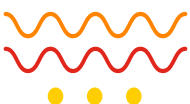
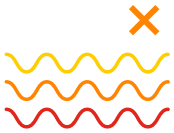




EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA MICE

EVOLUCIÓN 2025, PREVISIÓN PARA LOS AÑOS 2026 Y 2027.
IMPACTO Y LEGADO DE LA INDUSTRIA MICE



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	2
1.1. Objetivos del informe	3
1.2. Alcance y estructura del documento.....	4
1.3. Metodología de trabajo	5
1.4. El papel de los Convention Bureau en la Industria MICE	6
2. CONTEXTO DEL MERCADO	9
2.1 Visión Global de la industria turística	9
2.2 Posicionamiento de España en el contexto internacional	10
3. PREVISIONES DE LA INDUSTRIA MICE EN ESPAÑA.....	14
3.1 Volumen de negocio.....	14
3.2 Cifra de viajeros.....	15
3.3 Volumetría por mercados origen.....	16
3.4 Gasto medio diario	19
3.5 Estancia media	20
4. PERSPECTIVAS DEL SECTOR	22
4.1 Tendencias.....	22
4.2 Expertos.....	30
5. BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD Y LEGADO	39
6. ANEXOS	53

1. INTRODUCCIÓN

La industria de reuniones (MICE, por sus siglas en inglés: Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) se ha consolidado en los últimos años como uno de los motores estratégicos del turismo, tanto por su contribución económica como por su capacidad para generar valor a largo plazo en los destinos. Tras el impacto de la pandemia, el sector ha experimentado una recuperación sostenida y una profunda transformación, marcada por nuevos condicionantes económicos, tecnológicos, sociales y medioambientales.

En este contexto, el presente informe analiza la evolución reciente de la industria MICE en España, poniendo el foco en el periodo 2024–2025 y ofreciendo previsiones para los años 2026 y 2027. El estudio combina una lectura cuantitativa del comportamiento del mercado con un análisis cualitativo que permite comprender las dinámicas estructurales del sector, sus retos y oportunidades, así como las tendencias que están configurando su futuro.

El informe presta una atención especial al papel de la sostenibilidad, el impacto positivo y el legado como ejes estratégicos del desarrollo del MICE. Más allá del impacto económico inmediato, la industria de reuniones tiene un potencial creciente para contribuir al desarrollo social, cultural y ambiental de los destinos, reforzar su posicionamiento internacional y generar beneficios duraderos para la comunidad local.

En este marco, los Convention Bureau desempeñan un papel clave como agentes facilitadores, articuladores del ecosistema MICE y catalizadores del

cambio de modelo. Su capacidad para atraer eventos alineados con la identidad y las prioridades del destino, acompañar a los organizadores en la integración de criterios de sostenibilidad y legado, y promover la colaboración público-privada resulta fundamental para asegurar un crecimiento competitivo y responsable del sector.

Este documento se concibe como una herramienta de análisis y reflexión dirigida a responsables de destinos, Convention Bureau, empresas del sector, administraciones públicas y otros actores implicados en la industria MICE. Su objetivo es aportar una visión rigurosa y actualizada que permita apoyar la toma de decisiones estratégicas, compartir aprendizajes y poner en valor buenas prácticas que contribuyan a reforzar el posicionamiento de España como destino MICE de referencia a nivel internacional.

1.1. Objetivos del informe

El objetivo principal de este informe es analizar la situación actual de la industria MICE en España, su evolución reciente y sus perspectivas de futuro, incorporando una mirada estratégica sobre sostenibilidad, impacto y legado.

De manera específica, el informe persigue los siguientes objetivos:

- **Analizar la evolución del sector MICE**, con especial atención al comportamiento del mercado en 2025.
- **Estimar la dimensión económica de la industria** de reuniones en España y su contribución al conjunto del turismo.
- **Identificar las principales tendencias** estructurales que marcarán el desarrollo del sector en los próximos años.
- **Recoger y sintetizar la visión de expertos del sector** sobre los retos, oportunidades y prioridades estratégicas del MICE español.

- **Analizar el grado de avance del sector en materia de sostenibilidad, impacto positivo y legado.**
- **Visibilizar buenas prácticas y casos de éxito** que sirvan como referencia para destinos y Convention Bureau, recogiendo buenas prácticas derivadas del Proyecto “Experiencias” de la FEMP, que sienta las bases de nuevos modelos de futuro para el turismo de reuniones.

Como **referencia general de todo el análisis** se establece la siguiente **definición de MICE**:

“Entendemos por Industria de Reuniones, cualquier conferencia, congreso, feria, convención, jornada o exposición de carácter empresarial y que cuente con un mínimo de 10 asistentes.

También se incluyen en esta categoría los eventos de incentivos, corporativos y comerciales.

No se incluyen dentro de MICE los eventos sociales no corporativos, los eventos de ocio y entretenimiento, y los eventos o reuniones educativos referentes a formación reglada”.

1.2. Alcance y estructura del documento

El informe aborda la industria MICE desde una perspectiva integral, combinando análisis de contexto, indicadores cuantitativos, previsiones, tendencias y aportaciones cualitativas.

Tras esta introducción, el documento se estructura en los siguientes bloques:

- Un análisis del contexto global y la evolución reciente de la industria MICE, con especial foco en el posicionamiento de España.
- El dimensionamiento del sector en términos de actividad, demanda y principales indicadores económicos.

- Las previsiones de evolución del mercado para el periodo 2026–2027.
- La identificación de tendencias estructurales que están transformando la industria.
- La visión experta del sector, a partir de entrevistas en profundidad a perfiles clave del ecosistema MICE.
- Un bloque específico dedicado a sostenibilidad, impacto y legado.
- La presentación de buenas prácticas y casos de éxito destacados.
- Un apartado final de conclusiones y recomendaciones estratégicas.

El documento se completa con un apartado de anexos que recoge los aspectos metodológicos y la información complementaria.

1.3. Metodología de trabajo

La elaboración de este informe se basa en una metodología mixta que combina técnicas cuantitativas y cualitativas.

Por un lado, se ha realizado un trabajo de *desk research* que incluye la recopilación, revisión y análisis de fuentes estadísticas oficiales, informes sectoriales y estudios especializados de ámbito nacional e internacional. Este análisis ha permitido actualizar los principales indicadores de la industria MICE y elaborar las estimaciones y previsiones presentadas en el informe.

Por otro lado, el estudio se ha complementado con entrevistas en profundidad a expertos del sector MICE, pertenecientes a diferentes ámbitos (Convention Bureau, administraciones públicas, asociaciones sectoriales y empresas privadas). Estas entrevistas han permitido incorporar una visión cualitativa sobre la evolución del sector, sus retos, oportunidades y buenas prácticas, especialmente en relación con la sostenibilidad y el legado.

Los detalles metodológicos específicos relativos a las entrevistas y al análisis de buenas prácticas se desarrollan de forma ampliada en el apartado de Anexos.

1.4. El papel de los Convention Bureau en la Industria MICE

Los Convention Bureau constituyen uno de los pilares fundamentales del ecosistema MICE. Actúan como agentes clave en la atracción y facilitación de eventos, contribuyendo de manera directa al posicionamiento competitivo de los destinos.

Su papel va más allá de la captación de reuniones y congresos. Los Convention Bureau impulsan la coordinación entre los distintos actores del sector, fomentan la profesionalización, promueven la innovación y acompañan a los organizadores en la incorporación de criterios de sostenibilidad, impacto y legado.

En un contexto de creciente competencia entre destinos y de mayor exigencia por parte de organizadores y participantes, los Convention Bureau desempeñan una función estratégica como catalizadores de un modelo MICE más alineado con los valores del desarrollo sostenible, la generación de impacto positivo y la creación de beneficios duraderos para los territorios y sus comunidades.

EL PAPEL ESTRATÉGICO DE LOS CONVENTION BUREAU



Atracción estratégica de eventos

Reuniones alineadas con los sectores prioritarios y objetivos del destino, reforzando su posicionamiento internacional.



Generación de valor económico local

Impulso al ecosistema MICE, inversión, empleo y oportunidades locales.



Integración de sostenibilidad y legado

Eventos con impacto positivo y beneficios duraderos para la comunidad.



Gobernanza, alianzas e innovación

Conexión entre administraciones, sector privado y tejido social.



Competitividad y diferenciación del destino

Propuestas MICE auténticas y alineadas con las nuevas demandas del mercado.

CONTEXTO DEL MERCADO.

Visión Global de la industria turística

Reuniones internacionales

2. CONTEXTO DEL MERCADO

2.1 Visión Global de la industria turística

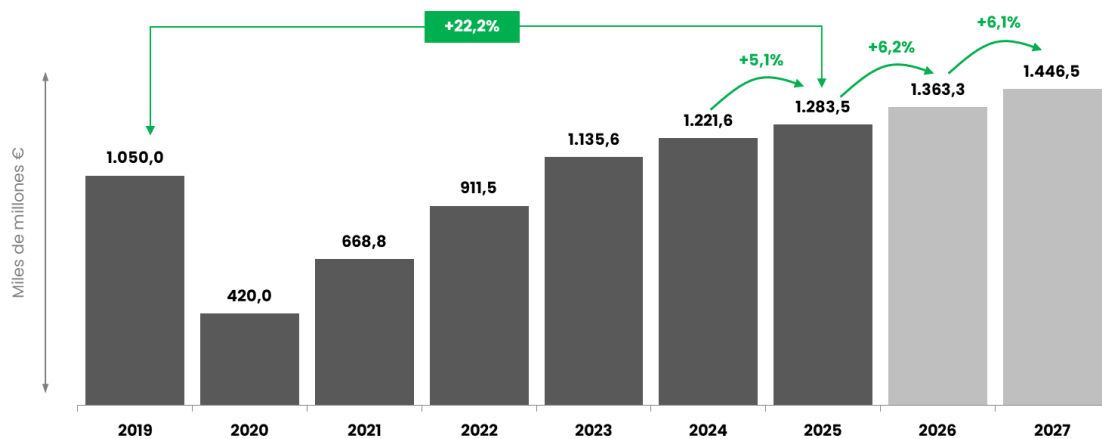
La evolución de la industria global de reuniones muestra una **recuperación sólida y consolidada tras el impacto de la pandemia**, tal y como refleja la progresión del volumen de negocio a nivel mundial desde 2021.

Tras el fuerte descenso registrado en 2020, cuando el volumen de negocio se redujo de forma drástica, el sector inicia una senda de recuperación desde 2021 con crecimientos muy importantes hasta la consolidación de la recuperación en 2023. En este año, la industria alcanza aproximadamente 1,14 billones de euros, situándose ya claramente por encima de los niveles anteriores a la pandemia.

En 2024, el crecimiento continúa y el volumen de negocio global se sitúa en torno a 1,22 billones de euros. En 2025, la industria mantiene su dinámica positiva, con un incremento estimado del 5,1% respecto al año anterior, hasta rozar los 1,3 billones de euros. Las previsiones para 2026 y 2027 apuntan a una prolongación de esta tendencia, con tasas de crecimiento más moderadas pero estables, que situarían el volumen de negocio en torno a los 1,36 billones de euros en 2026 y cerca de los 1,45 billones en 2027.

Este comportamiento confirma no solo la capacidad de recuperación del sector, sino también su papel estratégico dentro del turismo. No obstante, el mantenimiento de estas previsiones positivas está condicionado por la evolución del contexto macroeconómico y geopolítico, que puede introducir elementos de incertidumbre en el ritmo de crecimiento futuro.

Más allá de la evolución cuantitativa, el crecimiento del MICE se acompaña de una transformación del modelo, en el que los eventos refuerzan su papel como plataformas de intercambio de conocimiento, innovación y posicionamiento internacional, incorporando de forma creciente criterios de sostenibilidad, impacto (en todas sus vertientes) y uso del dato como elementos clave de competitividad.



Fuente: Estimaciones Braintrust a partir de datos de Oxford Economics, Trading Economics y GBTA

2.2 Posicionamiento de España en el contexto internacional

España mantiene una posición destacada en el escenario internacional de la industria de reuniones, consolidándose como uno de los principales países anfitriones de reuniones internacionales según los datos más recientes de ICCA.

En 2024, y según datos de la ICCA, España se sitúa como el tercer país del mundo por número de reuniones internacionales, con un total de 536 reuniones, manteniendo su posición respecto al año anterior. Este resultado confirma la fortaleza del país como destino MICE consolidado, en un contexto de elevada competencia internacional y con movimientos relevantes en el ranking por parte de otros países europeos y asiáticos.

El análisis por países muestra un liderazgo claro de Estados Unidos e Italia, seguidos de España, Alemania y Reino Unido. Destaca especialmente el buen comportamiento de España en términos de crecimiento interanual, con un aumento significativo del número de reuniones respecto a 2023, lo que refuerza su estabilidad en el top-3 mundial.

Ranking 2024	↑↓ 2023	País	Reuniones 2024	Reuniones ↑↓ 2023
1	=	EEUU	709	+19
2	=	Italia	635	+82
3	=	España	536	+31
4	+1	Alemania	491	+28
5	+1	Reino Unido	481	+56
6	-2	Francia	432	-40
7	=	Japón	428	+65
8	=	Países Bajos	295	-9
9	=	Portugal	290	-13
10	=	Canadá	252	-7
11	+7	China	249	+79
12	-1	República de Corea	243	-9

Fuente: ICCA

A nivel de destinos, varias ciudades españolas continúan posicionándose entre los principales destinos internacionales de reuniones. Barcelona se sitúa en la cuarta posición del ranking mundial, con 142 reuniones en 2024, mejorando su posición respecto al año anterior. La ciudad consolida así su papel como uno de los grandes hubs internacionales del MICE, compitiendo directamente con destinos como Viena, Lisboa o Singapur.

Por su parte, Madrid se mantiene dentro del top-12 de destinos internacionales, ocupando la duodécima posición, con 105 reuniones. Aunque registra un ligero descenso respecto a 2023, la capital continúa formando

parte del grupo de ciudades líderes a nivel mundial, reforzando el peso de España en el posicionamiento internacional del sector.

Ranking 2024	↑↓ 2023	Destino	Reuniones 2024	Reuniones ↑↓ 2023
1	+3	Viena	154	+13
2	+1	Lisboa	153	+2
3	-1	Singapur	144	-8
4	+1	Barcelona	142	+3
5	+1	Praga	131	-3
6	-5	París	124	-32
7	+3	Seúl	124	+21
8	+8	Bangkok	115	+27
9	-2	Roma	114	-5
10	+5	Atenas	111	+23
11	=	Londres	105	+6
12	-4	Madrid	105	-4

Fuente: ICCA

En conjunto, la presencia simultánea de España entre los principales países y de Barcelona y Madrid entre los destinos más relevantes pone de manifiesto la solidez del ecosistema MICE español. Esta posición se sustenta en factores como la calidad y diversidad de infraestructuras, la conectividad internacional, la experiencia organizativa de los destinos y el papel de los Convention Bureau en la captación y acompañamiento de eventos internacionales.

El mantenimiento de este posicionamiento en los próximos años exigirá seguir avanzando en diferenciación, sostenibilidad, especialización sectorial y generación de valor añadido para organizadores y participantes, en un entorno internacional cada vez más competitivo.

• La ENVIPE 2013 permite conocer que entre los motivos que llevan a la población víctima de un delito a no denunciar, están las circunstancias atribuidas a la autoridad, como considerar la denuncia como una pérdida de tiempo y la desconfianza en la autoridad, con 83,9%.



Causas de la No denuncia

Categorías	2010	2011
Otros	65.2	63.2
Costos	36.3	35.9
NI	2.6	2.4

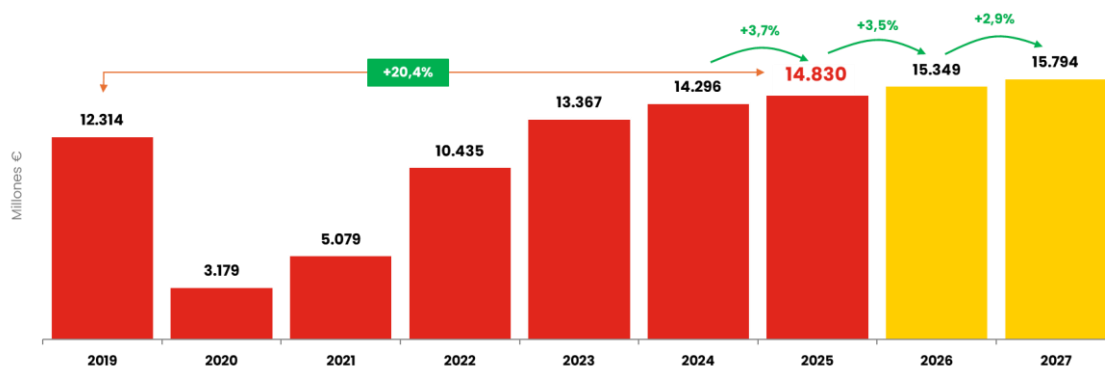
PREVISIONES DE LA INDUSTRIA MICE ESPAÑA.

3. PREVISIONES DE LA INDUSTRIA MICE EN ESPAÑA.

3.1 Volumen de negocio

La industria MICE en España se mantiene al alza y alcanza en 2025 un volumen de negocio estimado de 14.830 millones de euros, un aumento del +3,7% respecto a 2024 y un +20,4% frente a 2019, lo que refleja no solo la sólida recuperación del sector tras la pandemia, sino también su avance hacia modelos más sostenibles y de mayor valor añadido. Esta orientación se apoya en iniciativas como la obtención de certificaciones ambientales y la creciente demanda de eventos con criterios ESG y con impacto en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Para 2026 y 2027 se prevén crecimientos moderados pero sostenidos —15.349 millones de euros en 2026 (+3,5%) y 15.794 millones en 2027 (+2,9%)— que evidencian una ligera desaceleración en un contexto de madurez del mercado, mayor competencia internacional y tensiones geopolíticas, aunque España mantiene una posición sólida gracias a su infraestructura, la profesionalización del sector y su capital humano, así como el apoyo institucional que refuerza su atractivo global.

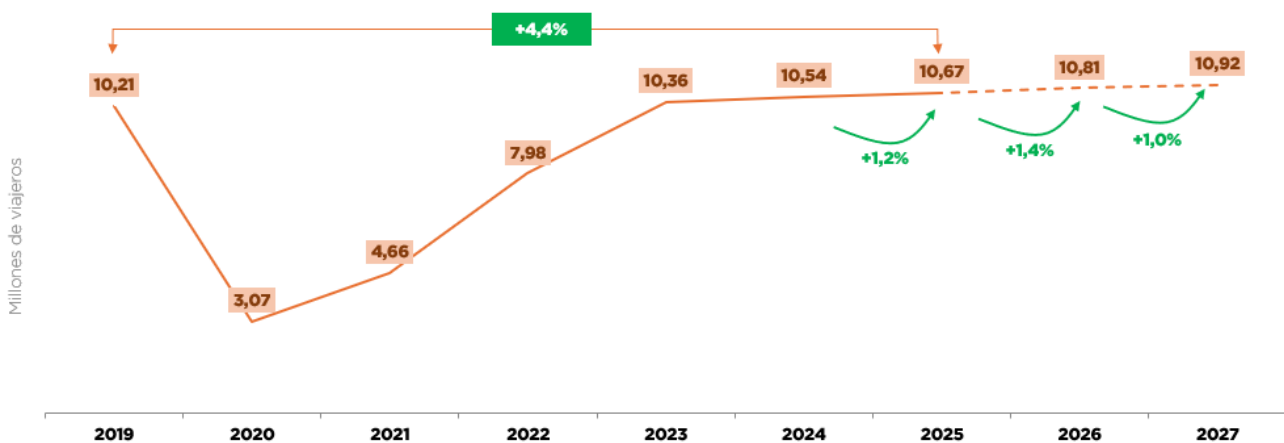


Actualización del modelo de impacto económico del informe "Demanda en la Industria de Reuniones Nacional e Internacional Post Pandemia del SCB (2022)".

3.2 Cifra de viajeros

Este dinamismo se refleja igualmente en la evolución del número de viajeros MICE, que en 2025 alcanza los 10,67 millones, lo que supone un incremento del 1,2% respecto a 2024 (10,54 millones) y consolida la senda de crecimiento que sucede a la recuperación iniciada tras la fuerte contracción de 2020, cuando el volumen descendió a 3,07 millones frente a los 10,21 millones de 2019. Para 2026 y 2027 se prevé la continuidad de este avance, con estimaciones de 10,81 millones de viajeros en 2026 (+1,4% vs. 2025) y 10,92 millones en 2027 (+1,0% vs. 2026).

En conjunto, el periodo 2025–2027 configura una fase de estabilidad de la demanda MICE en España, en torno a los 11 millones de viajeros anuales, con incrementos ligeros pero sostenidos, en un contexto en el que la propia capacidad de la infraestructura introduce también límites naturales al crecimiento futuro, propio de un mercado plenamente recuperado.



Actualización del modelo de impacto económico del informe "Demanda en la Industria de Reuniones Nacional e Internacional Post Pandemia del SCB (2022)".

3.3 Volumetría por mercados origen

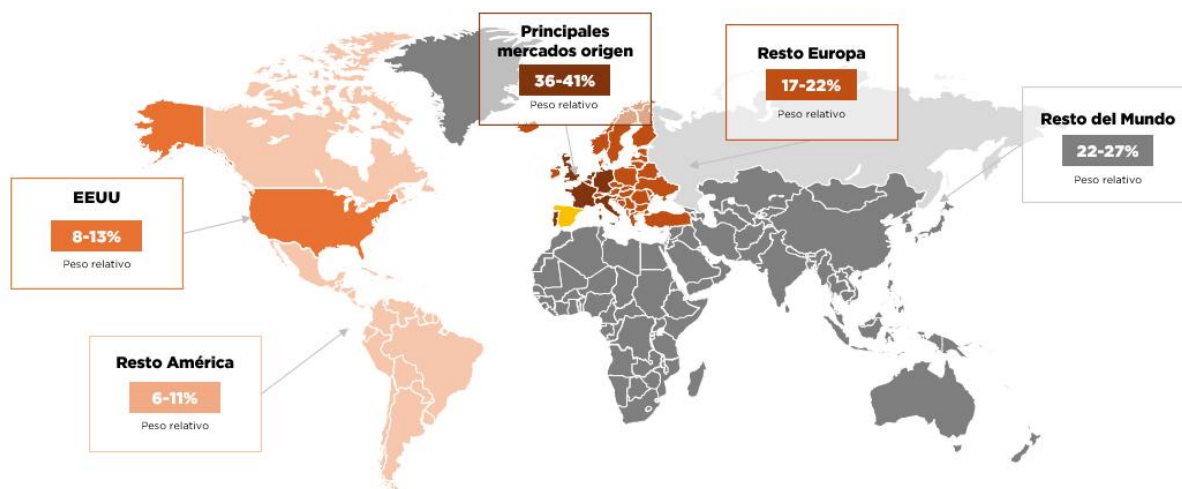
Los principales mercados emisores de turismo de reuniones hacia España — Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, Benelux y Portugal— mantienen en 2025 su posición dominante, representando de forma estable entre el 36%-41% de la cuota total de mercado, en línea con 2024. Los cambios más relevantes se observan en mercados complementarios: el “Resto de Europa” reduce ligeramente su participación, pasando del 19%-24% en 2024 al 17%-22% en 2025, en un contexto marcado por una mayor sensibilidad al precio en algunos de estos mercados y una creciente competencia entre destinos europeos. Por su parte, Estados Unidos y el “Resto del mundo” ganan peso, situándose en torno al 8%-13% y al 22%-27% respectivamente (frente al 7%-12% y 21%-26% del año anterior).

El “Resto de América” se mantiene estable, con una cuota de entre el 6% y el 11%. En conjunto, la fotografía de 2025 muestra la continuidad del liderazgo de los mercados europeos tradicionales, acompañada de un ligero reequilibrio hacia orígenes extracomunitarios, especialmente Estados Unidos y otros mercados de larga distancia.

COMPARATIVA 2024-2025

	Peso de los mercados origen en España por motivo de reuniones internacionales 2024	Peso de los mercados origen en España por motivo de reuniones internacionales 2025	Comparativa 2024-2025
Principales mercados origen	36%-41%	36%-41%	=
Resto de Europa	19%-24%	17-22%	↓
EE. UU.	7%-12%	8-13%	↑
Resto América	6%-11%	6-11%	=
Resto del mundo	21%-26%	22-27%	↑

  Ligero aumento/descenso del peso relativo respecto al año anterior



Fuente: Estimaciones BRAINTRUST a partir de EGATUR (INE). (*) Rusia no presenta cifras de viajeros MICE desde el inicio de la invasión de Ucrania.

En 2025, Alemania se mantiene como el principal mercado de origen en términos de gasto en reuniones en España y conserva la mayor aportación individual al negocio MICE internacional. Tras el avance registrado en 2024, es el único de los grandes mercados que muestra un ligero retroceso frente a 2024, lo que reduce de forma moderada la distancia respecto al resto de emisores europeos. Esta corrección puede vincularse a factores de madurez del mercado, a un contexto macroeconómico más contenido y a cierta redistribución geográfica de las reuniones hacia otros destinos europeos, tras un primer ciclo de recuperación más intenso. Reino Unido y Francia conforman el siguiente bloque por relevancia y pasan de una situación de crecimiento (Francia) o estabilidad (Reino Unido) en 2024 a registrar incrementos claros en 2025, reforzando su peso relativo en el mix de mercados.

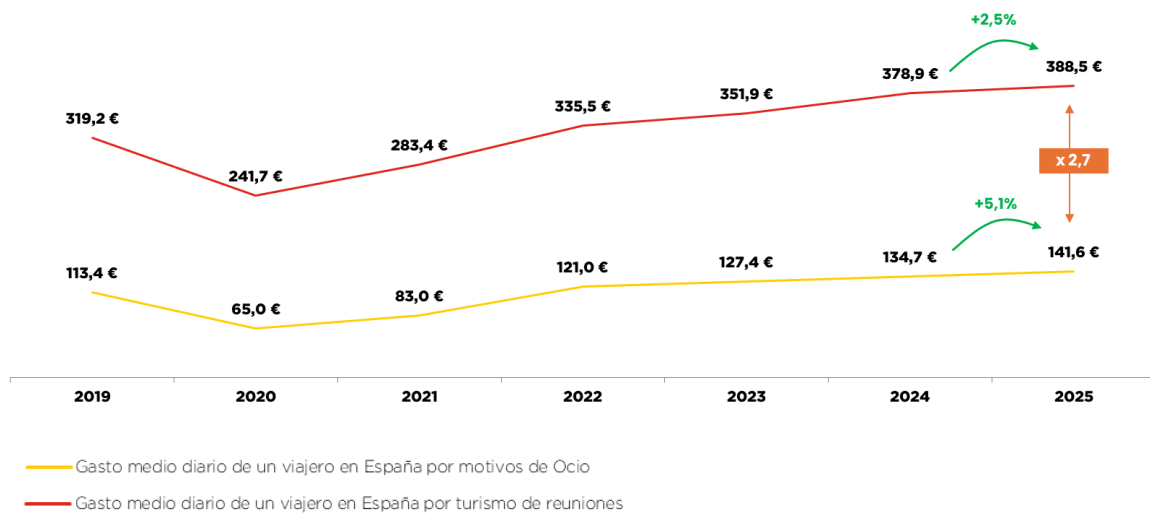
En el caso británico, esta activación parece asociada a una normalización progresiva tras años de cierta inestabilidad e incertidumbre, en parte vinculada al impacto del Brexit y la pandemia, que han ralentizado la recuperación del sector hasta 2023, así como al reimpulso de reuniones

internacionales de corporaciones con fuerte presencia en España. Italia y el conjunto de Benelux encadenan dos ejercicios consecutivos de crecimiento (2024 y 2025), apoyados en una demanda empresarial sólida, buena conectividad y la percepción consolidada de España como destino competitivo para reuniones, consolidándose como mercados de peso medio en la estructura internacional. Portugal, que permanecía estable en 2024, muestra también una evolución positiva en 2025, coherente con su tamaño y con un margen de crecimiento más acotado, pero contribuyendo de manera consistente y recurrente al flujo de reuniones hacia España.

	ALEMANIA	REINO UNIDO	FRANCIA	ITALIA	BENELUX	PORTUGAL
Volumen de gasto de los mercados origen en España por reuniones 2025 	550-600 millones de €	475-525 millones de €	475-525 millones de €	400-450 millones de €	400-450 millones de €	170-220 millones de €
Peso de los mercados origen en España por motivo de reuniones internacionales 	7-9%	6-8%	6-8%	5-7%	5-7%	2-4%
Variación vs 2024 de gasto de los mercados origen en España por motivo de reuniones 						

3.4 Gasto medio diario

En cuanto al gasto medio diario de los viajeros de reuniones en España, la evolución es claramente positiva: en 2025 se situó en 388,5 euros por viajero, un 2,5% más que en 2024 (378,9 euros) y un 21,7% por encima del gasto registrado en 2019 (319,2 euros). Estas cifras corresponden a valores nominales e incorporan, por tanto, el efecto de la inflación.

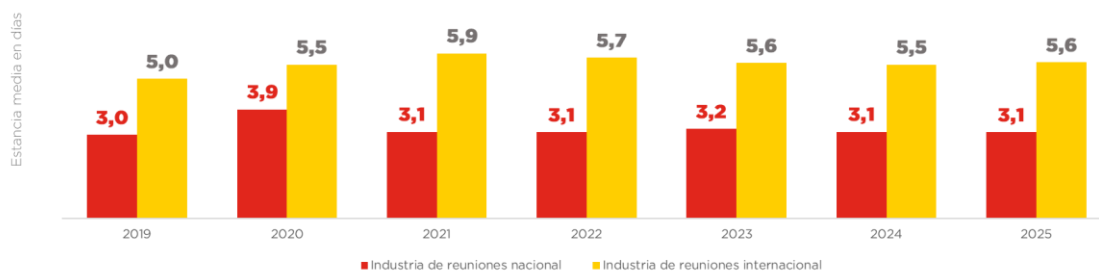


Fuente: Estimaciones BRAINTRUST a partir de datos INE

La evolución de la serie confirma que el gasto medio de los viajeros de reuniones sigue siendo muy superior al de los turistas vacacionales: en 2025, un viajero de reuniones gastó de media 2,7 veces más al día que un viajero de ocio, lo que en la práctica supone un diferencial cercano a las tres veces. Esta brecha se explica, en gran medida, por la mayor sofisticación y calidad de los servicios asociados al segmento MICE y por la creciente especialización de los destinos en ofrecer experiencias de alto valor añadido, exclusivas y personalizadas, adaptadas a las necesidades de los viajeros de negocios y eventos.

3.5 Estancia media

La estancia media de los viajeros de reuniones en España se mantiene estable en 2025: los viajeros nacionales registran una estancia media de 3,1 días (frente a 3,2 días en 2023 y 3,1 en 2024), mientras que los viajeros internacionales presentan una estancia media de 5,6 días (5,6 en 2023 y 5,5 en 2024). Estos valores confirman la progresiva estabilización post-pandemia, con niveles de estancia ya consolidados y sin grandes oscilaciones en la duración de los viajes de reuniones.



Fuente: Estimaciones BRAINTRUST a partir de datos INE



PERSPECTIVAS DEL SECTOR

4. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

4.1 Tendencias

La evolución reciente de la industria MICE pone de manifiesto que el crecimiento del sector no responde únicamente a una recuperación coyuntural tras la pandemia, sino a la consolidación de una serie de tendencias estructurales que están transformando de forma profunda el modelo de eventos, la propuesta de valor de los destinos y el papel de los distintos actores del ecosistema. Estas tendencias configuran un nuevo escenario para el periodo 2026–2027, caracterizado por una mayor exigencia en términos de propósito, impacto, profesionalización y capacidad estratégica.

A continuación, se desarrollan las principales tendencias identificadas, en coherencia con los resultados del análisis cuantitativo, la visión aportada por los expertos del sector y las prácticas observadas tanto a nivel nacional como internacional. En su conjunto, estas tendencias dibujan un modelo MICE más selectivo, especializado y orientado a la generación de valor a largo plazo.

1. AUGES DEL SLOW MICE, EL BIENESTAR Y LA EXPERIENCIA HUMANA

El sector avanza hacia un modelo que prioriza menos cantidad y más propósito. El denominado *slow MICE* se consolida como una respuesta directa a la saturación de agendas, al cansancio digital acumulado en los últimos años y a las nuevas expectativas de los asistentes, que demandan experiencias más humanas, significativas y memorables.

Este enfoque se traduce en eventos de menor tamaño, con mayor atención a la calidad de las interacciones, al diseño de experiencias centradas en las personas y a la creación de entornos que favorezcan la conexión interpersonal. Elementos como el contacto con la naturaleza, la alimentación saludable, el bienestar físico y emocional, los ritmos más pausados o los formatos experienciales adquieren un peso creciente en el diseño de los eventos.

Más allá de una tendencia estética o puntual, el *slow MICE* refuerza el valor estratégico del encuentro presencial como espacio de relación, reflexión y generación de vínculos duraderos, aportando una respuesta clara a la necesidad de diferenciar el MICE frente a otros formatos digitales o híbridos.

2. EL RETO DEL TALENTO COMO FACTOR CRÍTICO DE COMPETITIVIDAD

La disponibilidad, cualificación y gestión del talento se perfilan como uno de los principales desafíos estructurales del sector MICE de cara a 2026–2027. La escasez de perfiles con competencias especializadas en planificación de eventos, tecnología, sostenibilidad, análisis de datos y diseño de experiencias, así como para la propia operativa, limita la capacidad de crecimiento, innovación y diferenciación del sector.

A esta situación se suma la creciente competencia con otros sectores por el talento digital y especializado, así como las expectativas laborales cambiantes de las nuevas generaciones, que demandan entornos de trabajo más flexibles, con propósito, oportunidades claras de desarrollo profesional y mejores condiciones de conciliación.

En este contexto, la formación continua, el desarrollo de itinerarios profesionales específicos del MICE, la atracción y retención de talento joven y la colaboración público-privada se convierten en palancas estratégicas. Los Convention Bureau y las entidades del ecosistema MICE adquieren un papel clave como agentes de capacitación, profesionalización y articulación del talento necesario para sostener la competitividad del sector.

3. EL LEGADO COMO EJE ESTRATÉGICO DEL NUEVO MICE

El legado se consolida como una de las grandes tendencias estructurales del sector, ampliando el enfoque tradicional de la sostenibilidad ambiental hacia una visión más integral del impacto de los eventos. El nuevo MICE incorpora de forma creciente objetivos de legado social, cultural, económico y de conocimiento, concebidos desde la fase de diseño del evento y alineados con las prioridades estratégicas del destino anfitrión.

Esta evolución implica diseñar eventos que generen beneficios duraderos para las comunidades locales, refuercen los ecosistemas económicos y de conocimiento del territorio y fomenten la colaboración entre administraciones públicas, sector privado, tejido social y ámbito académico.

La medición y comunicación del legado, mediante indicadores específicos y sistemas de evaluación adaptados, emerge como una nueva frontera de competitividad y diferenciación. Los destinos capaces de demostrar impactos tangibles más allá del evento en sí contarán con una ventaja estratégica creciente en la captación de reuniones y congresos internacionales.

4. ESPECIALIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO POR VERTICALES DE CONOCIMIENTO

La especialización por verticales de conocimiento se configura como una palanca clave de posicionamiento internacional para los destinos MICE. En un contexto de mayor competencia global, los destinos tienden a competir no solo por volumen de eventos, sino por su afinidad sectorial y su capacidad para generar y atraer conocimiento, innovación e inversión.

Sectores como las ciencias de la vida, la tecnología, la sostenibilidad, la energía, la agroindustria o las industrias creativas impulsan la necesidad de desarrollar productos MICE alineados con estos ecosistemas estratégicos. Esta orientación permite a los destinos construir propuestas más coherentes, diferenciadas y alineadas con sus fortalezas productivas.

La especialización refuerza además el papel del MICE como herramienta de atracción de talento e inversión, contribuyendo a consolidar a España como hub internacional en segmentos estratégicos donde puede combinar infraestructuras, capacidades profesionales y ecosistemas económicos y de conocimiento consolidados.

5. NUEVO ROL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL ECOSISTEMA MICE

La inteligencia artificial está dejando de ser una tecnología emergente para convertirse en un factor estratégico transversal en el sector MICE. Su aplicación se extiende a lo largo de toda la cadena de valor, desde la planificación y operación de eventos hasta la personalización de la experiencia del asistente y la mejora de la competitividad de los destinos.

Las soluciones basadas en IA permiten optimizar procesos logísticos, automatizar tareas operativas, mejorar el *networking* entre participantes, anticipar comportamientos mediante análisis predictivo y ofrecer experiencias personalizadas en tiempo real.

Al mismo tiempo, la incorporación de la inteligencia artificial plantea retos relevantes en términos de gobernanza del dato, ética, privacidad y capacitación de los equipos. Abordar estos desafíos de forma coordinada será clave para maximizar el potencial de la IA como palanca de valor para el sector.

6. USO ESTRATÉGICO DEL DATO

El uso del dato evoluciona hacia modelos más estructurales, continuos y comparables, superando las mediciones puntuales para avanzar hacia sistemas permanentes de inteligencia aplicada al MICE. Esta evolución permite disponer de una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y la evaluación real del impacto de los eventos.

La normalización de indicadores comunes para medir impacto económico, sostenibilidad y legado facilitará la comparación entre destinos, la rendición de cuentas y la comunicación de resultados a los distintos grupos de interés.

En los próximos años, el dato se consolidará como una herramienta clave para la captación de eventos, el diseño de propuestas de valor más ajustadas, la optimización de recursos y el reporte a *stakeholders*. Este enfoque refuerza la profesionalización del sector y su capacidad para demostrar, con evidencias, el valor real del MICE para los destinos y la sociedad.

LECTURA TRANSVERSAL:

Las tendencias analizadas evidencian que la industria MICE se encuentra en un proceso de transformación estructural que va más allá de la recuperación de la actividad y del crecimiento en volumen. El modelo que se perfila para los próximos años es más selectivo, estratégico y orientado a la generación de valor a largo plazo para los destinos y sus comunidades.

El auge del *slow MICE*, la centralidad del bienestar y la experiencia humana, el reto del talento, la consolidación del legado como eje estratégico, la especialización por verticales de conocimiento y la incorporación de la inteligencia artificial y el dato como palancas clave configuran un ecosistema MICE más exigente, pero también con mayores oportunidades de diferenciación.

En este contexto, la competitividad de los destinos dependerá cada vez más de su capacidad para integrar estas tendencias de forma coherente y coordinada, alineándolas con su identidad, sus prioridades estratégicas y su ecosistema económico y social. Los Convention Bureau desempeñan un papel fundamental como agentes tractores de este cambio, articulando alianzas, impulsando la profesionalización y acompañando a los organizadores en la transición hacia un modelo MICE más sostenible, innovador y con impacto positivo.

Este marco de tendencias sienta las bases para el análisis de la visión experta del sector que se desarrolla en el siguiente bloque del informe, permitiendo contrastar estas dinámicas estructurales con la experiencia y las expectativas de los principales actores del ecosistema MICE.

4.2 Expertos

El presente bloque recoge y desarrolla de manera extendida los principales *insights* obtenidos a partir de las entrevistas realizadas a expertos del sector MICE. Este análisis cualitativo tiene como objetivo aportar profundidad interpretativa a los datos y tendencias identificadas en los bloques anteriores del informe, incorporando una lectura experta basada en la experiencia directa y el conocimiento estratégico de los distintos agentes que conforman el ecosistema MICE: Convention Bureau, administraciones públicas, asociaciones sectoriales y empresas privadas.

Las entrevistas reflejan un elevado grado de alineación en los diagnósticos, así como una visión compartida de que la industria se encuentra en un momento de transición. El sector avanza hacia un modelo más maduro, en el que el crecimiento cuantitativo pierde peso frente a una lógica centrada en la calidad, la sostenibilidad, el impacto positivo y la aportación real al territorio. Esta mirada experta permite comprender no solo el *qué* está ocurriendo en el sector, sino también el *cómo* y el *porqué* de los cambios en curso.

Estructura de las entrevistas:

- 1** EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA Y CONTEXTO ACTUAL
- 2** RETOS, OPORTUNIDADES Y POSICIONAMIENTO
- 3** SOSTENIBILIDAD, IMPACTO Y LEGADO
- 4** EL PAPEL DE LOS DATOS Y LA MEDICIÓN
- 5** UNA MIRADA HACIA EL FUTURO

- **EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA Y CONTEXTO ACTUAL:**

Existe un consenso claro entre los expertos entrevistados en que el sector MICE atraviesa una fase de crecimiento sostenido tras la pandemia, con niveles de actividad que, en muchos destinos, ya superan los registros prepandemia. Esta recuperación ha sido especialmente intensa en los últimos años, impulsada por la reactivación de la demanda internacional, la necesidad acumulada de encuentro presencial tras el periodo de restricciones y el reposicionamiento de los eventos como espacios clave para el intercambio de conocimiento, la generación de negocio y el fortalecimiento de relaciones profesionales.

Los expertos destacan que esta recuperación no ha sido únicamente cuantitativa, sino también cualitativa, con una mayor exigencia por parte de organizadores y asistentes en términos de contenido, experiencia, profesionalización y coherencia con los valores del destino. El evento presencial recupera su centralidad, pero lo hace bajo nuevas expectativas y criterios más exigentes.

No obstante, existe un amplio consenso en que esta etapa de crecimiento acelerado comienza a dar paso a un escenario de mayor estabilización. El sector empieza a abandonar progresivamente una lógica de expansión rápida para entrar en una fase más madura, en la que el reto principal no es tanto crecer en volumen como consolidar un crecimiento ordenado, eficiente y alineado con la capacidad real de los destinos, sus infraestructuras y sus comunidades locales.

Esta estabilización se interpreta, además, como una oportunidad estratégica para el sector. Permite consolidar aprendizajes derivados del periodo postpandemia, optimizar procesos operativos, profesionalizar estructuras, mejorar la coordinación entre actores y redefinir prioridades desde una

perspectiva de medio y largo plazo. En este contexto, se refuerza la necesidad de reflexionar sobre el papel que debe jugar el MICE dentro de los modelos de desarrollo turístico, económico y social de los destinos.

De manera transversal, los entrevistados destacan la percepción internacional de España como un destino seguro, estable y profesional como uno de los factores clave que ha favorecido la recuperación del MICE. En un contexto geopolítico incierto y cambiante, esta imagen de fiabilidad institucional, calidad de infraestructuras y experiencia organizativa se convierte en una ventaja competitiva relevante para la captación de eventos internacionales.

- **RETOS, OPORTUNIDADES Y POSICIONAMIENTO:**

El crecimiento del sector convive con una serie de retos estructurales que condicionan su evolución futura. De forma recurrente, los expertos señalan la capacidad de carga de los destinos, la presión turística en determinados entornos urbanos y la necesidad de gestionar el desarrollo del MICE desde criterios de mayor selectividad como cuestiones críticas que requieren una atención estratégica prioritaria.

En este sentido, los destinos más maduros están avanzando hacia estrategias de posicionamiento basadas en el valor, la calidad y la segmentación, alejándose de modelos centrados exclusivamente en el volumen de eventos. Esta evolución responde tanto a limitaciones operativas y territoriales como a una voluntad consciente de alinear el MICE con modelos de desarrollo más equilibrados, sostenibles y socialmente aceptables.

Los expertos subrayan que este cambio de enfoque implica tomar decisiones estratégicas más complejas, renunciando en algunos casos a determinados eventos en favor de otros que encajan mejor con la identidad del destino, sus sectores prioritarios y sus objetivos de impacto. El posicionamiento deja de

ser un ejercicio exclusivamente comercial para convertirse en una herramienta de gestión del desarrollo.

A nivel internacional, los expertos identifican una creciente presión competitiva, especialmente por parte de destinos que utilizan incentivos económicos y apoyo financiero directo como principal herramienta de captación. Frente a este escenario, España compite en ocasiones en desventaja desde el punto de vista financiero, lo que refuerza la necesidad de construir una propuesta de valor diferencial basada en otros atributos no replicables.

En este contexto, se subraya la importancia de reforzar la diferenciación del MICE español a través del impacto positivo, la seguridad, la profesionalidad del ecosistema, la calidad de la experiencia, la capacidad organizativa y la coherencia estratégica de los destinos. El posicionamiento futuro pasa, según los expertos, por asumir límites, priorizar oportunidades y apostar de forma consciente por eventos que aporten valor real y duradero al territorio.

- **SOSTENIBILIDAD, IMPACTO Y LEGADO:**

La sostenibilidad no se percibe todavía como una demanda homogénea por parte de todo el mercado, pero sí como una obligación cada vez más inminente, impulsada por la regulación, los requisitos de *reporting* y las exigencias de determinados organizadores, instituciones y sectores económicos. Este contexto está acelerando la incorporación progresiva de criterios de sostenibilidad en el diseño y la gestión de los eventos.

En este ámbito, los Convention Bureau están desempeñando un papel claramente proactivo. Los expertos destacan su labor como agentes de acompañamiento, facilitación y pedagogía, impulsando la incorporación de criterios de sostenibilidad y acciones de impacto tanto por convicción como

por anticipación a futuras exigencias normativas y de mercado. Este rol proactivo sitúa a los Convention Bureau como piezas clave para acelerar el cambio de modelo en el sector MICE.

No obstante, las entrevistas también ponen de manifiesto que muchas de las iniciativas actuales se sitúan todavía en el ámbito del impacto positivo puntual, más que en la generación de legados estructurales. El paso del impacto al legado se identifica como uno de los grandes retos pendientes del sector, especialmente en lo relativo a la continuidad de las acciones y su integración real en el territorio.

Existe un amplio consenso en que el legado real exige planificación previa, definición de objetivos claros, sistemas de medición adecuados y continuidad en el tiempo. Avanzar hacia este enfoque implica integrar el legado desde las fases iniciales del diseño del evento, establecer alianzas estables con actores locales y asegurar que los beneficios generados se mantengan más allá de la celebración puntual del congreso.

- **EL PAPEL DE LOS DATOS Y DE LA MEDICIÓN:**

Los expertos coinciden en señalar el avance hacia sistemas de datos más homogéneos, comparables y trazables como una palanca estratégica clave para el fortalecimiento del sector MICE. La medición se consolida como un elemento habilitador que permite mejorar la toma de decisiones, la planificación estratégica y la rendición de cuentas ante los distintos *stakeholders*.

La concienciación y el compromiso progresivo de todos los actores de la cadena de valor se consideran factores determinantes para avanzar hacia un uso más efectivo del dato. En este sentido, los entrevistados destacan la

importancia de compartir metodologías, coordinar iniciativas y evitar la fragmentación de la información.

Asimismo, la mejora de los procesos de recogida de datos y la profesionalización de los sistemas de análisis permitirán incrementar de forma significativa la calidad y utilidad de los estudios sectoriales. El desarrollo de sistemas de medición más sólidos se vincula directamente con la capacidad del sector para avanzar en sostenibilidad, legado, segmentación de mercados y una gestión más estratégica del turismo de reuniones.

- **UNA MIRADA HACIA EL FUTURO:**

La visión experta coincide en que el futuro del sector MICE pasa por consolidar modelos más selectivos, sostenibles y orientados al impacto positivo y al legado. Este cambio de paradigma implica una mayor reflexión estratégica sobre el tipo de eventos que se desean atraer y el papel que estos deben desempeñar en el desarrollo de los destinos.

El talento emerge de forma transversal como un reto estructural a medio plazo. Los expertos señalan dificultades tanto en la operativa diaria de los eventos como en la disponibilidad de perfiles especializados vinculados a la digitalización, la sostenibilidad, la gestión de proyectos complejos y el análisis de datos. La formación continua y la atracción de nuevo talento se identifican como elementos críticos para la competitividad futura del sector.

En este escenario, la evolución del rol de los Convention Bureau adquiere una relevancia estratégica creciente. Los expertos apuntan hacia funciones cada vez más vinculadas a la inteligencia de destino, la coordinación público-

privada, la pedagogía sectorial y el liderazgo del cambio, más allá de la captación de eventos.

Por último, la digitalización, el uso avanzado del dato y la incorporación progresiva de la inteligencia artificial se identifican como palancas clave para ganar eficiencia, capacidad estratégica y competitividad. Estas herramientas refuerzan el papel del MICE como un instrumento de desarrollo económico, generación de conocimiento y posicionamiento internacional de los destinos.

CONCLUSIONES DE LAS ENTREVISTAS:

Las entrevistas con expertos confirman que el sector MICE se encuentra en un momento de madurez y redefinición estratégica, en el que el crecimiento por sí solo deja de ser el principal indicador de éxito. El énfasis se desplaza hacia modelos más equilibrados, capaces de generar valor sostenido para los destinos, las comunidades locales y el conjunto del ecosistema profesional.

De forma clara, la visión experta apunta a la necesidad de avanzar hacia un MICE más selectivo, alineado con la identidad y las prioridades estratégicas de cada destino, y gestionado desde criterios de calidad, coherencia y capacidad real. Este enfoque implica asumir límites, priorizar oportunidades y tomar decisiones estratégicas más exigentes, pero también más consistentes a largo plazo.

La sostenibilidad, el impacto y el legado emergen como ejes estructurales del nuevo modelo MICE, dejando atrás enfoques puntuales o aspiracionales. Los expertos coinciden en que el verdadero salto cualitativo del sector pasa por integrar estos conceptos desde la fase de diseño de los eventos, dotarlos de objetivos claros, mecanismos de medición y continuidad en el tiempo.

Asimismo, el uso estratégico del dato y la consolidación de sistemas de medición homogéneos se identifican como condiciones habilitadoras para avanzar en profesionalización, rendición de cuentas y toma de decisiones informadas. La medición no solo permite evaluar resultados, sino que se convierte en una herramienta clave para orientar la estrategia y reforzar la legitimidad del MICE como actividad generadora de valor.

Por último, la evolución del rol de los Convention Bureau se perfila como un factor determinante para liderar esta transformación. Su papel como agentes de inteligencia de destino, facilitadores de alianzas, impulsores de conocimiento y acompañantes del cambio resulta clave para consolidar un sector MICE más resiliente, competitivo y alineado con los retos económicos, sociales y territoriales del futuro.



**BUENAS PRÁCTICAS EN
SOSTENIBILIDAD Y LEGADO.**

5. BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD Y LEGADO

El presente apartado recoge una selección de buenas prácticas desarrolladas por Convention Bureau, con el objetivo de ilustrar cómo los principios de sostenibilidad, impacto positivo y legado se están trasladando a iniciativas concretas dentro de la industria MICE.

Estas buenas prácticas no se presentan como modelos cerrados ni soluciones universales, sino como experiencias reales, contextualizadas y replicables, que reflejan distintas formas de abordar los retos actuales del sector desde una lógica estratégica, operativa y alineada con el territorio. Su valor reside tanto en los resultados alcanzados como en los procesos, aprendizajes y enfoques adoptados por cada destino.

Asimismo, este bloque pone de relieve la diversidad de aproximaciones existentes dentro del ecosistema MICE, mostrando cómo destinos con realidades y posicionamientos distintos están avanzando hacia objetivos comunes: reforzar la aportación de valor del turismo de reuniones, mejorar su aceptación social y consolidar su contribución al desarrollo económico, social y cultural de los territorios.

Las buenas prácticas que se presentan a continuación deben entenderse, por tanto, como referencias inspiradoras, susceptibles de ser adaptadas a otros contextos y escalas, y como un punto de partida para seguir impulsando la profesionalización, la innovación y la generación de legado dentro de la industria MICE en España.

GUÍA DE COMPROMISOS Y BUENAS PRÁCTICAS: UNA HERRAMIENTA ESTRUCTURAL PARA INTEGRAR IMPACTO SOCIAL EN EL MICE.



La buena práctica impulsada por el Gran Canaria Convention Bureau (GCCB) se articula en torno a la creación y desarrollo de una **Guía de Compromisos y Buenas Prácticas**, concebida como una herramienta práctica para facilitar la integración de acciones sociales y de legado en congresos y eventos MICE celebrados en la isla.

Esta práctica nace en el contexto del **Proyecto Experiencias Turismo de la FEMP en colaboración con la SETUR, en el que el Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria y el Gran Canaria CB participaron como destino piloto.**

Tal y como se recoge en la entrevista realizada a Sergio Macanti, Técnico del Gran Canaria Convention Bureau, esta iniciativa no surge como una acción puntual, sino como resultado de un proceso previo de reflexión estratégica. En concreto, la participación de Las Palmas de Gran Canaria como destino piloto en el Proyecto Experiencias de Turismo de la FEMP y el posterior **autodiagnóstico realizado en el marco del Plan de Sostenibilidad y Legado MICE del SCB** permiten identificar una necesidad clara: formalizar y sistematizar la conexión entre el sector MICE y el tejido social local, de manera estructurada, accesible y alineada con las capacidades reales del destino.

Contexto y origen de la iniciativa:

Gran Canaria es un destino turístico maduro, con una fuerte especialización en turismo vacacional y una creciente voluntad de reforzar un modelo MICE más selectivo y alineado con el territorio, donde el desarrollo del turismo de reuniones se concibe como una oportunidad para diversificar la actividad turística, desestacionalizar la demanda y atraer perfiles de visitante de mayor valor añadido.

En este contexto, el GCCB detecta la oportunidad de utilizar el turismo de reuniones como una palanca para generar **impacto social positivo y legado duradero**, más allá del impacto económico directo.

La Guía de Compromisos y Buenas Prácticas nace así con el objetivo de facilitar a los organizadores de eventos un marco claro y operativo para incorporar acciones sociales en sus congresos, adaptadas a la naturaleza de cada evento y conectadas con entidades del tercer sector de la isla.

Según se expone en la entrevista, el GCCB identifica desde hace años la necesidad de avanzar hacia un modelo MICE más selectivo, alineado con la capacidad real del destino y con sus prioridades estratégicas. Este planteamiento implica renunciar conscientemente a determinadas oportunidades de volumen para apostar por eventos que aporten valor real al territorio.

Objetivo de la buena práctica:

El objetivo principal de la iniciativa es **facilitar que los congresos y eventos MICE celebrados en Gran Canaria generen un impacto social positivo y un legado duradero**, mediante la conexión estructurada entre organizadores de eventos y entidades sociales locales.

La buena práctica busca, además, normalizar la integración del impacto social como parte del diseño de los eventos, ofreciendo soluciones realistas, adaptables y alineadas con los objetivos y capacidades de cada congreso.

Descripción de la acción: la Guía de Compromisos y Buenas Prácticas

La acción se concreta en la creación de una **Guía de Entidades Sociales para Eventos Sostenibles**, concebida como una **herramienta digital, abierta y evolutiva**, alojada en la web del Gran Canaria Convention Bureau.



La guía ofrece:

- Un **marco introductorio** sobre sostenibilidad y buenas prácticas en eventos.
- Un **directorio de entidades sociales del tercer sector** (asociaciones, fundaciones y ONG), con información de contacto.
- Propuestas de **actividades tipo “llave en mano”**, diseñadas para ser fácilmente integrables en los programas sociales de los congresos y adaptables a distintas tipologías de eventos.

La buena práctica de Gran Canaria se apoya de manera significativa en la construcción de alianzas estables con el ecosistema local. El GCCB actúa como conector entre organizadores de eventos y actores del territorio, incluyendo administraciones públicas, universidades, centros de investigación, empresas, asociaciones y entidades sociales.

Esta lógica de gobernanza colaborativa permite diseñar iniciativas de legado que trascienden el propio evento y se integran en dinámicas ya existentes en el territorio. El Convention Bureau desempeña así un rol de mediador y facilitador, asegurando la coherencia entre las expectativas del organizador y las capacidades y necesidades reales del destino.

Agentes implicados y gobernanza:

La buena práctica se apoya en un modelo de gobernanza colaborativa, en el que el Gran Canaria Convention Bureau ejerce un **rol de conexión y facilitación**, sin imponer obligaciones a los organizadores.

Los principales agentes implicados son:

- **Gran Canaria Convention Bureau**, como impulsor de la iniciativa y facilitador del contacto entre eventos y entidades sociales.
- **Consejería de Asuntos Sociales del Cabildo de Gran Canaria**, como socio institucional clave.
- **Entidades sociales del tercer sector**, participantes activas en el diseño y ejecución de las acciones.
- **Comités organizadores de congresos y secretarías técnicas.**
- **OPCs y empresas asociadas del sector MICE.**

Este enfoque flexible permite que cada evento adapte las colaboraciones a su naturaleza, objetivos y recursos disponibles.

Factores de éxito de la iniciativa

Entre los principales factores que explican el buen funcionamiento de la práctica destacan:

- La **colaboración institucional** con el área de Asuntos Sociales.
- La **buena acogida por parte de las entidades sociales**, que encuentran en el MICE una vía de visibilidad y colaboración.
- El **enfoque facilitador y no impositivo** del Convention Bureau.
- La **alineación con las prioridades del Plan de Sostenibilidad y Legado MICE del SCB**.

Otro de los aspectos destacados de la experiencia de Gran Canaria es la importancia otorgada a la medición y al aprendizaje continuo. El GCCB es consciente de que la consolidación del legado como eje estratégico requiere avanzar en sistemas de evaluación que permitan identificar resultados, aprendizajes y áreas de mejora.

Aunque se reconoce que la medición del legado sigue siendo uno de los grandes retos del sector, la práctica de Gran Canaria muestra una voluntad clara de avanzar hacia modelos más estructurados, que faciliten tanto la rendición de cuentas como la comunicación del valor generado por el MICE.

Retos, aprendizajes y legado:

La experiencia pone de manifiesto que se trata de un proceso evolutivo, en el que el impacto se construye de manera progresiva en función de la respuesta de los organizadores y de la capacidad de adaptación de las entidades sociales.

Uno de los principales aprendizajes es la importancia de **mantener la flexibilidad, el aprendizaje continuo y la adaptación** de las colaboraciones a la naturaleza de cada evento, evitando modelos rígidos que dificulten la participación.



LEGADO



Desde la perspectiva del legado, la guía se concibe como una **infraestructura de legado**, diseñada para perdurar en el tiempo y crecer de forma progresiva. Su objetivo es que los eventos dejen una huella social positiva en el destino, favoreciendo la transferencia de valor hacia la ciudadanía y normalizando la integración del impacto social como parte del diseño de los congresos.

Replicabilidad:

Esta práctica **es replicable en otros destinos de la red del SCB** siempre que exista colaboración institucional, un Convention Bureau con capacidad de liderazgo y un enfoque de facilitación que permita adaptar la herramienta al ecosistema social local. En este sentido, los destinos cuentan además con el **Plan de Sostenibilidad y Legado MICE**, marco del que surge este caso de éxito y que puede servir como referencia para impulsar y replicar iniciativas de este tipo.

Conclusión:

La buena práctica del **Gran Canaria Convention Bureau** demuestra cómo el turismo de reuniones puede convertirse en un instrumento eficaz para articular impacto social y legado cuando se apoya en herramientas estructuradas, alianzas sólidas y un enfoque facilitador. La Guía de Compromisos y Buenas Prácticas se consolida así como un ejemplo inspirador de cómo integrar el tejido social local en el diseño de eventos MICE de forma realista, progresiva y alineada con las prioridades del destino.

PLUS · PLATAFORMA DE ACOMPAÑAMIENTO PARA INTEGRAR SOSTENIBILIDAD Y LEGADO EN LOS EVENTOS.



La buena práctica del Madrid Convention Bureau se articula en torno a **PLUS (Platform for Legacy with Us)**, una herramienta estratégica diseñada para acompañar a organizadores y asociaciones en la integración real, práctica y medible de la sostenibilidad y el legado en los eventos MICE celebrados en la ciudad.

Tal y como nos indica Jorge Treceño, Legacy Manager del Madrid Convention Bureau, PLUS surge como respuesta a la necesidad de superar enfoques fragmentados o puntuales y avanzar hacia un modelo estructurado, coherente y alineado con la estrategia de ciudad.

PLUS no es un sello ni un sistema de certificación, sino una **plataforma de acompañamiento** que permite trasladar los principios de sostenibilidad, impacto positivo y legado al diseño, la toma de decisiones y la operativa de los congresos, adaptándose a la tipología, escala y objetivos de cada evento.

Contexto y origen de la iniciativa:

Desde el Madrid Convention Bureau se identifica que muchos organizadores comparten la voluntad de incorporar sostenibilidad y legado en sus eventos, pero carecen de un marco claro que les ayude a aterrizar estos conceptos en acciones concretas, realistas y alineadas con el destino. En este contexto nace PLUS, como una herramienta impulsada desde el propio destino para facilitar ese proceso y generar impacto positivo real.

El enfoque de PLUS conecta directamente con la evolución del rol del Convention Bureau en Madrid: pasar de un papel centrado en la promoción y captación a un rol más estratégico, orientado al acompañamiento, la coherencia con la ciudad y la generación de valor a largo plazo.

Objetivo de PLUS:

El objetivo principal de PLUS es **facilitar a organizadores y asociaciones la integración práctica y medible de la sostenibilidad, el impacto positivo y el legado** en congresos y eventos MICE celebrados en Madrid. Para ello, la plataforma ofrece un marco metodológico común, recursos específicos y conexión directa con actores locales, permitiendo:

- Identificar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) más relevantes para cada evento.
- Traducir esos ODS en medidas concretas, accionables y adaptadas a la realidad del congreso.
- Orientar la toma de decisiones en sostenibilidad ambiental, social y organizativa.
- Conectar a los organizadores con el ecosistema local del destino.

Funcionamiento e implementación:

PLUS se activa desde las primeras fases de diseño del congreso y acompaña al organizador a lo largo de todo el proceso. La herramienta permite priorizar objetivos, seleccionar medidas realistas y ejecutar acciones ajustadas a la escala, duración y tipología del evento.

Uno de los aspectos más relevantes de PLUS es su **carácter replicable**: los organizadores pueden reutilizar el modelo en futuras ediciones de sus

congresos, incluso cuando estos roten a otros destinos, lo que refuerza el valor de la herramienta más allá de un evento puntual.

Este acompañamiento contribuye a que la sostenibilidad y el legado no se aborden como un añadido final, sino como un eje integrado en el diseño y desarrollo del evento.

Agentes implicados y gobernanza:

La gobernanza de PLUS se apoya en una lógica de colaboración público-privada, en la que intervienen distintos actores del ecosistema MICE y de la ciudad:

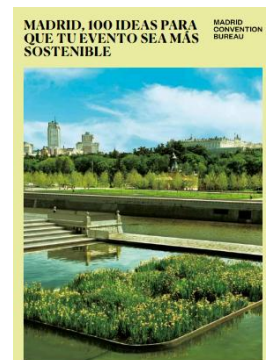
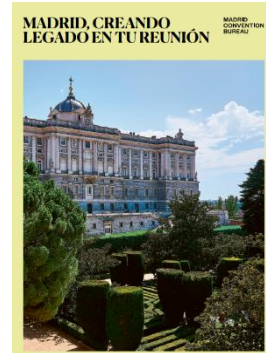
- **Madrid Convention Bureau**, como impulsor de la iniciativa, gestor de la plataforma y acompañante del proceso.
- **Asociaciones y sociedades científicas**, como organizadoras de congresos y usuarias directas de la herramienta.
- **Entidades sociales y proveedores del destino**, integrados en el directorio de entidades sociales y conectados con los eventos.
- **Otros actores locales** (universidades, instituciones, empresas), según la naturaleza y objetivos de cada congreso.

Este modelo refuerza el papel del MCB como conector del ecosistema y facilitador de impacto.

Recursos complementarios vinculados a PLUS:

PLUS se complementa con otros recursos desarrollados por el Madrid Convention Bureau, que refuerzan su aplicabilidad y coherencia:

- El documento **“Madrid, creando legado en tu reunión”**, que promueve que los eventos dejen un impacto positivo y duradero en la comunidad. Este recurso aborda el concepto de legado, las fases del ciclo de proyecto, las tipologías de acciones de impacto y recomendaciones clave desde la perspectiva del organizador y del destino.
- La guía **“100 ideas para celebrar eventos sostenibles en Madrid”**, que ofrece recomendaciones prácticas para incorporar sostenibilidad ambiental y social en todas las fases del evento: planificación, ejecución y cierre.
- El **Directorio de Entidades Sociales**, que facilita la conexión con organizaciones locales para la implementación de acciones de impacto e inclusión social.



La combinación de estos recursos con PLUS, la convierte en una herramienta operativa y accesible, especialmente valiosa para organizadores que buscan avanzar de forma estructurada en sostenibilidad y legado.

Casos de éxito asociados al uso de PLUS:

La plataforma PLUS ha sido aplicada ya en numerosos congresos celebrados en Madrid, destacando su uso por parte de asociaciones científicas y profesionales.



En el caso de la **Sociedad Española de Oncología Médica (SEOM)**, PLUS se utilizó para identificar los ODS más relevantes y definir medidas concretas de sostenibilidad. Entre las acciones destacadas se incluyó una iniciativa de sensibilización ambiental vinculada al consumo de agua, proponiendo a los asistentes reducir el tiempo de ducha mediante el uso de canciones, incorporadas a una lista musical, como referencia temporal.

Colabora: MADRID CONVENTION BUREAU PLUS MADRID CONVENTION BUREAU Apoya: Daiichi-Sankyo

1 Fin de la pobreza Empleo inclusivo	1 Fin de la pobreza Empleo e inclusión
2 Hambre cero Desperdicio y donación	<p>METAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generar oportunidades de empleo para personas en riesgo de exclusión y marginadas. • Implantar sistemas de protección social.
3 Salud y bienestar Entorno saludable	<p>MEDIDAS ADOPTADAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratación inclusiva (objetivo ≥10%). • Cumplimiento de normativa laboral. SS y PRL.
4 Educación de calidad Formación	2 Hambre cero Desperdicio y donación
5 Igualdad de género Paridad	<p>METAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poner fin al hambre y a la malnutrición.
6 Agua limpia Fuentes y menaje	<p>MEDIDAS ADOPTADAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ajuste de las cantidades de comida para evitar desperdicio. • Donación de excedente al Banco de Alimentos de Madrid.



Por su parte, la **Sociedad Española de Farmacéuticos de Atención Primaria (SEFAP)** aplicó PLUS como herramienta de planificación de la sostenibilidad

del congreso, vinculando los ODS a las acciones que la propia asociación desarrolla en ámbitos como el consumo responsable, la gestión eficiente de recursos, la transición energética o la cooperación multisectorial.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

En la línea del desarrollo de compromisos con la sostenibilidad, desde nuestro Congreso queremos contaros que participamos activamente en el consumo responsable y gestión eficiente de recursos, la transición energética y lucha contra el cambio climático, así como en la cooperación multisectorial en sostenibilidad.

Os informamos de algunas de las acciones que llevamos a cabo:



Agradecemos el apoyo brindado por el **Madrid Convention Bureau** y su equipo del departamento de Legado y Sostenibilidad en el desarrollo del Plan de Desarrollo Sostenible del 28 Congreso Nacional de la SEFAP.



Estos ejemplos muestran cómo PLUS permite adaptar el enfoque de sostenibilidad y legado a la identidad y actividad de cada organizador, reforzando la coherencia entre el evento y su propósito.

Aprendizajes y elementos replicables:

La experiencia de PLUS como buena práctica del Madrid Convention Bureau pone de relieve varios aprendizajes clave:

- La importancia de contar con herramientas de acompañamiento, más allá de discursos o recomendaciones genéricas.
- El valor de integrar sostenibilidad y legado desde el diseño del evento.
- La utilidad de conectar a los organizadores con el ecosistema local para generar impacto real.
- La necesidad de ofrecer marcos flexibles, adaptables y replicables para los organizadores.

Conclusión:

PLUS ejemplifica cómo un Convention Bureau puede evolucionar hacia un rol más estratégico, facilitando que los eventos MICE se conviertan en palancas reales de impacto positivo y legado para la ciudad. A través de esta plataforma, el Madrid Convention Bureau refuerza su posición como agente de acompañamiento, **conexión y liderazgo**, ofreciendo una buena práctica sólida y replicable para otros destinos que buscan integrar sostenibilidad y legado de forma estructural en su modelo MICE.

6. ANEXOS

ANEXO I: “Ampliación Metodología”

En lo referente al modelo de cálculo del volumen de gasto de la industria de reuniones en España en 2025, se detalla a continuación las fuentes y campos utilizados, siendo este análisis una actualización ajustada y continuista del modelo generado para un estudio análogo realizado en años precedentes.

Para el desarrollo y actualización del modelo de datos de gasto y viajes se utilizan dos fuentes principales, como se ha mencionado anteriormente. La primera es la Encuesta de Turismo Residente a nivel de microdatos, en la que los campos recurrentes que se incluyen en el modelo son año del estudio, destino España, motivo principal del viaje (con foco en los códigos 16-Asistencia a congresos, ferias y convenciones y 18-Otros motivos profesionales), pernoctaciones y gasto total. Adicionalmente, para elevar a población general se utilizan los factores poblacionales establecidos por el INE en su fichero de datos: Factor del viaje (población total) y Factor del gasto, que permiten obtener estimaciones de viaje, pernoctaciones y gasto.

La segunda fuente principal es la Encuesta Frontur-Egatur a nivel de microdatos, utilizándose del mismo modo el año, motivo del viaje, gasto total y pernoctaciones, siendo el campo Factoregatur el usado para elevar a población los resultados obtenidos. Este factor poblacional permite extrapolar los resultados obtenidos de forma representativa en la encuesta a la totalidad de la población. De este modo, los resultados derivados de cualquier pregunta del estudio corresponden al total de la población, y no únicamente a la base de encuestas realizadas.

Además de estas dos fuentes principales, el modelo se alimenta de algunos campos adicionales extraídos de los resultados del Barómetro anual

BRAINTRUST (evolución del gasto declarado, evolución de la estancia media declarada, evolución de las tarifas hoteleras y volumen de viajeros por empresa que acuden a eventos) y de indicadores de coyuntura económica (PIB, inflación, tipo de cambio y empleo generado), estos últimos más relevantes en la elaboración del *forecast* de 2026 y 2027.

Para el año 2025, el cálculo del indicador del volumen de gasto en España de la industria de reuniones se corresponde con la siguiente formulación:

$$\text{Vol. gasto} = 7,785 * \text{"Asistencia a congresos, ferias y convenciones"} + 1,274 * \text{"Otros motivos profesionales"} + 1,1159 * \text{"Gasto Total Negocios"} + 580.681,4$$

donde *Asistencia a congresos, ferias y convenciones* hace referencia al campo del mismo nombre cuyo cálculo se obtiene de los microdatos de la Encuesta de Turismo Residente del Instituto Nacional de Estadística, *Otros motivos profesionales* se obtiene de idéntica fuente al anterior y *Gasto Total Negocios* corresponde al gasto ponderado extraído de los microdatos de la Encuesta FRONTUR-EGATUR del INE.

Por último, el término independiente hace referencia a la integración en el modelo de cálculo de las variables económicas y los datos del Barómetro Braintrust.

Adicionalmente, se aportan los valores de las variables que componen la fórmula de cálculo para el año 2025, estimaciones anuales basadas en datos extraídos directamente de sus fuentes originales:

$$\text{"Asistencia a congresos, ferias y convenciones"} = 623.533.098 \text{ (fuente ETR)}$$

$$\text{"Otros motivos profesionales"} = 2.317.077.779 \text{ (fuente ETR)}$$

$$\text{"Gasto Total Negocios"} = 6.293.835.264 \text{ (fuente EGATUR)}$$

La aplicación al modelo de las cifras anteriormente descritas da como resultado el volumen de negocio total de la industria de reuniones en España para el año 2025: 14.830 millones de €.

Cabe reseñar de cada una de las componentes de la fórmula del modelo no debe tratarse como un resultado individual interpretable por sí mismo, sino como parte del algoritmo que genera la estimación del volumen de negocio final. Es esta última cifra total la única que debe ser interpretada en clave de negocio.

ANEXO II: “Metodología expertos”

Respecto al detalle metodológico de la fase correspondiente a la visión de los expertos de la industria de reuniones en España, la metodología y contenido de las entrevistas fue la siguiente:

- Las entrevistas tenían una duración aproximada de 45 minutos y se han realizado en remoto.
- La estructura de las entrevistas se organizó en los siguientes bloques de análisis:

Evolución reciente y contexto

1. Desde tu perspectiva, ¿cómo describirías la evolución de la industria MICE en España en los últimos 5 años? ¿Qué hitos o cambios destacarías especialmente?
2. Mirando al último año, ¿qué elementos te parecen más relevantes, tanto en positivo como en términos de alerta o incertidumbre?

Retos, oportunidades y posicionamiento

3. ¿Cuáles dirías que son hoy los principales retos y oportunidades de la industria MICE en España?
4. En comparación con otros mercados competidores, ¿en qué crees que España está bien posicionada y en qué aspectos debería reforzarse?
5. ¿Cuál es el papel de la innovación en el diseño y la ejecución de los eventos MICE? (digitalización, IA)

Sostenibilidad, impacto y legado

6. ¿Cómo está evolucionando el enfoque del sector hacia la sostenibilidad, el impacto positivo y el legado?
7. Desde tu punto de vista, ¿qué diferencia a las iniciativas que generan un legado tangible de aquellas que se quedan en un plano más declarativo o superficial?
8. ¿Podrías compartir algún ejemplo de buena práctica reciente en sostenibilidad o legado MICE que consideres especialmente relevante?

Datos y mirada al futuro

9. ¿Crees que el sector está avanzando suficientemente en la medición del impacto y en el uso de datos para la toma de decisiones estratégicas? ¿Dónde ves todavía margen de mejora?
10. Para cerrar, pensando en el futuro, ¿qué debería priorizar el sector MICE en España para asegurar un crecimiento sostenible y competitivo a largo plazo?

