



TRABAJO FIN DE GRADO
GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
CURSO ACADÉMICO 2021/2022
CONVOCATORIA JUNIO 2022

**EL TURISMO MICE E IFEMA COMO DINAMIZADORES DE LA ECONOMÍA Y LA
INNOVACIÓN**

AUTOR: Fernández Domínguez, Pedro José

DNI: 47316072N

TUTOR: Sergio A. Berumen

En Madrid, a 15 de mayo de 2022

Índice

INTRODUCCIÓN	4
ANÁLISIS DEL TURISMO MICE	5
I. Conceptualización del turismo de reuniones y eventos	5
II. Situación internacional del turismo MICE.....	6
III. Turismo de reuniones y eventos en España	19
ANÁLISIS DEL SECTOR MICE EN MADRID	30
COMIENZO, EVOLUCIÓN E INNOVACIÓN EN IFEMA HASTA HOY	36
I. Inauguración, contexto y principales hitos.....	36
II. Evolución económica y de la actividad de IFEMA.....	37
III. Proyectos, inversiones y transformación digital del IFEMA en los últimos años	43
CONCLUSIONES	51
Índice de imágenes	52
Bibliografía.....	55

RESUMEN

El turismo es uno de los sectores que más aportaciones ofrece a la economía mundial y concretamente, en el caso de España, la primera industria en cuanto a impacto económico y de empleo. Dentro de sus actividades, el turismo MICE, conocido por turismo de reuniones, eventos y congresos, es una de las tipologías que mayor rentabilidad e importancia ha logrado en los últimos años. Por ello, en este trabajo, se estudia la situación del turismo de MICE a nivel internacional y su evolución en los últimos años, así como mostrar un análisis de esta tipología de turismo en el panorama nacional y concretamente en su capital, Madrid. se expone la evolución económica, los principales hitos, actividad y estrategias en materia de innovación y transformación digital que ha llevado a cabo en sus más de 40 años de historia el Recinto Ferial IFEMA Madrid, una de las ubicaciones más importantes en cuanto a la celebración de eventos, ferias y congresos a nivel mundial.

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años, el turismo ha experimentado un constante crecimiento que le ha convertido en uno de los sectores económicos más resilientes y de mayor crecimiento del mundo. Un sector, cada vez más diversificado y especializado, cuya vinculación al desarrollo de un país es clave como motor de su progreso económico, social y cultural. En 2019, año previo a la pandemia causada por el covid-19, la cifra de turistas internacionales ascendió a 1.468 millones de personas, generando unas exportaciones turísticas internacionales de 1,7 billones de dólares y empleando a más de 334 millones de personas en el mundo, según datos de la Organización Mundial del Turismo. En ese año, la contribución directa del sector turístico al PIB mundial ascendió a 2,8 billones de dólares estadounidenses y la inversión de capital en el sector turístico ascendió a 986 mil millones de dólares (*OMT, 2019*).

En España, el sector turístico es el principal motor económico del país y sus cifras lo demuestran. En 2019, año récord para el país, las actividades turísticas generaron un 14,6% del PIB nacional, por delante de industrias como la construcción o el comercio. En ese año, España recibió 83,7 millones de turistas extranjeros, siendo Reino Unido, Alemania y Francia los principales emisores de turistas. Este turismo internacional generó un gasto turístico de 92.000 millones de euros, mientras que el mercado nacional generó 32.000 millones de euros, empleando para ello al sector a 2,8 millones de personas, según datos del INE (*INE, 2019*). Este crecimiento continuo y especialización del turismo ha llevado a España a ser el país más competitivo del mundo en términos turísticos, según el ‘Informe sobre Competitividad en Viajes y Turismo 2019’ elaborado por el Foro Económico Mundial, revalidando así su posición de liderazgo desde 2015 (*World Economic Forum, 2019*).

Dentro de las actividades que componen el turismo, en los últimos años se ha consolidado un tipo de turismo altamente valorado y con un importante potencial de desarrollo: el turismo de reuniones y congresos, conocido como el turismo MICE. Un tipo de turismo cada vez más rentable que genera un gasto mayor en el destino frente al turismo de ocio, más especializado y que equilibra la alta estacionalidad de determinados destinos de sol y playa. Concretamente, España se encuentra entre los 10 países que albergan más eventos y congresos internacionales, y dos de sus principales ciudades, Barcelona y Madrid, se encuentran entre las principales ciudades del mundo que más encuentros albergan y mayor afluencia de público internacional atraen (*ICCA, 2019*).

Por ello, este trabajo tratará de contextualizar, por un lado, el turismo MICE, su composición y evolución a nivel global en los últimos años, así como analizar cómo se ha comportado esta tipología de turismo en España y en Madrid, uno de los principales destinos de reuniones y congresos en el panorama internacional. Además, se analizará el Recinto Ferial IFEMA - Madrid, desde un punto de vista económico, innovador y tecnológico, y cómo su desarrollo en los últimos años le ha convertido en verdadero motor económico de Madrid y de reconocido prestigio a nivel mundial.

ANÁLISIS DEL TURISMO MICE

I. Conceptualización del turismo de reuniones y eventos

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo de negocios como “aquella actividad turística en la que los visitantes viajan por un motivo específico profesional y/o de negocio a un lugar situado fuera de su lugar de trabajo y residencia con el fin de asistir a una reunión, una actividad o un evento” (OMT, 2019, p.43). Este tipo de actividad turística se puede realizar tanto del punto de asistencia grupal (acudiendo a congresos, convenciones, exposiciones...) como individual (persona que se desplaza y visita un lugar por motivo de sus actividades profesionales).

Esta tipología de turismo se divide en cuatro grandes categorías, dando lugar al término inglés MICE (*Meetings, Incentives, Conventions and Events*), en consenso con la Organización Mundial del Turismo – OMT (UNWTO, por sus siglas en inglés, en adelante OMT), la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA, por sus siglas en inglés, *International Congress and Convention Associations*), SITE (*Society of Incentive Travel Executives*) y RTE (*Reed Travel Exhibitions*), las principales entidades representantes de este sector a nivel global. A continuación, se pueden agrupar y resumir estas categorías:

- Reuniones y jornadas (*Meetings*): este tipo de eventos, organizados por una entidad pública o privada, suele ser de un día de duración como máximo, por lo que no suele suponer una pernoctación para el asistente (sí lo puede ser para los miembros de la organización, ponentes, colaboradores y otras partes implicadas). Por ello, su celebración suele tener un menor impacto económico en el destino.
- Viajes de incentivos (*Incentives*): son promovidos generalmente por una empresa u organización para motivar y reconocer a los participantes por el cumplimiento de los objetivos dentro de la entidad. Este viaje se puede aplicar a diferentes colectivos (trabajadores, clientes, proveedores y socios, principalmente) y con fines diversos, ya sean comerciales, lúdicos y/o retributivos (*Berumen, 2010*). La duración puede ser superior a un día y el gasto de los asistentes es asumido por el organizador. Tienen un mayor impacto económico en el destino que las reuniones y jornadas.
- Convenciones, ferias y congresos (*Conventions and Events*): son grandes reuniones promovidas por una entidad, ya sea pública o privada (empresa, asociación, organismo gubernamental, sector económico o recinto ferial) cuya celebración es periódica y en algunos casos con carácter rotatorio en cuanto a su ubicación. Normalmente, la duración de su celebración suele ser superior a un día, por lo que el visitante pernoctará fuera de su lugar de residencia. En el caso de los congresos y las ferias, el asistente acude voluntariamente en base a la temática y atractivo del mismo, asumiendo él mismo el gasto. En el caso de las convenciones, los organizadores deciden quienes son los asistentes y cubren sus gastos (alojamiento, cuota de inscripción, actividades, etc.). El impacto económico de este tipo de eventos puede ser muy notable en el destino en función del número de asistentes (véase por ejemplo la celebración del *Mobile World Congress* en Barcelona).

Con el inicio de la industrialización, los viajes de negocios se han incrementado progresivamente y se ha especializado, como se ha expuesto, en diferentes tipologías (conferencias, eventos, congresos, etc.) y a diferente escala, ya sean pequeñas jornadas locales, eventos naciones o congresos internacionales. No obstante, el impacto y su importancia es estratégica para los destinos y las empresas turísticas relacionadas a esta tipología de viajes, ya que, en menor o mayor medida, genera un impacto económico y la promoción de los viajes.

Debido a su desestacionalización, el impacto económico, el empleo que genera y las oportunidades de posicionamiento de los destinos, el turismo MICE es un elemento clave en la dinamización de la industria de los viajes a nivel global, ofreciendo una mayor resistencia y estabilidad en tiempos de crisis frente al turismo de ocio. El turismo de negocios no depende de la estación del año ya que un evento se puede organizar en cualquier mes del año, en 2019 generó a nivel mundial un gasto económico de 1,3 trillones de dólares, lo que supone un 21,5% del total del gasto del turismo en el mundo, según World Travel & Tourism Council (WTTTC, 2021). En ese año, el 11% de los viajes del mundo fueron por motivos profesionales y eventos, unos 160 millones de desplazamientos fuera de las fronteras de origen (OMT, 2020).

En este contexto, se puede afirmar que el turista de negocios viaja en función de la agenda establecida por el organizador del evento o por los objetivos establecidos para la entidad que trabaja, pasando, el destino en sí y su disfrute, a ser una actividad adicional a los motivos principales del viaje. Los servicios que este turista demanda serán por tanto diferentes a los que requiere el visitante que viaja por ocio, debido, entre otros factores, al tiempo limitado con el que turista de negocios dispone para dedicar a actividades lúdicas; por lo general, su estancia media es inferior a la del turista de ocio y su gasto medio diario es mayor (Martín Roda, 2011, p. 72). Un gasto que fluctuará en función de la duración del evento, su tipología y sector al que pertenezca, así como el destino en el que se celebre.

No obstante, en los últimos, años, con el aumento de la actividad turística MICE, se ha consolidado el *bleisure*, un término que proviene del acrónimo inglés *business* y *leisure* y que hace referencia a la inclusión de una oferta en la que se combinan negocios y ocio en el destino. Su importancia en el sector (a pesar de los efectos que el Covid-19 ha causado en el turismo) es cada vez más notable. Según un estudio realizado por Report Consultant en 2019, estima que esta tipología de turismo genere de cara a 2026 un impacto global de más de 1,65 billones de dólares, con un crecimiento anual del 4,1% (Report Consultant, 2019). El 58% de los viajeros de negocios añade uno o dos días a sus viajes para aprovechar su visita, siendo las compras, los eventos deportivos y culturales, la gastronomía local y la visita de los puntos turísticos del destino los aspectos más demandados por este perfil, según el informe “*High-Value City Tourism*” elaborado por el Instituto de Empresa y Mastercard. (IE, Mastercard, 2015)

II. Situación internacional del turismo MICE

Antes de analizar el estado internacional del turismo de reuniones y congresos, se procede a detallar gráficamente cómo integra y segmenta el sector en base criterios establecidos por ICCA (*International Congress and Convention Associations*, por sus siglas en inglés), una institución global creada en 1963 y que actualmente representa a los principales actores del mundo de las reuniones y eventos, con más de 1.000 empresas y organizaciones miembros de casi 100 países diferentes (ICCA, 2021).

Como se puede observar en la siguiente figura, los integrantes de la cadena de valor del sector MICE se pueden dividir en tres grandes grupos: 1) la parte de la demanda, compuesta por la tipología de organizador del evento en cuestión; 2) el grupo de diferentes proveedores que prestan bienes y servicios a los organizadores del evento y; 3) los intermediarios que pueden participar a la hora de la preparación y celebración de un evento o congreso (*University of St. Gallen, 2011*).

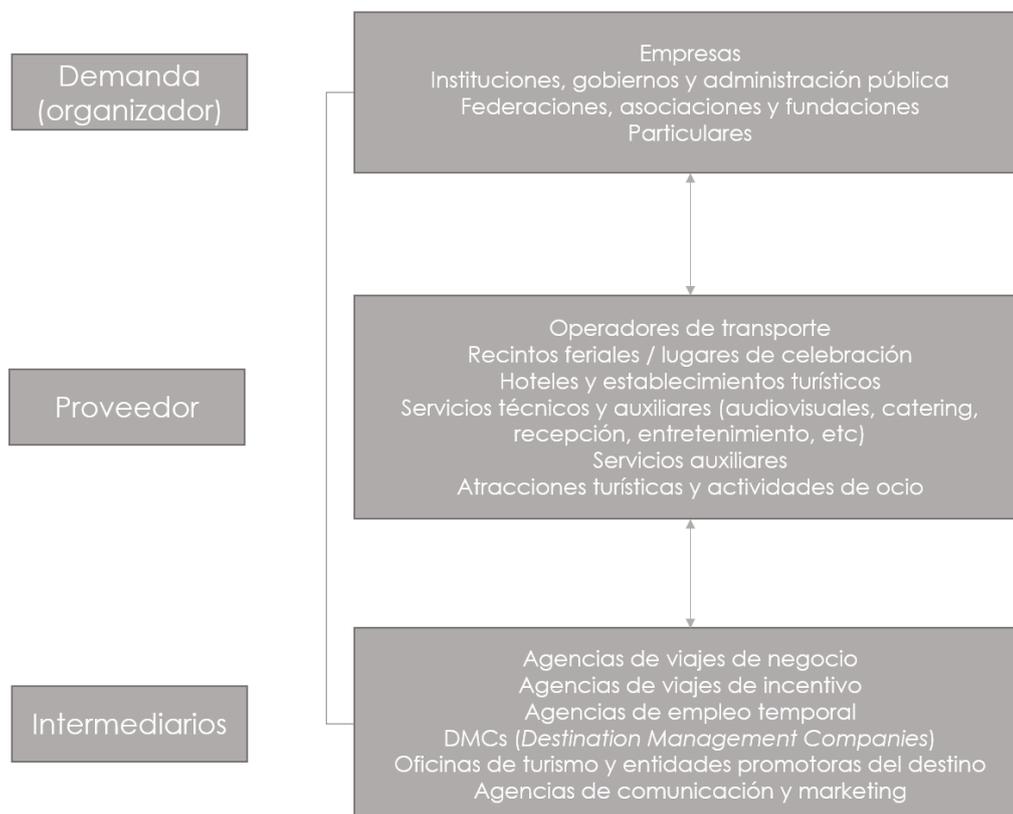


Imagen 1: Integrantes del sector MICE. Elaboración propia a partir del estudio “The economic impact of MICE Tourism” (2011) University of St. Gallen

Atendiendo al organizador del evento, la ICCA diferencia entre eventos corporativos, organizados de forma interna o externa por empresas privadas, y eventos de asociaciones, organizados por entidades gubernamentales, organizaciones internacionales no gubernamentales, federaciones y asociaciones (*ICCA, 2019*). La ICCA considera como reuniones internacionales aquellas organizadas por sus asociados no gubernamentales, que se realicen de forma periódica y que roten, al menos, por tres países diferentes y cuyo número mínimo de participantes internacionales sea de cincuenta. Por otro lado, los congresos y eventos se pueden diferenciar según el número de participantes en:

- Ferias y grandes eventos: en los que participan más de 1.000 personas.
- Congresos: aquellos eventos que logran alcanzar una participación de entre 200 y 1.000 personas.
- Eventos / reuniones: los que comprenden entre 100 y 200 participantes.

- Simposios: aquellos cuya cifra de asistentes varía entre 30 y 100 participantes.
- Jornadas y seminarios: a los que acuden un mínimo de 30 participantes.

Teniendo en cuenta estos criterios y según los últimos informes de la ICCA, en 2019 se celebraron un total de 13.254 reuniones internacionales contabilizó sobre un total de 21.000 congresos y eventos de unas 12.000 asociaciones y entidades organizadoras, las cifras más altas que la entidad ha registrado desde su fundación, siguiendo una evolución constante desde 2005, tal y como se puede observar en la siguiente gráfica (ICCA, 2019).

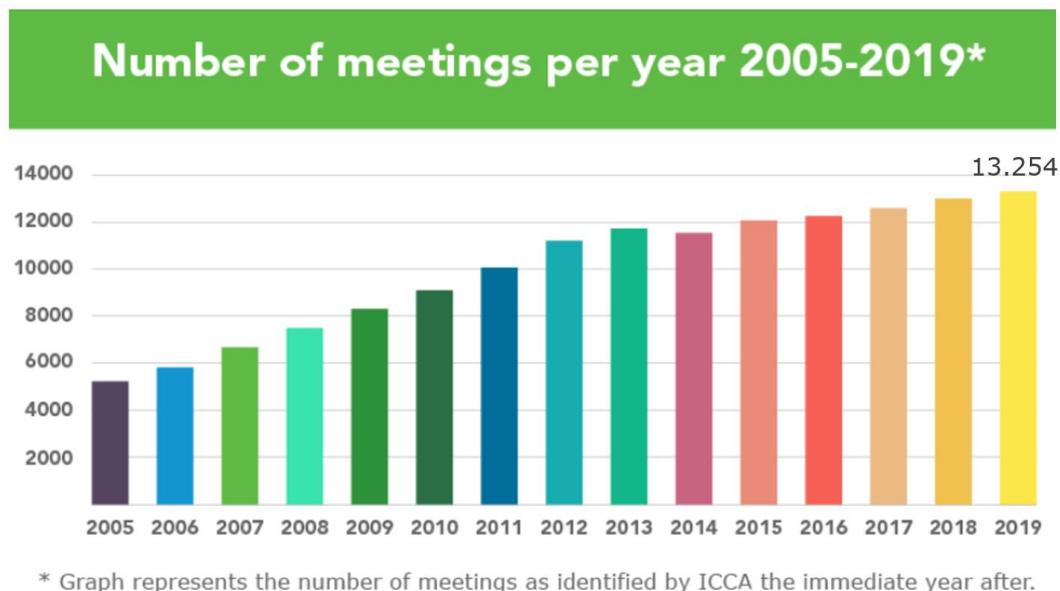


Imagen 2: Evolución del número de reuniones internacionales celebradas en el mundo de 2005 a 2019. Fuente: *ICCA Statistics Report 2019*

Por otro lado, y en base a los últimos datos de la ICCA, se puede observar que Europa lidera el mercado internacional de reuniones, con un 53,1% del total de los eventos celebrados en el mundo (7.045 eventos se celebraron en el continente en 2019). Alemania fue el país que más eventos congregó en ese año, un total de 714. Le sigue en segundo lugar Francia, con 595 eventos celebrados, y muy de cerca España, con 595 eventos y congresos. Terminar de liderar este ranking Reino Unido e Italia, con 567 y 550 reuniones, respectivamente (ICCA, 2019).

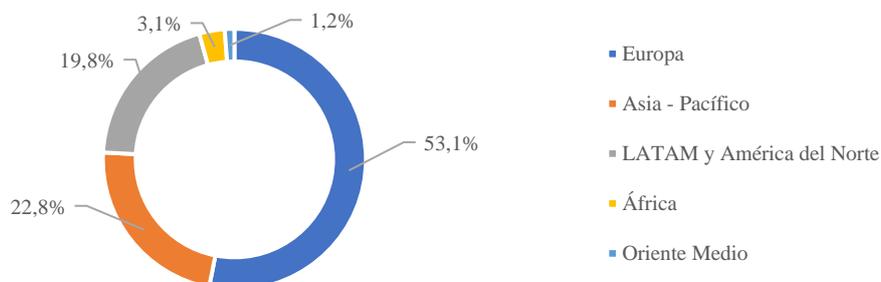


Imagen 3: Distribución de eventos celebrados en el mundo en 2019. Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por ICCA: *ICCA Statistics Report 2019*

En cuanto a las ciudades europeas, París albergó un mayor número de eventos, con 237, seguida de Lisboa (190 eventos), Berlín (156), Barcelona (156) y Madrid (154 reuniones), según ICCA (*ICCA, Statistics Report 2019*).

El siguiente continente que más eventos congregó fue Asia y Pacífico, con 3.109 reuniones, lo que supone un 22,8% del total de 2019. En esta región China lidera el ranking con 539 eventos, seguido muy de cerca por Japón (527 reuniones), Australia (272 reuniones) y Corea del Sur (248). Por ciudades, Singapur lidera las reuniones en el continente, con 148 eventos. Le siguen Tokio (131 reuniones), Bangkok (124 eventos), Seoul (114) y Taipei, con 101 reuniones (*ICCA, 2019*).

América del Norte y Lationamérica congregaron un 19,8% del total de eventos celebrados en el mundo en 2019 según ICCA, lo que supuso una cifra total de 2.633 reuniones. En este continente, Estado Unidos congregó el mayor número de eventos, 934, seguido de Canadá con 336 y Argentina 214. Brasil (209 eventos) y México (197) completan el ranking en el continente. Por ciudades, Buenos Aires fue la primera ciudad en albergar mayor número de eventos (127), seguido de Montreal (92), Lima (78), Vancouver (73) y Santiago de Chile, con 66 eventos (*ICCA, 2019*).

Muy de lejos, África fue el cuarto continente en cuanto a celebración de eventos y congresos, 415 el total (un 3,1% del cómputo global). Por países, Sudáfrica fue la región que más eventos llevó a cabo, con 103 encuentros. Marruecos, en segundo lugar con 45, Rwanda celebró 32, Egipto 31 y en quinto lugar Kenia con 27 eventos y congresos. Por ciudades, Cape Town fue la que más eventos acaparó (un total de 48), seguido de Kigali (32 eventos) El Cairo (26), Marrakech con 23 congresos y Kampala y Nairopi, ambos con 19 eventos celebrados en 2019 (*ICCA, 2019*).

En último lugar, Oriente Medio, congregó en 2019 un total de 157 eventos y congresos, (sólo un 1,2% del total global), siendo Emiratos Árabes Unidos el país con mayor número de reuniones (59), seguido de Omán (24 reuniones), Jordania (22 eventos) Líbano (18) y Arabia Saudí, este último con 11 eventos. Por ciudades, Dubái congregó el mayor número de eventos en 2019, 30 en total, seguido de Abu Dhabi con 25, Muscat con 24 Amman y Beirut, ambas con 16 reuniones y Doha con 10 eventos (*ICCA, 2019*).

Observando el cómputo global de países y ciudades, en su informe de 2019, ICCA recoge el siguiente ranking de número de eventos celebrados por países y ciudades.

ICCA Statistics 2019 Top 20 Country and City Rankings							
	1	Paris	237		1	U.S.A.	934
	2	Lisbon	190		2	Germany	714
	3	Berlin	176		3	France	595
	4	Barcelona	156		4	Spain	578
	5	Madrid	154		5	United Kingdom	567
	6	Vienna	149		6	Italy	550
	7	Singapore	148		7	China-P.R.	539
	8	London	143		8	Japan	527
	9	Prague	138		9	Netherlands	356
	10	Tokyo	131		10	Portugal	342

Imagen 4: Ranking de 10 países y ciudades con mayor número de eventos celebrados en 2019. Fuente: *ICCA Statistics Report 2019*

Como se puede observar, los 5 países que organizaron más congresos a nivel mundial en 2019 fueron:

1. Estados Unidos: 934 congresos (mantiene su liderazgo a lo largo de las 2 últimas décadas)
2. Alemania: 714 congresos (se mantiene en el puesto respecto a 2018)
3. Francia: 595 congresos (arrebata el puesto de 2018 a España)
4. España: 578 congresos (baja un puesto respecto a 2018)
5. Inglaterra: 567 congresos (se mantiene en el Top 5, como en años anteriores)

Por ciudades, las que más congresos albergaron en 2019, según ICCA, fueron:

1. París: 237 congresos (líder en el ranking por 2º año consecutivo)
2. Lisboa: 190 congresos (en 6ª posición en 2018, la ciudad con mayor incremento)
3. Berlín: 176 congresos (intercambia el puesto a Madrid respecto a 2018)
4. Barcelona: 156 congresos (se mantiene en el mismo puesto que en 2018)
5. Madrid: 154 congresos (baja dos puestos respecto a 2018)

Tal y como recoge el informe ICCA Statistics Report 2019, el número de reuniones entre 1963 a 2013 se ha duplicado casi cada 10 años, estabilizando su crecimiento en los últimos años, con un notable liderazgo de Europa tanto por número de eventos celebrados como de participantes. En 2019, se batió el récord de celebración de congresos en el mundo registrados por esta entidad, superando la cifra de 2018 con 317 eventos más, con un total de 13.254 en 2019 (ICCA, 2019).

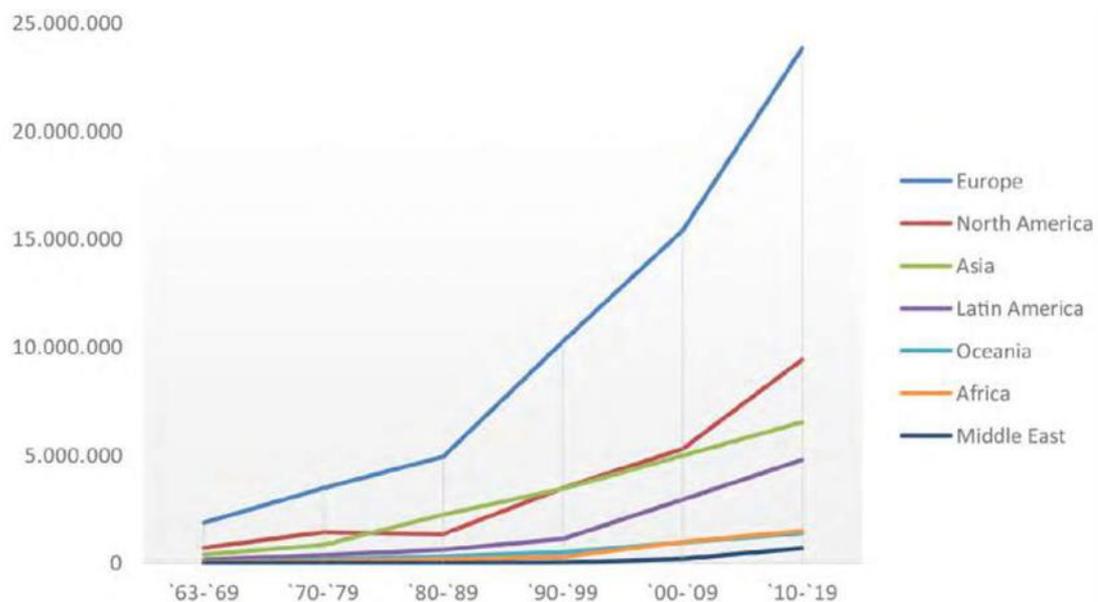


Imagen 5: Evolución por décadas del número de participantes en eventos, por continentes (1963-2019) Fuente: ICCA Statistics Report 2019

Teniendo en cuenta el número de participantes en eventos y congresos celebrados en 2019, EE.UU. lidera el ranking en ese año, con una cifra estimada de 357.000 asistentes, seguido muy de cerca en segunda posición por España, con 349.000 delegados, y en tercer y cuarto lugar Alemania y Francia, con 253.000 y 251.000 congresistas, respectivamente, manteniendo sus posiciones respecto al año anterior. En quinto lugar, les sigue Italia, con 218.000 participantes en 2019. Por ciudades, Barcelona alcanza la primera posición con 157.000 participantes estimados, seguida en segundo lugar por París, con 124.000 congresistas y Madrid, con 91.900 participantes. Lisboa y Viena completan las dos siguientes posiciones, la capital portuguesa, que sigue muy de cerca a Madrid, con 91.406 asistentes y la capital austríaca, con algo más de 89.000 participantes (ICCA, 2019).

Country/Territory rankings by estimated total number of participants in 2019			City ranking by estimated total number of participants in 2019		
1	U.S.A.	357,000	1	Barcelona	157,000
2	Spain	349,000	2	Paris	124,000
3	Germany	253,000	3	Madrid	91,900
4	France	251,000	4	Lisbon	91,406
5	Italy	218,000	5	Vienna	89,009
6	United Kingdom	216,000	6	Berlin	85,089
7	Japan	176,000	7	London	76,114
8	China-P.R.	170,000	8	Milan	71,554
9	Canada	168,000	9	Copenhagen	69,110
10	Netherlands	152,000	10	Amsterdam	67,962

Imagen 6: Ranking de 10 países y ciudades con mayor número de participantes en eventos y congresos celebrados en 2019. Fuente: *ICCA Statistics Report 2019*

En cuanto a la temática de los congresos y eventos celebrados en 2019, la medicina fue el ámbito que más representatividad tuvo a nivel global, con un 16,8% de las reuniones. La tecnología fue la segunda temática más común entre los eventos celebrados, con un 14,5% y las ciencias en tercer lugar, con un 13,4% del total. Le siguen la educación (6,3%) y la Industria (6,2%) como temáticas que más eventos albergaron en ese año, tal y como se puede apreciar en el siguiente gráfico (ICCA, 2019).

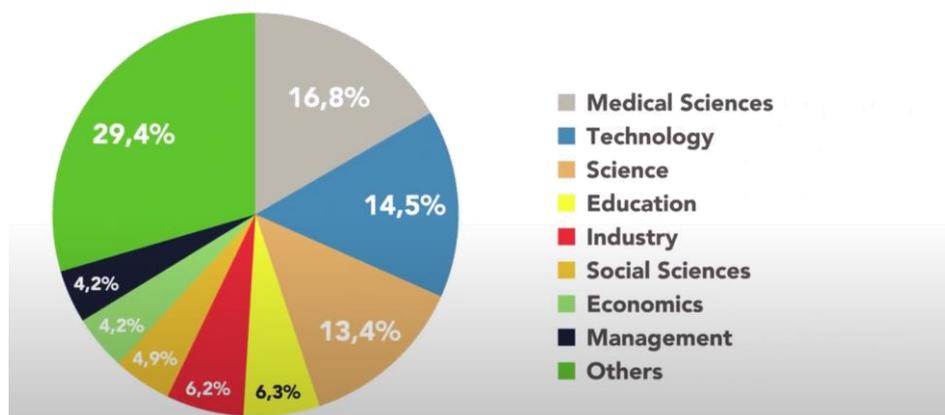


Imagen 7: Principales temáticas de eventos y congresos celebrados en el mundo en 2019. Fuente: *ICCA Statistics Report 2019*

En 2019, según datos de la ICCA, más del 90% de las reuniones y eventos que se celebraron en el mundo reunieron a un máximo de 1.000 participantes y poco más del 1% de los eventos superaron la barrera de los 3.000 asistentes. Una tendencia a lo largo de los años que se mantiene confirmando la celebración de eventos menos multitudinarios, pero de mayor frecuencia (ICCA, 2019).

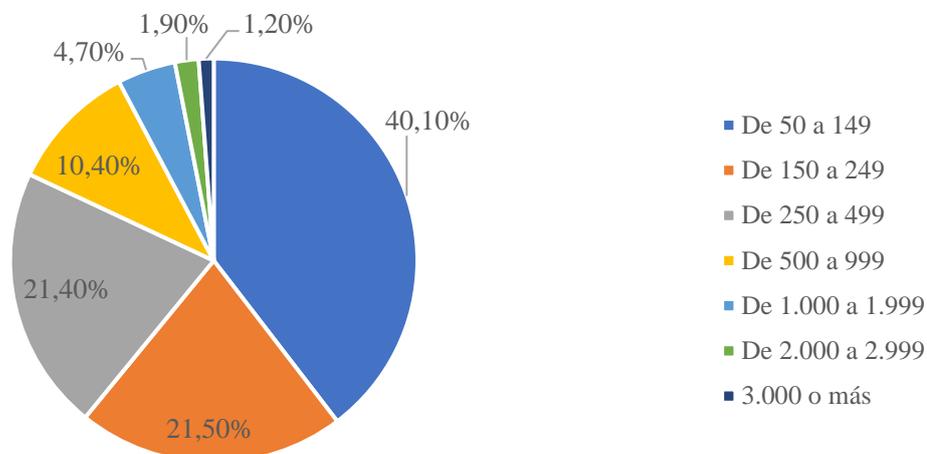


Imagen 8: Distribución de tamaño de eventos según el número de asistentes a nivel global en 2019. Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por ICCA: *ICCA Statistics Report 2019* e informe *Situación actual y tendencias del Turismo MICE 2020-2021*(Gobierno Regional de Atacama)

Por otro lado, tal y como se puede observar en el siguiente gráfico que muestra la distribución de la celebración de eventos internacionales por meses en función de los datos de la ICCA (2019), se aprecia que septiembre es el mes que más eventos albergó (casi un 16% del total), seguido de octubre y junio (ambos un 14%), mayo y noviembre (con un 11,1% y 10,2% respectivamente) meses de septiembre, octubre, junio, mayo y noviembre una distribución repartida en diferentes épocas de año, lo que hace del turismo MICE un sector dinamizador de los viajes y de los destinos urbanos y vacacionales que rompen con la desestacionalización turística, sobre todo de zonas de sol y playa donde el turismo de ocio tiene un peso más fuerte y una demanda más concentrada en meses estivales (ICCA, 2019).

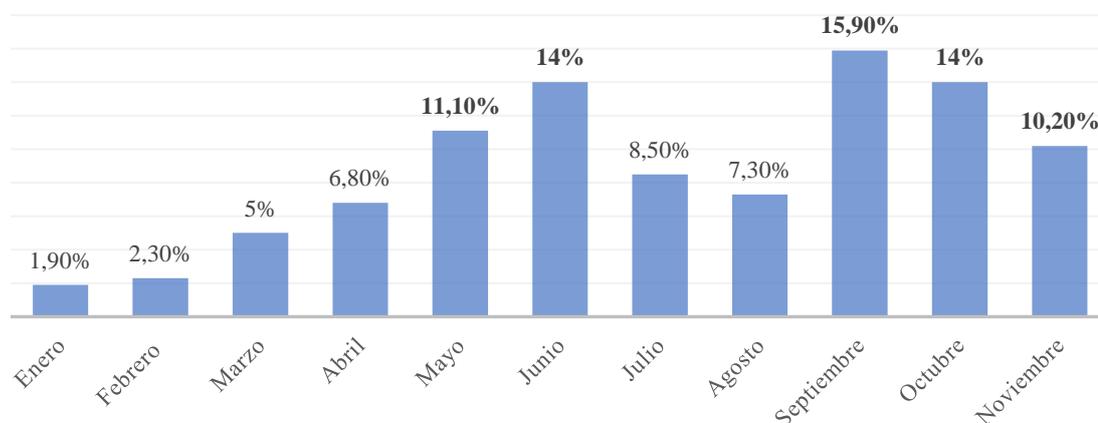


Imagen 9: Estacionalidad de las reuniones a nivel global en 2019. Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por ICCA: *ICCA Statistics Report 2019* e informe *Situación actual y tendencias del Turismo MICE 2020-2021*(Gobierno Regional de Atacama)

En cuanto a los lugares más empleados para la celebración de eventos y reuniones, siguiendo los datos de la ICCA, en 2019, casi la mitad de los encuentros (un 41,3% del total) se celebraron en salas y espacio ofrecidos por hoteles, seguido por las Universidades, con un 26,5% y en tercer lugar los Palacios de Congresos y Centros de convenciones, con un 20% del total (ICCA, 2019). Estas cifras marcan la importancia de la variedad de una oferta hotelera diversa y de calidad de un destino a la hora de acoger eventos, así como la creciente especialización del sector del alojamiento en el segmento de reuniones y congresos, tanto en plazas urbanas como vacacionales.

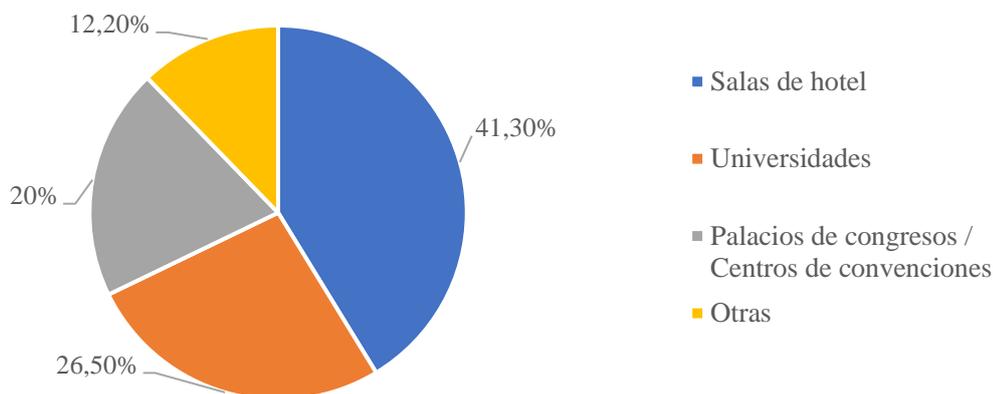


Imagen 10: Tipos de sede utilizadas para la celebración de eventos a nivel global en 2019. Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por ICCA: *ICCA Statistics Report 2019* e informe *Situación actual y tendencias del Turismo MICE 2020-2021* (Gobierno Regional de Atacama)

Por otro lado, según la Asociación Mundial de Viajes de Negocios (GBTA, *Global Business Travel Association*) el gasto en viajes de negocios a nivel mundial ascendió a 1,43 billones de dólares en 2019, lo que supone un aumento del 1,5% respecto al año anterior (GBTA, 2021). La primera región en acaparar mayor gasto turístico fue Asia – Pacífico, con un 40%, seguida de América del Norte con un 24,2% y Europa con un 23,4%, representando las tres regiones juntas casi el 90% de la actividad global del turismo de negocios en 2019.

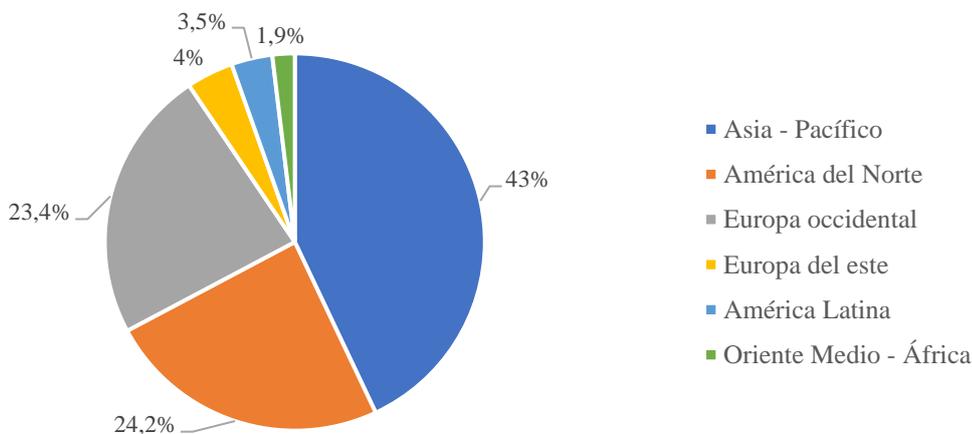


Imagen 11: Distribución porcentual por regiones del gasto generado por el turismo de negocios en el año 2019. Elaboración propia a partir de los datos de Global Business Travel Association (GBTA), 2021. *GBTA BTI Outlook Annual Global Report & Forecast*

Como se ha podido comprobar hasta ahora, en el año 2019 y los años precedentes, el turismo MICE ha marcado una época de récords año tras año, con un mayor número de reuniones, el crecimiento y relevancia de este sector en diferentes regiones del mundo que ha servido para dinamizar la actividad turística en destinos y mitigar su estacionalización, sobre todo en lugares con un turismo de ocio marcado por el sol y playa y la temporada estival. Una dinamización que ha impulsado a la creación de nuevos servicios y empresas turísticas y la especialización de las ya existentes para ofrecer un servicio más enfocado y especializado en el turismo de reuniones y eventos. Sin embargo, debido a la pandemia causada por el Covid-19, el sector se vio obligado a un parón forzoso y al cierre de fronteras internacionales, causando la paralización total de la actividad turística prácticamente en todo el mundo, lo que supuso la mayor crisis del sector de su historia.

Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC - World Travel & Tourism Council, 2021) el Covid-19 ha causado unas pérdidas financieras de casi 4.500 billones de dólares y una pérdida de más de 62 millones de puestos de trabajo en todo el mundo (Si en 2019 el turismo empleaba a 334 millones de personas, en 2020 esta cifra se redujo a 272 millones de empleados). Esta institución, en su informe “Global Economic Impact Trends 2021” recoge que el 10,4% del PIB mundial fue aportado por la industria de los viajes y el turismo (9.200 billones de dólares), sin embargo, debido a la pandemia, este porcentaje se redujo a 5,5% (WTTC, 2021)

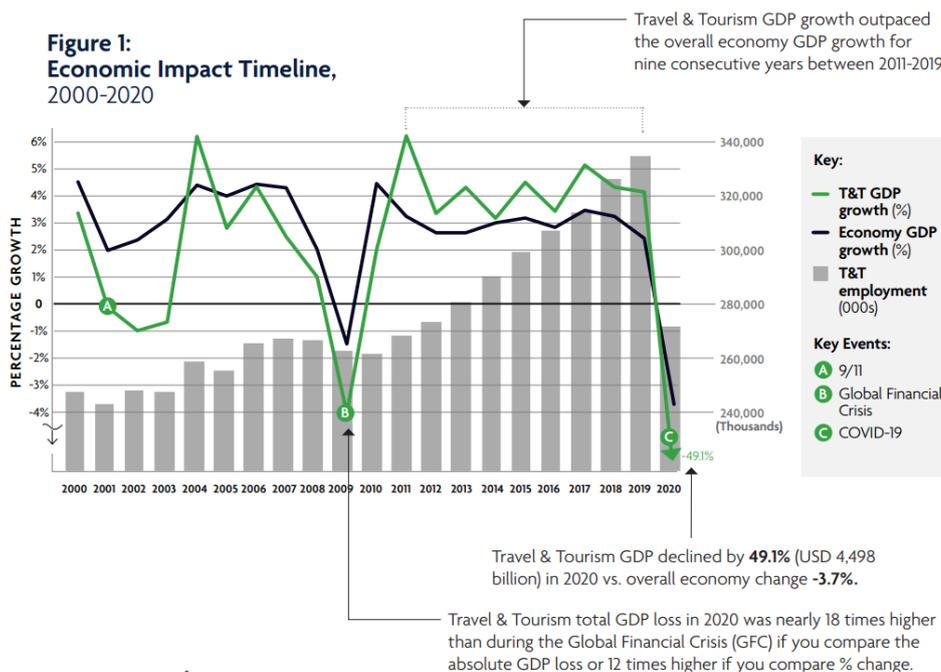


Imagen 12: Evolución del PIB Mundial, PIB turístico y evolución del personal empleado del sector desde el año 2000 al 2020. Fuente: WTTC - World Travel & Tourism Council, 2021. *Global Economic Impact Trends 2021*

Además, el gasto de los visitantes nacionales disminuyó un 45% en 2020, mientras que el gasto de los visitantes internacionales se redujo un 69,4%, la más baja de su historia. Mientras que el gasto de turismo en ocio se redujo en un 49,4%, el gasto de turismo de negocios fue más notable, reduciéndose en un 61% en 2020, tal y como se muestra en la siguiente imagen (WTTC, 2021).

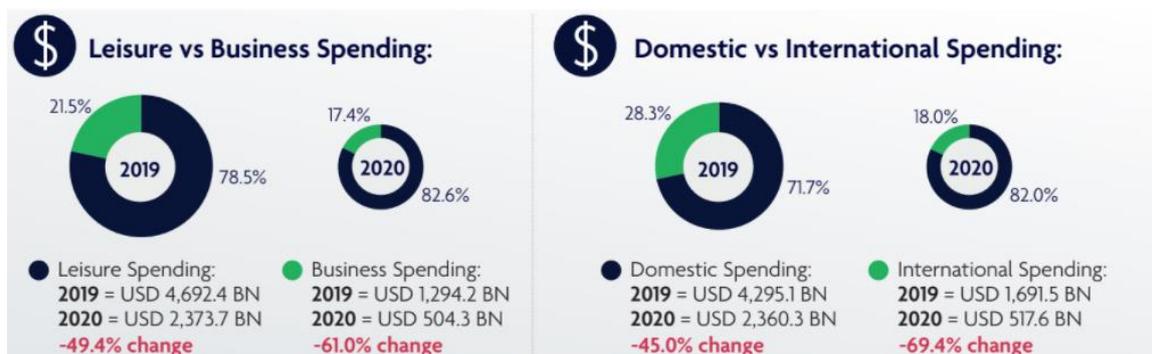


Imagen 13: Comparación de gasto de viajes de ocio y negocios y gasto de viaje doméstico e internacional (2019-2020). Fuente: WTTC - World Travel & Tourism Council, 2021. *Global Economic Impact Trends 2021*

En 2020, el número de eventos y congresos celebrados o previstos que tuvieran lugar, descendió a 8.409 (frente a los 13.252 que se celebraron el año anterior) según el último informe *ICCA Annual Statistics Study 2020 (ICCA, 2021)*. En este año, la mayoría de las reuniones de las reuniones fueron aplazadas a causa del Covid-19 (un 44%) frente a sólo el 9% del total de las reuniones que sí pudieron celebrarse (meses de enero, febrero y primeros días de marzo), una situación que fue creciendo a mediados de año. Por otro lado, el 30% de las reuniones se celebraron de forma virtual, que en algunos meses fue el mayor segmento de tipología de reuniones, lo que indica a una adaptación del turismo de reuniones a una situación tal difícil generada por la pandemia. A su vez, el 14% del total de las reuniones fueron definitivamente canceladas y sin previsión de celebrarse a corto plazo. Las reuniones que se celebraron en formato híbrido y las que fueron reubicadas fueron las menos comunes (un 2% y 1% respectivamente), debido, entre otros factores, a la logística e incremento de costes adicionales, así como la creciente incertidumbre causada por la pandemia, tal y como se puede observar de forma más gráfica en la dos siguientes figuras (*ICCA, 2021*).

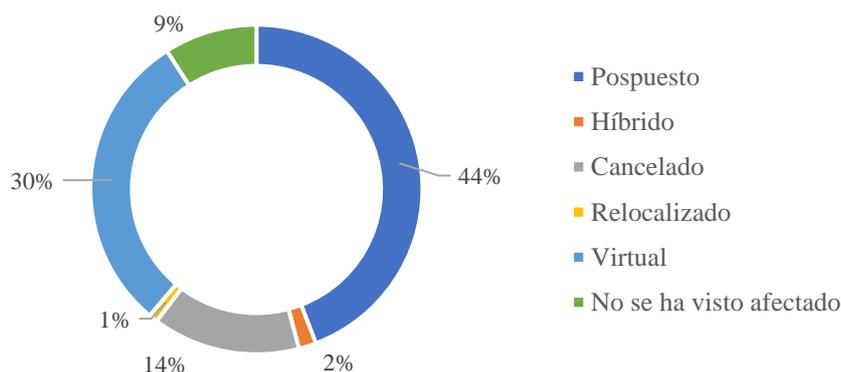


Imagen 14: Número total de eventos según su situación en 2020. Elaboración propia a partir del informe *ICCA Annual Statistics Study 2020 (ICCA, 2021)*

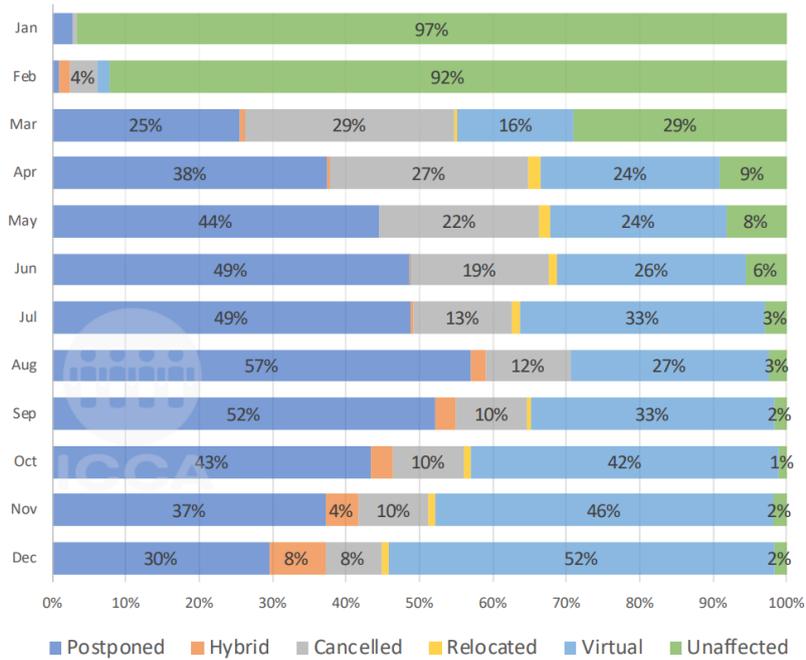


Imagen 15: Distribución porcentual de situación de los eventos por meses (2020). Fuente: Informe *ICCA Annual Statistics Study 2020* (ICCA, 2021)

El mismo informe recoge que Oriente Medio tuvo el menor porcentaje de reuniones aplazadas y canceladas, lo que supone que el 51% de los eventos se celebraron en 2020, ya sea de forma virtual, híbridas o reubicadas en la región. América del Norte fue la siguiente región, el 50% de las reuniones se celebraron de algún modo (con el mayor porcentaje de reuniones virtuales, un 39%). En tercer lugar, le sigue el continente asiático, con un 45% de las reuniones celebradas y un 25% de reuniones virtuales. Europa y Oceanía pudieron celebrar por igual el 40% sus eventos (el 30% de las europeas fueron virtuales y el 27% en Oceanía). Latinoamérica y África fueron las regiones que más eventos tuvieron que cancelar y posponer: en el primer caso se celebraron el 39% de ellos (el 27% virtuales) y el continente africano pudo llevar a cabo el 37% del total, con un 26% de reuniones celebradas de forma virtual (ICCA, 2021).

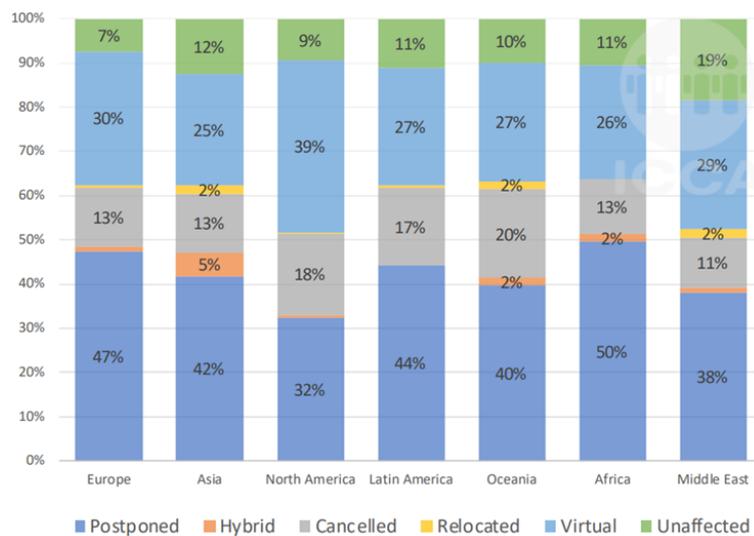


Imagen 16: Distribución porcentual de situación de los eventos por regiones (2020). Fuente: Informe *ICCA Annual Statistics Study 2020* (ICCA, 2021)

Según ICCA, en 2019 se dieron un total de 13.252 reuniones únicas de asociaciones que representan un gasto total estimado de 10.817 millones de dólares. El 2020, con 4.843 reuniones menos, dio lugar a unas pérdidas estimadas de 3.953 millones de dólares. De las 8.409 reuniones previstas en 2020, se cancelaron un total de 1.211, representando 988 millones de dólares en pérdidas; 3.714 de las reuniones se aplazaron a 2021, con una pérdida asociada de 3.032 millones de dólares. Las pérdidas por la celebración de eventos virtuales e híbridas (al generar un impacto económico mucho menor que las presenciales) ascendieron a 1.179 millones de dólares. En su conjunto el gasto total en reuniones y congresos de 2020, descendió a 1.665 millones de dólares, un 84,7% menos que en 2019 (ICCA, 2021).

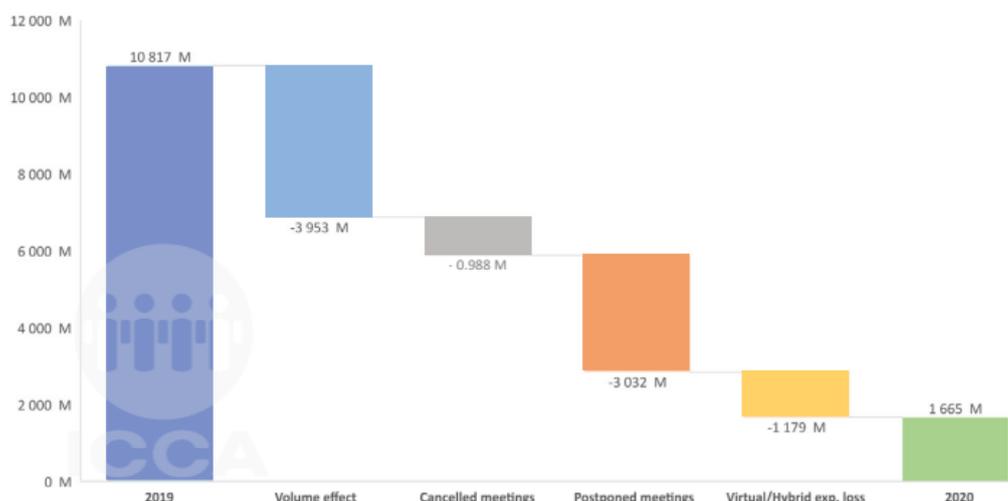


Imagen 17: Impacto económico del Covid-19 en el gasto total de eventos (2019 Vs. 2020) Fuente: Informe *ICCA Annual Statistics Study 2020* (ICCA, 2021)

Sin embargo, durante 2021, debido a la vacunación global del covid-19 y una progresiva reapertura de fronteras y a pesar de la aparición de nuevas variantes del virus (tan extendidas como Ómicron), el turismo mundial experimentó un ligero crecimiento del 4% respecto a 2020, si bien es cierto que la llegada de turistas internacionales fue un 72% inferior a 2019, según los datos del Barómetro del Turismo Mundial de la OMT de 2021, calcula que la contribución económica del turismo en 2021 (medida en PIB directo del turismo) sea de 1,9 billones de dólares (300 millones más que en 2020), todavía muy por debajo del importe anterior a la pandemia, que era de 3,5 billones de dólares (OMT, 2022).

Estas cifras marcan un lento ritmo de recuperación, con diferencias entre las diferentes regiones (OMT, 2022): Europa y América registraron los crecimientos más fuertes en 2021 en comparación a 2020, con un 19% y un 17% más, respectivamente. Por su parte, el continente africano anotó un aumento del 12% en las llegadas, y en Oriente Medio las llegadas disminuyeron un 24% respecto a 2020. En Asia y Pacífico siguieron estando un 65% por debajo de los niveles de 2020, ya que muchos destinos permanecieron cerrados a los viajes no esenciales. La situación en estas dos últimas regiones, así como la diferencia entre los grados de restricciones a la movilidad, tasas y ritmos de vacunación y la confianza de los viajeros a la hora de desplazarse son las principales causas de crecimientos diferenciados entre las diferentes regiones.



Imagen 18: Evolución de llegadas internacionales de turistas por regiones (2020 y 2021). Fuente: UNWTO World Tourism Barometer (2022), OMT.

En el ámbito del turismo de negocios, GBTA ha estimado el gasto total mundial en este ámbito superó los 750.000 millones de dólares en 2021, un 14% más que en 2020 (GBTA, 2021). Por regiones, América del Norte lideró la recuperación, repuntando un 27% en 2021 el gasto en viajes de negocios. América Latina, Oriente Medio y África crecieron un 18% y Asia-Pacífico un 15%. En el caso de Europa, sólo el crecimiento ha sido menos notable, con un 3,8% respecto a 2020. Para 2020, el crecimiento previsto a nivel mundial es del 38% respecto a 2021, un año en el que los países europeos se espera lideren este crecimiento (Reino Unido con un 86%, Alemania con un 76%, Italia con un 75%, Francia (55%) y España (49%). Tras esta progresiva recuperación, la asociación espera que el gasto anual del turismo de negocios en 2023 y 2024 se mantenga por encima de la media histórica de crecimiento, con una previsión de gasto superior a 1,4 billones de dólares a finales de 2024, justo por debajo de su pico anterior a la pandemia, de 1,43 billones de dólares (GBTA, 2021).

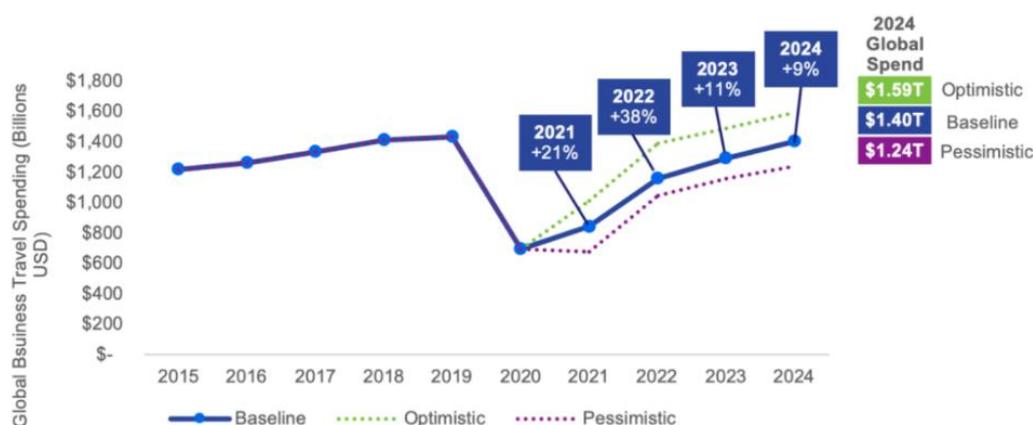


Imagen 19: Proyección del gasto de turismo de negocios 2020-2024. 2021 GBTA BTI™ Outlook Annual Global Report & Forecast (2022), GBTA.

III. Turismo de reuniones y eventos en España

En 2019, España recibió 83,5 millones de turistas (un 1% más que el año anterior) y generó un impacto económico de 72.300 millones de euros (un 3% más que en 2018), dando lugar al segundo mayor superávit de viajes del mundo, con 47.000 millones de euros aproximadamente (por detrás de EE.UU., con un superávit de 56.000 millones de euros), según el informe *Panorama Internacional del Turismo* de la OMT (OMT, 2020). Estas cifras suponen un 12,4% del total del PIB español (154,7 millones de euros), siendo el principal motor económico de España, que empleó a un total de 2,68 millones de personas (el 14% del empleo total), según el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2020).

Si en 2019 fueron 83,5 millones de turistas extranjeros los que visitaron España, esta cifra disminuyó drásticamente a 18,9 millones de turistas en 2020, un 77,3% menos que el año anterior, según los datos de Frontur del INE, a causa de la pandemia (INE, 2021). En ese mismo año, la cifra de empleados en turismo disminuyó a 2,23 millones de empleados, un 16,6% menos que en 2019. En el año de pandemia, el PIB turístico se redujo a menos de la mitad, unos 61.406 millones de euros según datos del INE, lo que se redujo a un 5,5% del PIB total de España, unos 6,9 puntos menos que en 2019 (INE, 2021). En Europa, cerca de 3.300 ferias y congresos fueron cancelados en 2020, y sólo en España, 100 ferias tuvieron que aplazar su celebración a causa de la pandemia, según cifras de la Asociación de Ferias Españolas (AFE, 2020).

No obstante, el año 2021 parece marcar el inicio de la recuperación del sector. En este último año, 32,1 millones de turistas extranjeros visitaron España, un 64,4% más que en 2020, pero si se compara con 2019, el número de viajeros fue un 62,7% inferior. Por su parte, la cifra de empleados en turismo aumentó a 2,46 millones de personas en 2021, unos 230.000 empleados más que en 2020 (INE, 2022).

El PIB turístico también se incrementó hasta alcanzar los 88.546 millones de euros, un 30,6 % más que en 2020, representando un 7,4 % del PIB total, que sin embargo sigue siendo un 42,8 % por debajo de los valores previos a la pandemia, siendo un 5% menos la aportación del PIB turístico al total de la economía española en comparación con 2019, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2022).

En los últimos años previos a la pandemia, el sector MICE en España ha ido en aumento tanto por número de eventos celebrados, impacto generado y número de visitantes. Tal y como se puede observar en el siguiente gráfico, el sector de las reuniones y eventos ha generado un impacto desde 2016 superior a los 11.000 millones de euros, alcanzando la cifra de 12.314 millones de euros un 2019, con un crecimiento medio anual del 2,7% en este periodo de tiempo. Sin embargo, en 2020, a causa de la pandemia, el sector turístico, y por extensión el MICE, se vio notablemente afectado. El tamaño de la industria de eventos y congresos en España disminuyó hasta los 3.179 millones de euros, es decir, un 74% menos que en 2019. El último año registra un incremento de casi un 60% más, ascendiendo la cifra a 5.079 millones de euros, lejos aún de las cifras de los años previos a la pandemia, pero que sin duda marcan el camino de una progresiva recuperación del sector (INE, 2022).

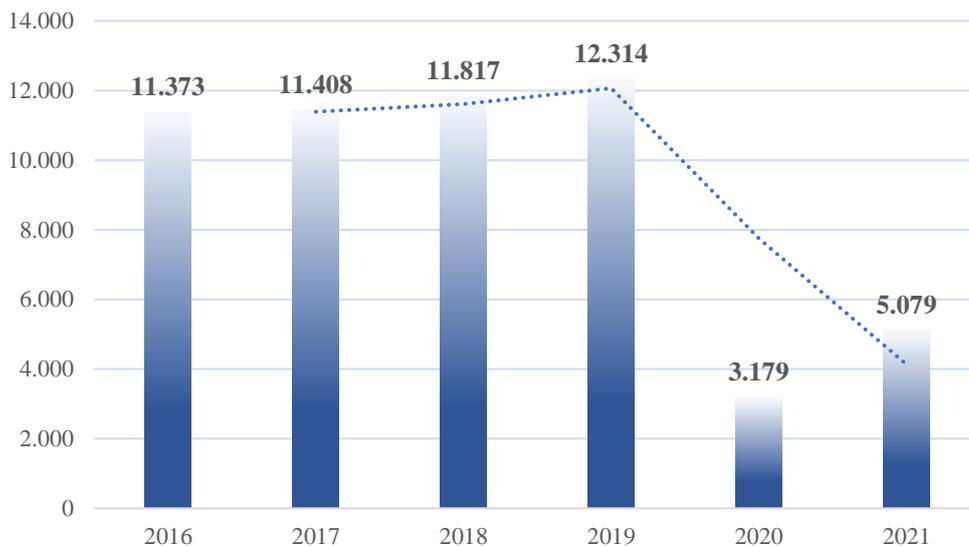


Imagen 20: Evolución del tamaño de la industria de reuniones en España en millones de €. Elaboración propia a partir de datos del INE (2016-2021)

Otro de los indicadores que muestra una evolución favorable del sector MICE en es el número de visitantes. Si en 2016 el número de turistas extranjeros que visitaron España por motivos de negocios fue de 4,67 millones, en 2019 esta cifra se incrementó hasta alcanzar los 5,4 millones de visitantes extranjeros (un 6,5% del total de turistas internacionales que visitaron el país, en base a los datos de Frontur (INE, 2021).

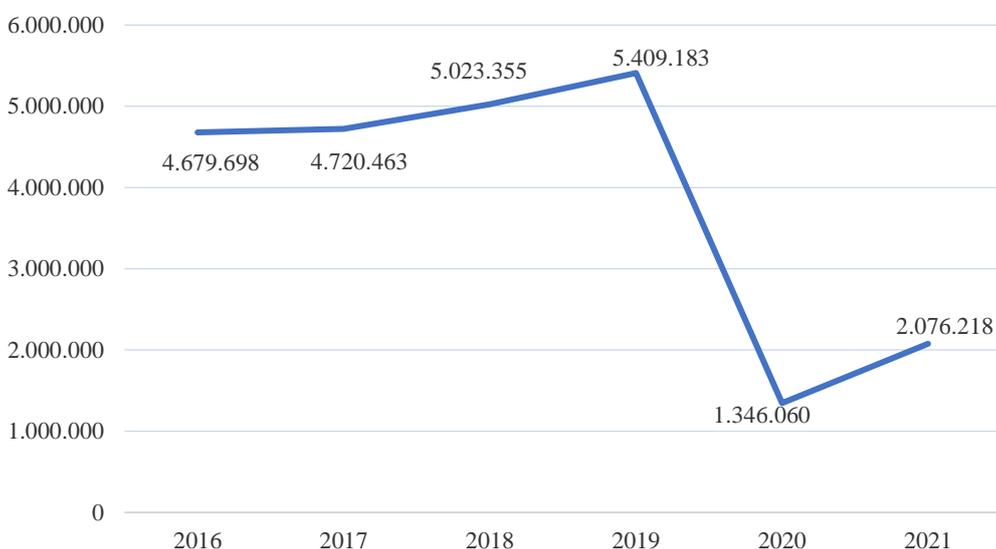


Imagen 21: Evolución del número de turistas internacionales en España por negocios. Elaboración propia a partir de datos de Frontur (INE, 2016-2021)

En el año anterior a la pandemia, 5,4 millones de turistas internacionales visitaron el país por motivos profesionales y de negocio, disminuyendo también esta cifra considerablemente en 2020 a 1,34 millones un 75,12 % menos (INE, 2021).

Sin embargo, en 2021, estas cifras aumentaron favorablemente gracias al ritmo de vacunación y la reapertura progresiva de fronteras, lo que permitió volver a celebrar reuniones, eventos, congresos y ferias, con sus respectivas medidas de seguridad, higiene, limitación de aforos y distancias de seguridad para evitar la propagación del virus. En 2021, más de 31 millones de turistas visitaron España, un 64,49% más que el año anterior (aun así, fueron 52,4 millones de turistas menos que en 2019). De esa cifra, 2,07 millones de extranjeros visitaron España por motivos de reuniones y negocios, un 54,24% más que en 2020 y 3,4 millones menos que en 2019 (INE, 2021).

Por su parte, el número de turistas nacionales que han viajado dentro de España por motivos de negocios ha superado la cifra de los 14 millones entre el año 2016 y 2018, si bien es cierto que en 2019 la cifra disminuyó a los 13,96 millones de viajeros nacionales, un 4,37% menos que en 2018 (INE, 2020). En el año de la pandemia, esta cifra también disminuyó notablemente hasta los 8,85 millones de turistas nacionales que se desplazaron dentro de España por negocios y eventos, un 36,6% menos que el año anterior. Al igual que en el caso de los turistas internacionales, 2021 fue un año de ligera recuperación, aumentando a 11,57 millones de viajeros profesionales, un 30,81% más que en 2020, acercándose a cifras previas a la pandemia, lo que indica una progresiva recuperación del sector en España (INE, 2022).

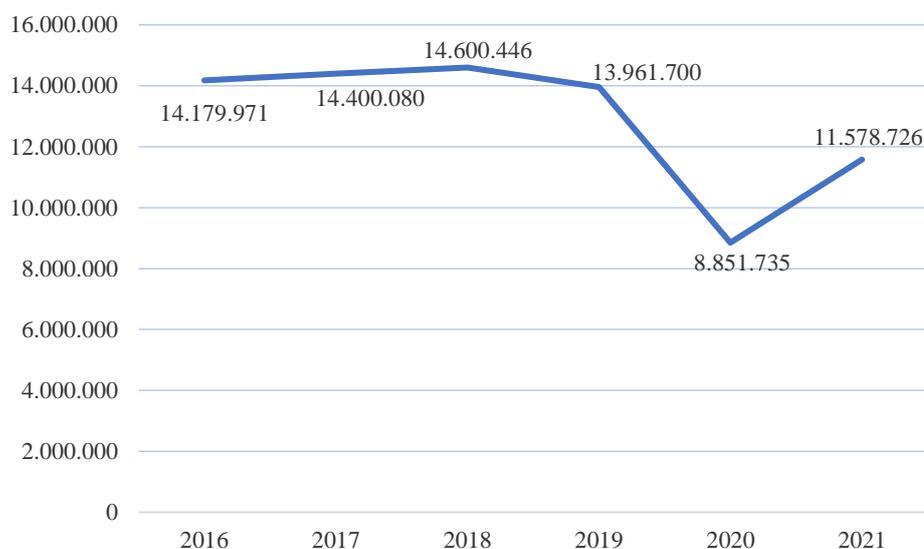


Imagen 22: Evolución del número de turistas nacionales en España por negocios. Elaboración propia a partir de datos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE, 2016-2021)

En cuanto al gasto de los turistas internacionales, su importe ascendió a 91.912 millones de euros en 2019 (un 2,41% más que en 2018). De este importe, el 6,92% fue por motivos profesionales, negocios y asistencia a eventos (6.958 millones de euros, según datos del INE de 2019). En 2020 el gasto total de turistas internacionales disminuyó a 19.786 millones de euros (un 78% menos que en el año anterior), así como el dedicado a negocios y asistencia a eventos,

cifrado en 1.396 millones de euros, un 7,05% del total y casi un 77% menos que en 2019, según datos de Frontur (INE, 2021).

El 2021 también recoge un incremento en el gasto total de los turistas internacionales, hasta los 34.903 millones de euros, un 76,4% más que en 2020, siendo el gasto de profesionales, reuniones y eventos de 2.234 millones de euros, un 60% más que en 2020, lo que supone un 6,4% del total del gasto internacional en 2021 (INE 2022).

En la parte nacional, el gasto de turistas nacionales dentro de España fue de 32.014 millones de euros en 2019, siendo un 12,9% por motivos profesionales y negocios (4.139 millones de euros). En 2020, a causa de la pandemia, el gasto total se vio reducido a 17.558 millones de euros, un 45% menos que el año anterior. De este gasto, 2.292 millones de euros correspondieron a motivos de reuniones y eventos profesionales (un 13,05% del total, según la Encuesta de Turismo de Residentes del INE). En 2021, también se notó un incremento en el gasto total nacional, ascendiendo a 27.108 millones de euros (un 54% más que en 2019), siendo un 12,2% del importe correspondiente al gasto en reuniones y asuntos profesionales (unos 3.316 millones de euros (INE, 2022).

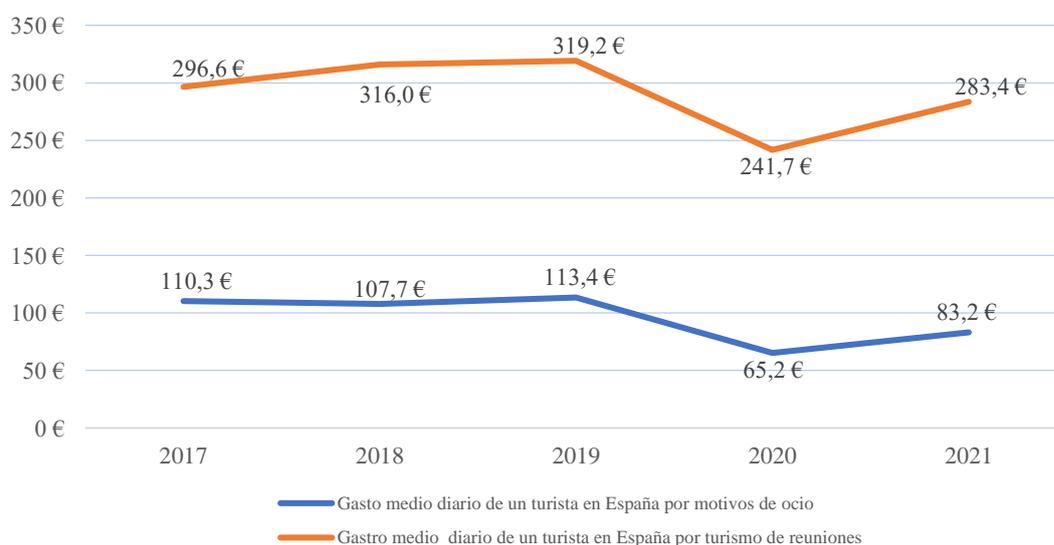


Imagen 23: Comparación y evolución del gasto medio diario por ocio y por negocios en España (2017-2021).
Elaboración propia a partir de datos del INE (2017-2021)

El gasto medio diario del turista de reuniones se situaba en unos 297-319 € por persona antes de la pandemia, descendiendo un 24% hasta los 241 euros en 2020, con un ligero incremento en 2021, alcanzando los 283 € de gasto diario por persona del segmento MICE (INE, 2022). En comparación, este nivel de gasto diario ha llegado en este último año a ser más del triple que el turista que viaja por motivos de ocio en España, lo que revela la gran importancia de la industria del turismo de reuniones en España, generando valor y crecimiento para el destino, contribuyendo a la desestacionalización del turismo y su profesionalización, así como el aumento del gasto medio y la recurrencia de turistas y celebración de eventos en España.

Si 2021 parece que marca el ritmo de recuperación del turismo, el sector MICE irá progresando en paralelo gracias a progresiva vuelta a la normalidad tras la reapertura de fronteras y eliminación paulatina de medidas de seguridad relacionadas con el covid-19. Según el estudio “Estrategia de reactivación de la industria de reuniones” elaborado por Braintrust para la Spain Convention Bureau (2021), el sector MICE prevé que se recupere completamente para el año 2024, año en el que estiman que este sector alcance un tamaño de 12.511 millones de euros, casi un 2% más que en 2019 (*Braintrust, 2021*).

Por otro lado, tal y como se puede observar en la siguiente figura, todos los mercados evolucionarán positivamente en el segmento MICE a partir de 2022, en base a los datos del informe anual global y previsión de GBTA (*GBTA, 2021*). La media global de la inversión del turismo de eventos y congresos se estimó en 754.014 millones de dólares para 2021 (un 14% más que en 2020), con un incremento esperado del 38% para 2022, del 23% para el 2023, el 16% en 2024 y finalmente el 4% para 2025, lo que supone una estimación de 1,55 billones de dólares en ese último año (*GBTA, 2021*).

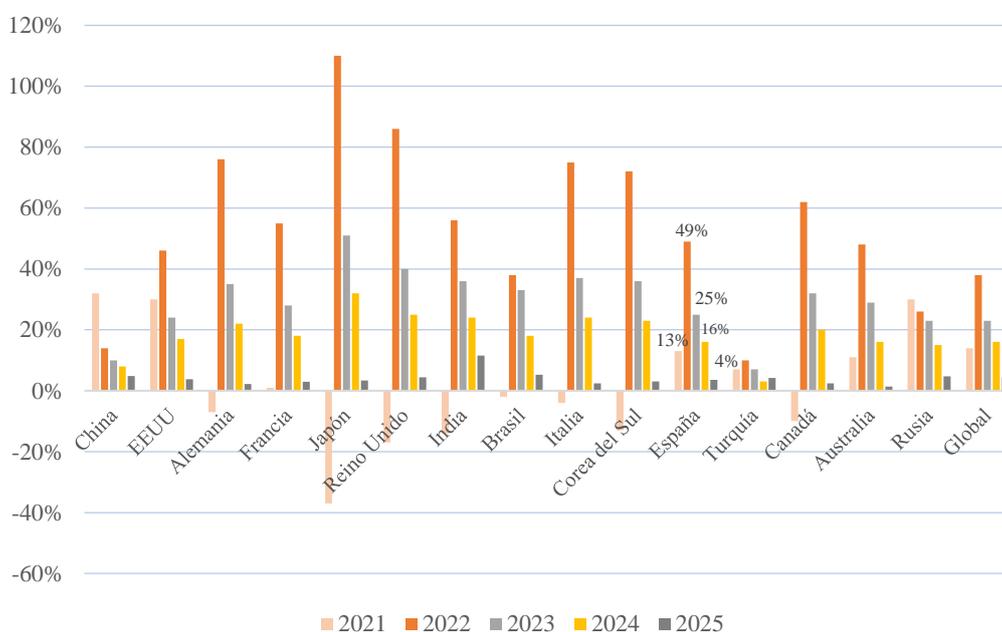


Imagen 24: Estimación del crecimiento del sector MICE en función del gasto total. Top 15 principales mercados y ámbito global. Elaboración propia a partir de datos de *GBTA BTI™ Outlook - Annual Global Report & Forecast (2021)*

Los viajes de negocios en España, así como en otros países de Europa Occidental se retrasaron a principios de 2021, donde China y EE.UU lideraron la recuperación (*GBTA, 2021*). En el caso de Europa se debió a la aparición de nuevas variantes del Covid-19 (Delta y Ómicron), lo que provocó demoras en la reapertura de las fronteras nacionales y mayores reticencias a viajar, lo que supuso una barrera principal a la hora de organizar grandes eventos, muchos de ellos cancelados o celebrados de una forma online o híbrida. Sin embargo, el inicio del año 2022 está registrando cifras de recuperación debido a la relajación de las restricciones de viajes, el aumento de las tasas de vacunación y la demanda deprimida.

En el caso de España, se espera un importante crecimiento para 2022, del 49%. Prueba de ellos son las 106 ferias internacionales programadas en España, según la Asociación de Ferias Españolas y del 25% para 2023 (AFE, 2021). Este crecimiento seguirá siendo positivo en 2024 y 2025, del 16 y 4% respectivamente, alcanzando en el último año una inversión en España de 25.960 millones de dólares en el segmento MICE, con crecimientos porcentuales superiores a países como China, EE.UU, Canadá o Australia (GBTA, 2021)

Para entender más en detalle la composición y alcance del turismo MICE en España, a continuación, se analizará la actividad del año 2019, año de referencia en turismo previo a la crisis originada por el Covid-19, con el objetivo de comprender la magnitud y el valor de este sector en la economía del país.

Atendiendo al número de número de reuniones, según el Spain Convention Bureau (SCB), en 2019 se celebraron en España un total de 29.603 (un 14,7% más que en 2018), contando con una participación de 4,79 millones de personas (el 68,5% de ellos nacionales), la cifra más alta que ha registrado desde que realiza informes (SBC, 2020). La entidad estima en su último informe (2020) que el impacto directo de estos eventos asciende a 7.000 millones de euros en 2019 (SBC, 2020). El Spain Convention Bureau se constituyó en 1984 dentro de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y en la actualidad cuenta con una red de entidades locales que agrupa a 57 destinos de congresos, asesorando de forma gratuita a las empresas organizadoras de eventos sobre las infraestructuras y recursos disponibles, facilitando la toma de contacto entre ellas y cada una de las oficinas de congresos locales asociadas al SCB.

En su informe de 2019, recoge además un impacto de 7.000 millones de euros directos en la economía española (SCB, 2019). Este informe también analizó las sedes que albergaron estos eventos en España y en el último año previo a la pandemia, el 33,2% de los eventos se celebraron en Palacios de congresos, el 25,7% en salas de hoteles y el resto en Universidades y otro tipo de sedes, siendo la duración media de los eventos de 2,16 días (SCB, 2019). El mes de mayo fue el que más reuniones acaparó, seguido de octubre, septiembre, abril y junio, confirmando así la tendencia de que el turismo MICE promueve a equilibrar la estacionalidad del turismo vacacional de muchas ciudades y destinos turísticos españoles.

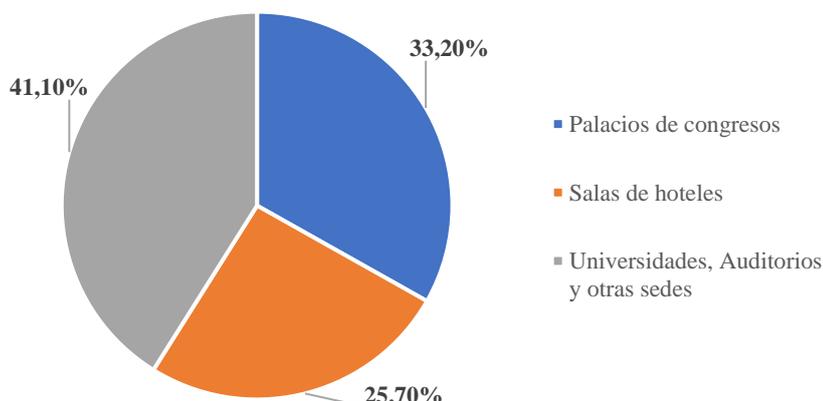


Imagen 25: Distribución en porcentaje del tipo de sedes utilizadas en España por la celebración de eventos en 2019. Elaboración propia a partir de datos de Spain Convention Bureau

Por temáticas sectoriales, el sector médico es el que más eventos ha celebrado (un 19,7% del total), seguido por el económico (15,7%) la universidad y el científico, que en su conjunto acumularon el 55% de las temáticas de eventos celebrados en España en 2019, según el Spain Convention Bureau (SCB, 2019).

Por otro lado, según el ranking que elabora ICCA, España se sitúa como el cuarto país del mundo que más congresos internacionales acogió en 2019, con un total de 578 (un 9% menos que el año anterior), por detrás de EE. UU, Alemania y Francia, y segundo país del mundo en el ranking si atendemos al número de asistentes a estos eventos, estimados en 349.000, sólo por detrás de EE.UU, con 357.00 asistentes (ICCA, 2020). Este mismo ranking sitúa a dos de sus ciudades, Barcelona (en cuarta posición) y Madrid (en quinta posición), en el ranking de los destinos del mundo que más eventos internacionales acogen (156 y 154 respectivamente). Otras ciudades españolas aparecen también en el ranking, como son: Valencia (puesto 48 con 54 eventos), Sevilla (puesto 112 con 26 eventos), Bilbao y Granada (puesto 150, con 20 eventos cada ciudad), Málaga (puesto 159 con 19 eventos), San Sebastián (puesto 221 con 12 eventos), Palma de Mallorca (puesto 247 y 11 eventos), Santiago de Compostela (puesto 267 con 10 eventos), Alicante (puesto 307 y 8 eventos), Zaragoza y Girona situadas en el puesto 424, con 5 eventos cada una (ICCA, 2020).

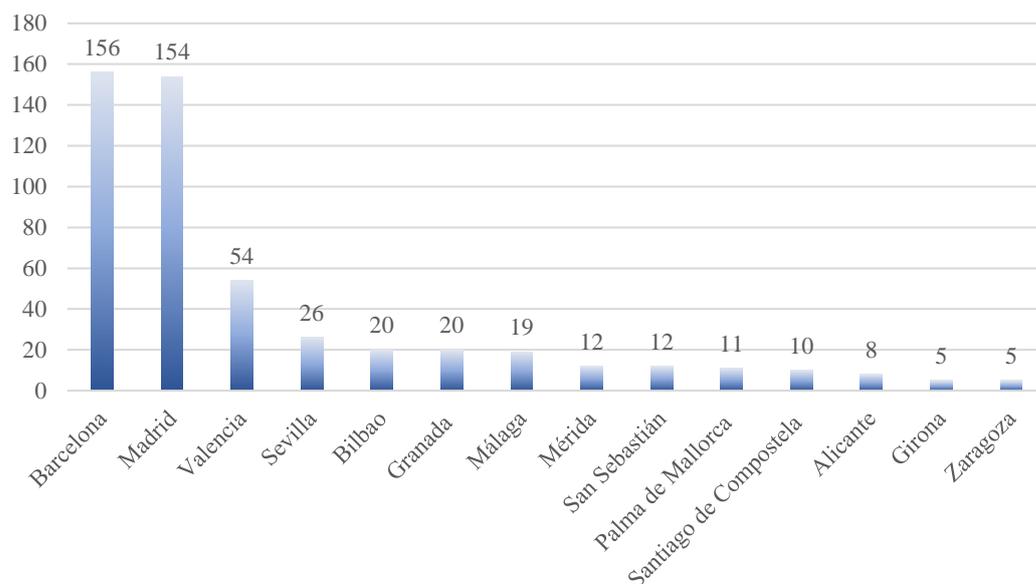


Imagen 26: Ranking de ciudades españolas con mayor número de congresos internacionales celebrados en 2019. Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por ICCA: *ICCA Statistics Report 2019*

Dentro del sector MICE, uno de los ámbitos en los que España es una potencia a destacar es en el de las Ferias, líder de Europa junto con Alemania, Italia, Francia y Reino Unido. En el país, existe la Asociación de Ferias Españolas (AFE), que representa a más del 90% de la actividad del sector y genera unos 13.000 millones de euros de impacto económico anual directo, indirecto e inducido y la generación de 123.000 empleos directos e indirectos, según la asociación (AFE, 2019)

Según los datos que publica de forma anual AFE, en España se celebraron un total de 417 ferias en 2019, siendo Madrid el destino que mayor número de ferias congregó, con un total de 110, seguida de Barcelona (con 76 ferias), Valencia (44 ferias), Málaga (31 ferias) y Bilbao, con 29 ferias (AFE, 2019). En cuanto a la periodicidad, un 70% de las ferias se celebra con

carácter anual, un 15% bienal, un 12% semestral y un 3% son de nueva celebración, en base a las estadísticas de la entidad (AFE, 2019).

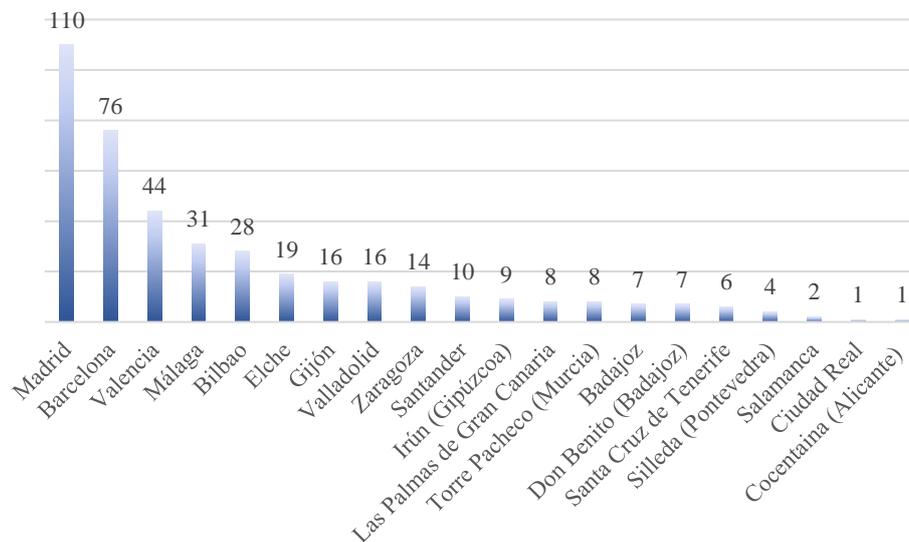


Imagen 27: Número de ferias celebradas en España según su destino en 2019. Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la Asociación de Ferias de España: *Datos Estadísticos AFE 2019*

Este tipo de eventos son clave para la economía de muchas ciudades españolas, tal y como se ha podido observar, siendo, a su vez, de gran ayuda en la labor de promoción turística de estos destinos en el ámbito nacional e internacional. En cuanto al número de visitantes, Madrid y Barcelona lideran el ranking de visitas a sus ferias, con 4,25 millones y 2,35 millones respectivamente. Le siguen muy de lejos Valencia con 564.092 visitantes y Málaga con 301.088 visitantes (AFE, 2019) El resto de ciudades organizadoras quedan por debajo de los 300.000 visitantes (Bilbao, Elche o Gijón continúan el ranking con una asistencia menor).

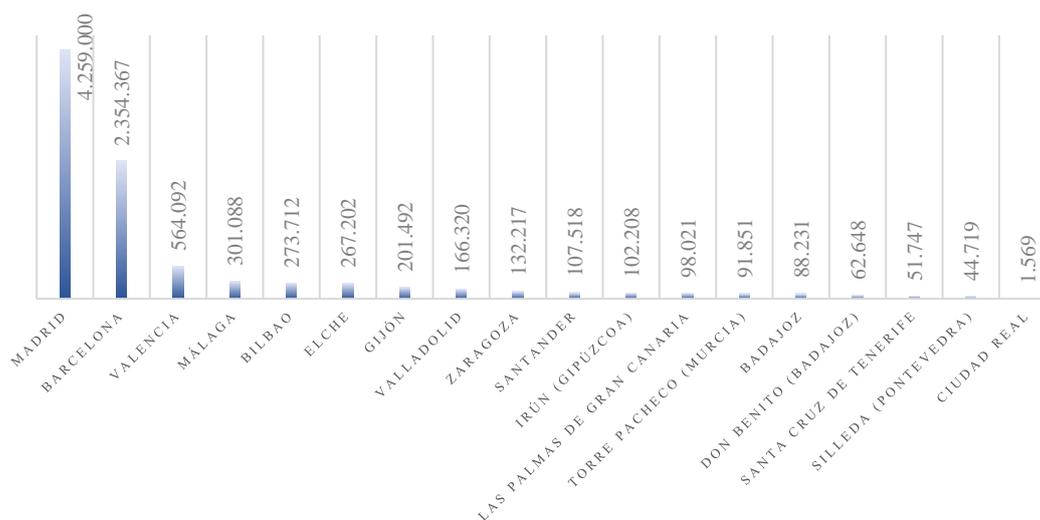


Imagen 28: Número de visitantes a ferias celebradas en España según su destino en 2019. Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la Asociación de Ferias de España: *Datos Estadísticos AFE 2019*

Atendiendo al número de visitantes a cada una de las ferias, en 2019 (AFE, 2019) las más visitadas fueron el Salón del Manga de Barcelona y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP25) de Madrid, ambos con 150.000 visitantes nacionales e internacionales. En tercer lugar, le sigue muy de cerca la Feria Internacional del Turismo (FITUR), celebrada cada año en Madrid, con 142.642 asistentes profesionales. Esta feria sería la primera más visitada del país si se tiene en cuenta también la asistencia de público general, que en 2019 elevó su cifra a 253.000 visitantes (IFEMA, 2019). En cuarto lugar, la Feria Automóvil de Barcelona (127.492 visitantes) el ITMA (feria de textil y maquinaria) también en Barcelona con 127.000 asistentes, el Salón internacional del Cómic de Barcelona en 5º lugar con 118.000 asistentes. Les siguen a estas ferias también de cerca la valenciana Expojove, con 113.648 asistentes en 2019 y el Mobile World Congress de Barcelona, con 109.000 visitantes (AFE, 2019)

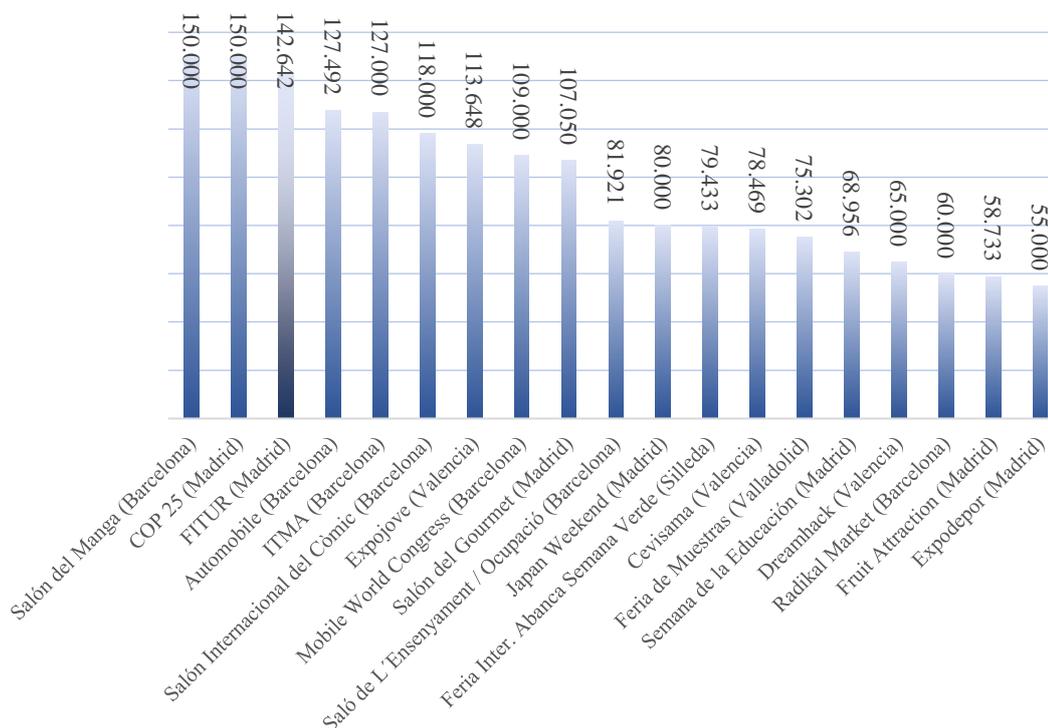


Imagen 29: Ferias más visitadas de España en 2019. Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la Asociación de Ferias de España: *Datos Estadísticos AFE 2019*

Tras analizar la caracterización del sector MICE en España, a continuación, se expone un análisis DAFO de la situación de España como destino MICE, incluyendo los habituales campos de análisis de esta metodología: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades, con el objetivo de tener un conocimiento más en detalle de la situación actual del sector.

Debilidades:

- Sector muy afectado por la pandemia, que sigue arrastrando sus daños.
- Falta de reconocimiento a la industria.
- Información del segmento poco centralizada y escasa diferenciación de la oferta.
- Insuficiente digitalización y formación en el sector.
- Rivalidad entre hoteles, palacios de congresos y edificios singulares, para acoger eventos.

- Fuerte concentración de celebración de eventos en grandes capitales del país.
- Falta de conexiones e infraestructuras con destinos.

Amenazas:

- Fuerte competencia de otros países europeos y creciente evolución de otros mercados como América y Asia.
- Posibilidades de nuevas variantes del covid-19 que provoque una extensión de la pandemia, y con ello, vuelta a las restricciones de la movilidad.
- Inflación e incrementos de los costes de combustibles, de la energía y materias primas.
- Permanencia a largo plazo de la celebración de eventos 100% virtuales.
- Falta de recursos y estrategia para afrontar los retos del futuro del sector MICE.

Fortalezas:

- España como destino más competitivo del mundo en 2019 según el Foro Económico Mundial, con una Marca España altamente reconocida, siendo un destino seguro y flexible.
- España como segundo país del mundo en número de asistentes internacionales a congresos, con ciudades como Madrid y Barcelona situadas en el ranking de 10 ciudades con más eventos del mundo (*ICCA, 2019*)
- Turismo como principal sector económico del país, profesionalizado y siendo un ejemplo a nivel global.
- Excelente combinación de oferta cultural, patrimonial, gastronómica, naturaleza y deportes.
- Alta disposición de infraestructuras y transportes por tierra, mar y aire, con importantes enlaces y conexiones a nivel nacional e internacional.
- Amplia oferta de palacios de congresos, centros de convenciones, recintos feriales y otros lugares singulares para albergar todo tipo de eventos.
- Gran oferta hotelera y de calidad, con importante presencia de alojamientos de 4 y 5 estrellas especializados en el sector MICE.
- Clima y ambiente que facilita combinar el viaje de trabajo con el tiempo de ocio.

Oportunidades:

- Buenas previsiones de recuperación y crecimiento del turismo y sector MICE en España.
- Transformación del sector para adaptarse a nuevas necesidades del turista de reuniones y eventos, con importante foco en la digitalización, innovación y sostenibilidad.
- Ampliación de la colaboración público-privada a todos los niveles (estatal, autonómico, provincial y regional), así como incrementar las acciones estratégicas para seguir manteniendo el liderazgo mundial de la Marca España.
- Captación de mayor inversión público-privada, con el objetivo de incrementar el número de congresos internacionales y eventos nacionales.
- Reducción de la estacionalidad del turismo en España gracias al sector MICE, con un mayor gasto turístico por persona y día frente al turismo de ocio, incrementando el impacto económico en el destino.

- Renovación de infraestructuras, palacios de congresos y lugares de celebración de eventos, así como la ampliación de las conexiones de transporte a nivel nacional e internacional.
- Formación y profesionalización del sector, con importante foco en la gestión y celebración de eventos.

ANÁLISIS DEL SECTOR MICE EN MADRID

Tal y como muestran los datos del INE, la Comunidad de Madrid ha crecido positivamente en cuanto a recepción de turistas extranjeros desde el 2016, llegando en 2019 a recibir a 7,6 millones de turistas extranjeros, un 9,1% del total nacional, por detrás de Islas Baleares, Islas Canarias, Comunidad Valenciana y Cataluña, en primer lugar, con 19,3 millones de turistas extranjeros (INE, 2020).

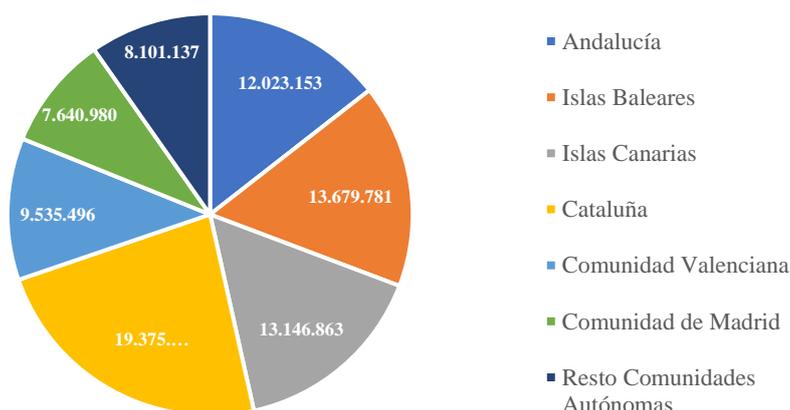


Imagen 30: Llegadas de turistas internacionales por Comunidades Autónomas en 2019. Elaboración propia a partir de los datos Frontur. INE, 2019

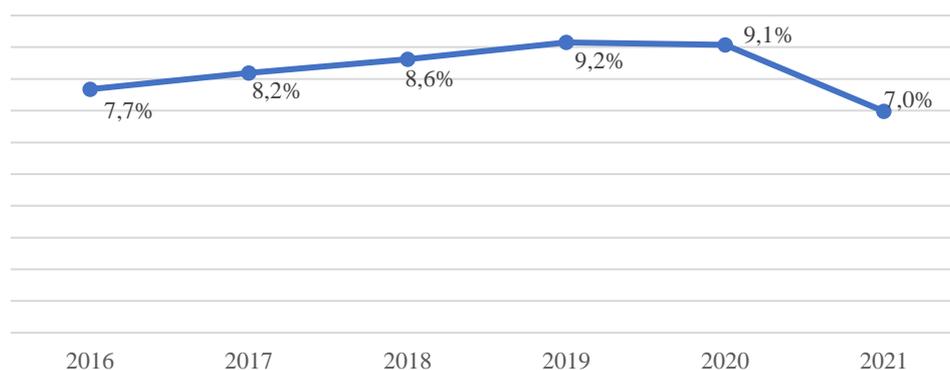


Imagen 31: Evolución en % de llegadas de turistas internacionales a la Comunidad de Madrid sobre el total nacional. Elaboración propia a partir de los datos Frontur. INE, 2016-2021.

Uno de los indicadores fuertes del turismo de Madrid es el gasto turístico. Desde 2016, el gasto medio diario por persona en la región fue de 207 €, hasta alcanzar los 271€ en 2019, casi el doble que el gasto medio diario por persona en todo el país. A partir de 2020, debido a la pandemia, el gasto se redujo a 232, incrementándose ligeramente un 3% en 2021, lo que se

traduce en un indicio de una ligera recuperación del turismo internacional en la región y en el país (INE, 2021).

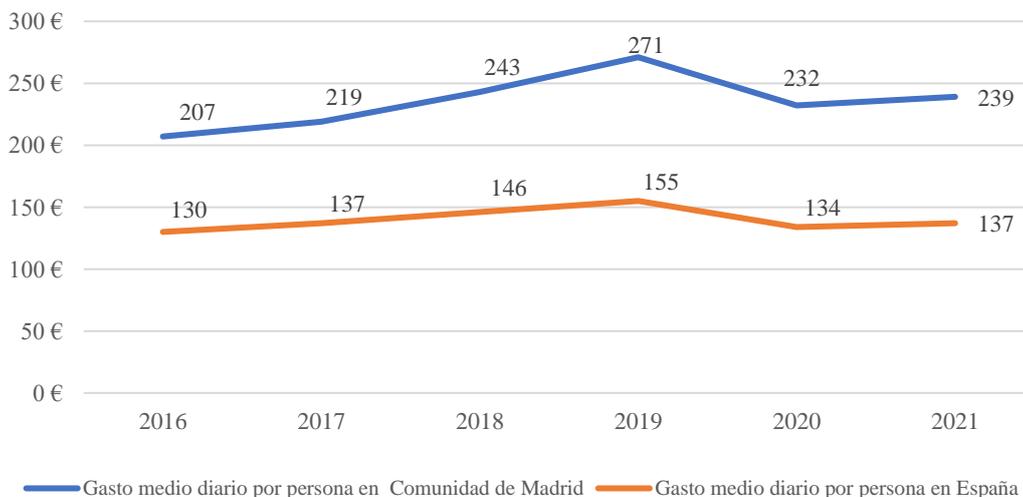


Imagen 32: Comparación del gasto diario medio por persona en la Comunidad de Madrid frente al gasto medio diario por persona en España. Elaboración propia a partir de los datos de Egatur. INE, 2016-2021

Si en 2019 el gasto total de turistas extranjeros fue de 91.912 millones de euros, un 11,4% de ese gasto se produjo en la Comunidad de Madrid, alcanzando la cifra de 10.454 millones de euros en el año previo al crisis sanitaria, económica y turística causada por la pandemia, tras un periodo de crecimiento anual desde 2016, lo que sitúa a Madrid como una de las comunidades que más riqueza genera turísticamente hablando, en base a los datos de Egatur (INE, 2020).

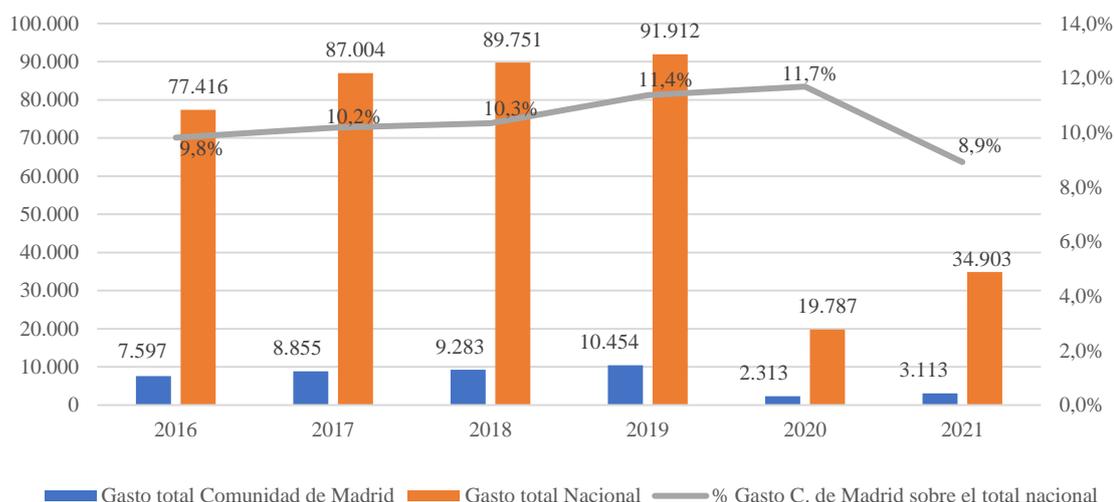


Imagen 33: Evolución del gasto total de turistas extranjeros en la Comunidad de Madrid en comparación con el Gasto total nacional (en mill. €) Elaboración propia a partir de los datos de Egatur. INE, 2016-2021

En el ámbito MICE, Según el informe *Statistics Report* de ICCA (ICCA, 2019), en el año previo a la pandemia, Madrid fue la 3ª ciudad del mundo con mayor número de participantes internacionales en congresos, con una cifra total de 91.000 congresistas, sólo por detrás de

Barcelona y París. En número de congresos internacionales, Madrid fue la 5ª ciudad del mundo en albergar mayor número de este tipo de eventos (*ICCA, 2019*). En este año, Madrid acogió 154 congresos internacionales (por detrás de París, Lisboa, Berlín y Barcelona). Además, Madrid fue galardonada, por tercer año consecutivo, como mejor destino mundial de reuniones y congresos en los World Travel Awards 2022, considerados los “Óscar” del turismo (*World Travel Awards, 2022*).

Según los últimos datos consolidados de turismo MICE en Madrid, más de 25.000 reuniones se celebraron en la Comunidad en 2019, siendo un 34% convenciones, un 55% jornadas profesionales y un 11% congresos, alcanzando 1,28 millones de participantes y generando un impacto total de 919 millones de euros según el Anuario de Turismo de Madrid (*Madrid Destino, 2019*), lo que representa una relevancia económica en esta tipología de turismo y sitúa al destino en uno de los mejores del mundo para albergar eventos profesionales.

Madrid Convention Bureau, entidad especializada de Madrid Destino cuyos objetivos principales se basan en la promoción de Madrid como destino para la celebración de todo tipo de reuniones, desde congresos y convenciones hasta viajes de incentivo y su captación activa, destaca los siguientes atributos de Madrid como destino ejemplar MICE (*Madrid Convention Bureau, 2019*):

1. Prosperidad y estilo de vida (*Madrid Convention Bureau, 2019*):

- Es considerada la 2ª capital europea más segura y la 3ª ciudad más poblada en Europa tras Londres y Berlín, con una sexta parte de la población extranjera procedente de 190 países.
- Es sede de más de 2.000 empresas multinacionales, considerada la 9ª ciudad del mundo por presencia de compañías globales y la 4ª ciudad financiera más potente de Europa según el Índice Global de Centros Financieros (sólo superada por Londres, París y Frankfurt)
- La renta per cápita de Madrid supera en un 34% a la media de la U.E, lo que la sitúa en el TOP 10 de las regiones europeas con mayor PIB per cápita.
- Primer destino de reuniones de España y 3º en el Ranking ICCA, albergando 200 congresos internacionales, más de 20.000 reuniones con más de 1,15 millones de participantes en 2019.
- Posee más de 200.000 estudiantes de 15 universidades, 6 de ellas públicas.

2. Conectividad (*Madrid Convention Bureau, 2019*):

- Tiene más de 200 vuelos directos (89 ciudades europeas con conexión directa, 39 americanas, 15 de África y 9 de Asia – Pacífico) y 174 destinos con vuelos directos (15 de Italia, 10 de EE.UU, 10 de Francia, 9 de Reino Unido y 7 de Alemania, 5 de Marruecos y 4 de Portugal). En 2019, Madrid conectó a 40 millones de pasajeros con 174 destinos nacionales e internacionales de 66 países.
- Hub de la Alta Velocidad Española: 3.000 kilómetros de servicios de la red, con 30 trenes diarios que conectan con Barcelona y 23 con Sevilla, lo que la convierte en la 2ª red de alta velocidad del mundo tras la China.

- Transporte de Madrid: posee la red de Metro con más kilómetros de Europa (tras Londres), con más de 300 estaciones, además de una red de autobuses superior a 1.900 repartidas en 203 líneas, una red de trenes de corta y media distancia repartidas en 89 estaciones y más de 370 km de vías férreas, así como una flota de 15.000 taxis.

3. Naturaleza y patrimonio (*Madrid Convention Bureau, 2019*):

- Considerada la 2ª ciudad del mundo en espacios verdes, con más de 170 parques y jardines y 225.000 árboles, donde destacan espacios El Retiro, Madrid Río (con 10 km de longitud y 32 puentes y paseos) o la Casa de Campo, con 1.772 hectáreas de zona verde, lo que equivale a 4 veces la extensión de Central Park de Nueva York.
- 6 entornos declarados Patrimonio de la UNESCO (Ávila, Segovia y Toledo, ciudades próximas a la Comunidad, y Aranjuez, El Escorial y Alcalá de Henares, destinos pertenecientes a la Comunidad de Madrid.

4. Ocio y cultura (*Madrid Convention Bureau, 2019*):

- Madrid posee 2.294 monumentos y 71 museos, siendo El Prado, El Reina Sofía y el Thyssen-Bornemisza los más destacados a nivel internacional, que, junto con El Retiro, conforman Paisaje de la Luz, declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO. También posee 53 teatros, 87 galerías de arte y 218 salas de cine.
- También cuenta con 18.640, establecimientos hosteleros, 22.000 bares, cafés, pubs, 46 mercados municipales, 13 restaurantes centenarios, 21 restaurantes con estrella Michelin y el restaurante más antiguo del mundo (Botín)
- Alojamiento: Madrid cuenta con 803 establecimientos hoteleros y 86.582 plazas hoteleras, siendo 146 hoteles de 4 estrellas y 26 hoteles de 5 estrellas, lo que le convierte en uno de los destinos de turismo de lujo más destacados de Europa.
- Madrid cuenta con más de 46.000 comercios y es considerado el 5º destino del mundo con mayor presencia de marcas internacionales de retail (tras Londres, París, Moscú y Milán)

Como se ha podido observar, Madrid posee importantes atributos para ser un destino líder en el sector MICE. Cuenta con importantes indicadores de una ciudad vanguardista, rica y alta calidad de vida, con importantes conexiones nacionales e internacionales a través de una red avanzada de transporte, además de contar con un importante patrimonio artístico y natural y excelente gastronomía. Posee una oferta de ocio y cultura muy completa y diversa, así como una planta hotelera amplia y de calidad, lo que confiere a Madrid ser elegida sede de numerosos congresos y eventos nacionales e internacionales cada año.

En este sentido, es muy importante el papel que juegan los cuatro organismos oficiales turísticos: la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid, la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Madrid, el Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas AENA y Madrid Destino, ésta última encargada, entre otros objetivos de la captación de turismo MICE a través del Madrid Convention Bureau (MCB), uno de los departamentos fundamentales de su estructura, ofreciendo servicios como (*Madrid Convention Bureau, 2019*):

- Asistencia en la búsqueda de sedes o espacios en Madrid.
- Planificación y gestión de las visitas de inspección y encuentros durante el proceso de selección de la candidatura.
- Coordinación del alojamiento, aportación de material promocional y entrega de documentación turística sobre Madrid a los participantes.
- Promocionar el evento a través de los diferentes soportes de MCB.
- Ofrecer información turística y establecimiento de puntos de información in situ.
- Organización de viajes de familiarización desde diferentes mercados emisores de turismo de negocio.
- Organización de recepciones de bienvenida oficial a los congresistas.

Para captar un importante número de eventos como Madrid, es importante contar con una variedad considerable de instalaciones, estructuras y servicios que den cabida a todo tipo de eventos. Para ello, cabe destacar que Madrid cuenta con:

- 7 centros de congresos (*Madrid Convention Bureau, 2019*):
 - Recinto Ferial IFEMA Madrid: dispone de 2 auditorios, 85 salas y 12 pabellones y más de 200.000 m².
 - Palacio Municipal IFEMA Madrid: 30.000 m² útiles repartidos en 32 salas, destacando un auditorio con capacidad para para 1.812 personas y un espacio polivalente para 1.702 personas en 4.000 m².
 - COEM (Colegio Oficial de Odontólogos y Estomatólogos de la I Región), con 6 salas, 577 m² y un auditorio con capacidad para 500 personas.
 - Centro de Congresos Príncipe Felipe: más de 15.500 m² con capacidad para más de 2.000 personas.
 - Kinépolis Madrid: dispone de 24 salas y cuenta con un aforo total de 8.200 personas.
 - Pabellón Multiusos de la Casa de Campo: 30.000 m² y más de 10.000 asientos.
 - Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center: su centro de convenciones cuenta con 56 salones diáfanos, más de 15.000m² y un auditorio para 2.000 personas.
- Más de 38 espacios singulares (*Madrid Convention Bureau, 2019*):
 - Grandes espacios que alcanzan los 15.000 m² y 80.000 personas de capacidad máxima en simbólicos espacios como el Estadio Santiago Bernabéu, el MEUU, la Plaza de Toros de las Ventas, la Galería de Cristal del Palacio de Cibeles, la Caja Mágica o el Pabellón de Cristal de la Casa de Campo.
 - Palacios de hasta 3.800 m² y más de 3.000 personas dan cabida espacios como el Palacio de Neptuno, el de Santoña, el de Linares o el Palacio de Negralejo.
 - Teatros conocidos como el Lope de Vega, Nuevo Alcalá, Goya o el Real, desde 700 hasta 3.000 m² y 1.700 personas de aforo máximo.
 - Restaurantes, tablaos flamencos otros espacios gastronómicos, de hasta 6.000 m² con capacidad para más de 1.200 personas en reconocidos lugares como Platea Madrid, Ramsés, Museo Chicote, Nubel, el Jardín de Arzábal, The Haciendas Club, Corral de la Morería, Sagardi, Casa Botín o el Casino de Madrid.

- Complejos y fincas que van desde los 400 a más de 4.000 m² y 2.500 personas de aforo máximo en espacios como Escorial Natura, Duques de Pastrana, La Quinta del Jarama, La Casa de Mónico o La Posta Real, repartidos por toda la Comunidad.
- Reconocidos hoteles especializados en MICE (*Madrid Convention Bureau, 2019*):
 - Más de 25 hoteles de 5 estrellas como el Wellington, Urban, Rosewood Villa Magna, The Westing Palace, Bless Hotel Madrid, Four Seasons, Gran Hotel Inglés o Mandarin Oriental Ritz, alguno de ellos con más de 15 salas para eventos y más de 1.100 personas de capacidad.
 - Más de 100 hoteles de 4 estrellas con nombres destacados en el turismo de eventos como el RIU Plaza de España, El NH Collection Madrid Eurobuilding, Meliá Castilla, Only YOU Atocha, Novotel Madrid Center, Hilton Madrid Airport, ME Madrid Reina Victoria o Rafael Atocha, varios de ellos con más de 10 salas y capacidad para cientos de asistentes, sin embargo superados con creces por el Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center, el hotel más grande de Europa de la cadena, que cuenta con 56 salas y más de 2.000 personas de capacidad y 869 habitaciones.
- Madrid Convention Bureau cuenta actualmente con 50 empresas de eventos, incentivos y Organizadores Profesionales de Congresos (OPC) adscritas, encargadas de organizar eventos nacionales e internacionales en la Comunidad de Madrid (*Madrid Convention Bureau, 2019*).
- Variedad de actividades dirigidas a viajes de incentivos (*Madrid Convention Bureau, 2019*):
 - Tours: como paseos guiados en Segway, rutas en bici, a pie desde los tejados, rutas en Seat 600 y Vespa, así como shopping tours.
 - Gastronomía: degustación de cafés de Madrid, *Spanish Master Chef, Churros & Chocolate*, o *Tapas Hunter* (ruta gastronómica por tabernas de la ciudad)
 - Entretenimiento: *Spanish dancing charm* (danza española), *Mystery Madrid Underground* (visita guiada por túneles y estaciones de metro) o *Bulls Evening* (visita a fincas rurales con toros)
 - Deporte: Golf, Ski (Navacerrada, Valdesquí y Madrid Snowzone), fútbol (visitas a estadios del Real Madrid y Atlético de Madrid), o el Circuito del Jarama (conducción de vehículos deportivos y espacios para celebración de eventos)

COMIENZO, EVOLUCIÓN E INNOVACIÓN EN IFEMA HASTA HOY

I. Inauguración, contexto y principales hitos

Fundada en 1980, IFEMA (acrónimo de Institución Ferial de Madrid) es un consorcio constituido por la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid, la Cámara de Comercio e Industria y la Fundación Montemadrid. En el recinto, de más de 200.000 m², se organizan ferias, congresos, convenciones, exposiciones, espectáculos y conciertos. El Recinto Ferial se compone de 12 pabellones (que van desde los 5.400 a los 21.600 m²), 85 salas de reuniones y 2 auditorios de diferentes tamaños, además del Palacio Municipal de Madrid que gestiona IFEMA desde 2019, distribuido en un auditorio con capacidad para 1.812 personas, una sala polivalente de 2.414 m² y 32 salas de distintas capacidades, que van desde 26 a 360 personas, alcanzado así una superficie útil de más de 30.000 m². También dispone de parking propio de 14.000 plazas. El recinto se ubica en la Avenida del Partenón, nº 5, en el distrito de Barajas, situado al noreste de la ciudad de Madrid (*IFEMA, 2020*).

IFEMA, que cuenta 400 empleados fijos, es accesible por carretera a través de las autopistas M-11, M-40 y A2, la línea 8 de Metro Nuevos Ministerios-Aeropuerto T4 (con parada en la estación Campo de las Naciones) que conecta con la estación de RENFE de Nuevos Ministerios y las terminales del Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas, así como las líneas de autobús urbanas 73, 112, 122 y la interurbana 828. El espacio también cuenta con tres paradas de taxis en el interior (puerta sur, norte y este) y punto exclusivo en la puerta sur de Uber (*IFEMA, 2020*).

Los primeros eventos que celebró la institución fue SICUR, Salón Internacional de Seguridad y FITUR, Feria Internacional del Turismo, en 1980. En aquel año, IFEMA se situaba en la Casa de Campo y el Palacio de Exposiciones del Paseo de la Castellana. Ese mismo año, se celebraron 15 congresos y eventos, contando con 2.200 expositores y un millón de visitantes, en una superficie neta de 93.000 m² (*IFEMA, 20219*).



Imagen 34: Foto de IFEMA, pabellón 10 de la Casa de Campo en 1986 (conocido como el Palacio de Cristal).
Fuente: ABC

Los más de 40 años de historia y su intensa actividad le han convertido en uno de los operadores y congresos le han convertido en el primer operador de ferial de España y uno de los más importantes del mundo, así como uno de los principales motores económicos de Madrid. Tal y como recoge su Memoria Anual de 2019, los hitos más destacables han sido (IFEMA, 2020):

- Entre 1979 y 1987: se firma del protocolo de creación de la Institución Ferial de Madrid (IFEMA) por parte del Ayuntamiento de Madrid, la Cámara de Comercio e Industria, la Diputación Provincial de Madrid y la Caja de Ahorros de Madrid (1979); da inicio de la actividad ferial de IFEMA en los pabellones de la Casa de Campo y el Palacio de Exposiciones del Paseo de la Castellana (1980); IFEMA llega a las 18 ferias celebradas en tan solo un año después de su inauguración (1981); en 1987 IFEMA comienza la urbanización de un nuevo recinto en la zona Campo de las Naciones para acoger un mayor número de ferias (IFEMA, 2020).
- Entre 1991 y 1999: inauguración oficial del Parque Ferial Juan Carlos I, hoy Feria de Madrid, por parte del Rey Don Juan Carlos I (1991); celebración de la primera convocatoria del Salón del Automóvil de Madrid, una de las ferias más populares de IFEMA (1996); en 1999 se celebra la conmemoración del 20 aniversario de IFEMA con decenas de actividades (IFEMA, 2020).
- Entre 2002 y 2009: inauguración de la Primera Ampliación de IFEMA (pabellones 9 y 10) y el Centro de Convenciones Norte (2002); inauguración de la remodelación de la Avenida Central de Feria de Madrid para unir las puertas Norte y Sur (2004); puesta en marcha de la Ampliación II de IFEMA con los pabellones 12 y 14, alcanzando así los 200.000 m² de superficie de exposición cubierta (2007); en 2009 se celebra la primera edición de *Fruit Attraction*, que se convertirá en la segunda feria del sector alimentario en el mundo y la de más rápido crecimiento (IFEMA, 2020).
- Entre 2013 y 2020: se inicia la expansión internacional de IFEMA con la celebración de ferias propias en el extranjero, como SICUR Latinoamérica (2013); se diversifica la actividad de IFEMA con la celebración de conciertos y festivales, siendo el festival *Río Babel* el primer evento de estas características (2016); Madrid, tercera ciudad congresual del mundo gracias a la actividad de IFEMA, según el ranking de la *International Congress and Convention Association* (ICCA, 2018); anuncio del proyecto de Ampliación en Valdebebas, con una extensión de 100.000 m² y cesión de la gestión del Palacio Municipal de Congresos a IFEMA (2019); en 2020 se conmemora el 40 aniversario de IFEMA y se pone en marcha del hospital de emergencias Covid-19 más grande de España (IFEMA, 2020).

II. Evolución económica y de la actividad de IFEMA

Según recoge la memoria anual de IFEMA de 2019, en sus 40 años de historia, “100 millones de visitantes y 760.000 empresas expositoras han participado en las 2.100 ferias celebradas en IFEMA MADRID, además de los más de 10.000 congresos, convenciones y actos corporativos y de ocio” (IFEMA, 2019). Estas cifras confirman la envergadura de la actividad que genera una institución como IFEMA, y su impacto positivo en el turismo y desarrollo económico de la ciudad y su entorno, así como en el país, que ha significado, en valor actual, unos ingresos inducidos superiores a 50.000 millones de euros. Sólo en 2019, año récord de IFEMA, generó un impacto de 5.104 millones de euros en la Comunidad de Madrid, o lo que

es lo mismo, el 2,2% de su PIB, generando más de 39.000 puestos de trabajo directos e indirectos (*IFEMA, 2021*).

Desde 2015, la cifra de eventos celebrados en IFEMA se ha ido incrementado notablemente año tras año, hasta alcanzar en 2019 un total de 898 eventos, su mayor cifra desde la inauguración de IFEMA, siendo más del doble de eventos celebrados que en 2015 y un 25% superior a 2018 (*IFEMA, 2020*). En el año previo a la pandemia, se celebraron 61 ferias propias, 41 externas, 26 conciertos y eventos de larga duración, así como 18 congresos con exposición y 3 ferias en el exterior. La categoría predominante a lo largo de los años ha sido la celebración de otros eventos profesionales y de ocio, siendo en 2019 un total de 749 eventos de esta tipología, 148 más que en 2018 (*IFEMA, 2020*). Con la llegada de la pandemia y el cierre de las fronteras y del turismo, la actividad de IFEMA a partir del segundo trimestre del año se redujo a 0. Durante los tres primeros meses del año, el recinto tuvo una actividad intensa, acogiendo un total de 59 eventos, siendo 21 de ellos ferias propias, 2 externas y 6 congresos con exposición (*IFEMA, 2020*). Sin embargo, gracias a la reactivación del sector y la apertura de fronteras, en 2021 la actividad MICE empezó a notar signos de recuperación: en este último año, se llegaron a celebrar 300 eventos en IFEMA, con 74 ferias propias y 196 eventos profesionales y de ocio (*IFEMA, 2021*).

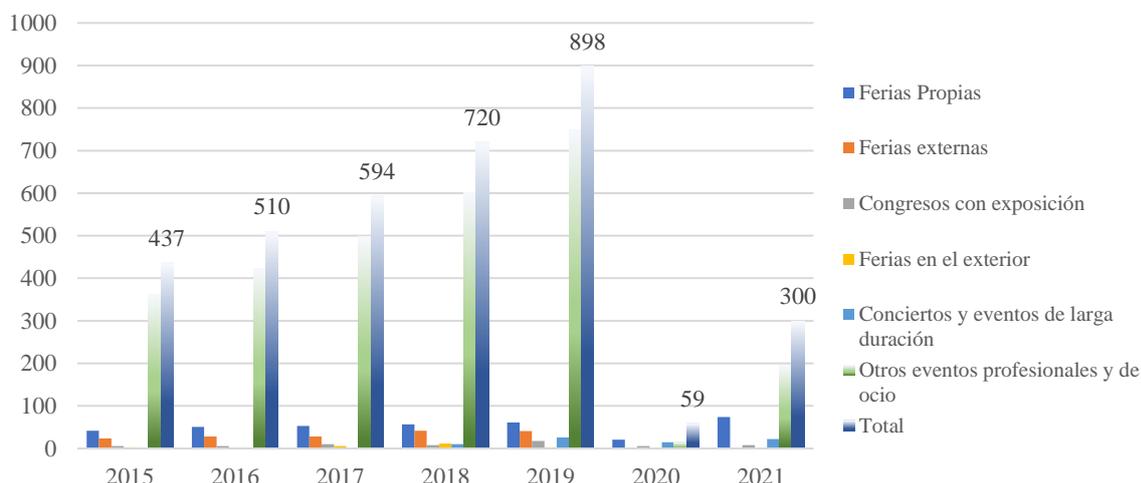


Imagen 35: Distribución del número de eventos celebrados en IFEMA por tipología (2015-2021). Elaboración propia a partir de datos de las memorias anuales de IFEMA

En cuanto al público objetivo, el 70% de las ferias celebradas en IFEMA ha sido para profesionales de diferentes sectores, siendo el 30% restantes eventos, ferias y exposiciones abiertas al público en general. Por sector de actividad, y tomando el año 2019 como referencia, las ferias y eventos de bienes de consumo han sido las predominantes, suponiendo un 42% del total. Le sigue de cerca a esta categoría los eventos de bienes de inversión, con un 36% de los encuentros celebrados, y el tercer lugar la categoría de servicios, con un 22% (*IFEMA, 2020*).

Otro indicador de progreso de la actividad de IFEMA es la superficie neta ocupada en m^2 por los eventos. Si en 2015 esta cifra se situaba en 693.072 m^2 , en 2019 se incrementó hasta alcanzar 1,48 millones de m^2 (más del doble), siendo el 42% de esta superficie perteneciente a la celebración de ferias propias, un 31% a congresos con exposición, un 18% a ferias externas y un 10% a conciertos y eventos de larga duración. En 2020, debido a la pandemia, la superficie ocupada por los eventos se redujo a 334.710 m^2 , siendo el 70% de esta cantidad perteneciente a la celebración de ferias propias (*IFEMA, 2020*).

La evolución de las empresas y expositores participantes también ha sido positiva desde 2015, año que contó un total de 24.959 empresas participantes y 15.240 expositores directos, siendo un 27% de ellos internacionales. En 2019, la cifra de empresas participantes se incrementó un 33%, hasta alcanzar la cifra de 33.292 empresas y 16.902 expositores directos (un 24% de ellos internacionales). De estos expositores, un 57% participaron en ferias propias, un 33% en ferias externas y un 9% en congresos con exposición y otros eventos (*IFEMA, 2020*).

En 2020, estas cifras se redujeron a más de la mitad a causa de la pandemia: las empresas participantes no superaron la cifra de 8.561 y participaron un total de 4.756 expositores directos, un 72% menos que en 2019. Sin embargo, en el último año, y según las cifras ofrecidas por IFEMA en 2021, la participación de empresas participantes en eventos ascendió a 16.000, siendo casi el doble que en 2020 y la mitad que en 2019, otro indicador más de la reactivación del turismo MICE en España (*IFEMA, 2021*)

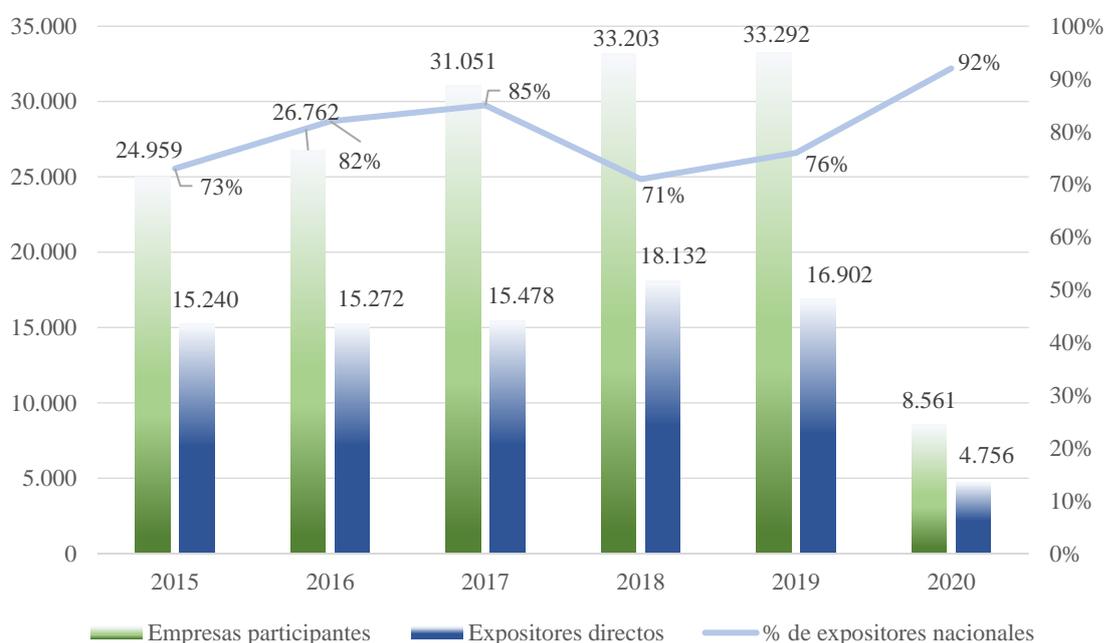


Imagen 36: Evolución de empresas participantes y expositores directos en IFEMA (2015-2020). Elaboración propia a partir de datos de las memorias anuales de IFEMA

Paralelamente a la evolución del número de eventos celebrados en IFEMA, así como el incremento de la superficie ocupada y las empresas y expositores participantes, la cifra de visitantes al Recinto Ferial se ha incrementado entre los años 2015 y 2019 de forma notable. En 2015, un total de 2,76 millones de visitantes acudieron a los eventos que IFEMA acogió ese año, siendo un 10% de ellos de procedencia internacional y en su mayoría asistentes a ferias propias de la organización (2,09 millones de visitantes). En 2019, IFEMA también batió el récord de visitantes, con un total de 4,32 millones, incrementándose la presencia internacional hasta un 26%. Del total de visitantes de ese año, el 51% asistieron a ferias propias y un 16% a ferias externas y el 32% restante a congresos con exposición y otras convenciones y actos (*IFEMA, 2020*).

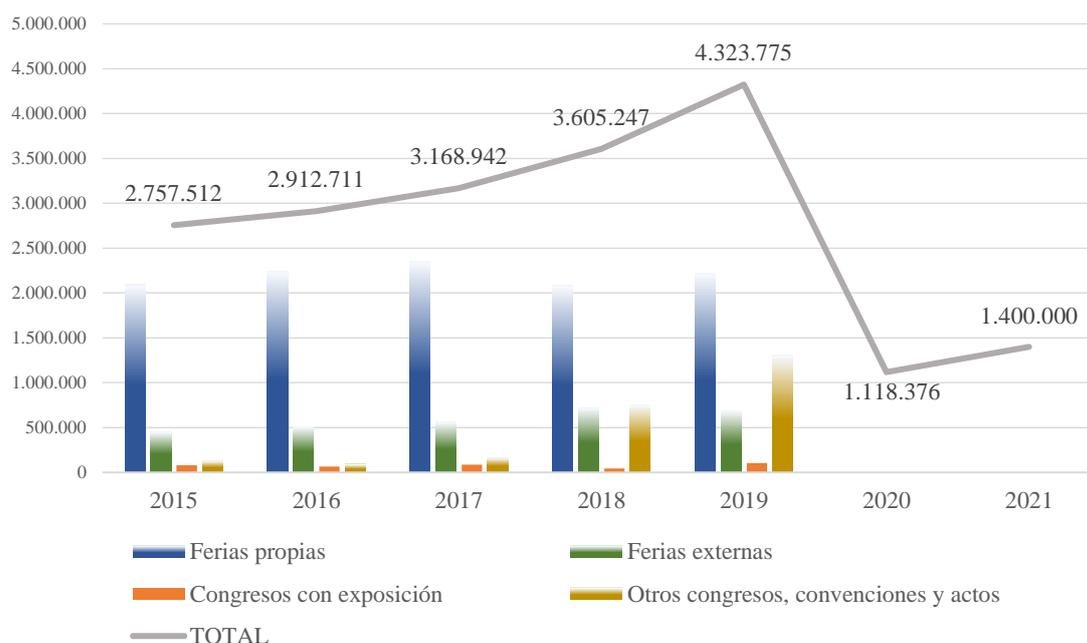


Imagen 37: Evolución de visitantes totales a IFEMA y distribución por tipología de evento (2015-2021).
Elaboración propia a partir de datos de las memorias anuales de IFEMA.

Según los datos ofrecidos por IFEMA, en 2019, del total de visitantes nacionales, un 41% correspondió a la Comunidad de Madrid, siendo Andalucía el segundo emisor de visitantes al Recinto Ferial, con un 11%, seguido de la Comunidad Valenciana con un 8% y Cataluña con un 7%. Del total internacional, un 58% de visitantes acudieron de países de la Unión Europea a IFEMA en 2019, un 16% de Centroamérica y Latinoamérica y un 8% de países del resto de Europa. Del continente asiático procedieron un 7% del total de visitantes extranjeros, un 5% de África y un 1% de Oceanía (*IFEMA, 2020*).

Es evidente que la cifra de visitantes a IFEMA se vio reducida a partir de 2020 debido al Covid-19, disminuyendo a 1,12 millones de visitantes en el peor año de la historia del turismo, con un ligero repunte de visitantes en 2021, que se incrementó hasta alcanzar los 1,4 millones de visitantes (*IFEMA, 2021*).

En cuanto a los resultados económicos de IFEMA, desde 2015 han ido evolucionando positivamente hasta 2019, con cifras en aumento en cuanto a ingresos, resultado de explotación y beneficio neto. En 2015, los ingresos ascendieron a 97,6 millones de euros, obteniéndose un resultado de explotación (EBITDA) de 15,3 millones de euros y un beneficio neto de 300.000 euros. Estas cifras mejoraron en los años posteriores hasta alcanzar una cifra de negocios de 187,2 millones de euros en 2019 (un 35% más que el año anterior), un resultado de explotación de 40 millones de euros y un beneficio neto de 22,5 millones de euros (duplicando la cifra del año anterior), lo que supuso los mejores resultados económicos de su historia (*IFEMA, 2020*). Ese año, el margen de explotación fue de un 21,3% sobre ingresos y el margen neto de un 12%, superando los márgenes del año pasado. Hay que destacar que IFEMA es una institución ferial que no recibe dinero público y que ha mantenido sus cuentas a lo largo de los años sin endeudamiento (*IFEMA, 2019*).

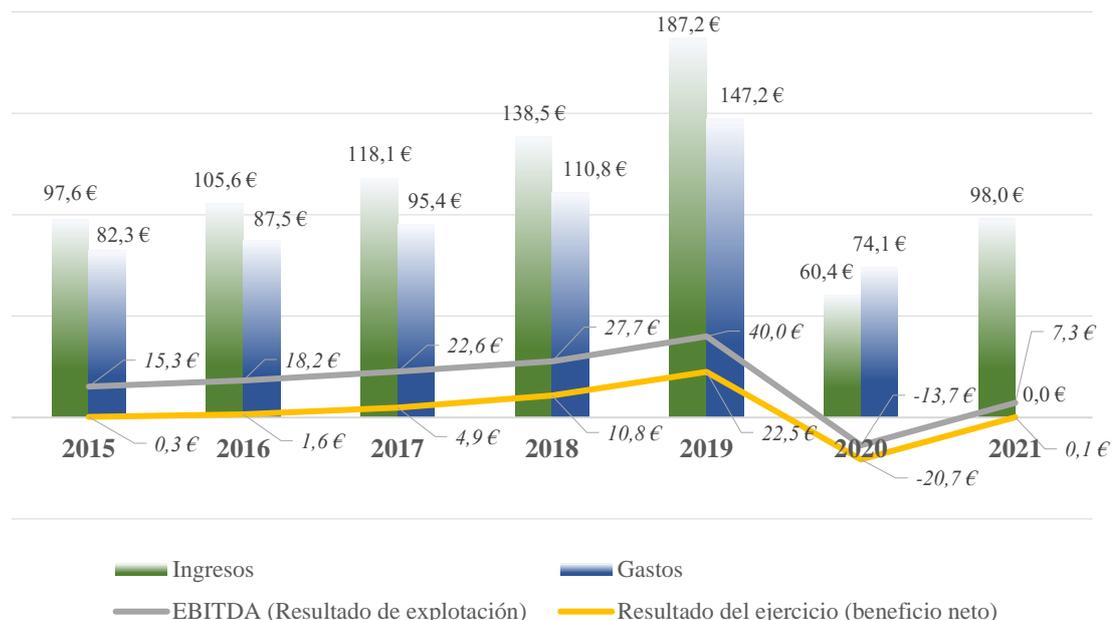


Imagen 38: Evolución de ingresos, gastos, EBITDA y beneficio neto de IFEMA en millones de euros (2015 - 2021). Elaboración propia a partir de datos de las memorias anuales de IFEMA.

En 2020, debido a las restricciones de movilidad y el parón forzoso de la actividad ferial y del turismo a causa del Covid-19, los resultados económicos de IFEMA se vieron afectados negativamente: los ingresos se redujeron a 60,4 millones de euros (casi un 68% menos que en 2019), el EBITDA resultante fue de -13,7 millones de euros y el resultado del ejercicio arrojó 20,7 millones de euros en pérdidas (*IFEMA, 2021*). No obstante, en el último año, con la progresiva reactivación del turismo y los eventos, IFEMA obtuvo unos ingresos de 98,6 millones, un resultado de explotación de 7,3 millones de euros y un beneficio neto de 10.000 euros, cifras positivas que convirtieron a Madrid en una de las ciudades con más actividad MICE de Europa en 2021, reiniciando su actividad con dos de sus ferias con más impacto, FITUR y ARCOMadrid (*IFEMA, 2022*).

Debido a la intensa actividad creciente desarrollada en Madrid, IFEMA comenzó en los últimos años a medir su aportación a la economía de la Comunidad de Madrid y su ciudad. Si en 2017 su impacto económico fue de 3.489 millones de euros, esta cifra ascendió hasta alcanzar los 5.104 millones de euros (casi un 17% más que en 2018) lo que se traduce en un 3,8% del PIB de la ciudad de Madrid y un 2,2% del PIB de la Comunidad de Madrid, generando un total de un total de 39.343 puestos de trabajos directos e indirectos (*IFEMA, 2020*).

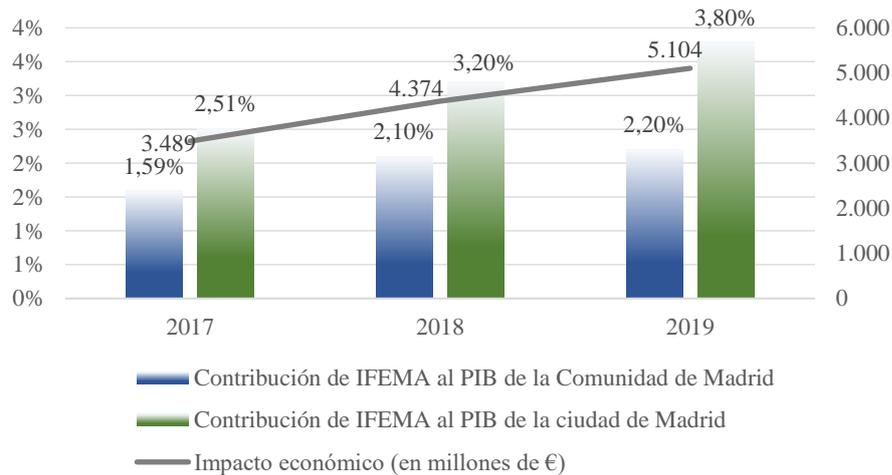


Imagen 39: Contribución de IFEMA al PIB de Madrid e impacto económico en millones de euros (2017-2019). Elaboración propia a partir de datos de las memorias anuales de IFEMA.

La comunicación es un punto estratégico de IFEMA para dar a conocer su actividad y novedades año tras año, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tanto en su vertiente digital como tradicional, la comunicación es clave para la promoción y difusión de sus eventos e iniciativas, así como de las empresas, organismos y sectores que participan en ellas. El reflejo de su alcance es notable: si en 2016 los impactos informativos (noticias publicadas en diferentes formatos como prensa, radio o televisión) fue de 245.757, esta cifra se incrementó hasta los 9,8 millones en 2017, 20,9 millones en 2018 y 1,12 millones en 2019 (IFEMA, 2020).

En el año 2020, el impacto informativo fue aún mayor y alcanzó los 93,6 millones de impactos, debido a la gran actividad ferial durante el primer trimestre y sobre todo a su importante papel en la lucha contra el coronavirus, mediante la rápida puesta en marcha del Hospital IFEMA COVID-19, lo que captó la atención de medios nacionales y extranjeros. papel en la lucha contra el coronavirus mediante la puesta en marcha del Hospital IFEMA COVID-19 (IFEMA, 2020).

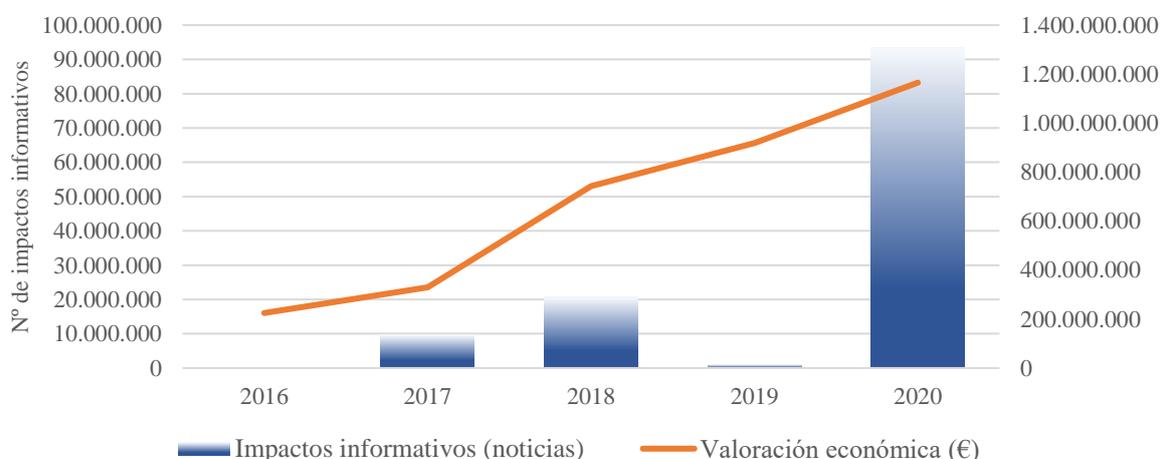


Imagen 40: Evolución de impactos informativos de IFEMA y Valoración Económica Equivalente en euros (2016-2020) Elaboración propia a partir de datos de las memorias anuales de IFEMA.

Paralelamente a la evolución del impacto informativo, el incremento de su valoración económica equivalente y su audiencia ha sido destacable en los últimos años: ha pasado de 242,7 millones de euros en 2016 y una audiencia de 11.113 millones de personas, hasta alcanzar los 1.165,2 millones de euros y una audiencia total 61.632 millones en 2020, casi 6 veces más en tal solo 4 años (*IFEMA, 2021*).

Toda esta cobertura mediática ha sido posible gracias a los esfuerzos de IFEMA y los organizadores de eventos por captar la presencia de los medios de comunicación. Si en 2016 los medios acreditados eran 11.770 y 20.038 periodistas a lo largo del año, estas cifras aumentaron hasta alcanzar los 13.193 medios y 21.225 periodistas acreditados en 2019, otro récord histórico para el recinto ferial (*IFEMA, 2020*). Estas cifras también se vieron reducidas considerablemente en 2020 debido a la baja actividad de IFEMA a raíz de la pandemia, año en el que acudieron 11.943 periodistas acreditados de 7.153 medios de prensa nacionales e internacionales (*IFEMA, 2021*).

Este gran esfuerzo en cuanto a comunicación por parte de los organizadores y el equipo de IFEMA ha ido acompañado de una creciente apuesta por la presencia online y el marketing digital. Según los datos aportados por IFEMA en los últimos años, las visitas web en 2018 fueron de 8,34 millones de visualizaciones de páginas webs, cifra que se incrementó notablemente hasta los 28,16 millones en 2019, gracias en parte a la inversión de 1,98 millones que hizo IFEMA en 2019 en campañas publicitarias online, así como la actualización de la página web por una más nueva, completa y funcional (*IFEMA, 2020*). Esta inversión también se ha notado en sus redes sociales: la cifra total de seguidores en sus diferentes perfiles ha pasado de 1,3 millones en 2016 a 2,09 millones en 2021, estando presente en las redes sociales más importantes, como son Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y YouTube.

III. Proyectos, inversiones y transformación digital del IFEMA en los últimos años

Con el objetivo de proporcionar al sector empresarial español apoyo y asesoramiento en su acceso a nuevos mercados, la actividad internacional de IFEMA se posicionó en 2017 como uno de sus objetivos estratégicos, lanzando ese año proyectos feriales en el exterior como MATELEC, GENERA y SICUR Latinoamérica, siendo Santiago de Chile sede de estos encuentros internacionales. Otras ferias internacionales llevados a cabo por IFEMA ese año fueron ARCOLisboa (Portugal) y Macfruit Attraction Mena en El Cairo, así como representación institucional en la edición china de Macgruit Attraction, en la ciudad de Shanghái (*IFEMA, 2018*).

En ese mismo año, la institución también firmó acuerdos de colaboración con institucionales feriales de ciudades como Roma o Sofía, así como con la Asociación de Exportadores de Marruecos (ASMEX), con el objetivo de potenciar proyectos conjuntos en sectores estratégicos para ambos países, fomentar la participación de sus respectivos sectores empresariales en las ferias que organicen conjuntamente y facilitar así el acceso a mercados exteriores (*IFEMA, 2018*).

Con el objetivo también de promover la imagen del país en el exterior y reforzar la marca España, IFEMA consolida progresivamente su presencia a través de la su representación directa en 27 países y 15 delegaciones, con amplia presencia en Europa y creciente notoriedad

en Asia (China, Japón India y Corea del Sur, entre otros), América (México, Brasil, Colombia y Chile) y África con delegaciones en Marruecos, Túnez, Argelia y Egipto (*IFEMA, 2018*).

Otra labor importante de la institución en el ámbito internacional es su papel como socio estratégico de consultoría y asesoría técnica, proyectando desde 2017 esfuerzos especiales en Perú, Chile y Colombia, así como en México, a través de la participación en el desarrollo del plan estratégico y de negocio de los Centros de Convenciones de Los Cabos y La Paz de Baja California del Sur de México (*IFEMA, 2018*).

También en 2017, IFEMA desarrolló una considerable inversión en programas de compradores internacionales para la promoción empresas españolas en el extranjero. Más de 3.00 compradores de 100 países llegaron a las ferias invitados por IFEMA, dando lugar numerosos encuentros comerciales que dieron posibilidad a la puesta en marcha de negocios internacionales entre expositores y compradores.

En el ámbito de la innovación y transformación digital, IFEMA utilizó en 2017 la tecnología como herramienta para mejorar la eficiencia de sus operaciones, y la experiencia del cliente (*IFEMA, 2018*), poniendo en marcha los siguientes proyectos y acciones:

- Se renovaron las infraestructuras de telecomunicaciones de todo el recinto, multiplicando por 10 la velocidad de datos, dotando a todos los pabellones de fibra óptica y ofreciendo wifi de 5 GHz.
- Se instalaron dos pantallas led de gran formato, situadas en la puerta sur y norte, de 24 y 23 m² respectivamente, para informar de las actividades del recinto. También se renovaron los Puntos de Información Multimedia por modernos tótems simulando un smartphone de gran tamaño, cuyo contenido es personalizable en función del evento.
- En colaboración con Telefónica, Ericsson e IMDEA, se desarrolló el proyecto piloto “feria aumentada”, con el objetivo de desarrollar nuevos servicios de cara al turismo y actividad ferial que gracias al 5G, la inteligencia artificial y el big data, se pueda transformar la experiencia del visitante antes, durante y después de su visita, sin límite espacial.
- Proyecto “feria virtual”: IFEMA firmó un acuerdo con eBay para crear una tienda digital en el ámbito artístico (Feriarte Digital) para que los expositores de la feria puedan exponer sus obras para ser vendidas en todo el mundo tras el evento, gracias también al desarrollo de una app junto con su socio tecnológico MODDO.
- Actualización de la app IFEMA con dos secciones nuevas; una, con información de los restaurantes del recinto, y otro apartado con información de hoteles colaboradores con la institución para ofrecer ventajas a sus clientes.
- Se actualizó su web para facilitar la compra de entradas de sus eventos y se personalizó la sección de clientes con un apartado de bonificaciones y descuentos de transporte (Renfe, Avis e Iberia). También se renovó la pasarela de pago para unas transacciones más seguras y una experiencia de cliente más fluida.
- De cara a la gestión interna, se renovó el equipamiento informático para fomentar la movilidad dentro de los puestos de trabajo, dotando a cada empleado de un ordenador portátil para que pueda cambiar de ubicación sin que afecte a su forma de trabajar. También actualizó sus sistemas de gestión para posibilitar las funcionalidades requeridos por los nuevos modelos de negocio impulsados por IFEMA, como conciertos o eventos internacionales.

- Se implantó una herramienta nueva para crear presupuestos, planificación y consolidación financiera, así como un nuevo sistema de gestión del IVA y servicios en la nube para mejorar las operaciones del departamento de compras.
- Con el objetivo de mejorar la colaboración con sus clientes y socios, se han mejorado funcionalidades del gestor documental de cara a proyectos de ingeniería, mejorando así el canal de comunicación y envío de información. A su vez, se mejoró el acceso a empresas montadoras a la zona de expositores y la contratación de servicios en su nombre, para simplificar procesos documentales.

Durante el año 2018, IFEMA mantuvo su actividad internacional, con nuevos proyectos como el primer salón look de Chile, la colaboración en el mismo país en la feria ExpDent o el primer Salón del Vehículo de Ocasión de Roma. También se potenció la actividad ferial en Latinoamérica a través de la celebración de la Feria “Estudiar en España” con ediciones en Colombia, Ecuador, Perú y México (IFEMA, 2019).

También mantuvo sus acciones como consultor de negocios en el exterior, colaborando por primera vez con el recinto Rural del Prado de Montevideo o el Dwarka Convention Center de Nueva Delhi. Además, IFEMA añadió una nueva delegación en Perú para reforzar su presencia internacional, contando así con 16 delegaciones en 2018. En este mismo año, de cara a mejorar su capacidad tecnológica e innovadora, IFEMA llevó a cabo las siguientes iniciativas e inversiones (IFEMA, 2019):

- Renovación integral de toda la infraestructura WIFI, a través de una inversión de 3,4 millones de euros, logrando una superficie conectada de 230.000 m², con más de 1.000 puntos de acceso, 2.000 antenas instaladas y 90 kilómetros de fibra de óptica, lo que la convierte en la mejor red inalámbrica instalada en España.
- Inversión de 5 millones de euros en un nuevo sistema de alta seguridad, en el que se instaló un sistema de control de accesos centralizado y automatizado, con una serie de barreras de última generación, capaz de soportar más de 2.000 operaciones diarias y el tránsito de más de 700.000 vehículos al año.
- Actualización integral del sistema de megafonía en zonas interiores y exteriores, contando con una instalación de 5.164 altavoces y 472 cajas acústicas en los pabellones, capaz de emitir 52 mensajes simultáneos y en diferentes idiomas.
- Nuevos avances en la Fundación IFEMA LAB, un espacio de innovación y tecnología en el que la co-creación, el fomento de la investigación y el desarrollo de nuevos proyectos son los protagonistas, con enfoque en el ámbito público-privado, nacional e internacional, evolucionando conceptos tecnológicos como la realidad mezclada, los dispositivos holográficos y la realidad aumentada.
- Mejora de funcionales de la web, tales la como segmentación de la información profesional de cada visitante, la mejora de la accesibilidad de la zona de expositores y coexpositores, así como la ampliación de opciones de recuperación de contraseña. También se ampliaron las funcionalidades de la app de la feria de cara a mejorar la experiencia de usuario y la comunicación entre los visitantes.
- Inversiones en ciberseguridad: desde IFEMA se incorporaron nuevas actualizaciones de seguridad y firewall, la instalación de un nuevo antivirus, acciones de concienciación sobre seguridad digital y adaptación al Reglamento General de protección de datos, así como la puesta en marcha de un nuevo sistema cloud para almacenar las copias de seguridad de la entidad.
- Renovación de la infraestructura cloud que gestiona el canal de presencia online de IFEMA, de sus ferias y eventos, con la incorporación de nuevas funcionalidades, así

como la implantación de soluciones SaaS (*Software as a Service*) basadas en la nube (como, por ejemplo, una plataforma de contratación electrónica)

- También se actualizó la plataforma SAP de IFEMA, los sistemas de taquilla con la incorporación de nuevos terminales TPV y la centralización de la información de IFEMA con el objetivo de mejorar la experiencia de los visitantes y empresas.

Por otro lado, en 2019, IFEMA continuó ampliando su presencia internacional, celebrando en Medellín su primer evento propio en Colombia, TRAFIC Latinoamérica – Salón Internacional de la Movilidad Segura y Sostenible, así como el Foro de las Ciudades – Diálogos Medellín. En Europa, continuaron las ferias como ARCOLisboa, y la puesta en marcha del programa “Franchising Beyond Borders”, que permitió a empresas españolas asistir a ferias internacionales de franquicias para posicionar su marca en el exterior, en ciudades como Seúl, Nueva York, Santiago de Chile, Ho Chi Minh City y Dubái (*IFEMA, 2020*).

Durante este año, IFEMA mantuvo su labor de consultoría y asesoramiento internacional en Latinoamérica, ampliando su ámbito de actuación a Oriente Medio y África del Norte. Además, mantiene sus 15 delegaciones en el extranjero, participando también en entidades internacionales como la Unión de Ferias Internacionales (UFI), la European Major Exhibition Centres Association (EMECA) y AFIDA - Asociación Internacional de Ferias de América (*IFEMA, 2020*).

Por su parte, el programa de compradores incremento su participación en 5.967 entidades, siendo un 51% de 100 países, reforzando así un vehículo para potenciar el comercio, la inversión internacional y la promoción de ferias y el sector empresarial español en el extranjero. Grandes ferias como Fruit Attraction, Meat Attraction, ARCOMadrid, Intergift, o FITUR fueron las que más compradores internacionales recibieron a través de este programa (*IFEMA, 2020*).

En el ámbito nacional, IFEMA incorporó nuevas ferias anuales como Digicom Expo, Organic Food Iberia, Campus IFEMA Thinkids o Mañana, además de acoger la Cumbre Mundial del Clima COP 25, lo que supuso un enorme esfuerzo de coordinación y movilización de grandes medios técnicos y la participación de más de 2.000 personas en la organización, lo que se tradujo en un encuentro mundial con 55.000 asistentes de 200 países, 2.500 periodistas acreditados de todo el mundo, 392.000 impactos informativos y 200 millones de euros de impacto en Madrid (*IFEMA, 2019*).

El año previo a la pandemia también fue muy importante para IFEMA, ya que consiguió la gestión del Palacio Municipal de Congresos de Madrid, cedido por un período de 25 años por parte del Ayuntamiento de Madrid. El recinto, de 30.000 m², cuenta con más de 25 salas y un auditorio con capacidad para 1.812 personas. Desde su gestión, IFEMA ha invertido más de 5 millones de euros en rehabilitar el edificio desde el punto de vista tecnológico y funcional, con el objetivo para acoger grandes eventos nacionales e internacionales (*IFEMA, 2019*).

En este mismo año también se anunció la ampliación de IFEMA a través del proyecto Valdebebas, lo que sumará 79.670 m² de superficie expositiva y salas de reuniones, aumentando así su capacidad ferial de forma notable a través de una inversión de 180 millones de euros. El proyecto contempla la construcción de 3 pabellones, un edificio de distribución y servicios, 19 salas de reuniones, un centro de convenciones, más de 2.000 m² de zonas de restauración y tres áreas de aparcamientos (*IFEMA, 2019*).

Otro hito remarcable de IFEMA en 2019 fue la firma de dos grandes acuerdos estratégicos con grandes empresas como Iberdrola e Iberia. En el primer caso, el acuerdo de colaboración surge para potenciar de forma conjunta la movilidad sostenible a través de acciones como la puesta en marcha del primer aparcamiento sostenible público en un recinto ferial en el país, que permite la carga de 34 vehículos eléctricos de forma simultánea con energía 100% verde. En el caso de Iberia, empresa con la que colabora desde hace más de dos décadas, el acuerdo persigue situar a Madrid como una de las principales ciudades de congresos a nivel internacional, incrementando su conectividad con el exterior, ofreciendo descuentos a los visitantes a los eventos de IFEMA y patrocinando encuentros internacionales como la Feria Internacional del Turismo, FITUR. (IFEMA, 2020).

En su apuesta por la innovación y avance tecnológico, IFEMA puso en marcha en 2019 las siguientes iniciativas para seguir destacando como recinto ferial de primer nivel en el mundo (IFEMA, 2020):

- Despliegue de tecnología 5G, de mano de Vodafone, siendo uno de los primeros recintos en el mundo en contar con esta conectividad, ofreciendo una velocidad de conexión a clientes y expositores de 1Gbps y una latencia inferior a 5 milisegundos, lo que permite, entre otras posibilidades, conectar 100 veces más el número de dispositivos conectados a la red (Berumen y Arriaza Ibarra, 2013).
- Proyecto “Open Future Creative Communion” a cargo de IFEMA LAB, consistente en una instalación expuesta en la COP25 a modo de arquitectura efímera y obra digital de arte simulando el skyline de una ciudad sostenible del future, basadas en tecnologías como realidad virtual, diseño 3D y videomapping.
- Puesta en marcha de la Oficina de Transformación IFEMA, orientada a la participación voluntaria de empleados a través de equipos organizados, para poner en marcha proyectos e iniciativas como mejorar las herramientas internas de la entidad, la mejora de la experiencia del cliente, la optimización del espacio físico, la creación de la Escuela de Transformación y la puesta en marcha de otros proyectos pilotos innovadores.
- Avances del proyecto Feria Aumentada, cuyo objetivo es incrementar el mundo físico gracias a la tecnología, evolucionando el modelo de negocio ferial, desarrollando nuevos conceptos tecnológicos como la señalética FOMONM, un sistema digital de cámaras y láseres motorizados que expone en tiempo real lo que ocurre alrededor del usuario sin que su perspectiva visual pueda ver.
- Renovación de la red de alumbrado mediante LEDs, suponiendo un ahorro energético del 45% (280.000 € anuales) y nuevo sistema de visualización LED en la Puerta Sur, una pantalla de 210 m² para la visualización de vídeos e imágenes en alta calidad, la mayor pantalla translúcida instalada en España.
- Dotación de tecnología *contactless* que permite el pago con tarjeta de esta modalidad en más de 80 puntos de venta situados en FIEMA.
- Implantación corporativa de Microsoft 365, puesta en marcha de nueva intranet y adquisición de Salesforce como nuevo CRM corporativo (*Customer Relationships Management*)

Durante los tres primeros meses de 2020, IFEMA acogió diversas ferias y eventos, con gran afluencia de público en citas tan señaladas como FITUR (269.000 visitantes), la Mercedes-Benz Fashion Week (55.000 visitantes), ARCOMadrid (59.000 visitantes) o la Semana de la Educación (62.000 visitantes). Sin embargo, debido al confinamiento y la suspensión de todas las actividades no esenciales como medidas para evitar la propagación del Covid-19, afectó enormemente al turismo y a la actividad de IFEMA, paralizando la mayoría de sus eventos

previstos para 2020 y aplazando las convocatorias hasta que la situación mejorase (*IFEMA, 2021*).

La pandemia trajo consigo el desarrollo del ámbito digital, lo que impulsó en el sector MICE un nuevo modelo de evento, pasando al entorno virtual o híbrido, que tenía por objetivo mantener de alguna forma la actividad, el contacto con las empresas, el sector, las personas y la recuperación económica. Desde IFEMA se adaptó esta modalidad de evento a celebraciones como ARCOLisboa (mayo-junio), SICUR Especial Covid (julio-septiembre) o Fruit Attraction LIVEConnect (octubre), entre otros. Estas celebraciones permitieron mantener la conexión entre profesionales, mantener las comunidades sectoriales y fidelizar a compradores y vendedores (*IFEMA, 2021*).

La actividad de IFEMA se mantuvo a lo largo del año a través de la celebración de eventos presenciales en los primeros meses del año (como la Semana de la Educación en México, celebrada en enero) o de forma online (como la Feria Traffic Latinoamérica, El Foro de las Ciudades – Medellín o ARCOLisoba). Las labores de consultoría internacional se centraron en ofrecer un servicio de “Plan de contingencia COVID-19” con el objetivo de reabrir recintos feriales, centros de exposiciones y palacios de congresos en un entorno seguro, transparente y de confianza, manteniendo en activo sus 15 delegaciones en el extranjero (*IFEMA, 2021*).

Con la reducción de la actividad en 2020, el Programa de Compradores Internacionales también se vio notablemente afectado, aunque mantuvo una buena actividad en el primer trimestre del año, contando con 1.328 compradores extranjeros, que tuvieron la oportunidad de participar en ferias como FITUR, SICUR, ARCOMadrid Mercedes-Benz Fashion Week Madrid o Promogift, entre otras (*IFEMA, 2021*).

Paralelamente a esta situación y tras el colapso hospitalario que se dio en Madrid, desde el gobierno se solicitó ayuda a IFEMA y, la institución, en 28 horas y gracias a la labor de más de 1.000 profesionales de diferentes ámbitos, el personal técnico de IFEMA, efectivos del Ejército y del cuerpo de bomberos de Madrid, se pudieron acoger los primeros pacientes en su recinto con la puesta en marcha del hospital sanitario más grande de España. Se habilitaron los pabellones 5, 7 y 9, con una capacidad total de 1.300 camas, 96 Unidades de Cuidados Intensivos que, junto con el trabajo de 1.207 profesionales sanitarios, 150 personas empleadas de IFEMA y 40 voluntarios, se pudieron atender a más de 4.000 pacientes hasta su clausura, el 1 de mayo de 2020 (*IFEMA, 2021*).

Tras el paso por lo peor de la pandemia, con la relajación de las restricciones y la paulatina vuelta a la actividad, IFEMA puso en marcha una serie de medidas con el objetivo de garantizar la seguridad y salud de todos los implicados en la organización de eventos. Su plan integral de seguridad y salud contenía medidas y soluciones tecnológicas basadas en el control de accesos, distancias y aforos; medidas y unidades de servicios sanitarios y directrices para garantizar la movilidad, unos protocolos basados en las directrices de las autoridades sanitarias, así como recomendaciones de la AFE, EMECA (European Major Exhibitions Centres Association) y la Global Association of the Exhibition Industry (UFI). Su puesta en marcha fue además certificado por AENOR, la Comunidad de Madrid y la WTTC - *World Travel & Tourism Council* (*IFEMA, 2021*).

A lo largo de 2020 y pese a la pandemia, IFEMA ha mantenido su estrategia de inversión en infraestructuras, digitalización y adopción de nuevas tecnologías de cara a mejorar el

servicio, la experiencia del cliente y la operativa interna, destacando los siguientes puntos (IFEMA, 2021):

- Continuación con el plan de ampliación de las instalaciones de IFEMA en Valdebebas, cuya previsión de finalización se espera para 2025.
- Creación del Centro de Seguridad y Emergencias (CECOR) para reforzar el control de grandes eventos.
- Puesta en marcha de LIVEConnect, plataforma digital de soporte para crear eventos híbridos y online, con el objetivo de conectar a todos los actores implicados en la celebración de un evento (expositores, visitantes, ponentes, empleados...)
- Evolución a entorno híbrido para la celebración de eventos y trabajo interno, así como apuesta por servicios de pago en la nube (SaaS, PaaS e IaaS) de empresas líderes como Microsoft, Amazon o Google.
- Actualización de la red corporativa y despliegue de Wi-Fi de 6ª generación en sus recintos, que permite conexiones más rápidas, un mayor número de dispositivos conectados y un mejor consumo energético.
- Digitalización de los puestos de trabajo a través de la adquisición de más de 210 equipos portátiles para teletrabajar, implementación del paquete informático de Microsoft 365 y su plataforma Teams como herramienta de comunicación y trabajo colaborativo, así como el uso de smartphones corporativos con tarifa ilimitada de voz y datos.
- Fin del proceso de licitación para implantar un nuevo CRM e integración con terceras herramientas a través de *Mulesoft*.
- Lanzamiento de una nueva herramienta digital, que posibilita una visión 360º de los espacios, salas y pabellones de IFEMA facilitado a sus clientes la contratación de espacios sin necesidad de desplazamiento.
- Modernización de diferentes softwares como: *GIS/CAD* para la gestión espacial, *SAP Concur* para la diferentes tareas administrativas y facturación, automatización de la configuración y distribución de acreditaciones, mejora de aplicaciones digitales y procesos de registro, así como la realización de diferentes integraciones de sus sistemas.
- Renovación completa de los lectores del sistema de control de accesos, que permiten el acceso a través de soportes digitales gracias a la incorporación de tecnologías inalámbricas NFC.
- Adopción de sistema para gestionar eventos relacionados con la seguridad de la información (*Security Information and Event Management – SIEM*) para centralizar e interpretar eventos a través de la aplicación de inteligencia artificial.

Debido al fuerte impacto de la pandemia en el turismo y el sector MICE, IFEMA decidió diseñar un nuevo Plan Estratégico que fue presentado en octubre por José Vicente de los Mozos, nuevo presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA nombrado ese mismo año. El objetivo del plan es adaptar los objetivos de crecimiento y negocio de la institución ante la nueva realidad, basado en tres grandes pilares (IFEMA, 2021):

- Transformación digital, cuyas líneas de actuación se basan en impulsar la digitalización e incorporar el negocio digital en IFEMA para liderar el cambio en el nuevo contexto económico y turístico.
- Innovación, ligada al desarrollo de nuevos proyectos de alto impacto en el sector ferial a través de IFEMA Lab, junto con el apoyo de grandes entidades tecnológicas, así como la creación de una potente plataforma que abra a las ferias y eventos una línea de negocio virtual o híbrida (Berumen, 2011).

- Internalización, alcanzando nuevos mercados, potenciando la presencia en el ámbito europeo y latinoamericano, así como aumentar la capacidad de generación de negocio de los clientes de la institución, con foco en la marca IFEMA Madrid y marca España, con potencial de atracción de grandes eventos globales y entidades internacionales de primer nivel hacia Madrid y España.

El año 2021, ha supuesto para España y el turismo internacional un inicio de la recuperación del sector frente a 2020, el peor año de su historia debido a la pandemia del Covid-19. De la misma forma, las cifras en el sector MICE han sido positivas frente al año anterior, lejos del año prepandemia pero que ha marcado un año de esperanza. Para IFEMA, este último año ha significado el regreso a la actividad presencial de ferias, congresos y reuniones, con un total de 300 eventos celebrados en sus instalaciones, 16.000 empresas participantes y 1,4 millones de visitantes, generando esta actividad unos ingresos de 98,6 millones de euros, un resultado beneficio bruto de explotación de 7,3 millones de euros y un beneficio neto de 100.000 euros. (*IFEMA, 2022*).

En este último año, para IFEMA ha supuesto también un cambio de imagen corporativa, presentándose en el de abril junto con un nuevo plan estratégico. Una nueva imagen de marca que sustituye a la anterior con 30 años de historia, con el objetivo de proyectar una entidad corporativa apostando por la digitalización, innovación, creatividad, sostenibilidad e internacionalización. El primer acto que utilizó esta nueva imagen fue FITUR, celebrada por primera vez en el mes de mayo de forma híbrida en IFEMA. Una edición que apostó por la movilidad internacional segura, contando con la participación de 55 países, 5.000 empresas y 62.000 asistentes y un impacto estimado de 100 millones de euros (*Hosteltur, 2021*).

En su apuesta por la diversificación del negocio, IFEMA recaudó el 18% de sus ingresos gracias a la puesta en marcha de 24 ferias híbridas o digitales, que contaron con una asistencia de 131.119 visitantes, con una perspectiva de que en los próximos 3 años esta línea de actividad represente el 30% de la facturación total, un aumento de la audiencia global del 150% y unos 25 millones de usuarios activos. Una apuesta por la digitalización acompañada por nuevas iniciativas como “La Pasarela, Espacio Conectado” el primer Espacio Conectado de España en el sector MICE que ofrece, a través de un gran plató digital, diferentes soluciones para producir eventos y presentaciones virtuales e híbridas (*IFEMA, 2021*).

Entre otras novedades, las instalaciones de IFEMA también han servido durante 2021 como platós cinematográficos para rodar contenido audiovisual gracias a la versatilidad, amplitud y adaptabilidad de sus espacios. Además, la institución también ha mantenido una constante actividad de eventos de ocio a través de su proyecto IFEMA MADRID LIVE que reúne musicales, exhibiciones y espectáculos como WAH Madrid, Hangar 52 Revolution, Circlassica, Bacanal o Cruz de Navajas, así como exposiciones temporales para todos los públicos ubicadas en su Espacio 5.1 como Body Worlds, Dino World o Superthings. (*IFEMA, 2021*).

La larga trayectoria de IFEMA a lo largo de sus más de 40 años de historia, con una frenética actividad e impacto económico, unas infraestructuras, servicios y equipo humano de primer nivel, y su apuesta constante por la innovación, le han servido para ser reconocido como mejor centro de convenciones del mundo y Palacio de Congresos de España según los *World MICE Awards*, y hacer de Madrid el mejor destino del mundo de reuniones y congresos en los *World Travel Awards* (*IFEMA, 2021*).

CONCLUSIONES

Sin duda, y como se ha podido comprobar a lo largo del presente trabajo, el sector MICE es un pilar fundamental en el desarrollo del sector turístico y el de un destino, tanto en su contribución al desarrollo económico y social de un lugar como el fomento de la movilidad entre países y el intercambio de conocimiento entre diversos lugares y culturas.

La evolución de este tipo de turismo ha sido positiva a lo largo de los últimos años, permitiendo una progresiva especialización, contribución económica y a la desestacionalización en muchos destinos turísticos enfocados en el ocio y sol y playa. Una actividad turística que aporta mayor rentabilidad e impacto en el destino, permitiendo a las empresas implicadas en la cadena de valor del turismo a especializarse, ofrecer mejores servicios y productos, así como la mejora de las infraestructuras y servicios que puede ofrecer un destino a la hora de acoger cualquier tipo de evento. Prueba de ello es el caso de España, que, gracias a sus infraestructuras, clima, cultura, gastronomía y resto de atractivos turísticos, han hecho del país ser uno de los más visitados a nivel internacional y de los que mayores eventos y congresos acoge en el mundo, con ciudades como Madrid y Barcelona en los primeros puestos del ranking global.

No obstante, a partir de marzo de 2020, a causa de la pandemia del Covid-19, las fronteras se cerraron prácticamente en todo el mundo, las actividades económicas y de ocio se paralizaron y la movilidad se redujo hasta el confinamiento salvo para actividades y desplazamientos esenciales. Este acontecimiento hizo que el turismo sufriera su mayor crisis en la historia, alcanzando una actividad turística nula a nivel global en la peor etapa de la pandemia y, con ello, la cancelación y aplazamiento de eventos y congresos en todo el mundo. Esto tuvo un fuerte impacto en la economía global y en la industria de los viajes, así como en aquellos países donde el turismo tiene un mayor peso económico, como es el caso de España.

A lo largo del trabajo se ha podido observar que, en 2021, el turismo nacional e internacional, así como el sector MICE, se han recuperado progresivamente gracias a la reapertura de las fronteras, la vacunación contra el Covid-19 y la puesta en marcha por protocolos y medidas de seguridad y sanitarias que han permitido la reactivación de la industria turística y la celebración de todo tipo de eventos. Una vuelta a la actividad donde la tecnología y la innovación han jugado un papel clave para celebrar eventos y reuniones de forma online y progresivamente la celebración de encuentros híbridos y presenciales, unos nuevos hábitos que han llegado para quedarse y que han reorientado la estrategia y acciones de organizadores de eventos, empresas turísticas y destinos en su apuesta por el turismo MICE.

Por último, en este trabajo se ha expuesto cómo el turismo de eventos y reuniones ha permitido a lo largo de su desarrollo mejorar la imagen de marca de un destino a nivel nacional e internacional, captando mayor número de eventos y visitantes. Prueba de ello es la ciudad de Madrid e IFEMA, que, en los últimos años, ha situado a la ciudad como una de las más importantes en cuanto a la celebración de ferias y congresos internacionales, gracias a sus atributos turísticos y a la existencia de IFEMA, su mayor recinto de celebración de eventos y toda una institución para la ciudad y para el país, que le ha permitido situarse también como uno de los recintos feriales más importantes del mundo gracias a su actividad desarrollada a lo largo de su historia y su apuesta por la innovación, el talento, la transformación digital, la sostenibilidad y la exploración de nuevas vías de negocio.

Índice de imágenes

Imagen 1: Integrantes del sector MICE. Elaboración propia a partir del estudio “The economic impact of MICE Tourism” (2011) University of St. Gallen

Imagen 2: Evolución del número de reuniones internacionales celebradas en el mundo de 2005 a 2019. Fuente: *ICCA Statistics Report 2019*

Imagen 3: Distribución de eventos celebrados en el mundo en 2019. Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por ICCA: *ICCA Statistics Report 2019*

Imagen 4: Ranking de 10 países y ciudades con mayor número de eventos celebrados en 2019. Fuente: *ICCA Statistics Report 2019*

Imagen 5: Evolución por décadas del número de participantes en eventos, por continentes (1963-2019) Fuente: *ICCA Statistics Report 2019*

Imagen 6: Ranking de 10 países y ciudades con mayor número de participantes en eventos y congresos celebrados en 2019. Fuente: *ICCA Statistics Report 2019*

Imagen 7: Principales temáticas de eventos y congresos celebrados en el mundo en 2019. Fuente: *ICCA Statistics Report 2019*

Imagen 8: Distribución de tamaño de eventos según el número de asistentes a nivel global en 2019. Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por ICCA: *ICCA Statistics Report 2019* e informe Situación actual y tendencias del Turismo MICE 2020-2021(Gobierno Regional de Atacama)

Imagen 9: Estacionalidad de las reuniones a nivel global en 2019. Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por ICCA: *ICCA Statistics Report 2019* e informe Situación actual y tendencias del Turismo MICE 2020-2021(Gobierno Regional de Atacama)

Imagen 10 Tipos de sede utilizadas para la celebración de eventos a nivel global en 2019. Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por ICCA: *ICCA Statistics Report 2019* e informe Situación actual y tendencias del Turismo MICE 2020-2021(Gobierno Regional de Atacama)

Imagen 11: Distribución porcentual por regiones del gasto generado por el turismo de negocios en el año 2019. de sede utilizadas para la celebración de eventos a nivel global en 2019. Fuente: *Global Business Travel Association (GBTA), 2021. GBTA BTI Outlook Annual Global Report & Forecast*

Imagen 12: Evolución del PIB Mundial, PIB turístico y evolución del personal empleado del sector desde el año 2000 al 2020. Fuente: *WTTC - World Travel & Tourism Council, 2021. Global Economic Impact Trends 2021*

Imagen 13: Comparación de gasto de viajes de ocio y negocios y gasto de viaje doméstico e internacional (2019-2020). Fuente: *WTTC - World Travel & Tourism Council, 2021. Global Economic Impact Trends 2021*

Imagen 14: Número total de eventos según su situación en 2020. Elaboración propia a partir del informe *ICCA Annual Statistics Study 2020* (ICCA, 2021)

Imagen 15: Distribución porcentual de situación de los eventos por meses (2020). Fuente: Informe *ICCA Annual Statistics Study 2020* (ICCA, 2021)

Imagen 16: Distribución porcentual de situación de los eventos por regiones (2020). Fuente: Informe *ICCA Annual Statistics Study 2020* (ICCA, 2021)

Imagen 17: Impacto económico del Covid-19 en el gasto total de eventos (2019 Vs. 2020) Fuente: Informe *ICCA Annual Statistics Study 2020* (ICCA, 2021)

Imagen 18: Evolución de llegadas internacionales de turistas por regiones (2020 y 2021). Fuente: *UNWTO World Tourism Barometer* (2022), OMT.

Imagen 19: Proyección del gasto de turismo de negocios 2020-2024. 2021 *GBTA BTI™ Outlook Annual Global Report & Forecast* (2022), GBTA.

Imagen 20: Evolución del tamaño de la industria de reuniones en España en millones de €. Elaboración propia a partir de datos del INE (2016-2021)

Imagen 21: Evolución del número de turistas internacionales en España por negocios. Elaboración propia a partir de datos de Frontur (INE, 2016-2021)

Imagen 22: Evolución del número de turistas nacionales en España por negocios. Elaboración propia a partir de datos de la Encuesta de Turismo de Residentes (INE, 2016-2021)

Imagen 23: Comparación y evolución del gasto medio diario por ocio y por negocios en España (2017-2021). Elaboración propia a partir de datos del INE (2017-2021)

Imagen 24: Estimación del crecimiento del sector MICE en función del gasto total. Top 15 principales mercados y ámbito global. Elaboración propia a partir de datos de *GBTA BTI™ Outlook - Annual Global Report & Forecast* (2021)

Imagen 25: Distribución en porcentaje del tipo de sedes utilizadas en España para la celebración de eventos en 2019. Elaboración propia a partir de datos de Spain Convention Bureau

Imagen 26: Ranking de ciudades españolas con mayor número de congresos internacionales celebrados en 2019. Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por ICCA: *ICCA Statistics Report 2019*

Imagen 27: Número de ferias celebradas en España según su destino en 2019. Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la Asociación de Ferias de España: Datos Estadísticos AFE 2019

Imagen 28: Número de visitantes a ferias celebradas en España según su destino en 2019. Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la Asociación de Ferias de España: Datos Estadísticos AFE 2019

Imagen 29: Ferias más visitadas de España en 2019. Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la Asociación de Ferias de España: Datos Estadísticos AFE 2019

Imagen 30: Llegadas de turistas internacionales por Comunidades Autónomas en 2019. Elaboración propia a partir de los datos Frontur. INE, 2019

Imagen 31: Evolución en % de llegadas de turistas internacionales a la Comunidad de Madrid sobre el total nacional. Elaboración propia a partir de los datos Frontur. INE, 2016-2021.

Imagen 32: Comparación del gasto diario medio por persona en la Comunidad de Madrid frente al gasto medio diario por persona en España. Elaboración propia a partir de los datos de Egatur. INE, 2016-2021

Imagen 33: Evolución del gasto total de turistas extranjeros en la Comunidad de Madrid en comparación con el Gasto total nacional (en mill. €) Elaboración propia a partir de los datos de Egatur. INE, 2016-2021

Imagen 34: Foto de IFEMA, pabellón 10 de la Casa de Campo en 1986 (conocido como el Palacio de Cristal). Fuente: ABC

Imagen 35: Distribución del número de eventos celebrados en IFEMA por tipología (2015-2021). Elaboración propia a partir de datos de las memorias anuales de IFEMA.

Imagen 36: Evolución de empresas participantes y expositores directos en IFEMA (2015-2020). Elaboración propia a partir de datos de las memorias anuales de IFEMA.

Imagen 37: Evolución de visitantes totales a IFEMA y distribución por tipología de evento (2015-2021). Elaboración propia a partir de datos de las memorias anuales de IFEMA.

Imagen 38: Evolución de ingresos, gastos, EBITDA y beneficio neto de IFEMA en millones de euros (2015 - 2021). Elaboración propia a partir de datos de las memorias anuales de IFEMA.

Imagen 39: Contribución de IFEMA al PIB de Madrid e impacto económico en millones de euros (2017-2019). Elaboración propia a partir de datos de las memorias anuales de IFEMA.

Imagen 40: Evolución de impactos informativos de IFEMA y Valoración Económica Equivalente en euros (2016-2020) Elaboración propia a partir de datos de las memorias anuales de IFEMA.

Bibliografía

ABC (enero, 2020). *Ifema, la «ciudad más rica» de España, cumple 40 años*. Nota de prensa disponible en web: https://www.abc.es/espana/madrid/abci-ifema-ciudad-mas-rica-espana-cumple-40-anos-202001150022_noticia.html

AFE – Asociación de Ferias de España. *Datos estadísticos, 2019*. Disponible en web: https://www.afe.es/html5Upload/server/php/files/pdf/16244_10610620209416.pdf

Berumen, S.A. (2010). *Economía de la empresa innovadora*. ESAN Graduate School of Business, Lima. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4018.8565>

Berumen, S.A. (2011). *Los sistemas de innovación en Europa*. ESIC Business & Marketing School, Madrid. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1778.1526>

Berumen, S.A. y Arriaza Ibarra, K. (2013). *Medición de la intensidad en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en Escandinavia*, *Contaduría y Administración*, 58(1): 289-306. [https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(13\)71206-3](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(13)71206-3)

Europapress (agosto, 2021). *Ifema Madrid celebrará más de 60 ferias, congresos y eventos hasta final de año*. Nota de prensa disponible en web: <https://www.europapress.es/madrid/noticia-ifema-madrid-celebrara-mas-60-ferias-congresos-eventos-final-ano-20210829105939.html>

ICCA - International Congress and Convention Association, (2020). *ICCA Statistics Report 2019*. Disponible en web: <https://www.iccaworld.org/newsarchives/archivedetails.cfm?id=2894936>

ICCA - International Congress and Convention Association, 2021. *ICCA Annual Statistics Study 2020*. Disponible en web: https://www.iccaworld.org/cnt/Research/ICCA%20Statistics%20Study%202020_270521_Final.pdf

IE Business School, (2015). *Presentación del informe “High-Value City Tourism” de IE y MasterCard*. Observatorio del Mercado Premium y Productos de Prestigio de IE y MasterCard. Disponible en web: <https://www.ie.edu/es/business-school/noticias-y-eventos/que-esta-pasando/ie-mastercard-report-high-value-city-tourism/>

IFEMA (junio, 2018). *Memoria Anual IFEMA 2017*. Disponible en web: <https://www.ifema.es/doc/memoria-anual-2017/memoria-ifema-2017.pdf>

IFEMA (octubre, 2018). *IFEMA contribuye con 3.489 millones a la economía de Madrid*. Nota de prensa disponible en web: <https://www.ifema.es/notas-prensa/ifema-contribuye-3489-millones-economia-madrid>

IFEMA (junio, 2019). *Memoria Anual IFEMA 2018*. Disponible en web: <https://www.ifema.es/doc/memoria-anual-2018/memoria.pdf>

IFEMA (mayo, 2020). *Memoria Anual IFEMA 2019*. Disponible en web: <https://www.ifema.es/doc/memoria-anual-2019/memoria-anual-ifema-2019.pdf>

IFEMA (noviembre, 2020). *IFEMA estrena una nueva herramienta para el recorrido virtual de sus espacios*. Nota de prensa disponible en web: <https://www.ifema.es/notas-prensa/recorrido-virtual-espacios>

IFEMA (abril, 2021). *Evento presentación nueva estrategia e imagen de marca*. Disponible en canal de YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=FNalrSWJyHY>

IFEMA (junio, 2021). *IFEMA MADRID y Mediabrands Content Studio crean el primer espacio hiperconectado para la producción de eventos virtuales e híbridos*. Nota de prensa disponible en web: <https://www.ifema.es/notas-prensa/primer-espacio-hiperconectado>

IFEMA (junio, 2021). *IFEMA MADRID se convierte en el mayor plató cinematográfico de España*. Nota de prensa disponible en web: <https://www.ifema.es/notas-prensa/ifema-madrid-se-convierte-en-mayor-plato-cinematografico-de-espana>

IFEMA (junio, 2021). *Memoria Anual IFEMA 2020*. Disponible en web: <https://www.ifema.es/doc/memoria-anual-2020/memoria-anual--ifema-madrid-2020.pdf>

IFEMA (diciembre, 2021). *Los diez mejores planes de ocio en IFEMA MADRID para el puente más deseado del año*. Nota de prensa disponible en web: <https://www.ifema.es/notas-prensa/planes-de-ocio-para-el-puente>

IFEMA (2022). *Catálogo de tarifas de 2022 del Recinto Ferial*. Disponible en web: <https://www.ifema.es/doc/capacidades-tarifas-recinto/tarifas-recinto.pdf>

IFEMA (abril, 2022). *IFEMA MADRID equilibra sus cuentas en 2021, liderando internacionalmente la recuperación del sector ferial*. Nota de prensa disponible en web: <https://www.ifema.es/notas-prensa/resultados-2021>

Instituto Nacional de Estadística, *Cuenta satélite del turismo de España*, Empleo Turístico en 2019. Disponible en web: <https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t35/p011/rev19/serie/10/&file=03002.px>

Instituto Nacional de Estadística, *Estadística de movimientos turísticos en frontera. Frontur (2016-2021)*. Disponible en web: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=23985>

Instituto Nacional de Estadística, *Encuesta de turismo de residentes (2016-2019)*. Disponible en web: <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=24921&L=0>

Instituto Nacional de Estadística, *Encuesta de gasto turístico – Egatur (2016-2021)*. Disponible en web: <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=23998&L=0>

Global Business Travel Association (GBTA), 2021. *GBTA BTI Outlook Annual Global Report & Forecast*. Disponible en web: <https://revistatravelmanager.com/wp-content/uploads/2022/02/2021-gbta-global-bti.pdf>

Hosteltur (enero, 2019). “*IFEMA comienza a gestionar el Palacio Municipal de Congresos de Madrid*”. Nota de prensa disponible en web: https://www.hosteltur.com/125852_ifema-comienza-a-gestionar-el-palacio-municipal-de-congresos-de-madrid.html

Hosteltur (marzo, 2020). “*Más de 3.300 ferias y congresos cancelados por el coronavirus en Europa*”. Disponible en web: https://www.hosteltur.com/135623_mas-de-3300-ferias-y-congresos-cancelados-por-el-coronavirus-en-europa.html

Hosteltur (mayo, 2021). “*Fitur 2021 cierra con 62.000 visitantes y 100 M€ de impacto en Madrid*”. Disponible en web: https://www.hosteltur.com/144363_fitur-2021-cierra-con-62000-visitantes-y-100-m-de-impacto-en-madrid.html

Hosteltur (diciembre, 2021). “*Más de un centenar de ferias internacionales previstas en España para 2022*”. Disponible en web: https://www.hosteltur.com/148854_mas-de-un-centenar-de-ferias-internacionales-previstas-en-espana-para-2022.html

Libre Mercado (abril, 2022) “*Madrid pasa de la novena a la cuarta plaza financiera más importante de Europa*”. Disponible en web: <https://www.libremercado.com/2022-04-16/ranking-financiero-europeo-madrid-sube-posiciones-mejora-6885175/>

Madrid Convention Bureau, *Sedes y servicios en Madrid*. Disponible en web: https://www.esmadrid.com/mcb/sedes-y-servicios/espacios/sede_especial/

Madrid Convention Bureau, *Empresas organizadoras de eventos*. Disponible en web: <https://www.esmadrid.com/mcb/sedes-y-servicios/organizadores/>

Madrid Convention Bureau, *Actividades para incentivos*. Disponible en web: <https://www.esmadrid.com/mcb/organiza-tu-evento/incentivos/>

Madrid Destino (2019). *Anuario de Turismo de Madrid 2019*. Disponible en web: https://www.esmadrid.com/mcb/wp-content/uploads/2021/03/Anuario-Turismo-Madrid-2019_interactivo.pdf

Martín Roda, E.M. 2011. “*El turismo de negocios: una actividad en auge*”. Departamento de Geografía, UNED. Disponible en web: https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/16448/turismo_martin_TERAP_2011.pdf

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (septiembre, 2019). “*España revalida su liderazgo como país más competitivo del mundo en turismo*”. Disponible en web: <https://www.mincotur.gob.es/es-es/GabinetePrensa/NotasPrensa/2019/Paginas/espa%C3%B1a-revalida-su-liderazgo-como-pa%C3%ADs-m%C3%A1s-competitivo-del-mundo-en-turismo.aspx>

OpenPR (2019) “*Bleisure Travel Market 2018-2025 with Top Prominent Key Players*”. Disponible en web: <https://www.openpr.com/news/1665475>

Organización Mundial del Turismo (2014), *AM Reports - Miembros Afiliados, Volumen siete – Informe global sobre la industria de reuniones*, OMT, Madrid. Disponible en web: <http://leidacb.turismedelleida.com/lcb/InformeGlobalobreTurismodeReuniones.pdf>

Organización Mundial del Turismo (2019), *Definiciones de turismo de la OMT*, OMT, Madrid. Disponible en web: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

Organización Mundial del Turismo: *Tourism – an economic and social phenomenon*. Disponible en web: <https://www.unwto.org/why-tourism>

Organización Mundial del Turismo (2021) *Global and regional tourism performance*. Disponible en web: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>

Organización Mundial del Turismo (2021), *Panorama del Turismo Internacional*, Ed. 2020. Disponible en web: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422746>

Organización Mundial del Turismo (2021), *UNWTO World Tourism Barometer*, Ed. 2022. Disponible en web: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-01/220118-Barometersmall.pdf?PBIQdr4u_qM0w56.l0NpfGPzylGu6Md

Página Oficial de Turismo de la Ciudad de Madrid. *Paisaje de la Luz. Paseo del Prado y Buen Retiro*. Disponible en web: <https://www.esmadrid.com/paisaje-de-la-luz-madrid-lista-patrimonio-mundial-unesco>

Spain.info (2022). “*Algunos de los aspectos de España que te seducirán*”. Disponible en web: <https://www.spain.info/es/top/porque-vacaciones-turismo-espana/>

Spain Convention Bureau (2019), *Informe ejecutivo del turismo de reuniones*. Disponible en web: <https://scb.es/informe-ejecutivo-del-turismo-de-reuniones-2019/>

Spain Convention Bureau (2021). *Estrategia de reactivación de la industria de reuniones. Informe ejecutivo*. Disponible en web: <https://www.hosteltur.com/document/6318>

World Travel Awards, (2022). *Winer: Madrid, World’s Leading Meetings & Conference Destination 2019, 2020, 2021*. Disponible en web: <https://www.worldtravelawards.com/profile-1655-madrid-convention-bureau>

World Travel & Tourism Council – WTTC (2021), *Investing in Travel & Tourism*. Disponible en web: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Investing%20in%20Travel%20and%20Tourism%20100921.pdf?ver=2021-09-16-112521-367>

World Travel & Tourism Council – WTTC (2021): *Global Economic Impact & Trends 2021*. Disponible en web: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf>

World Travel & Tourism Council – WTTC (2021), *Adapting to endemic Covid-19: The Outlook for business travel*. Disponible en web: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/>