

SERIE ANÁLISIS DE SEGMENTOS
**TURISMO DE
REUNIONES E
INCENTIVOS (MICE)**

2025



© Publicado por el Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos
NIPO: 219-26-001-4
Año: 2026

CONTENIDO

Antecedentes / Alcance	4
Estimación de flujos	5
Principales destinos.....	6
Principales orígenes	6
Perfil del viajero MICE en 2023-25.....	9
Perfil motivacional (motivación principal de viaje).....	9
Perfil experiencial (actividades en destino).....	9
Estacionalidad	11
Familiaridad con el destino España.....	12
Distribución por sexo y grupos de edad.....	13
Nivel de renta declarado.....	14
Nivel de estudios finalizados	15
Alojamiento en hoteles.....	16
Análisis de satisfacción	17

ANTECEDENTES / ALCANCE

En el presente informe se realiza una estimación del turismo de reuniones e incentivos, conocido en el sector como turismo MICE (Meetings, Incentives, Congresses and Events), generado por **viajeros internacionales** (residentes fuera de España) en nuestro país, sobre la base de los microdatos de dos operaciones estadísticas: Egatur o Encuesta de Gasto Turístico que realiza anualmente el INE desde 2016 y la Encuesta de Satisfacción de los Turistas Internacionales que lleva a cabo Turespaña desde 2022.

Para la estimación del volumen de mercado se ha partido de la combinación de dos preguntas en la encuesta Egatur: la relativa al motivo principal de viaje y la relativa a las actividades que ha realizado el viajero en nuestro país.

Hemos considerado como viajeros MICE aquéllos que han respondido que su motivo principal de viaje es la asistencia a congresos y ferias o la participación en un incentivo de empresa y, además, aquellos cuyo motivo principal de viaje son otros motivos de trabajo o negocios y han realizado la actividad *visitas a congresos y ferias*.

ESTIMACIÓN DE FLUJOS

Según esta estimación, la evolución del turismo MICE y del turismo de ocio (aquél que viene por motivos de ocio, distintos de los incentivos de empresa) en los últimos años se refleja en las siguientes tablas:

Tabla 1: Evolución del turismo MICE 2019-2025

Año	Turistas (000s)	Gasto (M€)	Gasto Medio (€)	Gasto Diario (€)	Estancia Media (días)
2019	785	897	1.143	241	4,7
2020	134	138	1.032	219	4,7
2021	102	113	1.109	165	6,7
2022	693	823	1.188	244	4,9
2023	781	931	1.192	298	4,0
2024	773	1.126	1.457	303	4,8
2025	846	1.162	1.374	358	3,8

Tabla 2: Evolución del turismo de ocio 2019-2025

Año	Turistas (000s)	Gasto (M€)	Gasto Medio (€)	Gasto Diario (€)	Estancia Media (días)
2019	72.810	80.141	1.101	157	7,0
2020	15.493	16.365	1.056	139	7,6
2021	26.334	29.402	1.116	142	7,8
2022	61.976	74.911	1.209	167	7,2
2023	73.628	93.266	1.267	184	6,9
2024	80.944	107.575	1.329	194	6,8
2025	83.413	114.392	1.371	200	6,8

Mientras el turismo MICE ya había superado en 2023 la cifra estimada de gasto para 2019, en número de turistas esto ha ocurrido por primera vez ya en 2025. El turismo de ocio superó ambos umbrales en 2023

Si comparamos ambas estimaciones, podemos comprobar que, aunque el segmento MICE es mucho más pequeño, y la estancia media es sustancialmente menor, el gasto medio por viajero y viaje es ligeramente superior y el gasto diario tiende a ser mucho mayor al que se genera en el segmento de ocio/vacaciones:

Tabla 3: Comparativa turismo MICE vs. Ocio

Año	Turistas (%)	Gasto (%)	Gasto Medio (%)	Gasto Diario (%)	Estancia Media (días)
2019	1,08	1,12	103,84	153,31	-2,3
2020	0,86	0,84	97,67	156,99	-2,9
2021	0,39	0,38	99,29	116,09	-1,1
2022	1,12	1,10	98,31	146,24	-2,4
2023	1,06	1,00	94,10	162,31	-2,9
2024	0,95	1,05	109,66	156,07	-2,0
2025	1,01	1,02	100,19	178,48	-3,0

Principales destinos

6

Para este análisis hemos decidido unir las muestras de 2023, 2024 y 2025 para tener suficientes registros en más destinos y una mejor idea del panorama post-pandemia. En cualquier caso, por los tamaños muestrales sobre los que se basa la elevación, y dado que ésta no está calibrada para destinos municipales, es necesario tomar como meramente orientativas las estimaciones de destinos concretos.

Tabla 4: Principales ciudades de destino entre 2023 y 2025

Destino	Muestra	Viajeros (000s)	Cuota (%)
Barcelona	1.117	904	37,7
Madrid	389	270	11,3
Valencia	192	184	7,6
Bilbao	72	109	4,6
Sevilla	70	61	2,6
Resto	717	872	36,3

Principales orígenes

Se recoge a continuación una estimación de los principales países de origen de los viajeros de reuniones e incentivos en 2024:

Tabla 5: Principales países de origen en 2024

Origen	Muestra	Viajeros (000s)	Cuota (%)
Alemania	87	87	11,3
Francia	92	82	10,6
Italia	80	57	7,3
Reino Unido	64	55	7,1
Países Bajos	59	45	5,8
Bélgica	36	37	4,8
EEUU	43	35	4,6
Portugal	29	32	4,1
Resto	343	344	44,5

El panorama es bastante similar en 2025, aunque Italia parece haber adelantado a Francia

Tabla 6: Principales países de origen en 2025

Origen	Muestra	Viajeros (000s)	Cuota (%)
Alemania	102	117	13,9
Italia	108	86	10,1
Francia	97	83	9,8
Reino Unido	97	62	7,3
Países Bajos	44	47	5,6
EEUU	32	37	4,4
Portugal	37	37	4,3
Bélgica	31	26	3,1
Resto	318	350	41,4

El continente europeo proporciona, al igual que con los turistas de ocio, la mayor parte de los viajeros de reuniones e incentivos.

En 2024 la distribución por regiones mundiales fue la siguiente:

Tabla 7: Regiones de origen en 2024

Origen	Muestra	Viajeros (000s)	Cuota (%)
Europa	626	586	75,9
América	123	86	11,1
Asia	62	68	8,8
Resto del mundo	22	33	4,3

Si comparamos con el año anterior, parece que en 2025 Europa ha ganado algo de peso, principalmente a costa del continente americano:

Tabla 8: Regiones de origen en 2025

Origen	Muestra	Viajeros (000s)	Cuota (%)
Europa	691	662	78,3
América	70	77	9,1
Asia	69	69	8,1
Resto del mundo	36	38	4,5

El peso de Europa en el segmento MICE es aún así bastante inferior al que tiene en el segmento de viajeros de ocio y vacaciones, especialmente en Asia y en el resto del mundo:

Tabla 9: Regiones de origen de turismo de ocio en 2025

Origen	Muestra	Viajeros (000s)	Cuota (%)
Europa	51.033	70.408	84,4
América	6.348	8.339	10,0
Asia	1.463	2.355	2,8
Resto del mundo	1.631	2.310	2,8

PERFIL DEL VIAJERO MICE EN 2023-25

Perfil motivacional (motivación principal de viaje)



9

Tabla 10: Motivo principal de viaje de los turistas MICE en 2023-25

Motivos MICE	%
negocios	55,3
reuniones	28,9
incentivos	15,9

Más de la mitad de los viajeros que hemos considerado para este segmento declararon haber venido a España por otros motivos de negocio, aunque hayan participado en reuniones, eventos o ferias.

Perfil experiencial (actividades en destino)

En la encuesta Egatur se pregunta a los viajeros qué actividades, además de visitar congresos o ferias, han realizado, de entre la siguiente lista:

- Actividades deportivas
- Disfrute y uso de playa
- Visitar ciudades

- Visitar destinos rurales; ir de camping
- Visitas a áreas naturales
- Visitas a parques temáticos
- Servicios de tipo balneario, talasoterapia...
- Visitas culturales (museos, iglesias, pueblos, monumentos)
- Asistencia a espectáculos culturales (festivales de música, ópera, toros...)
- Otras actividades culturales
- Asistencia a espectáculos deportivos
- Actividades gastronómicas (alta gastronomía, visita a bodegas, viñas, catas)
- Actividades de diversión (discotecas, salir de copas)
- Visita a casinos, salas de juegos
- Acontecimientos religiosos
- Visitas a familiares y/o amigos
- Compras (ropas, joyas, artesanía, productos típicos, souvenir)

En el periodo de los últimos tres años que estamos considerando para el análisis, hay muestra superior a 50 registros para todas las actividades, menos para espectáculos_deportivos, juego, parques_temáticos, religión, wellness.

Tabla 11: Porcentaje de encuestados que han realizado cada actividad 2023-2025

Actividad	MICE (%)	Ocio (%)
visita a ciudades	43,9	67,7
compras	32,0	56,9
gastronomía y vino	23,8	27,3
visitas culturales	21,7	36,1
playa	19,2	65,4
ocio nocturno	14,7	21,1
naturaleza	8,5	31,7
espectáculos culturales	4,9	7,4
deportes	4,3	14,8
otras actividades culturales	4,0	9,2

Tabla 11: Porcentaje de encuestados que han realizado cada actividad 2023-2025

Actividad	MICE (%)	Ocio (%)
visita a familiares o amigos	3,5	8,7
rural/camping	3,1	11,2

En comparación con los turistas de ocio, los viajeros MICE realizan menos actividades, más allá de la visita a congresos y ferias. Donde menor diferencia vemos es en las actividades relacionadas con la gastronomía y el vino.

Las diferencias halladas en la muestra son significativas estadísticamente al 95% de confianza para todas las actividades.

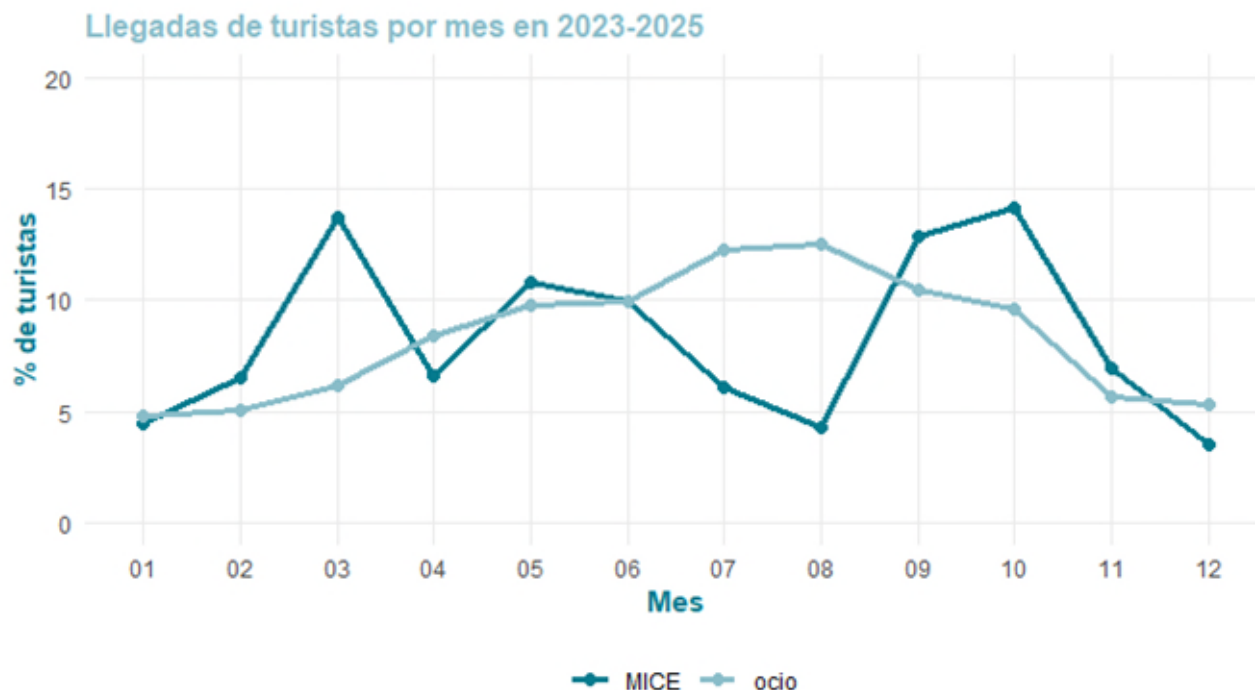
Estacionalidad

El turismo MICE presenta un patrón estacional muy diferente al turismo de ocio, tanto en el periodo previo a la pandemia...

Llegadas de turistas por mes en 2016-2019

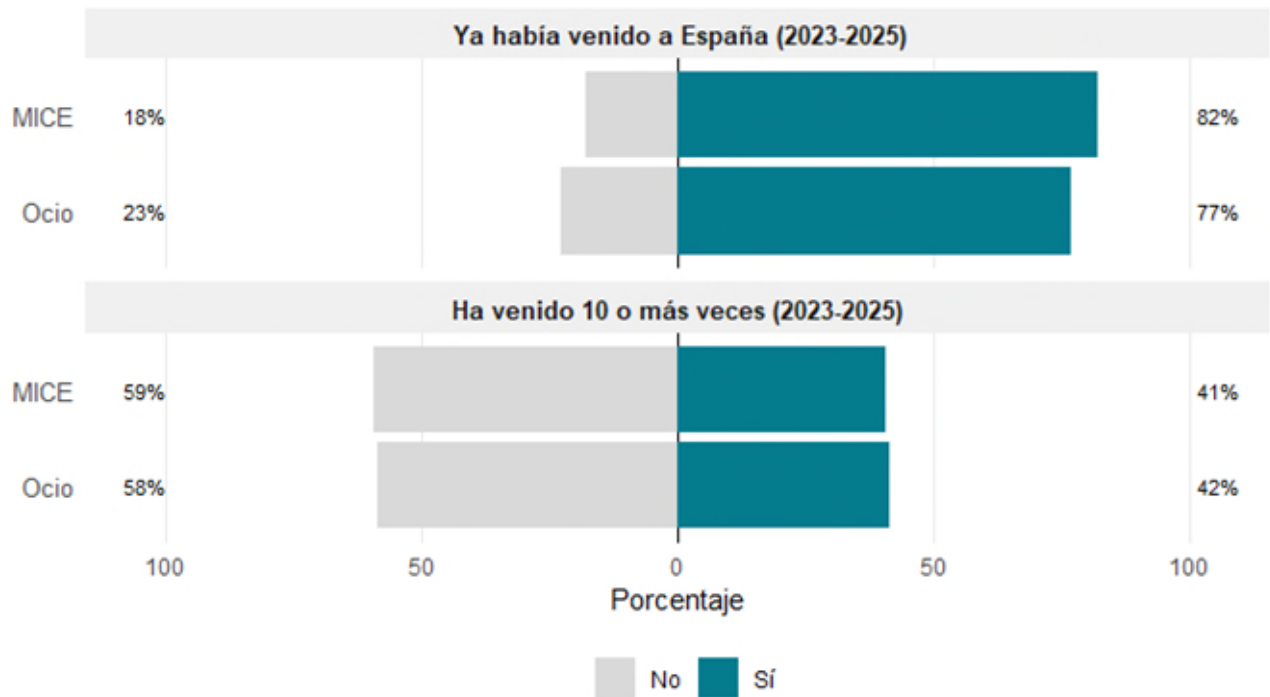


...como en 2023-2025, aunque destaca el pico en los meses de septiembre y octubre:



Familiaridad con el destino España

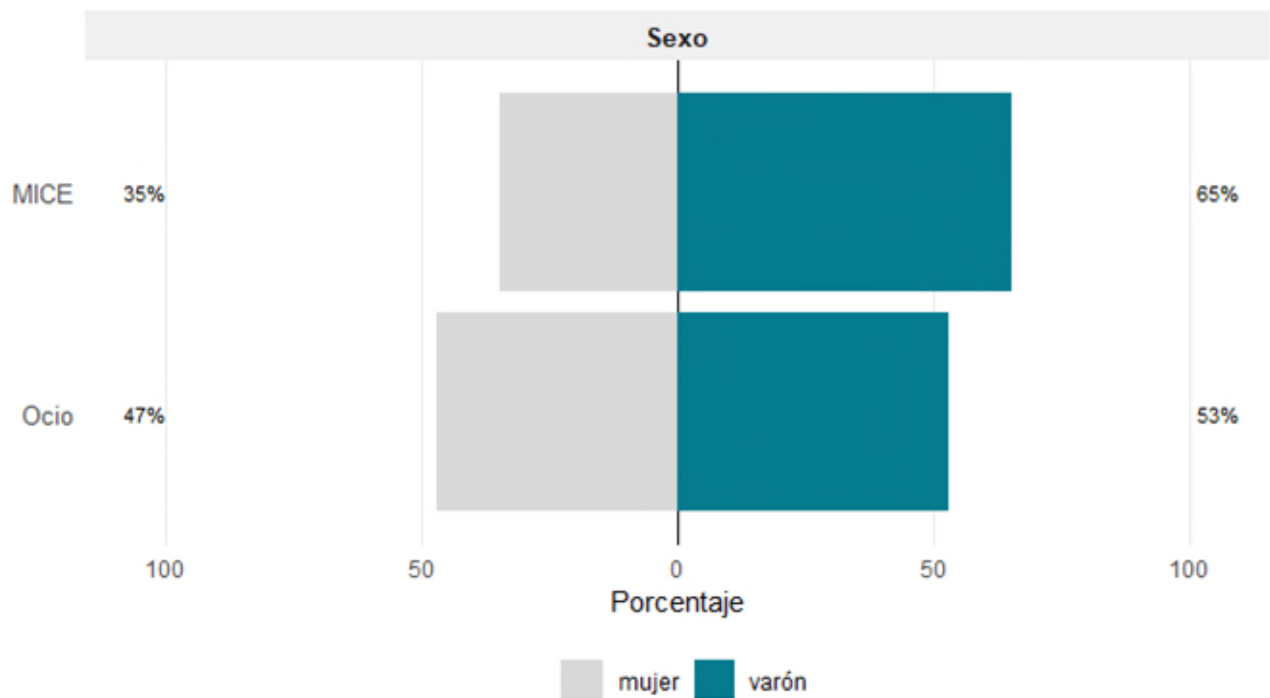
Las diferencias que vemos en la muestra entre ambos segmentos (MICE y ocio) en la cuestión de si habían venido previamente en alguna ocasión son pequeñas, pero estadísticamente significativas, con un margen de confianza del 95% y denotan que los viajeros MICE entre 2023 y 2025 ya habían venido a España en mayor proporción que los turistas de ocio. Sin embargo, no hay diferencias estadísticamente significativas en la proporción de los que habían venido al menos 10 veces entre los viajeros MICE y los turistas de ocio.



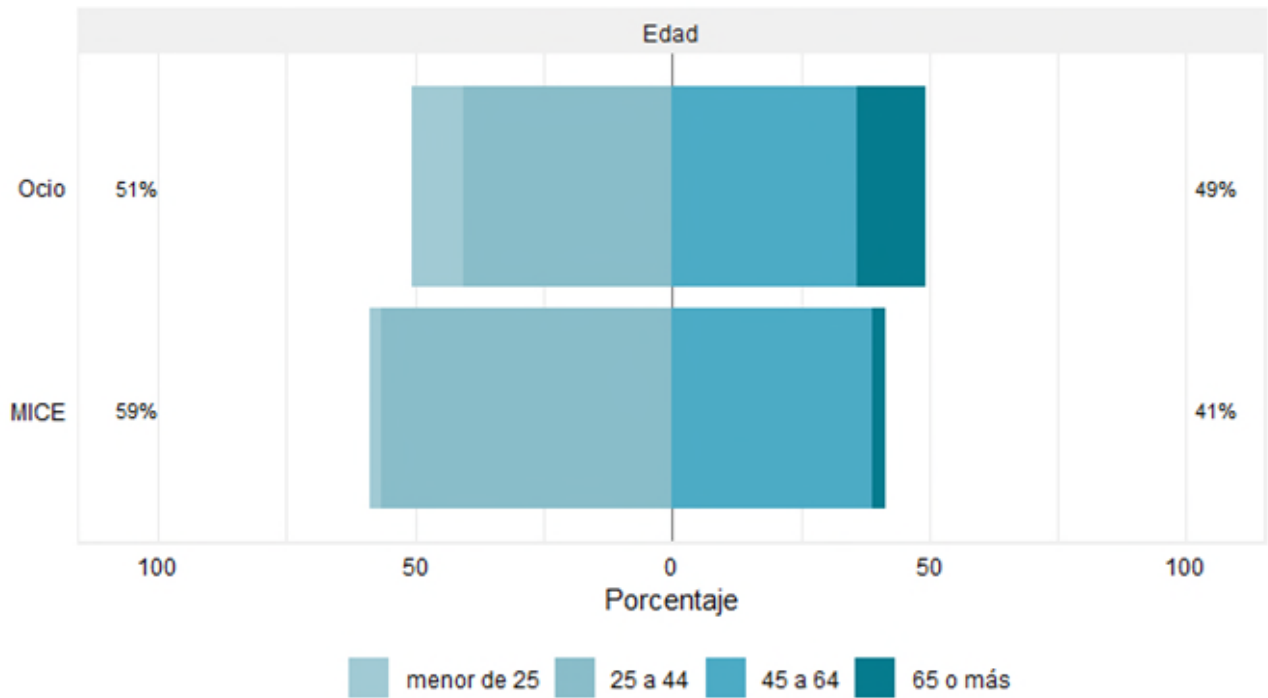
13

Distribución por sexo y grupos de edad

Podemos observar que, mientras que la distribución de los turistas de ocio por sexo se aproxima a la de la población en general, la de los viajeros MICE ha tenido un elevado sesgo masculino en el periodo considerado.

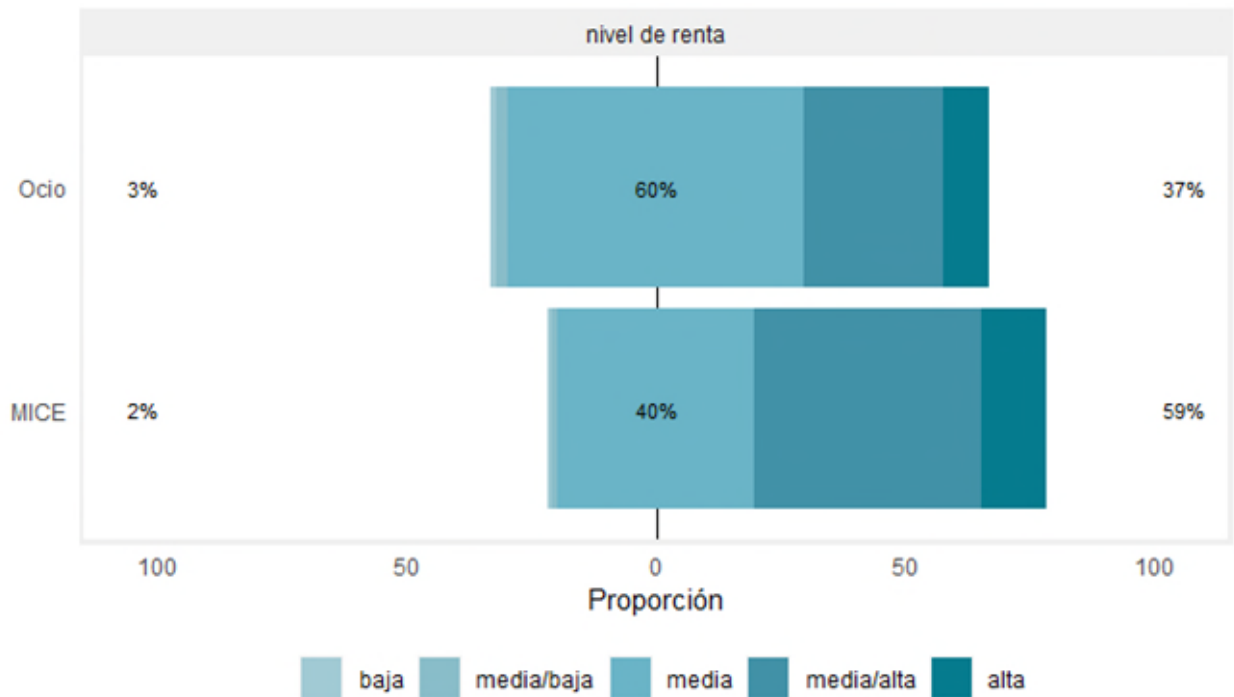


En cuanto a los grupos de edad, podemos observar que los grupos de edad “menores de 25 años” y “mayores de 65 años” son testimoniales en el segmento MICE y que éste ha sido, entre 2023-2025, un segmento más joven en general que el de los turistas de ocio.



Nivel de renta declarado

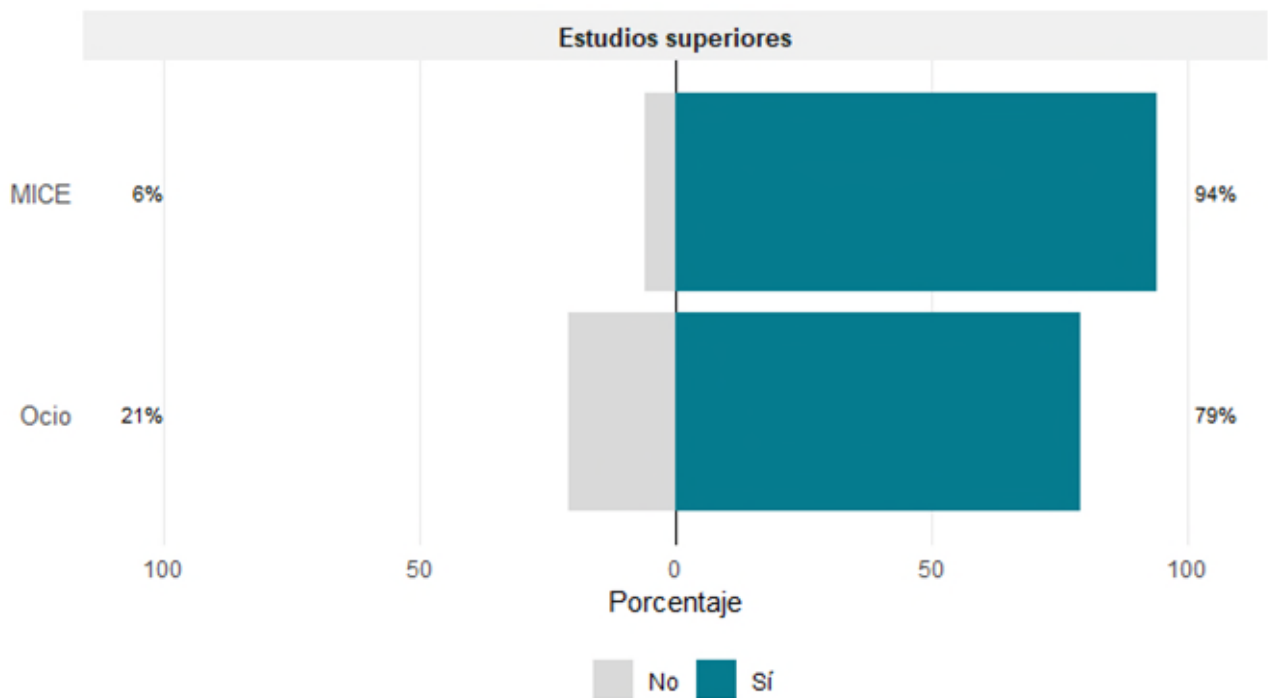
El nivel de renta declarado por los encuestados tiende a acumularse en torno a los niveles medios. Aun así, en las respuestas a esta cuestión ya se aprecia claramente una tendencia a un mayor nivel de renta entre los viajeros MICE en comparación con los turistas de ocio.



15

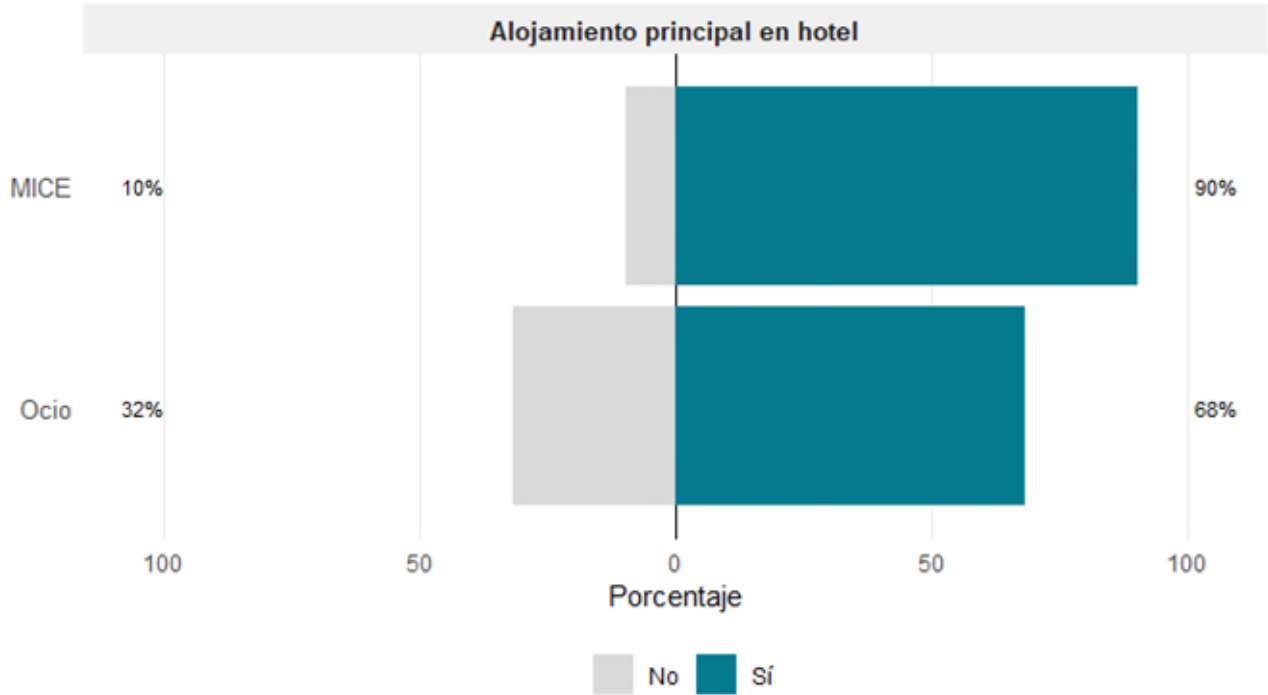
Nivel de estudios finalizados

Otra aproximación al nivel de renta de los encuestados, además del declarado en la encuesta, lo constituye el nivel de estudios superiores finalizados, que es sustancialmente más elevado entre los viajeros MICE que entre los turistas de ocio.



Alojamiento en hoteles

La utilización de hoteles como alojamiento principal ha sido muy superior entre los viajeros MICE, comparada con la de los turistas de ocio.

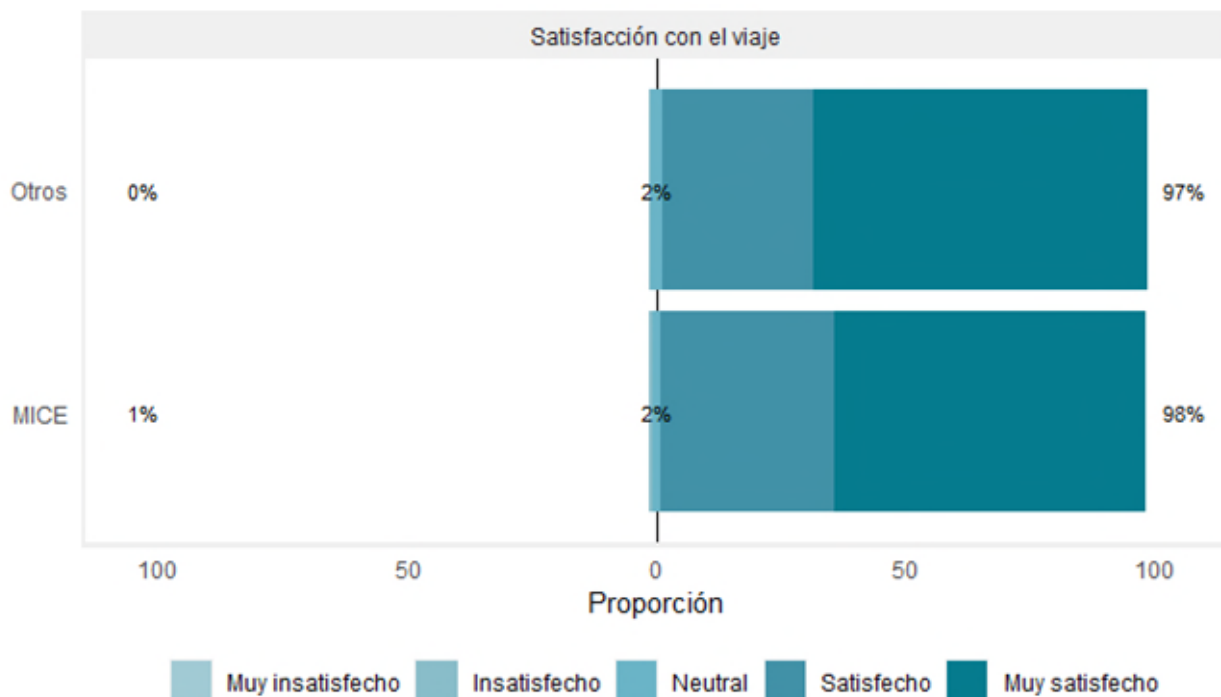


ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN

Además de Egatur, fuente de datos empleada para las estimaciones y análisis del perfil más arriba, hemos analizado también los resultados de la Encuesta de Satisfacción realizada en 2025 por cuarta vez, con una escala de medición que va de 1 (*muy insatisfecho*) hasta 5 (*muy satisfecho*).

La encuesta, realizada en puntos de salida de nuestro país (aeropuertos, carreteras, puertos y trenes en rutas internacionales) en tres oleadas, obtuvo un total de 60.625 cuestionarios válidos completos entre 2023 y 2025. En el cuestionario se contiene una pregunta sobre motivo principal de viaje. Una de las posibles respuestas es “Asistencia a Ferias, Congresos y Convenciones” y otra “Incentivos de empresa”. El nº de encuestados que adujeron estos motivos de viaje fue de 258. Las diferencias en el nivel de satisfacción entre los viajeros MICE y los turistas de ocio que resultan de la ESTI en 2023, 2024 y 2025 son estadísticamente significativas, aunque muy ligeras.

17



Como podemos observar, si bien la suma de las categorías 4 y 5 es muy similar en ambos grupos y ligeramente superior en el caso de los viajeros MICE, el porcentaje de los que se declaran *muy satisfechos* es inferior en la muestra de este segmento. En concreto es de 62,7% frente a 67,0% de los turistas de ocio.

Si hallamos el promedio de la puntuación en la escala de 1 a 5, elevada a población, simplificando el análisis y presuponiendo que la distancia entre las distintas categorías es la misma (la misma distancia del 1 o muy insatisfecho al 2 que del 2 al 3, etc.) obtenemos los siguientes valores (se incluye la media equivalente en una escala de 0-10):

Tabla 12: Puntuación satisfacción ESTI 2023-2025

Segmento	1 a 5	0 a 10
MICE	4,59	8,98
Ocio	4,65	9,12

Los viajeros de negocios parecen haber sido algo más exigentes que los de ocio en la valoración de su viaje (dentro de un muy alto nivel de satisfacción en ambos). Aunque la diferencia es pequeña, es estadísticamente significativa.

En Egatur comprobamos que existe también una diferencia entre la satisfacción de los viajeros MICE y los turistas de ocio, que, aunque es pequeña, también es estadísticamente significativa. La satisfacción general con el viaje ha sido algo superior entre los turistas de ocio, aunque es muy alta en ambos segmentos.

Tabla 12: Puntuación satisfacción EGATUR 2023-2025

Segmento	Media
Ocio	8,95
MICE	8,62

El Instituto de Turismo de España (Turespaña), en virtud de lo establecido en el Real Decreto 425/2013, de 14 de junio, es el órgano responsable de la investigación de los factores que inciden sobre el turismo, así como la recopilación y valoración de estadísticas, información y datos relativos al turismo, y la creación y difusión del conocimiento y la inteligencia turística, y la coordinación de la información sobre el sector turístico generada por las distintas unidades administrativas dependientes de la Secretaría de Estado de Turismo y del organismo autónomo Instituto de Turismo de España.

El trabajo de investigación que lleva a cabo en la S.G. de Conocimiento y Estudios Turísticos (antes Instituto de Estudios Turísticos) se centra en los aspectos económicos y sociodemográficos del turismo, para lo cual dispone de la información generada por las tres principales operaciones estadísticas que elabora el Instituto Nacional de Estadística desde 2015: Movimientos turísticos en fronteras (Frontur), Encuesta de gasto turístico (Egatur) y Encuesta de turismo de residentes (ETR/ Familitur).

La S.G. de Conocimiento y Estudios Turísticos explota información estadística procedente de fuentes externas, como son la evolución de llegadas de pasajeros internacionales en compañías de bajo coste y el empleo en el sector turístico, información que difunde de manera periódica. Asimismo, difunde otra información estadística de interés procedente de otros organismos. Estos contenidos, así como la documentación turística existente en el Centro de Documentación Turística de España (CDTE), se encuentran disponibles en la página web: <https://conocimiento.tourspain.es/es/>



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURISPAÑA 