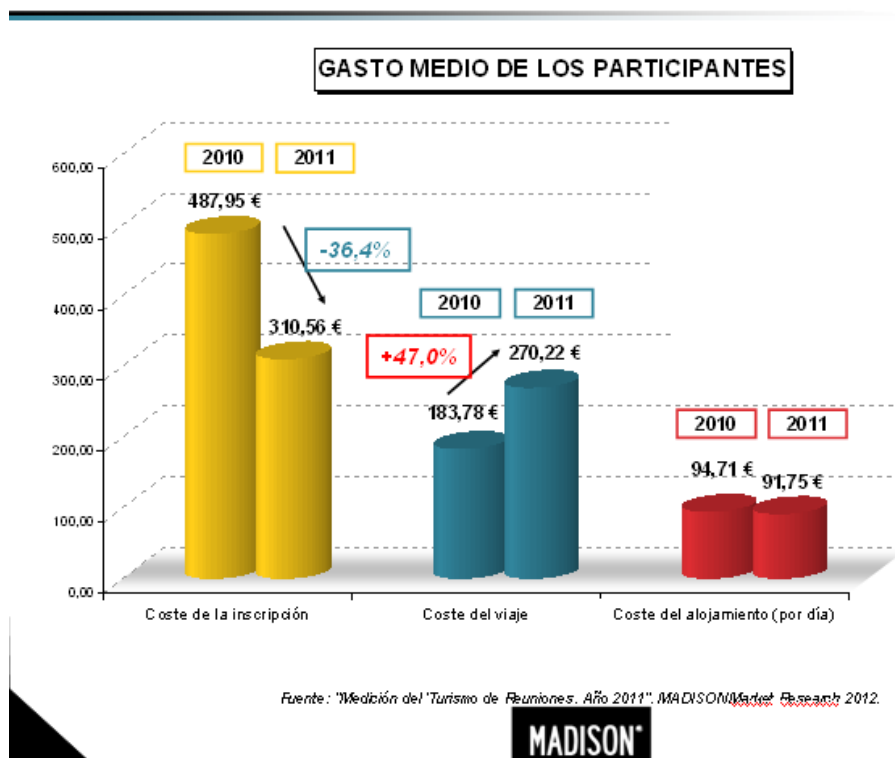
## Estimación del gasto de los participantes

### Impacto económico del turismo reuniones:

**Impacto económico del Turismo de reuniones:  
5.025,96 millones de euros**

El **impacto económico** en **2011** asciende a **5.025,96 millones de euros**, dato que supone un incremento de 1.126,95 millones de euros más que el año anterior. La razón se encuentra en que el número de participantes internacionales se ha incrementado un 85,2% respecto a 2010, de igual modo que el coste del viaje hasta la ciudad y la duración media de la visita (0,67 días más). No obstante, este incremento no es más elevado debido a que el impacto de los participantes nacionales ha descendido, debido principalmente a que en 2011 han asistido a menos reuniones y al descenso en los costes de inscripción de las mismas.

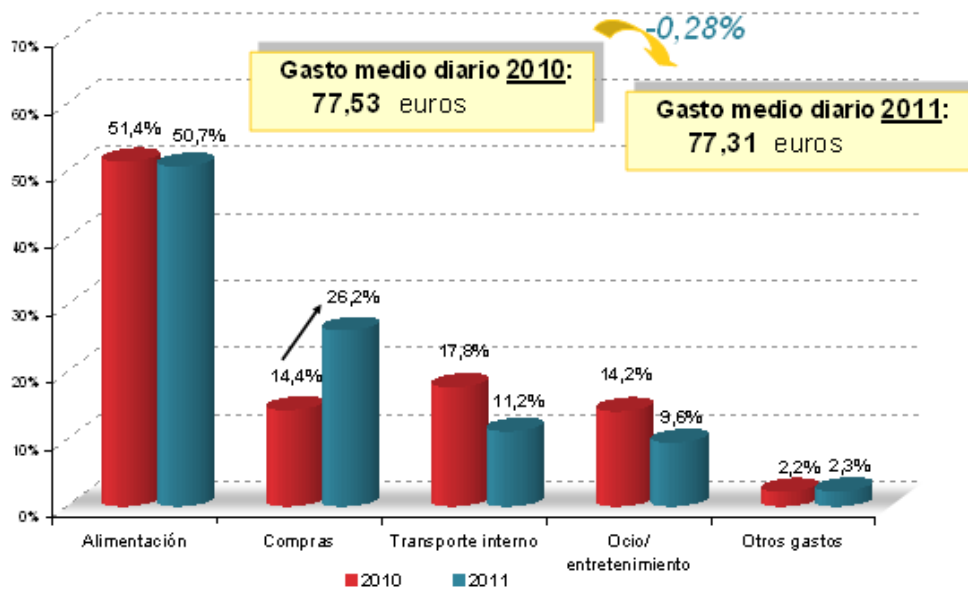
Concretamente, los **costes de inscripción** para los participantes se han visto **reducidos** de media en 177,39 euros en comparación con 2010, mientras que por el contrario se **ha incrementado el coste del viaje hasta la ciudad** donde se celebra la reunión pasando de 183,78 euros en 2010 a 270,22 euros en 2011 (86,44 euros más).



## Gasto medio diario por persona:

El **gasto medio diario es similar al registrado el año anterior** (en torno a 77 euros), dos cuartas partes destinadas a alimentación y una cuarta parte a compras, descendiendo así la cuantía destinada a transporte interno y ocio.

### DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO PERSONAL DIARIO

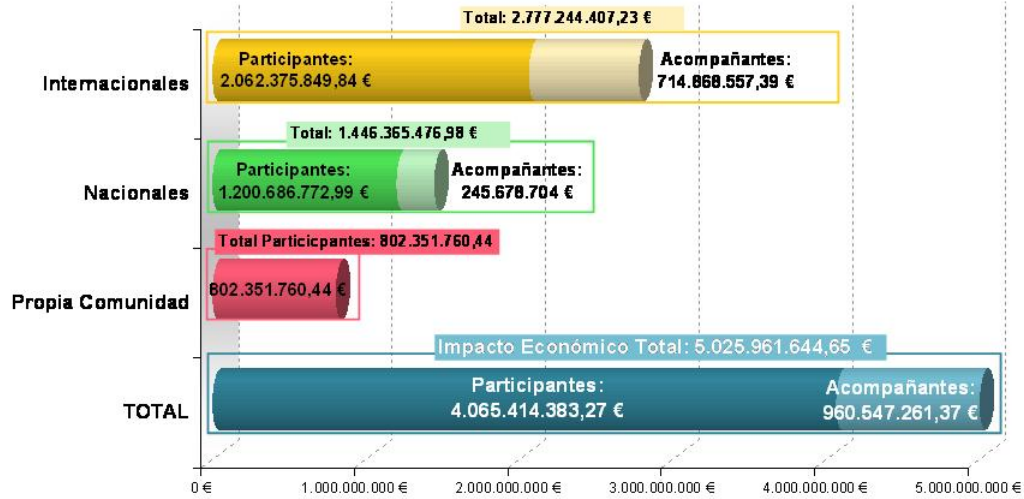


Fuente: "Medición del Turismo de Reuniones. Año 2011". MADISON Market Research 2012.

**MADISON**



### IMPACTO ECONÓMICO



Fuente: "Medición del Turismo de Reuniones. Año 2011". MADISON Market Research 2012.

MADISON

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



Fuente: "Medición del Turismo de Reuniones. Año 2011". MADISON Market Research 2012.

MADISON

## Previsiones para el próximo año

Las **previsiones para el próximo año son principalmente de mantenimiento** tanto para el número de reuniones, como para el número de participantes y de gasto diario.

Sin embargo, en cuanto al **número de reuniones**, se observa que el **saldo** (*diferencia entre las ciudades que valoran que aumentará y las que valoran que disminuirá*), continúa siendo **positivo**. Respecto al **número de participantes**, al igual que el año anterior, las previsiones muestran un **mantenimiento** de los mismos. Mientras que en lo relativo al **gasto**, se prevé que su **tendencia sea de descenso**.

Previsiones del número de reuniones	Aumento	Mantenimiento	Disminución	Saldo <sup>(1)</sup>
Número de reuniones (general)	27,3%	54,5%	18,2%	9,1%
Número de Congresos	24,2%	57,6%	18,2%	6,0%
Número de Convenciones	30,3%	54,5%	15,2%	15,1%
Número de Jornadas	33,3%	51,5%	15,2%	18,1%

Previsiones del número de participantes	Aumento	Mantenimiento	Disminución	Saldo <sup>(1)</sup>
Número de participantes (general)	25,0%	50,0%	25,0%	0,0%
Número de participantes en Congresos	22,6%	51,6%	25,8%	-3,2%
Número de participantes en Convenciones	21,9%	50,0%	28,1%	-6,2%
Número de participantes en Jornadas	25,0%	50,0%	25,0%	0,0%

Previsiones del gasto por día	Aumento	Mantenimiento	Disminución	Saldo <sup>(1)</sup>
Gasto por día (general)	3,7%	63,0%	33,3%	-29,6%
Gasto por día en Congresos	3,8%	65,4%	30,8%	-27,0%
Gasto por día en Convenciones	4,0%	64,0%	32,0%	-28,0%
Gasto por día en Jornadas	4,0%	68,0%	28,0%	-24,0%

Fuente: "Medición del Turismo de Reuniones. Año 2011". MADISON Market Research 2012.

**MADISON**