

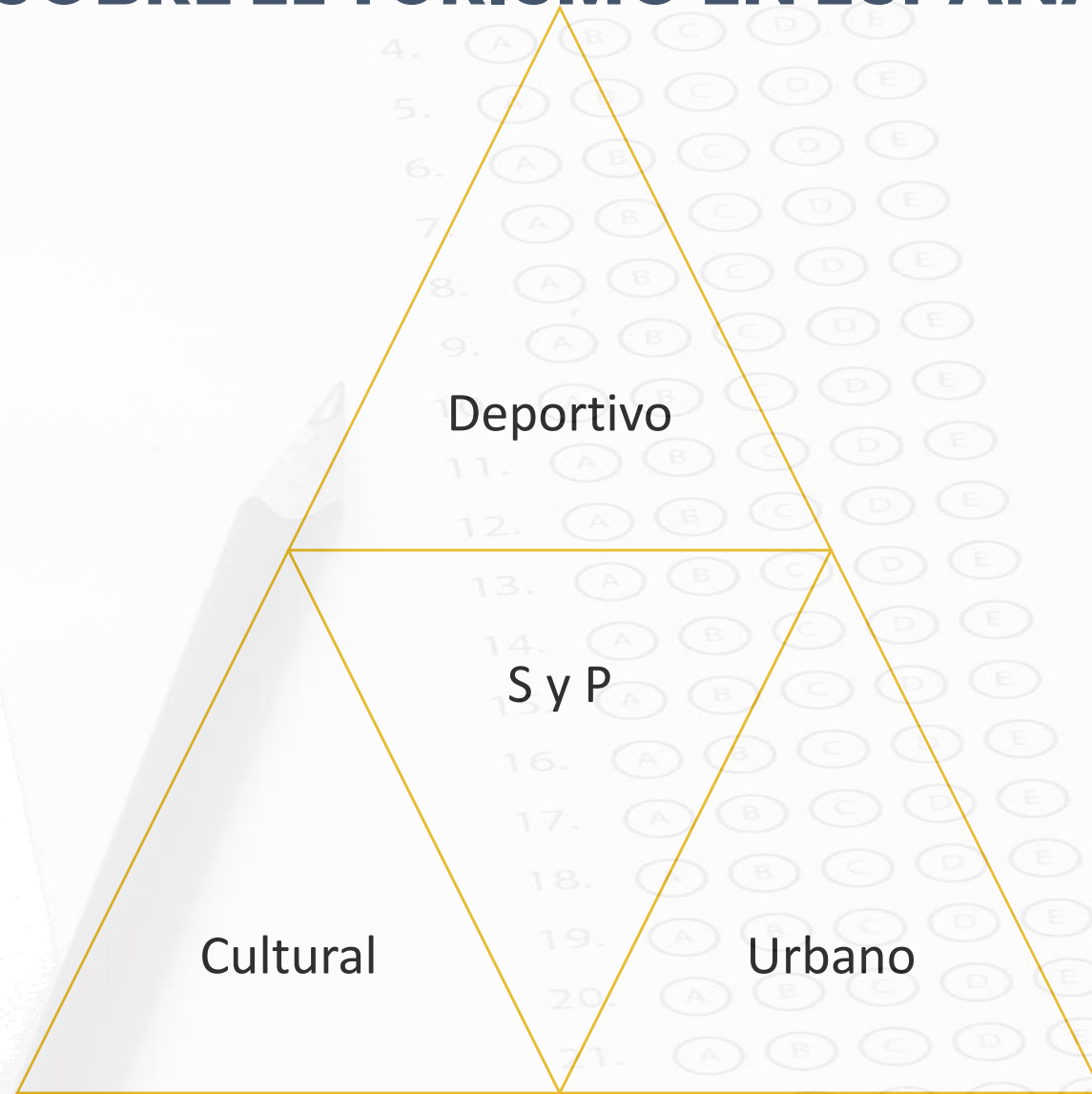
**CEOE** Empresas  
Españolas

# Turismo, Cultura y Deporte

*El turismo del conocimiento  
claves para su futuro*

*Febrero 2023*

# SOBRE EL TURISMO EN ESPAÑA



**CONOCIMIENTO  
+  
TURISMO  
+  
ECONOMÍA  
+  
VALOR SOCIAL**

---



Deportivo

**TURISMO DEL CONOCIMIENTO**

S y P

Cultural

Urbano

# MULTIDIMENSIONAL



# SOBRE LA ECONOMÍA ALREDEDOR DEL CONOCIMIENTO



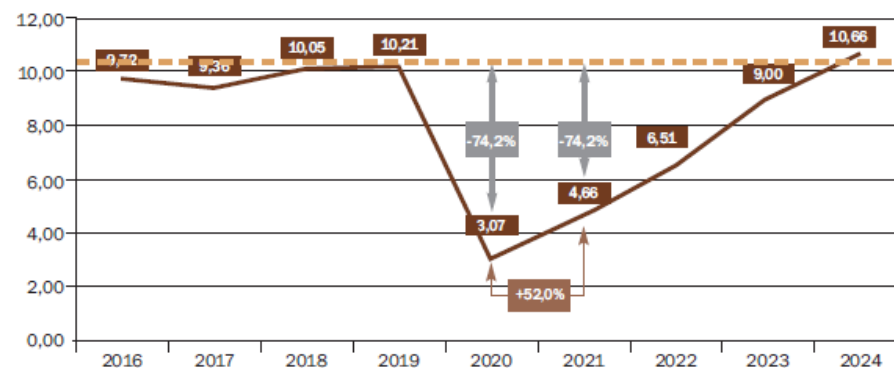
# ALGUNOS DATOS

Dinámica de recuperación sector MICE



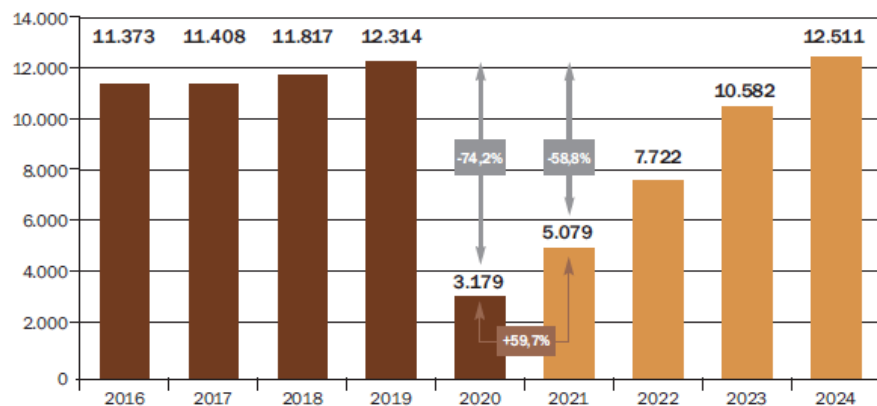
Fuente: Braintrust a partir de datos macroeconómicos

Infrasc de viajeros MICE en España



Fuente: Braintrust a partir de datos de ETR, FRONTUR y EGATUR (INE)

Tamaño estimado de la Industria de reuniones en España



Fuente: Braintrust a partir de datos de ETR, FRONTUR y EGATUR (INE)

Convention bureaux existentes en España



**CEOE** Empresas Españolas

Turismo, Cultura y Deporte

## DAFO: DEBILIDADES

### A. Debilidades

- No existe una metodología estandarizada de cálculo del impacto económico y social de la industria MICE en España. A mayor abundamiento, el sector carece de epígrafe definido en la cuenta de Turismo, lo que señala su intrascendencia.
- Se trata de un sector complejo con ramificaciones que alcanzan a múltiples industrias económicas. Como consecuencia, no existe un mapeo completo que sea representativo de la cadena de valor MICE.
- El reparto de competencias a nivel estatal y autonómico no es homogéneo. En algunos casos, el sector depende de Turismo y, en otros, de Desarrollo Económico o Innovación. No existe un consenso suficiente ni siquiera dentro del propio sector con respecto a esta cuestión.
- No goza de reconocimiento como sector económico con entidad propia a nivel institucional y de gobierno.
- Existe una única estrategia de sector a nivel nacional diseñada por el SCB, pero es poco conocida y tiene poca relevancia.
- Es un sector inmaduro por su juventud y origen heterogéneo.
- No existe formación específica, reglada y reconocida en universidades públicas.
- Falta pedagogía/comunicación sobre su relevancia económica y social. Es un sector en cierta medida desconocido para la opinión pública.
- Los *convention bureaux* están infradotados tanto en términos de recursos humanos como económicos.
- La burocracia, sobre todo en relación con la gestión de espacios públicos, limita las capacidades del sector.

# DAFO: AMENAZAS FORTALEZAS

## B. Amenazas

- Incertidumbre geopolítica mundial y riesgos económicos a la baja que se traducen en acciones y estrategias enfocadas al corto plazo.
- Excesiva dependencia de los congresos, los cuales se caracterizan por rotar los destinos en los que celebran.
- Escasa relevancia en las políticas públicas, lo que se ha visto reflejado, por ejemplo, en la inexistencia de Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) sectoriales durante la pandemia.
- La consolidación de los eventos en formato híbrido supone un incremento de costes audiovisuales.
- Irrelevancia del sector para las autoridades turísticas. No está representado en el Consejo Español de Turismo.
- El sector no aplica modelos de funcionamiento de éxito probado en otros destinos internacionales (inteligencia de mercado, especialización, nuevos modelos de negocio), lo que supone una pérdida de competitividad.
- Fuga de talento especializado en el sector hacia otros sectores o países producto de mejores posibilidades de crecimiento profesional o de generación de ingresos.

## C. Fortalezas

- Situación geográfica, clima y posicionamiento global inmejorable como destino turístico. España es la segunda potencia turística mundial.
- España es el país de Europa con mayor número de convention bureaux en todo su territorio (62) y destaca por la alta implicación de las asociaciones sectoriales.
- El sector MICE genera turismo de alto impacto económico, desestacionalizado, más sostenible y respetuoso medioambientalmente y generador y transmisor de conocimiento.
- España cuenta con los ingredientes básicos para constituirse en un destino MICE de primera categoría a nivel global: infraestructuras, seguridad ciudadana y jurídica, densidad hotelera y otros servicios relacionados con el turismo convencional.
- Existe una estrategia nacional ya planteada por los destinos en el marco del SCB.
- El sector en España se caracteriza por su excelencia a nivel internacional en multitud de actividades de la cadena de valor MICE (producción, diseño, tecnología, digitalización, audiovisual, transporte, cultura, etc.).
- Los actores privados (Foro MICE, Alliance4 Mice, AFE y APCE) han logrado avances en el proceso de posicionamiento del sector en la agenda pública.
- Buena interlocución dentro del propio sector.
- España cuenta con empresas de alto valor tecnológico, digital.



#### D. Oportunidades

- Optimismo y ambiente favorable tras la vuelta a la presencialidad. Perspectivas de crecimiento sólidas.
- Afianzamiento de criterios sobre transformación social, ambiental y sostenible.
- Posibilidad de internacionalización de las empresas del sector MICE de España hacia tres mercados específicos: Latinoamérica, por cercanía cultural; Oriente Medio, por su crecimiento exponencial; y Europa, por el tamaño del mercado.
- Impulso de nuevos destinos MICE "medianos", como es el caso de Valencia, Sevilla, Málaga, Zaragoza, Santiago, o Bilbao, y legado positivo en su comunidad.
- Necesidad de desestacionalizar la actividad turística.
- Aplicación de nuevas metodologías y estrategias para lograr crecimiento.
- Diversidad de destinos dotados de infraestructuras adecuadas.
- Amplia presencia de clústeres o hubs de desarrollo empresarial.
- Capacidad de conseguir eventos "permanentes" en los destinos a partir de la fidelización de asistentes y organizadores.
- Atracción de riqueza y nuevas empresas gracias a la realización de eventos empresariales que cuenten con la presencia de políticos, embajadores (esto es, personas influyentes que potencian la marca España) y empresarios.
- Replicar casos de éxito en materia de colaboración público-privada (Barcelona, por ejemplo).
- Explotación y puesta en valor del "bleisure travel" (mezcla de negocios y ocio) aprovechando la integralidad de España como destino.
- Necesidad de un altavoz global para el sector.

**DAFO:  
LAS  
OPORTUNIDADES**

# RECOMENDACIONES

**MEDICIÓN, COMUNICACIÓN Y RECONOCIMIENTO**

**INTELIGENCIA DE MERCADOS**

**ESTRUCTURA INSTITUCIONAL**

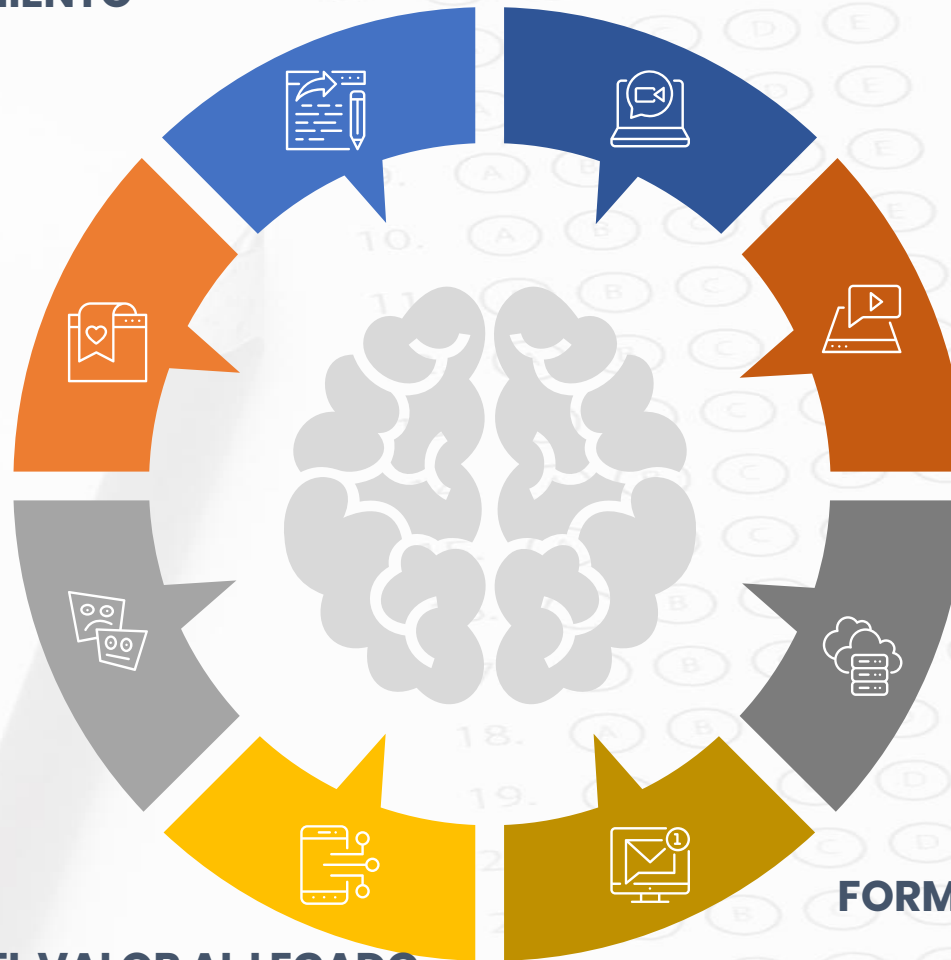
**GOBERNANZA INTERREGIONAL**

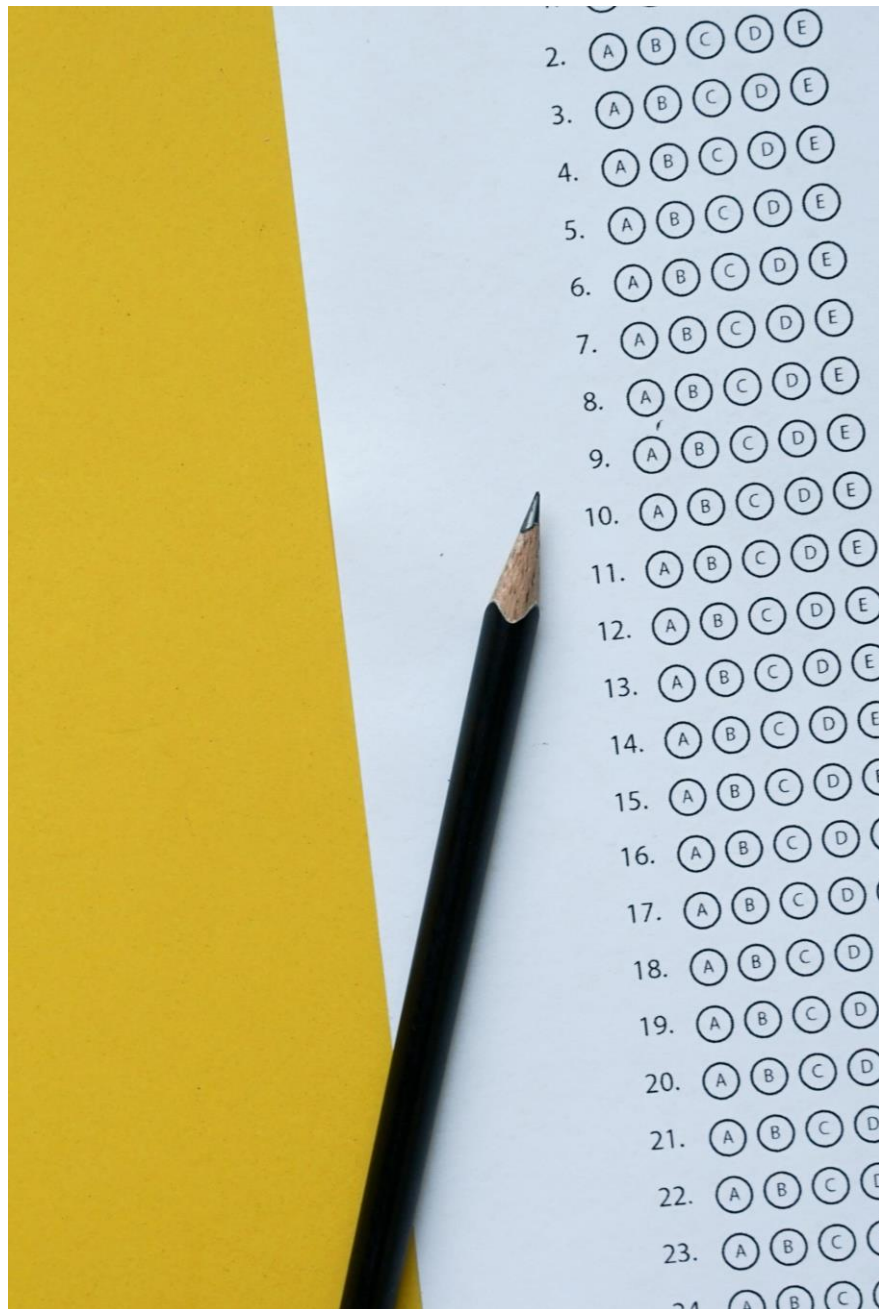
**PLAN NACIONAL**

**DIPLOMACIA PARA LA PROMOCIÓN**

**MIGRAR EL VALOR AL LEGADO**

**FORMACIÓN | EDUCACIÓN**





**CEOE** Empresas  
Españolas

# Turismo, Cultura y Deporte

*Febrero 2023*

*[turismo@ceoe.es](mailto:turismo@ceoe.es)*