

INFORME DE MEDICIÓN DEL TURISMO DE REUNIONES EN LA CIUDAD DE MADRID 2024



Índice



BLOQUE I. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

BLOQUE II. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS PROCEDENTES DE FUENTES OFICIALES Y DE LA ENCUESTA REALIZADA POR AUREN

BLOQUE III. ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO GENERADO

BLOQUE IV. VISIÓN DE LOS PARTNERS

Objetivos del estudio

OBJETIVO GENERAL

Evaluar el impacto económico generado por el turismo de reuniones en la ciudad de Madrid, considerando tanto los efectos directos como indirectos, así como la opinión general de los participantes sobre la ciudad, de manera que se consiga recopilar información relevante para orientar la gestión y la estrategia futura del MCB

OBJETIVOS ESPECÍFICOS



Determinar el número de reuniones celebradas en la ciudad de Madrid y sus características, de acuerdo con los criterios terminológicos establecidos para los congresos, las convenciones y las jornadas.



Establecer los rasgos esenciales de los participantes en las reuniones objeto del mismo.



Cuantificar el impacto económico de la Industria de Reuniones en Madrid a lo largo del año 2024.



Comparar los resultados obtenidos en el año 2023 con respecto a los años anteriores.

Esquema de fases y actividades



FASE I

DEFINICIÓN DE CONCEPTOS (TIPOS DE REUNIONES)

- Definición de congreso
- Definición de convención
- Definición de jornada

FASE II

DESARROLLO DE LA ENCUESTA

Asistencia a jornadas, congresos y convenciones para la realización de encuestas que permitieran recabar información sobre los participantes (420 encuestas)

FASE III

ANÁLISIS DE FUENTES OFICIALES DE INFORMACIÓN

- Análisis de datos procedentes del INE, publicados en EGATUR, FRONTUR, ETR, etc.

FASE IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

- Análisis de los datos recabados de las encuestas desarrolladas en reuniones (de junio del 2024 a diciembre del 2024)

FASE V

IMPACTO ECONÓMICO GENERADO

- Estimación del impacto global, por asistente y desglosado por aspectos

Reuniones por tipología

DEFINICIONES

EVENTOS



Reunión **no orientada al negocio**, con frecuencia generalmente fija y de naturaleza extraordinaria, en la cual los participantes, perteneciendo a diversos lugares, se reúnen para asistir a una reunión organizada donde los delegados tienen un rol multi-interactivo, de discusión y competencia, a menudo ayudados por servicios especializados. En general, su **vocación es pública**, contando con colegios, asociaciones, sociedades profesionales, universidades o entidades privadas como organizadores. Su **duración mínima es de 2 días** y cuentan con un **mínimo de 10 participantes**.

8,9%
del total de
eventos



Reunión corporativa **orientada a los negocios** en la cual los **participantes representan a la misma compañía**, grupo de sociedades, joint-venture, relaciones cliente/ proveedor o formación del personal. Generalmente está organizada por una organización externa (agencia de eventos, agencia de comunicación etc..). Su **duración habitual es de 2 días y cuentan con un mínimo de 10 participantes**.

37,6%
del total de
eventos



Foros, coloquios, seminarios, simposios y conferencias (de acceso restringido) especializadas de una naturaleza técnica y/o 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. Su duración habitual es de **6 horas y cuentan con un mínimo de 10 participantes**.

53,5%
del total de
eventos

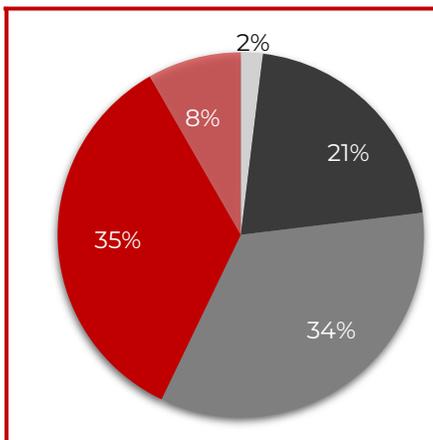
ESTIMACIÓN REUNIONES 2024

54.784

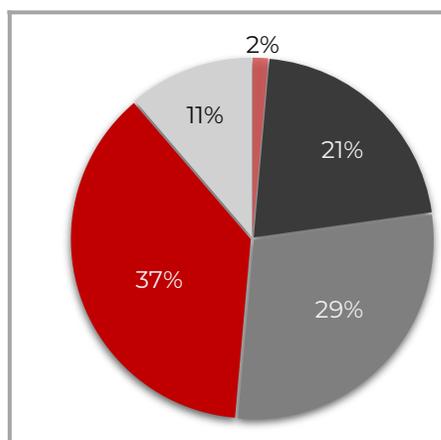
TURISMO MICE: Comparativa de datos de gasto

Distribución del gasto en turismo de reuniones

MADRID

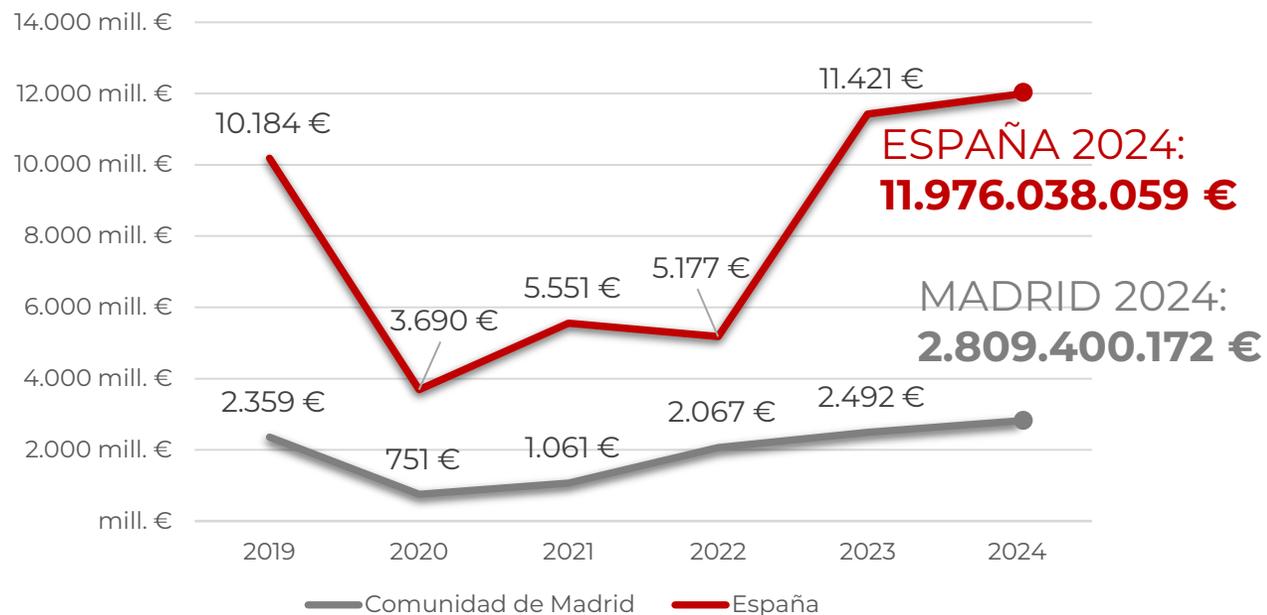


ESPAÑA



■ Actividades ■ Comida ■ Transporte ■ Alojamiento ■ Otros

Evolución del gasto en turismo de reuniones



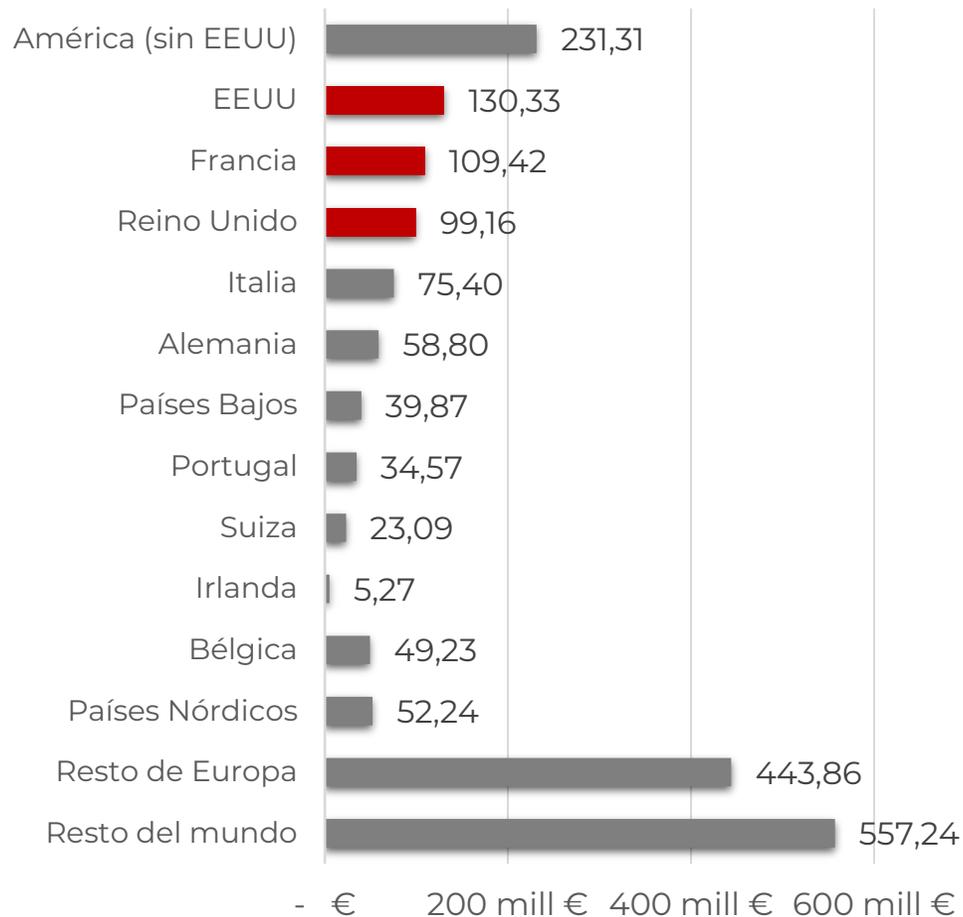
El gasto turístico de reuniones en Madrid se encuentra en crecimiento, habiendo **superado las cifras del año 2023** (incremento del 12,7%). A nivel nacional, la evolución ha sido también positiva, con un incremento del 4,9%. Además,

Madrid concentra el 23,5% del total de gasto turístico MICE a nivel nacional.

Respecto a la distribución del gasto, tanto a nivel nacional como regional el mayor desembolso se produce en alojamiento y transporte.

TURISMO MICE: Comparativa de datos de gasto (II) y mercado de origen

Distribución del gasto según la procedencia de los turistas



Los visitantes MICE procedentes de EEUU fueron los que mayor gasto desembolsaron en Madrid durante el 2024, cuyos turistas desembolsaron un 6,82% del gasto, seguido de Francia y Reino Unido.

En 2024, el **gasto en turismo MICE** realizado por turistas internacionales en la **Comunidad de Madrid superó** el desarrollado en las demás comunidades autónomas españolas. En el caso del gasto de los turistas nacionales, la Comunidad de Madrid sigue siendo la principal beneficiada, aunque Andalucía ocuparía el segundo lugar.



*Según datos disponibles hasta la fecha obtenidos del INE, EGATUR, FRONTUR y SEGITTUR.

Impacto económico generado en la ciudad: RESUMEN DE CIFRAS (II)

	Número de visitantes MICE 		Distribución: % de visitantes 		Gasto de los visitantes MICE 		Pernoctaciones medias 	Estacionalidad 
	2023	2024	2023	2024	2023	2024		
Nacional 	1.428.764 Δ 2,50%	1.464.535	56,58%	56,70% Δ 0,12%	999,8 mill. €	899,7 mill. € ▽ 10%	2,8	Noviembre y febrero
Internacional 	1.096.528 Δ 2,00%	1.118.465	43,42%	43,3% ▽ -0,12%	1.492,6 mill. €	1.909,7 mill. € Δ 27,94%	4,5	Junio
Total	2.525.292 Δ 2,28%	2.583.000	100%	100%	2.492,4 mill. €	2.809,4 mill. € Δ 12,72%	3,7	Noviembre, febrero y junio

- Mayor presencia de **visitantes MICE nacionales**.
- Incremento del 2,28% del número de **visitantes totales** respecto a 2023.
- Incremento del **gasto total** de un 12,72% respecto a 2023.
- **Estancias más largas** de los turistas internacionales.
- La Comunidad de Madrid se sitúa como la segunda comunidad autónoma con **mayor número de visitantes MICE internacionales**.
- **Junio, noviembre y febrero** se sitúan como los meses que más visitantes MICE nacionales e internacionales atrajo Madrid en el 2024.

Datos clave recogidos en la encuesta



Desarrollo de un viaje pre o post reunión

- Internacionales: 27,57% sí
- Nacionales: 8,0% sí



¿El asistente ha visitado o va a visitar la ciudad?

- Internacionales: 83,32% sí
- Nacionales: 80,46% sí

Aspectos mejor valorados de la reunión



Espacio en el que se ha celebrado la reunión



Networking y oportunidades de contacto



¿Recomendaría la ciudad a otros participantes para futuros eventos?

El 98% de los asistentes la recomendaría.



Atributos de la ciudad mejor valorados



Ocio y cultura



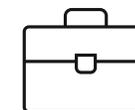
Transporte



Compras

¿Había estado antes en la ciudad?

Más de un 57% habían estado antes en la ciudad por motivos profesionales.



GASTO TOTAL DEL VIAJE POR PARTICIPANTE (Nacional)



GASTO TOTAL DEL VIAJE POR PARTICIPANTE (Internacional)



IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO: DETALLE POR PARTIDA



Visitante nacional:
343,9 mill. de euros (30,65%)



Visitante internacional:
405 mill. de euros (21,47%)

**GASTO EN INSCRIPCIONES:
748,9 mill. de euros**

**GASTO EXTRA-REUNIÓN:
910,7 mill. de euros**



Visitante nacional:
343,4 mill. de euros (30,64%)



Visitante internacional:
567,3 mill. de euros (30,07%)



Visitante nacional:
664,9 mill. de euros (32,99%)



Visitante internacional:
1.061,9 mill. de euros (27,85%)



**GASTO EN ALOJAMIENTO
1.726,8 mill. de euros**

**GASTO DESPLAZAMIENTO HASTA
MADRID: 452,1 mill. de euros**

Visitante nacional:
63,4 mill. de euros (5,72%)



Visitante internacional:
388,6 mill. de euros (20,61%)



IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO: DATOS TOTALES

3.838,5*
millones de euros

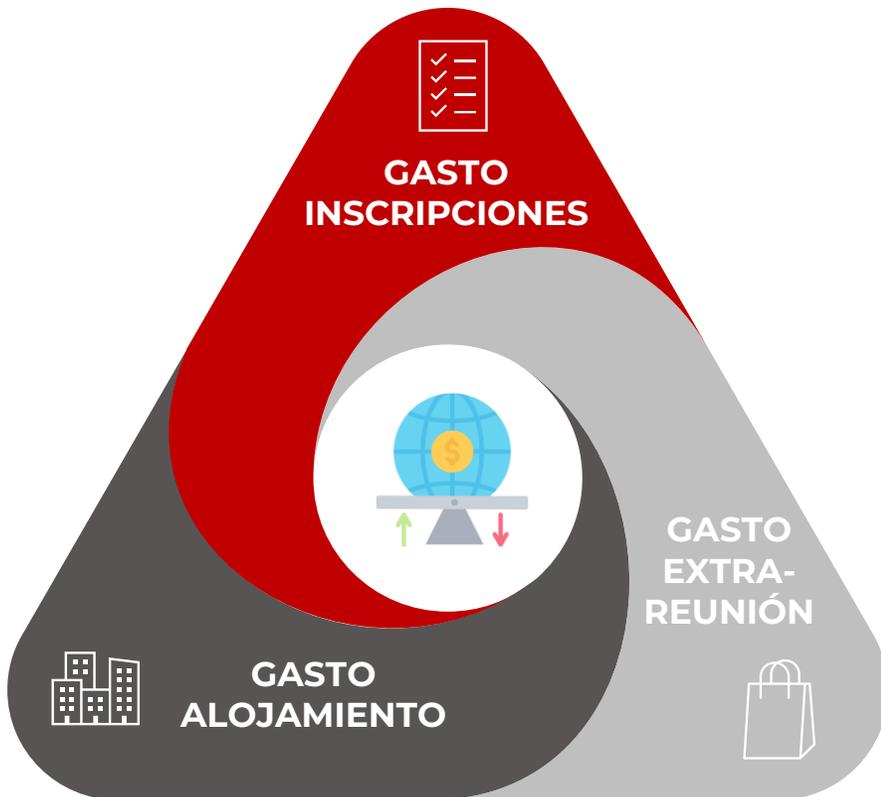
Estimación datos encuesta Auren

2.809
millones de euros

Estimación datos INE

+12,72%
Respecto a 2023

Incremento del gasto respecto al año anterior

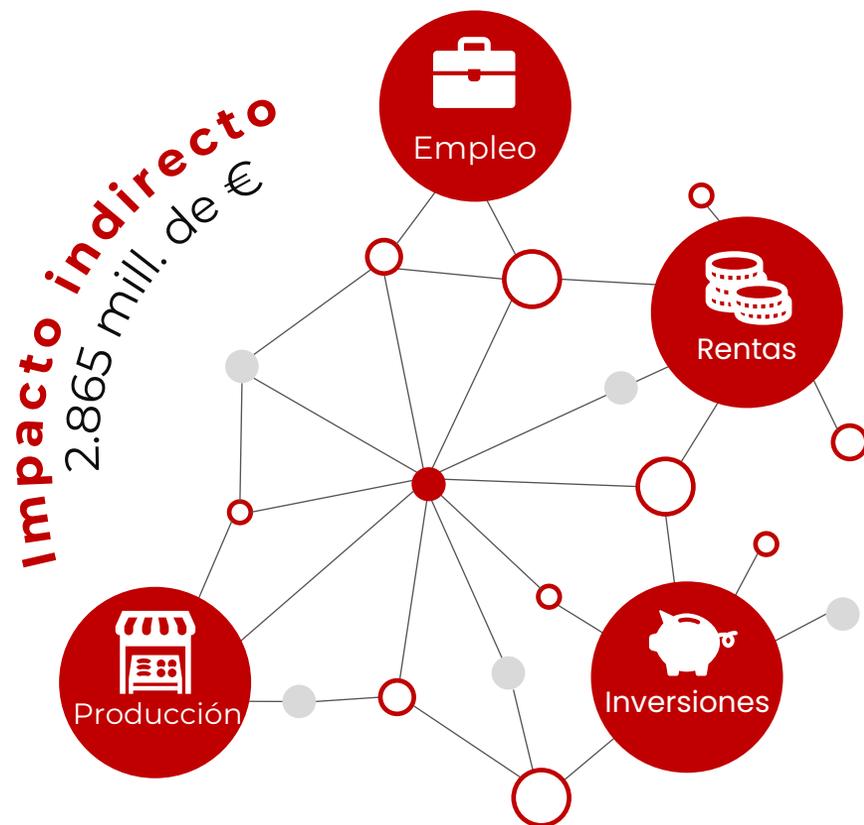


El impacto económico directo de todos los asistentes entendiendo este como la suma de los gastos en inscripciones, alojamiento y gastos extra-reunión, asciende a **3.838,5 millones de euros según las estimaciones derivadas de la encuesta realizada por Auren, y a 2.809 millones según las estimaciones del INE.**

Esta cifra supone un incremento del 12,72% de la obtenida en 2023, y corrobora el buen comportamiento de la industria de reuniones en la ciudad de Madrid durante este último año.

*La estimación calculada a partir de la encuesta de Auren incluye los gastos de inscripción (748,9mill. €)

Impacto económico: DATOS TOTALES (IMPACTO DIRECTO E INDIRECTO)



+

Impacto directo
2.809 mill. de €

=

El **impacto indirecto** incluye los efectos en **producción, empleo, rentas e inversiones** derivadas de la actividad inicial. Este impacto permite dimensionar con mayor precisión el beneficio total para la economía local. Para estimarlo, se ha utilizado la **media de los diferentes coeficientes multiplicadores sectoriales**, que reflejan cómo el gasto se transmite a otros sectores (proveedores, servicios, industria, etc.), siguiendo metodologías estandarizadas en estudios económicos del turismo. Así, la cifra total de **5.674 millones de euros** engloba tanto el gasto directo como los efectos indirectos, proporcionando una **visión integral** del impacto real que estos eventos generan.

Elaboración a partir de estudios y análisis ya existentes. Fuentes:

- *Reflexión y valoración de los efectos directos, inducidos e indirectos del turismo. Universidad de Nebrija y Mesa de Turismo.*
- *Instituto Nacional de Estadística (INE)*

IMPACTO TOTAL DE 5.674 MILL. DE EUROS.
Incremento del 8,3% respecto del 2023.

