



INFORME 2013 / BUSINESS TRAVEL INSTITUTE

# ¿CUÁNTO INVIERTEN LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN MICE?

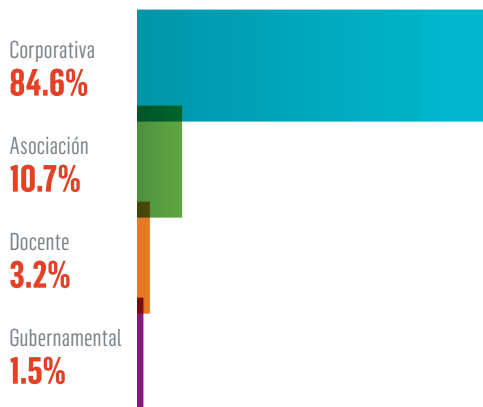
**E**ste documento es el resultado del estudio realizado por el **Business Travel Institute de IBTA** y con la colaboración de **Nou-U**, durante los meses de septiembre y octubre 2013. Es el resumen de los resultados obtenidos por parte de una muestra representativa de los Travel Manager (TM) españoles, mediante un cuestionario de 20 ítems tanto de respuesta múltiple, como abierta y de valoración (escala de Likert).

El cuestionario se ha distribuido electrónicamente a 2.000 Gestores de viajes de empresa y responsables de MICE, miembros de IBTA o suscriptores de la Revista Travel Manager, utilizándose para el estudio un software informático especializado en recogida de datos y su tabulación automatizada para extracción de tablas y gráficos.

El análisis de los datos ha sido realizado por el equipo especialista del Business Travel Institute de IBTA, así como la elaboración del presente documento. El cuestionario se ha estructurado en seis grandes apartados:

- Perfil de las organizaciones
- Nº de eventos anuales
- Nº de asistentes por evento
- Presupuesto anual
- Empresas de servicios
- Nuevas tecnologías

## PERFIL DE LAS ORGANIZACIONES PARTICIPANTES EN EL ESTUDIO



## ÁREAS MICE ENGLOBALADAS EN EL ESTUDIO

Las diferentes áreas de actividad englobadas en el presente estudio dentro del concepto MICE son:

- Reuniones y Convenciones
- Ferias
- Congresos
- Eventos
- Formación
- Comunicación y Promoción
- Incentivos

La mayor parte de las entidades participantes en el Estudio responden a cuatro perfiles diferenciados de entidades: en primer lugar han participado de forma mayoritaria el perfil "Empresas" sociedades anónimas (corporaciones), representando cerca del 85% del total, el segundo grupo por orden de número de entidades participantes, representado un 10% del total de las encuestas recibidas, han sido perfiles clasificados con el denomi-

## ÁMBITO DE ACTUACIÓN GEOGRÁFICA (EMPRESAS DE MÁS DE 100 EMPLEADOS)

### ESPAÑA

Realiza MICE  
**93%**

No Realiza MICE  
**7%**

### EN EL RESTO DEL MUNDO

Realiza MICE  
**33%**

No Realiza MICE  
**67%**

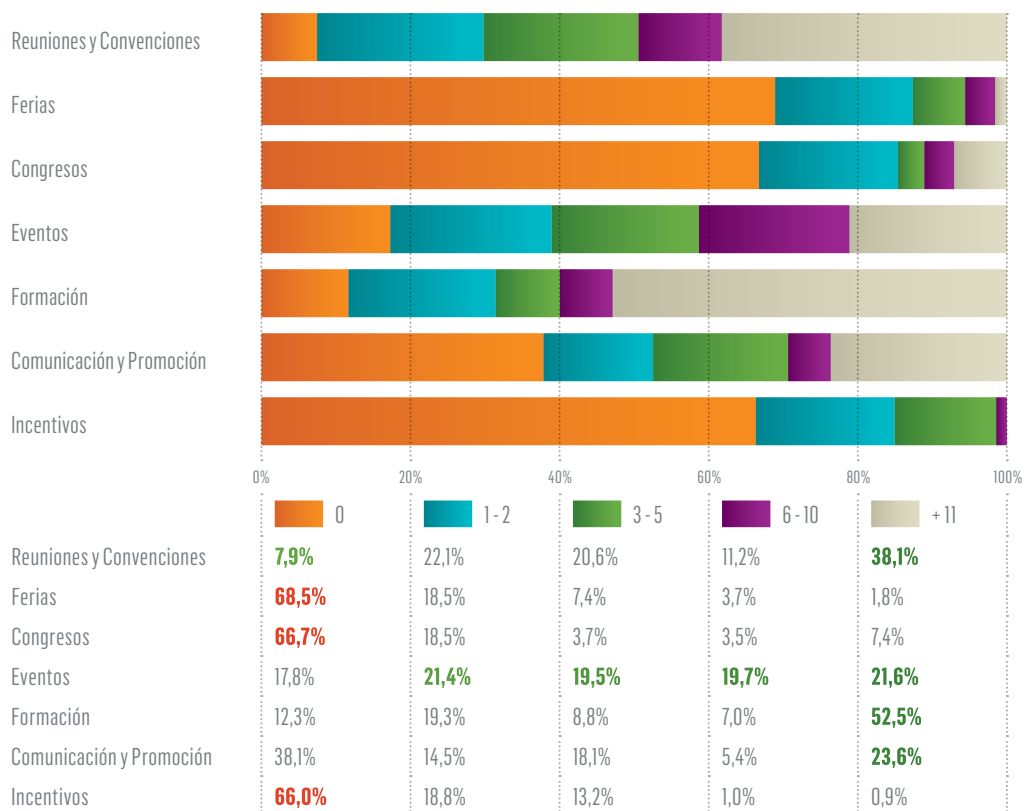
nador común de “Asociaciones”, categoría en la que se encuentran: Asociaciones, Federaciones, Confederaciones, Sociedades Médicas, etc. Cabe señalar que este perfil de entidades tiene un elevado interés por varias de las actividades clasificadas como MICE en el estudio, especialmente la referente a Organización de Congresos. En tercer lugar encontramos entidades de carácter docente (Escuelas de Negocio, Universidades, Institutos, Centros de Formación) que representan aproximadamente el 3% de las encuestas recibidas.

Por último, cerca del 1,5% de las entidades participantes responden a perfiles públicos o semi-públicos, vinculados tanto a la administración central como autonómica o local.

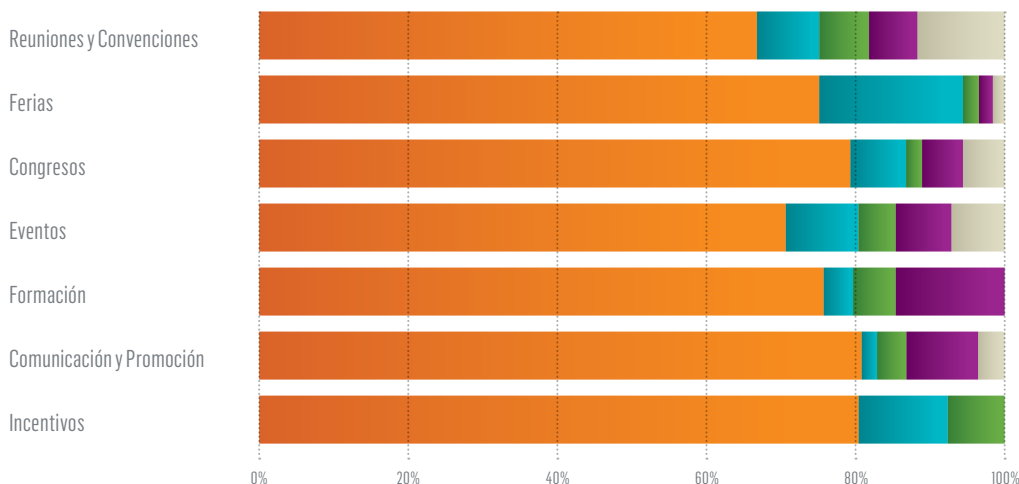
Un dato destacable fruto del estudio es que **el 93% de las empresas de más de 100 trabajadores confirman la realización de al menos una actividad MICE a lo largo del año 2013.**

Respecto a la organización de actividades MICE en el extranjero, el porcentaje baja significativamente pues tan solo **el 33% de las empresas han llevado a cabo alguna actividad MICE fuera de España.**

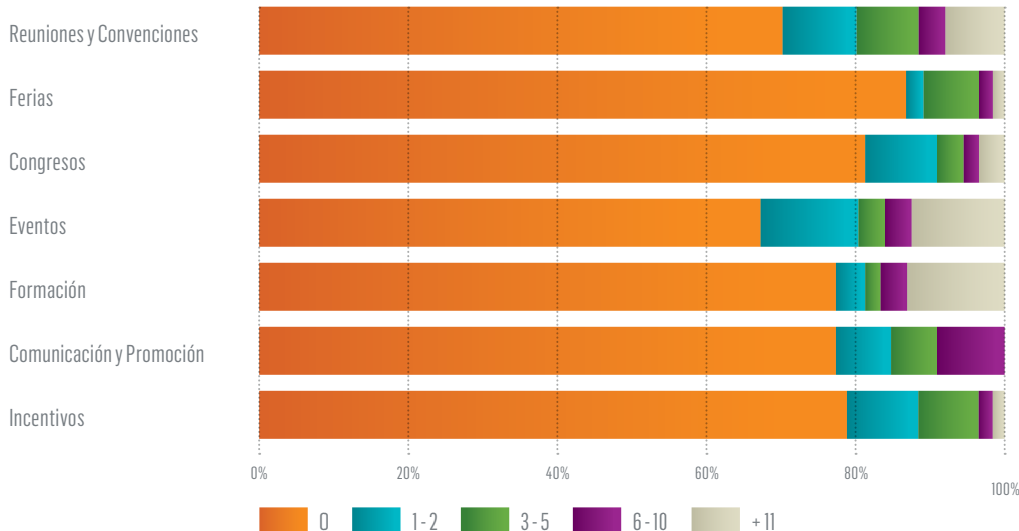
### NÚMERO DE EVENTOS QUE REALIZA AL AÑO EN ESPAÑA (MÁS DE 100 TRABAJADORES)



### ACTIVIDAD MICE INTERNACIONAL (EMEA Y RESTO DEL MUNDO)



### RESTO DEL MUNDO



### NÚMERO DE EVENTOS QUE REALIZA EN ESPAÑA AL AÑO

Sobre este apartado hay varios datos a destacar:

La actividad más realizada por las empresas españolas es la correspondiente a **Reuniones y Convenciones**. Tan solo un **7,9%** de las empresas no han realizado ninguna actividad en el 2013.

**Reuniones, Convenciones, Formación y Eventos** resultan ser las actividades que más destacan por su frecuencia. Por otro lado, Ferias, Congresos e Incentivos resultan ser las menos utilizadas.

Al analizar la información obtenida sobre la actividad MICE internacional en la Región EMEA (Europa, Oriente Medio y África), **la actividad MICE que más destaca vuelve a ser la correspondiente a Reuniones y Convenciones**, seguida por Eventos, parámetros que se repiten también en “Resto del Mundo”.

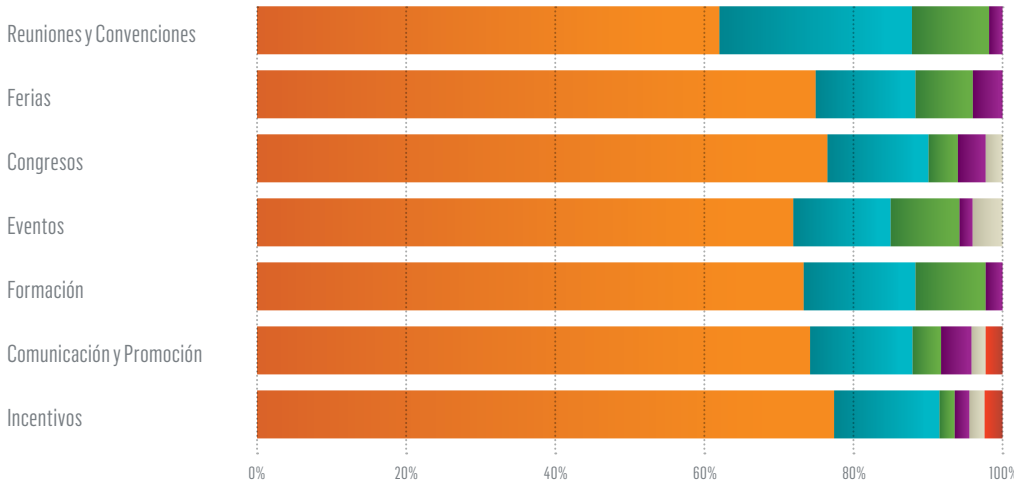




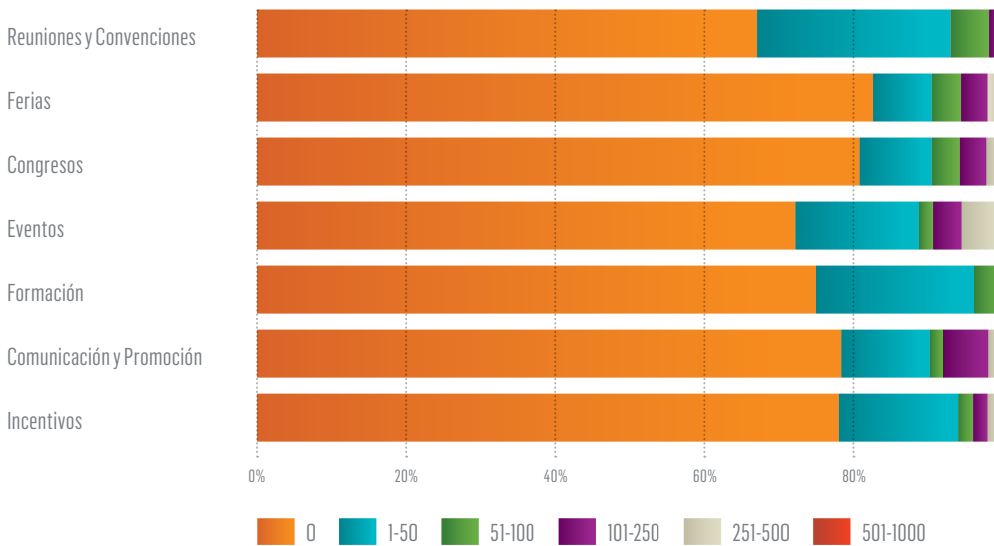
### PROMEDIO DE ASISTENTES POR TIPOLOGÍA DE ACCIÓN

	0	1-50	51-100	101-250	250-500	501-1000	+1000
Reuniones y Convenciones	7,9%	<b>44,3%</b>	23,8%	11,1%	9,0%	2,5%	1,0%
Ferias	64,7%	<b>11,7%</b>	9,8%	5,8%	3,9%	1,9%	1,2%
Congresos	63,0%	<b>11,5%</b>	<b>11,0%</b>	9,1%	2,2%	1,8%	0,4%
Eventos	21,8%	<b>29,0%</b>	<b>27,2%</b>	9,2%	8,9%	3,6%	0,2%
Formación	12,5%	<b>71,4%</b>	7,1%	4,1%	3,4%	-	-
Comunicación y Promoción	40,0%	<b>46,3%</b>	6,5%	4,2%	1,9%	-	-
Incentivos	65,0%	<b>20,1%</b>	4,2%	6,0%	2,1%	-	-

### EMEA (MICE EN CONTEXTO INTERNACIONAL)



### RESTO DEL MUNDO (MICE EN CONTEXTO INTERNACIONAL)



### PROMEDIO DE ASISTENTES POR TIPOLOGÍA DE ACCIÓN

Otro de los datos analizados en el estudio ha sido el promedio de asistentes por tipología de acción "MICE", parámetro que se ha medido en tres ámbitos geográficos: **España, EMEA y Resto del Mundo.**

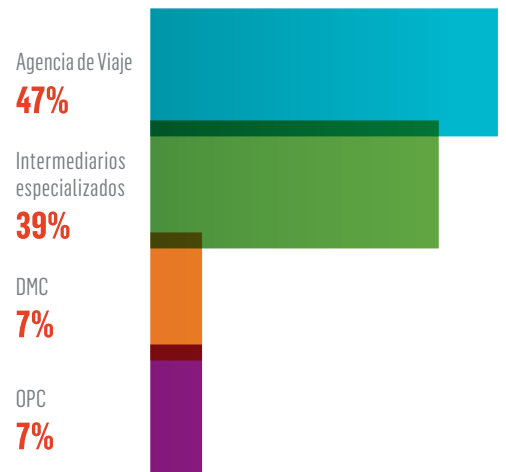
En la tabla superior podemos ver un resumen del **promedio de asistentes por tipología en las actividades realizadas en el territorio nacional**, en la que se puede observar de forma generalizada que **la mayor**

**parte de eventos tienen una asistencia promedio de 50 o menos participantes.** Los grupos reducidos frecuentan más en actividades relacionadas con la **Formación (71,4%), Acciones de Comunicación y Promoción (46%) y Reuniones (44,3%).** Las actividades correspondientes a "Congresos" y "Eventos" presentan un mayor promedio de asistentes.

En las tablas siguientes también se puede observar el promedio de asistentes por actividad MICE en contexto internacional.



### TIPOLOGÍA DE AGENCIAS UTILIZADA



### TIPOLOGÍA DE AGENCIAS UTILIZADA

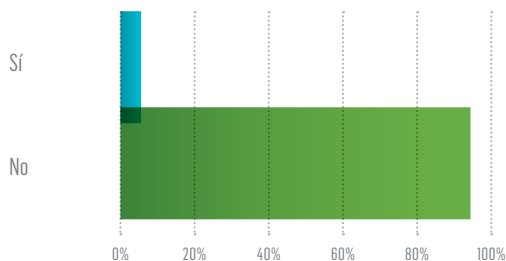
Otro de los aspectos cualitativos estudiados corresponde a **determinar el grado y tipología de empresas de apoyo** utilizadas por las empresas españolas en la organización de actividades MICE.

En este capítulo podemos observar que **las empresas se apoyan mayoritariamente en Agencias de Viaje (47%),** seguidas por **Intermediarios especializados (39%).** Estos intermediarios pueden ser Agencias de eventos o Agencias especializadas en ámbitos concretos del MICE. Tras estas dos tipologías encontramos a gran distancia la participación de DMCs (Destination Management Companies), con un 7%. Esta tipología de agencias suelen ser necesarias en actividades realizadas en el extranjero, y habitualmente son contratadas por la Agencia y no por el cliente de forma directa. Las OPCs (Agencias de Organización Profesional de Congresos) aunque en el cómputo global aparecen con una tasa de baja contratación (7%), destacan especialmente cuando la actividad MICE corresponde a Congresos.

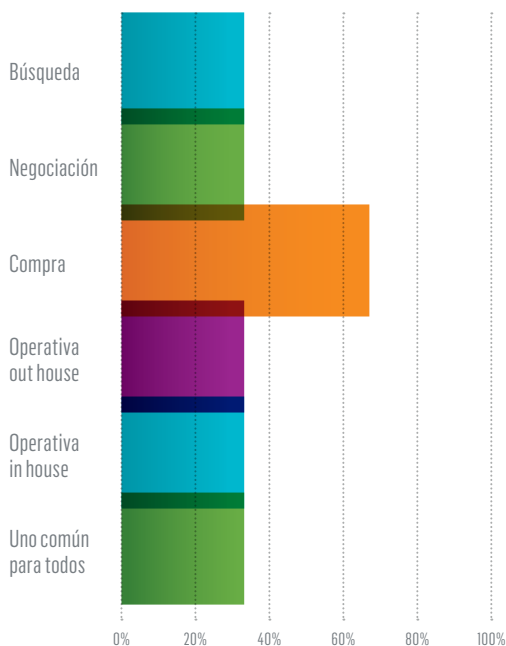
### UTILIZACIÓN DE SOFTWARE ESPECÍFICO PARA GESTIONAR LAS ACTIVIDADES MICE

El 96% de las empresas no utiliza software específico para la gestión de actividades MICE. Del pequeño porcentaje de empresas que sí disponen de esta tecnología vemos que en mayor proporción lo utilizan para funciones de compra.

#### ¿DISPONE DE ALGÚN SOFTWARE ESPECÍFICO PARA LA GESTIÓN DE LOS EVENTOS?



### FUNCIONALIDADES TECNOLÓGICAS



### PROMEDIO ANUAL DE INVERSIÓN POR TIPOLOGÍA DE ACTIVIDAD MICE

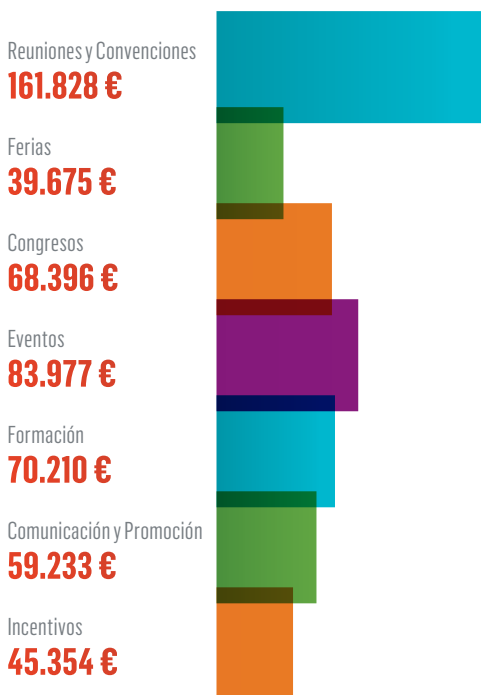
Los resultados del estudio nos indican las cifras promedio de inversión anual por parte de las empresas españolas por tipología de actividad MICE, **resultando la inversión mayor en la categoría de "Reuniones y Convenciones", con un promedio de 161.828 €**, prácticamente el doble de la siguiente actividad MICE por nivel de inversión, **"Eventos" con 83.977 € de inversión.**

### INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN MICE

Los resultados del estudio extrapolando la amplia muestra de empresas que ha participado, nos aporta **una estimación de inversión que alcanza la cifra de 5.056.059.275 €.**

Hay que tener en cuenta que esta cifra co-

### PROMEDIO ANUAL DE INVERSIÓN POR TIPOLOGÍA DE ACTIVIDAD MICE



### INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN MICE (2013)

PRESUPUESTO MICE EMPRESAS ESPAÑOLAS (2013) IBTA  
**5.056.059.275 €**

BUSINESS TRAVEL ESPAÑA (2012) HERMES

**15.000.000.000 €**

BUSINESS TRAVEL FRANCIA (2012) VFP

**25.000.000.000 €**

BUSINESS TRAVEL UK (2012) VFP

**40.000.000.000 €**

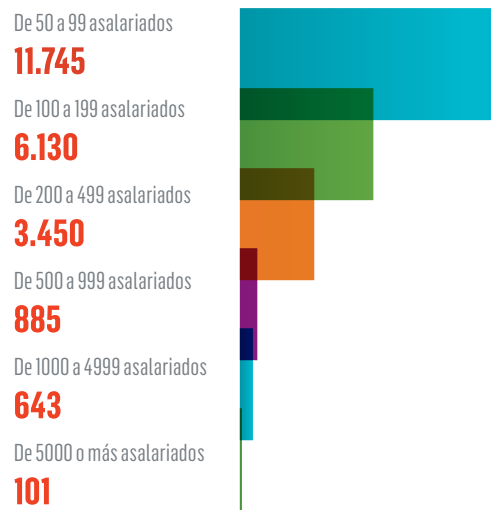
INGRESO TURISMO ESPAÑA (2012) CEOE

**43.000.000.000 €**

APORTACIÓN TURISMO PIB ESPAÑA (2012) INI

**10,8 %**

### DEMOGRAFÍA DE EMPRESAS ESPAÑOLAS



responde a la inversión que realizan las empresa españolas de más de 100 empleados en MICE, tanto en actividades MICE realizadas dentro de España, como en el extranjero. Por otra parte esta cifra no incluye la inversión realizada en MICE en España por empresas extranjeras.

Con el fin de aportar algunas cifras comparativas que nos aporten una idea de la magnitud, en la tabla de inversión incluimos algunos datos recopilados de varias fuentes que pueden resultar de interés para el lector.

### OTROS DATOS DE INTERÉS: DEMOGRAFÍA DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS POR NÚMERO DE EMPLEADOS

Para analizar el apartado económico del estudio, resulta interesante conocer la estructura demográfica de las empresas en España por tramos de empleados (figura superior).

Los datos más actuales corresponden al censo de empresas realizado por el INI en el 2012 (último censo disponible), y en el que podemos ver que en España en la actualidad hay 11.209 empresas de más de 100 trabajadores (cluster correspondiente a este estudio).

Este estudio elaborado por el Business Travel Institute de IBTA con la colaboración de Nou-U, se ha presentado en primicia en IBTM 2013 y se publica en esta edición de Travel Manager.

