

SERIE ANÁLISIS DE SEGMENTOS

TURISMO DE REUNIONES E INCENTIVOS (MICE)

2024



Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

© Publicado por el Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos

NIPO: 219-25-003-0

Año: 2025

CONTENIDO

Antecedentes / Alcance	4
Estimación de flujos	5
Principales destinos.....	6
Principales orígenes	6
Perfil del viajero MICE en 2023-24.....	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 2019-2024

Año	Turistas	Gasto (M€)	Gasto Medio (€)	Gasto Diario (€)	Estancia Media (días)
2019	784.690	897	1.143	241	4,7
2020	133.650	138	1.032	219	4,7
2021	101.657	113	1.109	165	6,7
2022	692.842	823	1.188	244	4,9
2023	781.209	931	1.192	298	4,0
2024	772.802	1.126	1.457	303	4,8

Tabla 2: Evolución del turismo de ocio 2019-2024

Año	Turistas	Gasto (M€)	Gasto Medio (€)	Gasto Diario (€)	Estancia Media (días)
2019	72.809.996	80.141	1.101	157	7,0
2020	15.492.882	16.365	1.056	139	7,6
2021	26.334.422	29.402	1.116	142	7,8
2022	61.976.124	74.911	1.209	167	7,2
2023	73.627.903	93.266	1.267	184	6,9
2024	80.944.268	107.575	1.329	194	6,8

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

Tabla 3: Comparativa turismo MICE vs. Ocio

Año	Turistas (%)	Gasto (%)	Gasto Medio (%)	Gasto Diario (%)	Estancia Media (días)
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

Principales destinos

Para este análisis hemos decidido unir las muestras de 2023 y 2024 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 en 2023 y 2024

Destino	Muestra	Viajeros	Cuota (%)
Barcelona	734	577.243	37,1
Resto	472	541.272	34,8
Valencia	160	163.603	10,5
Madrid	236	163.190	10,5
Bilbao	52	76.562	4,9
Sevilla	37	32.140	2,1

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	Cuota (%)
resto_países	343	343.782	44,5
Alemania	87	87.469	11,3
Francia	92	81.558	10,6
Italia	80	56.773	7,3

Tabla 5: Principales países de origen en 2024

Origen	Muestra	Viajeros	Cuota (%)
R_Unido	64	54.620	7,1
P_Bajos	59	44.676	5,8
Bélgica	36	36.893	4,8
EEUU	43	35.300	4,6
Portugal	29	31.731	4,1

El panorama es bastante similar al que veíamos en 2023:

Tabla 6: Principales países de origen en 2023

Origen	Muestra	Viajeros	Cuota (%)
resto_países	360	346.368	44,3
Alemania	83	103.502	13,2
R_Unido	96	77.880	10,0
Francia	90	73.955	9,5
Italia	67	58.956	7,5
P_Bajos	47	44.259	5,7
Portugal	36	30.232	3,9
EEUU	40	26.503	3,4
Bélgica	39	19.554	2,5

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	Cuota (%)
Europa	626	586.335	74,7
América	123	85.682	10,9
Asia	62	67.918	8,7
Resto_Mundo	22	32.868	4,2



Si comparamos con el año anterior, parece que en 2024 Europa ha perdido algo de peso, principalmente a favor del continente americano:

Tabla 8: Regiones de origen en 2023			
Origen	Muestra	Viajeros	Cuota (%)
Europa	654	639.369	81,8
Asia	86	63.185	8,1
América	91	55.831	7,1
Resto_Mundo	27	22.824	2,9

El peso de Europa es superior en el segmento de viajeros de ocio y vacaciones:

Tabla 9: Regiones de origen de turismo de ocio en 2024			
Origen	Muestra	Viajeros	Cuota (%)
Europa	51.649	68.298.924	84,4
América	6.290	8.141.491	10,1
Asia	1.371	2.381.258	2,9
Resto_Mundo	1.378	2.122.595	2,6

PERFIL DEL VIAJERO MICE EN 2023-24

Perfil motivacional (motivación principal de viaje)

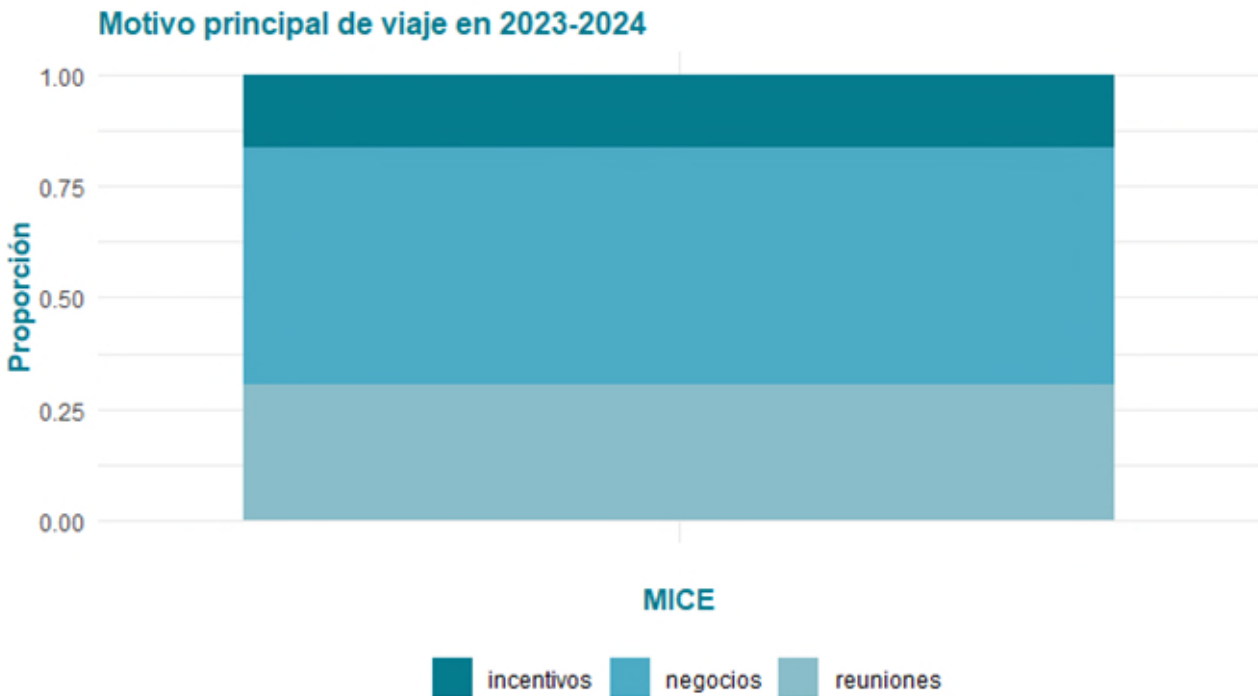


Tabla 10: Motivo principal de viaje de los turistas MICE en 2023-24

Motivos MICE	%
negocios	53,2
reuniones	30,6
incentivos	16,2

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 dos 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 y *wellness*.

Tabla 11: Porcentaje de encuestados que han realizado cada actividad 2023-2024

Actividad	MICE (%)	Ocio (%)
visita a ciudades	48,6	68,8
compras	30,9	56,6
gastronomía y vino	24,3	26,6
visitas culturales	22,5	35,7
playa	21,5	65,9
ocio nocturno	15,9	21,5
naturaleza	8,9	31,9
espectáculos culturales	4,4	7,2
otras actividades culturales	4,3	9,1
deportes	3,9	14,7



Tabla 11: Porcentaje de encuestados que han realizado cada actividad 2023-2024

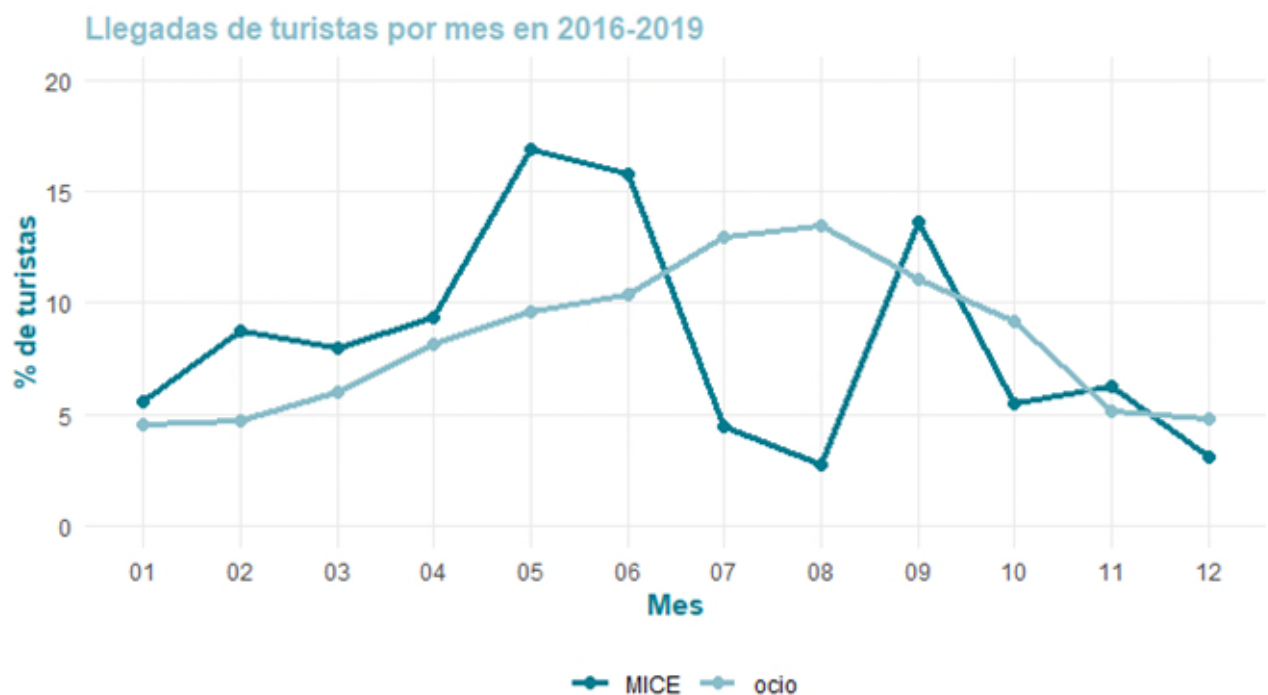
Actividad	MICE (%)	Ocio (%)
visita a familiares o amigos	3,2	8,8
rural/camping	3,1	11,0

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.

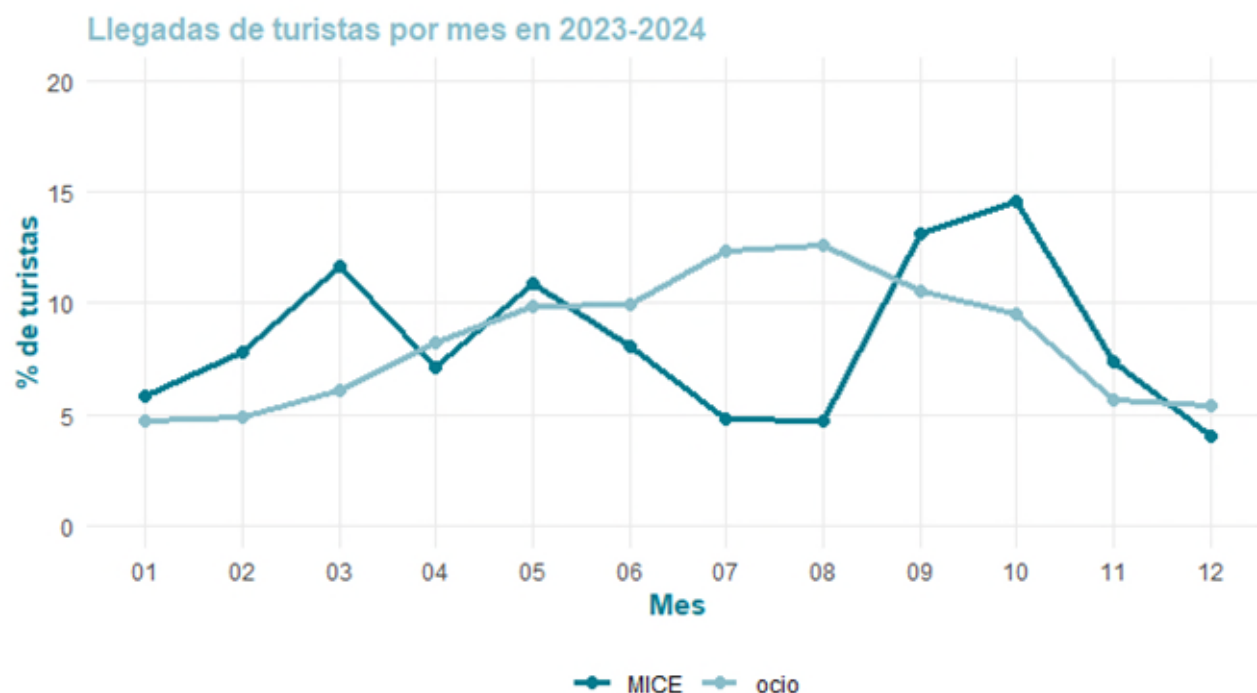
Las diferencias halladas en la muestra no son significativas estadísticamente al 95% de confianza para las actividades relacionadas con el ocio nocturno, la asistencia a espectáculos culturales, la visita a ciudades y el *wellness*, aunque estás dos últimas sí lo serían al 90% de confianza.

11 Estacionalidad

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



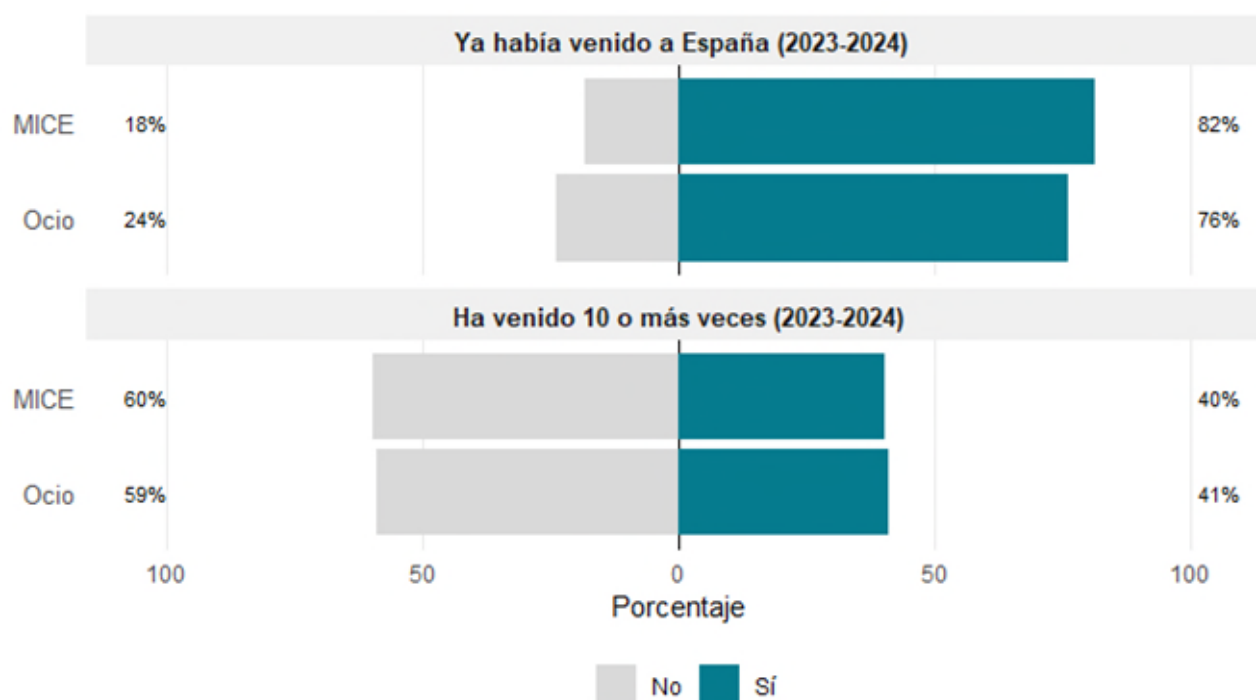
...como en 2023-2024, aunque destaca el pico en los meses de septiembre y octubre:



12

Familiaridad con el destino España

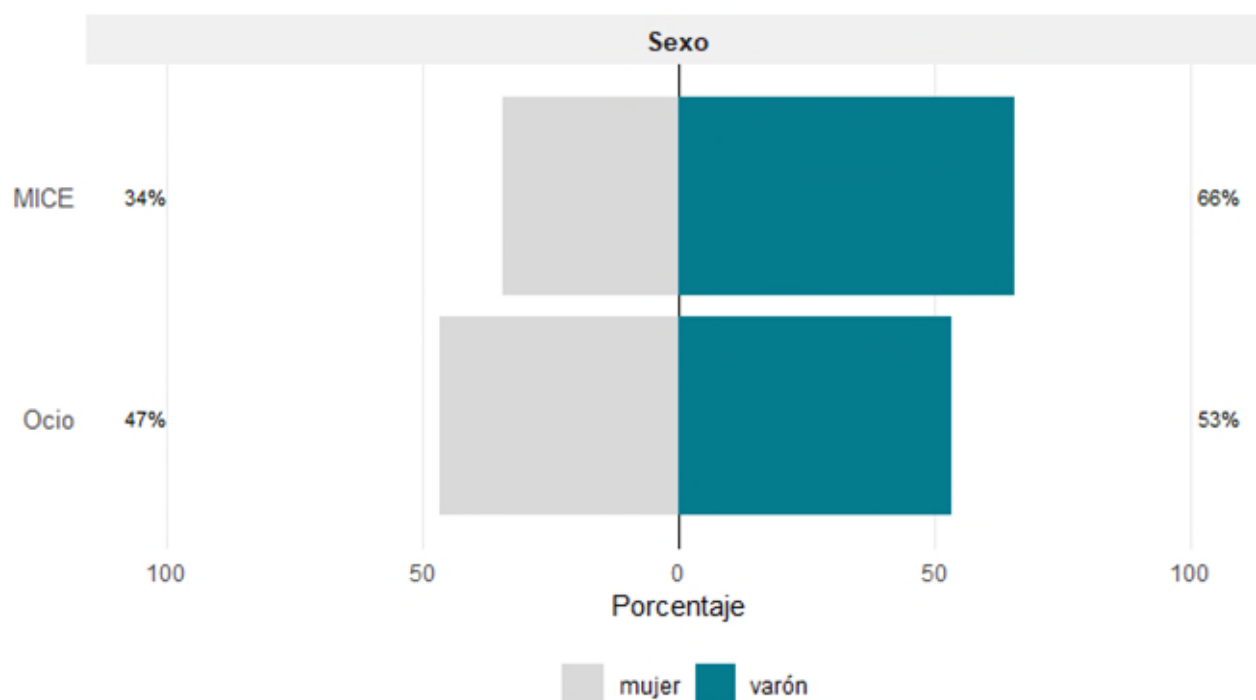
Las diferencias que vemos en la muestra entre ambos segmentos (MICE y ocio) en la cuestión de si habían venido previamente en alguna ocasión son pequeñas, pero estadísticamente significativas, con un margen de confianza del 95% y denotan que los viajeros MICE en 2023 y 2024 ya habían venido a España en mayor proporción que los turistas de ocio. Sin embargo, no hay diferencias estadísticamente significativas la proporción de los que habían venido al menos 10 veces entre los viajeros MICE y los turistas de ocio.



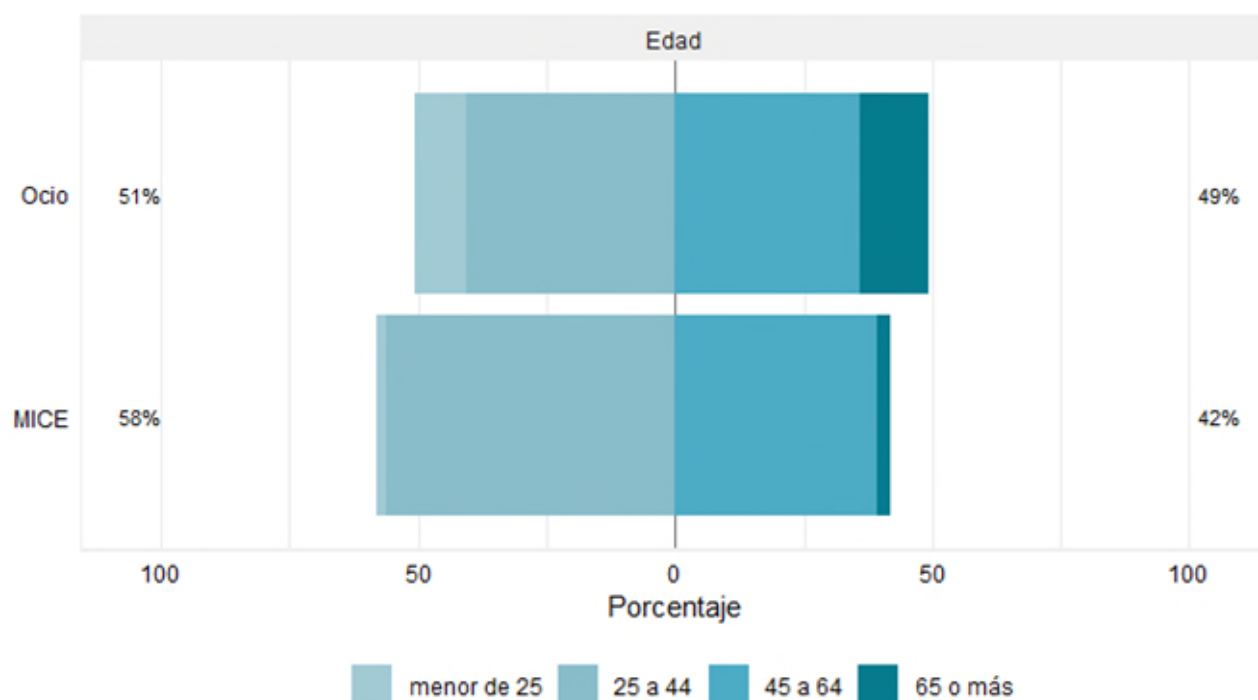
13

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.

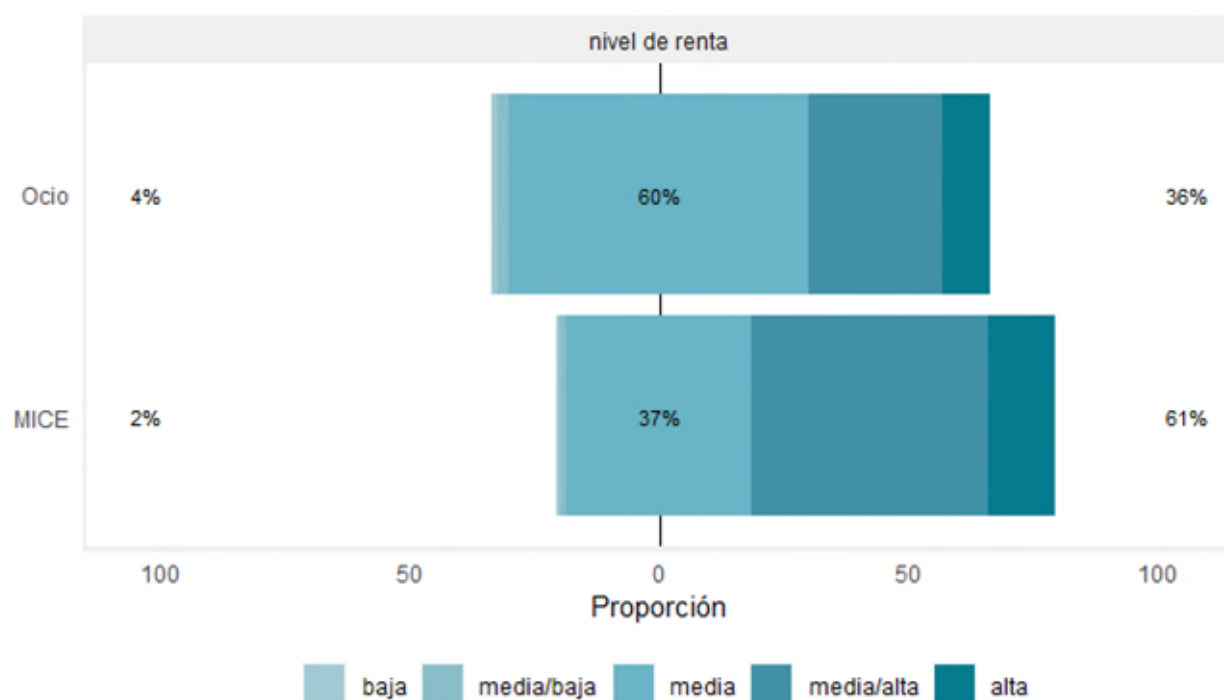


En cuanto a los grupos de edad, podemos observar que los grupos de edad “menores de 25 años” y “mayores de 65 años” son testimoniales en el segmento MICE y que éste ha sido, en 2023-2024, un segmento más joven en general que el de los turistas de ocio.



Nivel de renta declarado

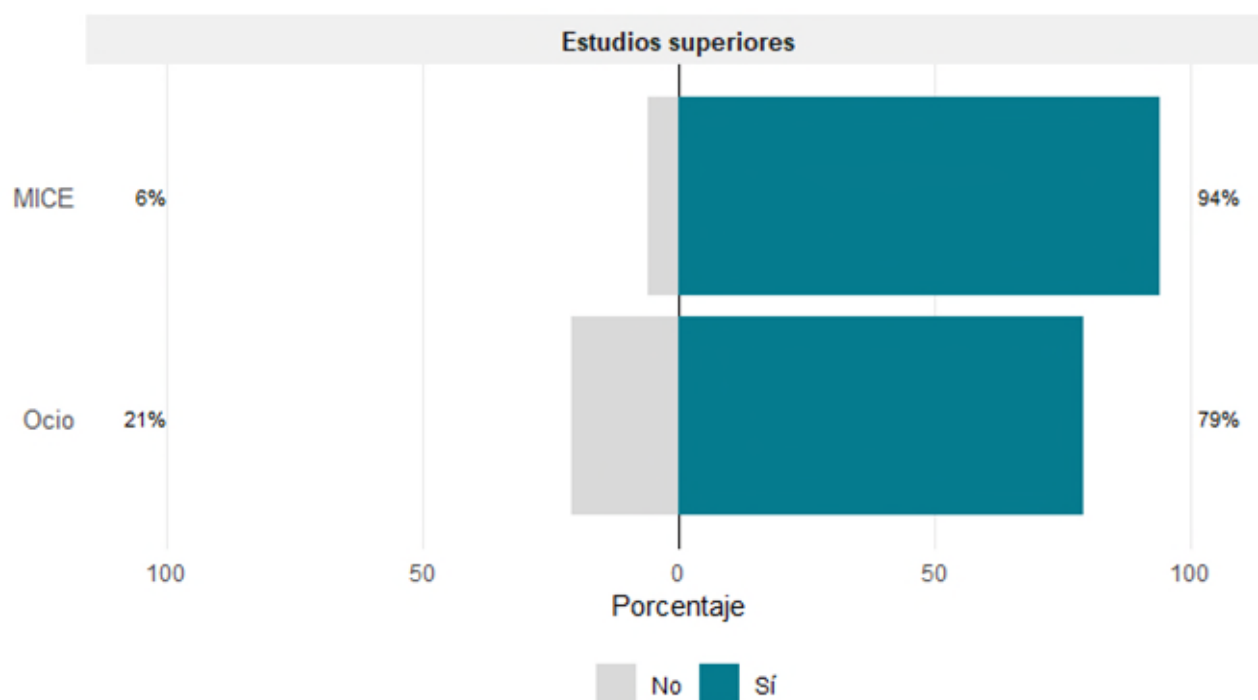
El nivel de renta declarado por los encuestados tiende a acumularse en torno a los niveles medios. Aun así, en las respuestas a esta cuestión ya se aprecia claramente una tendencia a un mayor nivel de renta entre los viajeros MICE en comparación con los turistas de ocio.



15

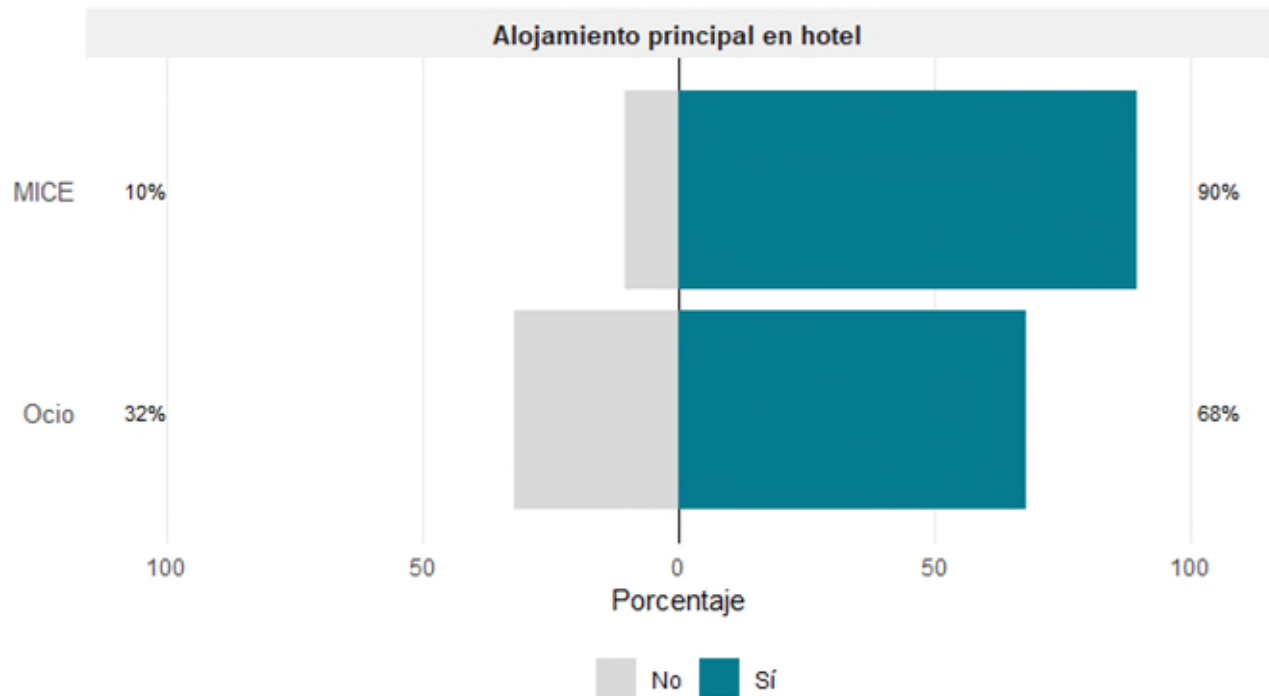
Nivel de estudios finalizados

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 2024 por tercera 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 40.105 cuestionarios válidos completos entre 2023 y 2024. 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 181. Las diferencias en el nivel de satisfacción entre los viajeros MICE y los turistas de ocio que resultan de la ESTI en 2023 y 2024 no son estadísticamente significativas.

Sin embargo, en Egatur comprobamos que existe una diferencia entre la satisfacción de los viajeros MICE y los turistas de ocio, que, aunque es pequeña, es estadísticamente significativa (la muestra de Egatur es mucho mayor que la de la ESTI). 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 2023-2024

Segmento	Media
Ocio	8,93
MICE	8,67

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

TURESPAÑA 