

Col·lecció Estudis Turístics

# El turismo de congresos en las Illes Balears

## El turisme de congressos a les Illes Balears



Govern  
de les Illes Balears

Conselleria de Turisme

# El turisme de congressos a les Illes Balears



**Govern de les Illes Balears**  
Conselleria de Turisme

**INESTUR**  
INSTITUT D'ESTRATÈGIA TURÍSTICA



**CI'TTIB**  
CENTRE D'INVESTIGACIÓ I DE TECNOLOGIES  
TURÍSTIQUES DE LES ILLES BALEARS



[www.inestur.es](http://www.inestur.es)  
[www.illesbalears.es](http://www.illesbalears.es)

**Taula de continguts****Pàg.**

|                                                                                 |            |
|---------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>1. Introducció</b>                                                           | <b>101</b> |
| <b>2. El mercat de reunions al món i a Espanya</b>                              | <b>106</b> |
| 2.1. El mercat internacional de reunions                                        | 106        |
| 2.2. El turisme de reunions a Espanya                                           | 113        |
| 2.2.1. El turisme de reunions a Espanya segons<br>l'Spain Convention Bureau     | 113        |
| 2.2.2. El turisme de reunions a Espanya segons METURE                           | 116        |
| 2.3. El perfil dels participants en reunions a Espanya                          | 121        |
| <b>3. Anàlisi de la demanda a les Balears</b>                                   | <b>123</b> |
| 3.1. Estimació de la demanda en seus hotelers                                   | 123        |
| 3.2. Estimació de la demanda en seus no hotelers                                | 127        |
| 3.3. Perfil del turista                                                         | 129        |
| 3.4. Motivacions                                                                | 136        |
| 3.5. Satisfacció del turista de reunions                                        | 138        |
| 3.6. Valoració de la ciutat seu de la reunió                                    | 141        |
| <b>4. Anàlisi de l'oferta a les Balears</b>                                     | <b>146</b> |
| 4.1. Capacitat per allotjar reunions a la planta hotelera                       | 146        |
| 4.1.1. Capacitat de les sales destinades a turisme<br>de reunions a les Balears | 147        |
| 4.2. Principals seus no hotelers                                                | 148        |
| 4.2.1. Altres seus                                                              | 150        |
| 4.2.2. Nou Palau de Congressos de Palma                                         | 152        |
| 4.3. Influència en el període d'obertura de l'hotel                             | 153        |
| 4.4. La promoció dels establiments                                              | 154        |
| 4.5. Expectatives de futur                                                      | 156        |
| <b>5. Estimació de l'impacte econòmic</b>                                       | <b>157</b> |
| 5.1. Estimació dels components de la despesa                                    | 157        |
| 5.2. Estimació de l'impacte econòmic                                            | 161        |

|                                          |            |
|------------------------------------------|------------|
| <b>6. Anàlisi DAFO</b> .....             | <b>164</b> |
| 6.1. Fortaleses .....                    | 164        |
| 6.2. Debilitats .....                    | 165        |
| 6.3. Amenaces .....                      | 167        |
| 6.4. Oportunitats .....                  | 168        |
| <b>Conclusions i recomanacions</b> ..... | <b>170</b> |
| Conclusions .....                        | 170        |
| Recomanacions .....                      | 173        |
| <b>Sigles</b> .....                      | <b>176</b> |
| <b>Bibliografia</b> .....                | <b>177</b> |
| <b>Webs</b> .....                        | <b>178</b> |

|                                                                                                       |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Llista de taules</b>                                                                               | <b>Pàg</b> |
| Taula 1. Nombre de reunions internacionals duites a terme per països. .                               | 108        |
| Taula 2. Rànquing de països per nombre de participants en reunions. .                                 | 109        |
| Taula 3. Nombre de reunions internacionals per ciutats. ....                                          | 109        |
| Taula 4. Percentatge de reunions distribuït per nombre de<br>participants .....                       | 112        |
| Taula 5. Distribució de les reunions i participants per CA. ....                                      | 117        |
| Taula 6. Distribució per tipus de reunió. ....                                                        | 117        |
| Taula 7. Nombre de reunions i participants segons el seu tipus .....                                  | 119        |
| Taula 8. Nombre d'hotels a ciutats espanyoles i a les zones<br>de les Balears .....                   | 146        |
| Taula 9. Hotels amb turisme de reunions i capacitat de<br>les seves sales .....                       | 147        |
| Taula 10. Sales i capacitat del Poble Espanyol .....                                                  | 148        |
| Taula 11. Sales i capacitat de l'Auditori de Palma .....                                              | 149        |
| Taula 12. Despesa mitjana diària turística i en allotjament<br>del turista de reunions. ....          | 162        |
| Taula 13. Despesa mitjana diària ponderada d'inscripcions i<br>transport fins al lloc de reunió ..... | 162        |
| Taula 14. Impacte econòmic del turisme de reunions .....                                              | 163        |

## Llista de gràfics

## Pàg

|            |                                                                                         |     |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gràfic 1.  | Evolució del nombre de reunions internacionals . . . . .                                | 106 |
| Gràfic 2.  | Quota de mercat relativa per continents . . . . .                                       | 107 |
| Gràfic 3.  | Evolució de la quota de mercat per continents . . . . .                                 | 107 |
| Gràfic 4.  | Distribució estacional de les reunions internacionals . . . . .                         | 110 |
| Gràfic 5.  | Principals indústries generadores de grans reunions<br>internacionals . . . . .         | 111 |
| Gràfic 6.  | Evolució de la durada de les reunions internacionals . . . . .                          | 112 |
| Gràfic 7.  | Evolució del nombre de reunions a Espanya i participants . .                            | 114 |
| Gràfic 8.  | Distribució dels diferents tipus de reunions . . . . .                                  | 114 |
| Gràfic 9.  | Llocs de realització de les reunions . . . . .                                          | 115 |
| Gràfic 10. | Estacionalitat de les reunions a Espanya . . . . .                                      | 115 |
| Gràfic 11. | Llocs de realització de les reunions . . . . .                                          | 118 |
| Gràfic 12. | Estacionalitat de les reunions a Espanya . . . . .                                      | 118 |
| Gràfic 13. | Mitjana de participants a les reunions . . . . .                                        | 119 |
| Gràfic 14. | Evolució de la durada de les reunions a Espanya . . . . .                               | 120 |
| Gràfic 15. | Sectors generadors de reunions a Espanya . . . . .                                      | 120 |
| Gràfic 16. | Principal mitjà de transport utilitzat pels participants<br>en reunions . . . . .       | 122 |
| Gràfic 17. | Evolució del nombre d'esdeveniments i turistes en hotels . .                            | 124 |
| Gràfic 18. | Turistes de reunions a seus hoteleres per illes . . . . .                               | 125 |
| Gràfic 19. | Grandària mitjana dels grups en reunions en hotels . . . . .                            | 126 |
| Gràfic 20. | Distribució estacional de les reunions efectuades<br>en hotels de les Balears . . . . . | 126 |
| Gràfic 21. | Durades mitjanes de les reunions . . . . .                                              | 127 |
| Gràfic 22. | Evolució del nombre d'esdeveniments i turistes a<br>seus no hoteleres . . . . .         | 128 |
| Gràfic 23. | Grandària mitjana dels grups en reunions a<br>seus no hoteleres . . . . .               | 128 |
| Gràfic 24. | Distribució estacional de les reunions efectuades<br>en hotels de les Balears . . . . . | 129 |
| Gràfic 25. | Nacionalitat dels turistes de reunions . . . . .                                        | 130 |

|            |                                                                                                        |     |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gràfic 26. | Nacionalitat en funció del tipus de seu utilitzada. ....                                               | 130 |
| Gràfic 27. | Edat. ....                                                                                             | 131 |
| Gràfic 28. | Sexe ....                                                                                              | 131 |
| Gràfic 29. | Professió ....                                                                                         | 132 |
| Gràfic 30. | Tipus d'allotjament. ....                                                                              | 132 |
| Gràfic 31. | Amb qui viatja ....                                                                                    | 133 |
| Gràfic 32. | Participació de la institució o empresa en el<br>pagament dels costos de participació a la reunió .... | 133 |
| Gràfic 33. | Nombre d'acompanyants per país d'origen ....                                                           | 134 |
| Gràfic 34. | Estada mitjana a les Balears. ....                                                                     | 134 |
| Gràfic 35. | Intenció de visitar la ciutat ....                                                                     | 135 |
| Gràfic 36. | Viatges previs a la reunió o posteriors a la reunió. ....                                              | 135 |
| Gràfic 37. | Principal interès ....                                                                                 | 136 |
| Gràfic 38. | Importància del programa científic ....                                                                | 137 |
| Gràfic 39. | Importància del programa social ....                                                                   | 137 |
| Gràfic 40. | Importància de la ciutat seu ....                                                                      | 138 |
| Gràfic 41. | Importància del país seu ....                                                                          | 138 |
| Gràfic 42. | Satisfacció amb les instal·lacions i serveis d'allotjament ...                                         | 139 |
| Gràfic 43. | Satisfacció amb les instal·lacions de la seu de reunió ....                                            | 139 |
| Gràfic 44. | Satisfacció amb els serveis de la seu de reunió ....                                                   | 140 |
| Gràfic 45. | Satisfacció amb l'organització de la reunió ....                                                       | 140 |
| Gràfic 46. | Valoració de la ciutat que allotja l'esdeveniment ....                                                 | 142 |
| Gràfic 47. | Valoració de l'oferta d'oci i entreteniment ....                                                       | 143 |
| Gràfic 48. | Valoració de l'entorn (clima, medi ambient...). ....                                                   | 143 |
| Gràfic 49. | Valoració de la relació qualitat-preu de<br>l'oferta de restauració ....                               | 144 |
| Gràfic 50. | Valoració del caràcter i l'amabilitat dels ciutadans ....                                              | 144 |
| Gràfic 51. | Valoració de la seguretat ciutadana ....                                                               | 145 |
| Gràfic 52. | Valoració de la neteja de la ciutat en general ....                                                    | 145 |
| Gràfic 53. | Influència del turisme de reunions en<br>l'obertura de l'establiment. ....                             | 153 |

|            |                                                                                          |     |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gràfic 54. | Principals accions promocionals . . . . .                                                | 154 |
| Gràfic 55. | Accions promocionals en funció del nombre de<br>turistes que rep l'establiment . . . . . | 155 |
| Gràfic 56. | Expectatives de creixement de la demanda . . . . .                                       | 156 |
| Gràfic 57. | Despesa mitjana en inscripcions . . . . .                                                | 157 |
| Gràfic 58. | Despesa mitjana del transport des<br>de l'origen al lloc de reunió . . . . .             | 158 |
| Gràfic 59. | Despesa mitjana en allotjament (per dia) . . . . .                                       | 159 |
| Gràfic 60. | Despesa a les Balears per dia (viatge,<br>allotjament i inscripció exclosos). . . . .    | 159 |
| Gràfic 61. | Despesa mitjana a les Balears per dia en compres . . . . .                               | 160 |
| Gràfic 62. | Despesa mitjana a les Balears per dia en alimentació . . . . .                           | 160 |
| Gràfic 63. | Despesa mitjana a les Balears per dia en transport intern . . . . .                      | 161 |
| Gràfic 64. | Despesa mitjana a les Balears per dia en entreteniment . . . . .                         | 161 |
| Gràfic 65. | Evolució de l'impacte econòmic a les Illes Balears . . . . .                             | 163 |



Col·lecció Estudis Turístics

## El turisme de congressos a les Illes Balears





## 1. INTRODUCCIÓ

L'economia balear, àmpliament centrada en el sector turístic, presenta alguns dèficits estructurals que en dificulten el desenvolupament d'una forma sostenible a mitjà i llarg termini. Entre els principals reptes que es plantegen amb vista al futur pot destacar-se el de l'estacionalitat.

La concentració de l'activitat econòmica durant uns mesos de l'any produeix desequilibris importants, com la congestió dels sistemes de transport en els mesos de temporada alta, l'augment de la desocupació en temporada baixa, la infrautilització d'infraestructures i el seu sobredimensionament en relació amb la utilització mitjana, etc.

Aquesta situació condueix a la necessitat d'incentivar el desenvolupament de nous productes i mercats que permetin allargar la temporada i gestionar de manera més eficient els recursos dels quals disposa l'economia balear. Amb aquesta intenció s'està impulsant el desenvolupament de nous tipus de turisme específics com el cicloturisme, l'agroturisme, el turisme sènior, el turisme de golf, etc., que presenten un component estacional que ajudi a "allargar" la temporada.

En aquest sentit, el **turisme de reunions**, que segons la definició promoguda per Turespaña al sistema de **Medició Estadística del Turisme de Reunions a Espanya** (METURE) agrupa "els viatgers que es desplacen per participar a congressos, convencions, viatges d'incentiu i altres reunions similars a aquestes (jornades, trobades, conferències, simposis, fòrums, seminaris, cursos...) convocades per motius professionals i/o associatius", constitueix un segment que presenta a priori un component estacional adequat per compensar els evidents desequilibris en la distribució anual dels fluxos turístics, a la qual cosa s'ha d'afegir l'alta capacitat de despesa que se suposa a aquest tipus de turistes.

La importància estratègica d'aquest segment justifica la necessitat d'efectuar-ne estudis específics, que facilitin la informació necessària per avaluar-ne la situació. De manera específica, aquest treball s'ha fixat els objectius següents:

- Analitzar algunes de les principals tendències en el mercat de reunions al món i, de manera més específica, als països europeus que constitueixen els principals mercats emissors de turistes cap a les Balears.
- Realitzar una estimació de la demanda i un estudi descriptiu del turisme de reunions a les Balears que incloguin aspectes com:
  - Una estimació del nombre de turistes de reunions que vénen a les Balears tant a seus hoteleres com a centres de convencions i congressos.
  - Perfil del turista
  - Motivacions
  - Satisfacció del turista de reunions
  - Valoració de la ciutat seu de la reunió
- Efectuar una anàlisi de l'oferta disponible per atendre la demanda de turisme de reunions, i que específicament reculli:
  - Capacitat per allotjar reunions a la planta hotelera
  - Principals seus no hoteleres
  - La influència que té dedicar-se al turisme de reunions en el període d'obertura de l'hotel
  - La promoció dels establiments
  - Les expectatives de futur. A partir de l'opinió d'agents relacionats amb el turisme de reunions que permeti efectuar-ne una estimació prospectiva del futur.
- Realitzar una estimació de la despesa i de l'impacte econòmic del turisme de reunions.
- Elaborar una anàlisi de les principals fortaleeses, debilitats, amenaces i oportunitats detectades en relació amb el turisme de reunions a les Balears.

Per a l'elaboració del treball s'ha utilitzat una metodologia que consisteix en:

1. Revisió bibliogràfica dels principals articles i treballs que hi ha sobre el tema.

2. Estudi de camp, utilitzant qüestionaris repartits a una mostra representativa de turistes que participen en congressos, que han servit per elaborar els aspectes descriptius i de comportament del consumidor tractats en el treball.
3. Qüestionaris a establiments en els quals s'organitzen reunions, com hotels, auditoriums, palaus de congressos, etc. que han servit per determinar el total de turistes de reunions que visiten les Balears i que han estat la base per a l'elaboració dels aspectes relacionats amb les perspectives de futur.
4. Entrevistes en profunditat a empreses que s'encarreguen d'organitzar viatges d'incentius, a partir de les quals s'han pogut elaborar els apartats específics d'aquest segment de mercat.

Per realitzar aquest estudi, hem seguit les definicions recollides en els estudis de Turespaña sobre “**Turisme de reunions**” elaborades a partir de la posada en marxa del sistema de **Medició Estadística del Turisme de Reunions a Espanya** (METURE) que diu que sota la denominació de *turisme de reunions* s'agrupen les activitats econòmiques associades a la realització de congressos, convencions, viatges d'incentiu i altres reunions similars a aquestes (jornades, trobades, conferències, simposis, fòrums, seminaris, cursos...) convocades per motius professionals i/o associatius.

Es considera una **reunió** aquella activitat que implica la presència simultània, en unes instal·lacions clarament identificades, d'un conjunt de persones amb interessos comuns de caràcter professional i/o associatiu, convocades amb una finalitat preestablerta i que suposa el desplaçament i la pernoctació de tots o part dels participants fora del seu lloc habitual d'activitat, de residència. A efectes pràctics, es consideren com a reunions els congressos, les convencions i els viatges d'incentiu, quedant excloses de METURE les denominades fires, exposicions, salons, tallers, certàmens sectorials i altres mostres de caràcter firal, premis, espectacles, exhibicions i els actes esportius.

Així doncs, a efectes d'aquest estudi considerarem turisme de reunions el relacionat amb les activitats següents:

- **Congrés:** És una reunió de caràcter obert quant a la seva convocatòria de públic, organitzada generalment de forma periòdica, amb fins de debat i/o divulgació. Això és, la realització d'activitats d'intercanvi d'idees i coneixements en distints camps (com per exemple el científic, acadèmic, educatiu, econòmic o polític). Una característica específica del congrés és que l'entitat convocant és una associació o institució: organismes associatius, o institucions públiques o privades (científiques, col·legis professionals, universitats, federacions sectorials i similars). Reunions convocades per entitats de caràcter associatiu o institucional, amb un mínim de 50 participants i una durada d'almenys 2 dies (1 pernoctació).
- **Convenció:** És una reunió que, a diferència del congrés, la convoca una empresa o grup empresarial. La seva convocatòria és en general de caràcter restringit. Es realitzen normalment sense una periodicitat fixa i amb objectius centrats en el tractament de temes vinculats amb l'activitat econòmica del convocant. Per aquest motiu, els participants són fonamentalment el propi personal de l'empresa, tot i que de vegades hi assisteixen altres persones vinculades a aquesta, com clients, proveïdors, concessionaris, venedors o altres col·laboradors. En aquestes reunions no hi ha quota d'inscripció, ja que generalment les despeses de desplaçament i estada van a càrrec de l'empresa. Per extensió, també es consideren convencions altres reunions corporatives com presentacions de productes i juntes generals. Reunions convocades per empreses, amb un mínim de 50 participants i una durada d'almenys 2 dies (1 pernoctació).
- **Viatges d'incentiu:** són viatges col·lectius, promoguts per empreses, que revesteixen el caràcter de "premi" o reconeixement per part de la pròpia empresa organitzadora, per l'assoliment d'uns objectius predeterminats, habitualment comercials. Conceptualment, es tracta d'un instrument de política de motivació, no només dels professionals o empleats de l'empresa ("fidelització interna"), sinó també, de la resta de persones que hi estan vinculades, com clients, concessionaris, proveïdors, aliats o distints col·laboradors ("fidelització externa"). A la pràctica, es tracta d'activitats d'oci ("viatges de plaer"), tot i que, en alguns casos, es complementen amb trobades empresarials, seminaris

motivacionals i/o activitats anàlogues. Per METURE, només es tenen en consideració els viatges d'incentiu que es desenvolupen al territori espanyol, és a dir, els viatges que els agents nacionals organitzen amb destinació Espanya (emissors amb destinació nacional), i els viatges organitzats per agents des de fora del territori nacional amb destinació turística Espanya (receptius d'emissors internacionals). Reunions promogudes per empreses, amb un fort component d'oci, que revesteixen el caràcter de premi, amb un mínim de 20 participants i una durada d'almenys 2 dies (1 pernoctació).

## 2. EL MERCAT DE REUNIONS AL MÓN I A ESPANYA

### 2.1. El mercat internacional de reunions

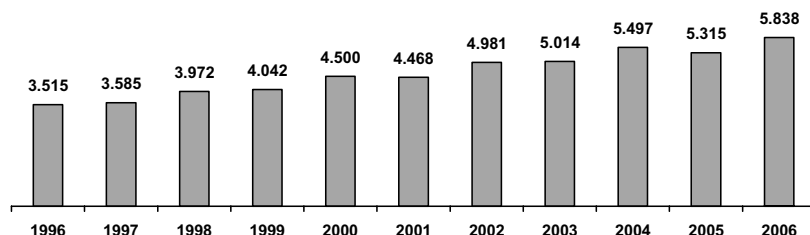
En l'àmbit internacional, les dades disponibles més rellevants són els anuaris estadístics facilitats per l'International Congress & Convention Association (ICCA), una de les principals associacions mundials d'organitzadors de congressos i convencions present a 76 països.

Tot i que les dades facilitades per l'ICCA recullen únicament les relatives a reunions d'almenys 50 participants, organitzades de manera regular i que tenen representants d'almenys 3 països, i que per tant exclouen un important nombre de reunions que no compleixen aquestes condicions, no és menys cert que les dades facilitades permeten esbossar les grans tendències d'aquest tipus de turisme: l'evolució general, les principals ciutats destinació, la mitjana de participants a les reunions, la distribució al llarg de l'any d'aquest tipus d'esdeveniments, els principals sectors generadors de reunions, etc.

Aquestes grans tendències són:

- **Creixement amb alts i baixos.** En el gràfic següent, podem apreciar que el nombre de grans convencions de què disposa l'ICCA està relativament estancat i que presenta un creixement amb certs alts i baixos, després del descens experimentat en 2001 provocat en part per l'atemptat de l'11-S, que es va produir just abans de l'època més activa per dur a terme les reunions. A partir de 2002 es va produir un relleu i ha anat fluctuant lleugerament entre 2003 i 2005.

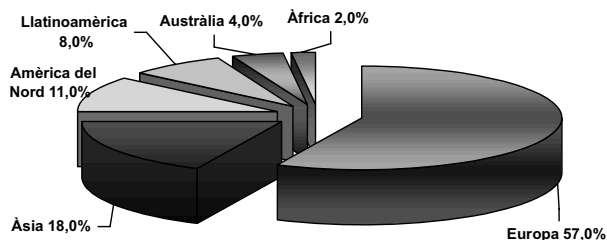
Gràfic 1. Evolució del nombre de reunions internacionals



Font: ICCA.

- **Lideratge d'Europa.** Europa lidera, sense cap dubte, el mercat de les grans convencions internacionals; com s'aprecia en el gràfic següent, aproximadament el 57% d'aquest tipus d'activitats internacionals s'efectua en aquest continent, seguit en importància per Àsia amb un 18% i Amèrica del Nord amb l'11%.

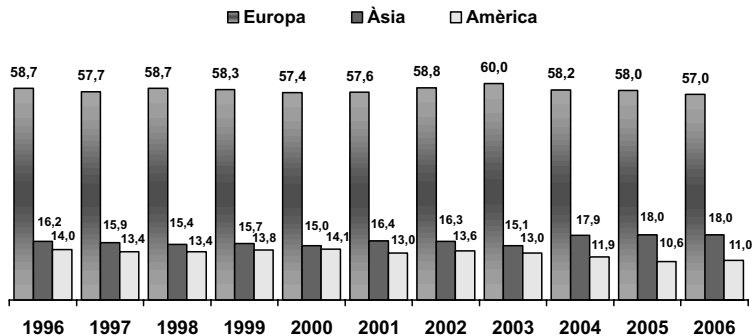
Gràfic 2. Quota de mercat relativa per continents



Font: ICCA, 2006.

- **Estabilitat en la quota de mercat relativa per continents.** Mentre Europa manté al llarg dels anys una quota relativa sense gaires variacions, com s'observa en el gràfic següent, Amèrica del Nord va perdent lleugerament quota de mercat, que es ocupada pels mercats asiàtics que ja representen el 18%.

Gràfic 3. Evolució de la quota de mercat per continents



Font: ICCA.

- **Estats Units, Alemanya, Espanya, Regne Unit i França són els principals organitzadors de reunions per nombre d'esdeveniments.** Per aquest ordre, com es mostra en la taula següent, es poden observar els principals actors pel que fa a països. Cal destacar l'estabilització i el retrocés experimentat pels Estats Units després d'uns anys d'increments considerables, i que a partir de 2001 Espanya va superar a països com França o Regne Unit que fins la data havien tengut major nombre de convencions.

*Taula 1. Nombre de reunions internacionals duites a terme per països*

| País       | 1999  | 2000  | 2001  | 2002  | 2003  | 2004  | 2005         | 2006         |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------|--------------|
| EUA        | 396   | 444   | 386   | 444   | 445   | 435   | 376          | 414          |
| Alemanya   | 254   | 294   | 257   | 267   | 264   | 323   | 320          | 334          |
| Regne Unit | 248   | 299   | 206   | 258   | 271   | 242   | 270          | 279          |
| França     | 220   | 258   | 226   | 217   | 218   | 267   | 240          | 269          |
| Espanya    | 185   | 195   | 205   | 265   | 273   | 304   | <b>275</b>   | <b>266</b>   |
| Itàlia     | 195   | 199   | 225   | 240   | 277   | 224   | 196          | 209          |
| Brasil     | 74    | 101   | 84    | 71    | 85    | 114   | 145          | 207          |
| Austràlia  | 133   | 189   | 143   | 151   | 141   | 160   | 164          | 190          |
| Holanda    | 142   | 173   | 163   | 140   | 163   | 208   | 197          | 187          |
| Suïssa     | 78    | 97    | 99    | 141   | 147   | 134   | 151          | 166          |
| Japó       | 136   | 158   | 191   | 187   | 156   | 147   | 142          | 157          |
| Total      | 4.042 | 4.500 | 4.468 | 4.981 | 5.014 | 5.497 | <b>5.315</b> | <b>5.838</b> |

Font: ICCA.

- **Els Estats Units encapçalen el rànquing de països per nombre de participants en reunions.** Els Estats Units, amb 414 mil participants en aquest tipus de reunions, encapçalen el rànquing dels països que més visitants atreuen, seguits d'enfora per Alemanya, Espanya, Regne Unit, França, Holanda i Itàlia. Crida l'atenció el fet que Espanya organitza un gran nombre d'esdeveniments, però com que són més reduïts, la repercussió en nombre de visitants és menor. Així doncs, segons el nombre de participants en reunions veim que si bé Espanya segueix ocupant un lloc rellevant, aquesta posició queda lluny de ser semblant al seu lideratge en el mercat vacacional. En 2006 s'observa la progressió de les destinacions competidores com Regne Unit i França, relegant a Espanya de la tercera posició a la cinquena.

*Taula 2. Rànquing de països per nombre de participants en reunions*

| País       | 1999    | 2000    | 2001    | 2002    | 2003    | 2004    | 2005    | 2006    |
|------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| EUA        | 395.181 | 557.693 | 450.312 | 523.643 | 420.541 | 605.854 | 682.846 | 375.218 |
| França     | 172.434 | 278.289 | 163.578 | 233.417 | 228.497 | 288.783 | 195.516 | 251.353 |
| Alemanya   | 211.039 | 198.785 | 213.737 | 236.060 | 225.541 | 254.849 | 182.146 | 226.692 |
| Itàlia     | 119.673 | 270.159 | 117.447 | 183.507 | 198.781 | 226.039 | 168.904 | 207.400 |
| Canadà     | 117.555 | 233.575 | 117.885 | 130.468 | 138.938 | 115.548 | 166.511 | 200.212 |
| Regne Unit | 160.702 | 205.314 | 165.020 | 141.609 | 136.817 | 212.371 | 144.637 | 184.044 |
| Espanya    | 169.008 | 140.782 | 145.982 | 229.876 | 196.169 | 171.203 | 132.168 | 181.265 |

Font: ICCA.

- Per ciutats, Viena és la ciutat amb més esdeveniments duits a terme.**  
 De l'observació de la taula següent, destaca especialment el gran esforç efectuat per Barcelona per situar-se entre les grans capitals organitzadores de reunions, sent especialment significatiu el fet que en menys de 5 anys ha aconseguit doblar el nombre de grans esdeveniments efectuats, la qual cosa li ha permès situar-se en la tercera posició mundial en el rànquing de nombre de reunions per ciutats. Madrid, per la seva banda, no s'ha enlairat de la mateixa manera i ocupa el lloc número 18 del rànquing esmentat.

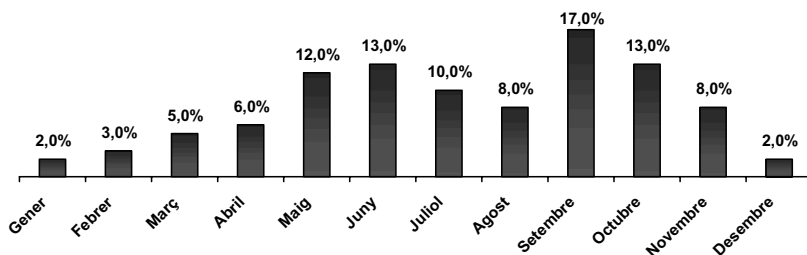
*Taula 3. Nombre de reunions internacionals per ciutats*

| Ciutat        | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|---------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 1. Viena      | 67   | 62   | 61   | 75   | 98   | 108  | 129  | 147  |
| 2. París      | 62   | 90   | 77   | 70   | 74   | 101  | 91   | 130  |
| 3. Singapur   | 47   | 55   | 52   | 59   | 78   | 108  | 125  | 127  |
| 4. Barcelona  | 51   | 54   | 67   | 98   | 94   | 114  | 116  | 103  |
| 5. Berlín     | 59   | 68   | 60   | 68   | 80   | 105  | 100  | 91   |
| 6. Budapest   | 48   | 49   | 43   | 59   | 63   | 78   | 77   | 86   |
| 7. Seul       | 46   | 27   | 60   | 63   | 43   | 71   | 77   | 85   |
| 8. Copenhage  | 59   | 47   | 72   | 87   | 66   | 72   | 66   | 69   |
| 9. Lisboa     | 31   | 36   | 47   | 61   | 74   | 73   | 66   | 69   |
| 10. Londres   | 56   | 82   | 58   | 60   | 61   | 61   | 62   | 68   |
| 11. Amsterdam | 57   | 61   | 54   | 62   | 52   | 67   | 82   | 67   |
| 12. Estocolm  | 44   | 58   | 58   | 74   | 69   | 68   | 75   | 65   |
| 13. Pequín    | 27   | 43   | 39   | 44   | 23   | 76   | 61   | 65   |
| 14. Hong-Kong | 42   | 47   | 59   | 41   | 39   | 89   | 95   | 57   |
| 18. Madrid    | 45   | 52   | 44   | 42   | 56   | 55   | 52   | 52   |

Font: ICCA.

- **La distribució estacional afavoreix els mesos de primavera i especialment de tardor.** Tal com es mostra en el gràfic següent, els mesos de primavera d'abril, maig, juny i especialment els de finals d'estiu i inicis de tardor, com setembre i octubre, són els que concentren la major part de les preferències estacionals a l'hora d'efectuar grans reunions. Aquest patró estacional s'allunya clarament del tradicional de les destinacions de sol i platja, ja que concentra més activitat en períodes d'inici i finalització d'activitat en aquest tipus de destinacions.

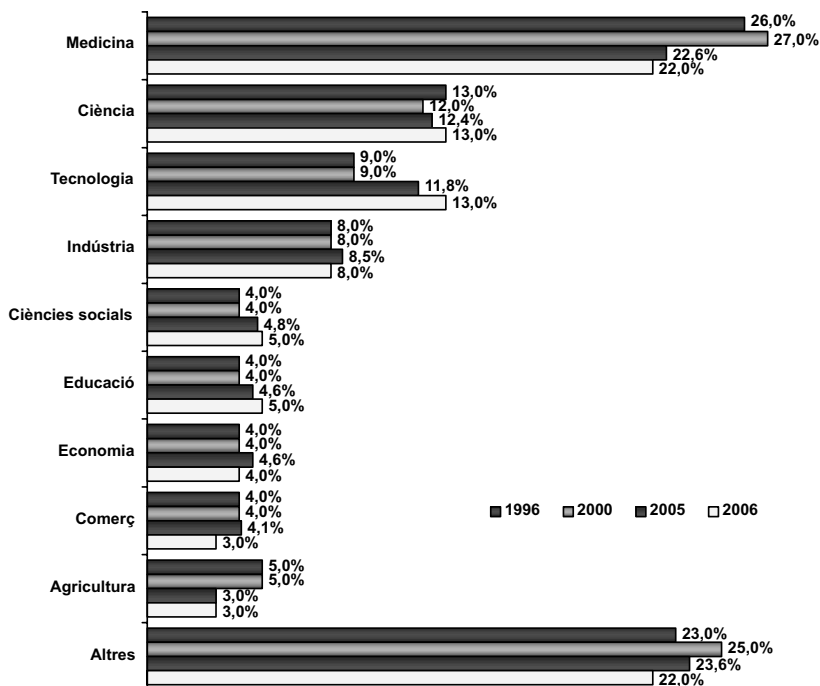
Gràfic 4. Distribució estacional de les reunions internacionals



Font: ICCA, 2006.

- **Medicina i ciència són les grans generadores d'activitat.** Tal com s'observa en el gràfic següent, els congressos i convencions mèdics internacionals són els generadors de més del 22% del total d'aquest tipus de convencions, seguits pels congressos de científics amb un 13%. Les reunions relacionades amb negocis tecnològics varen generar en 2006 el 13% i les industrials un 8%. En general, les nou categories analitzades són les que han generat aproximadament el 78% del total dels grans esdeveniments que recullen els anuaris de l'ICCA.

Gràfic 5. Principals indústries generadores de grans reunions internacionals



Font: ICCA, 2006.

- Disminueix la importància relativa de les reunions més petites.** En la taula següent observem com en 2001 el 29% de les reunions tenien menys de 250 participants i el 55% menys de 500 participants. Si en el 2005, les reunions de menys de 250 participants suposen únicament el 21% i les de menys de 500 participants el 40%, per al 2006 s'ha accentuat la tendència decreixent en nombre de participants, absorbint el 40% del total de les reunions el segment de menys de 250 participants. Aquesta observació és important a l'hora de dimensionar infraestructures de congressos, sobretot si es considera adequat adoptar una especialització per a un determinat tipus de reunions en funció de les seves dimensions.

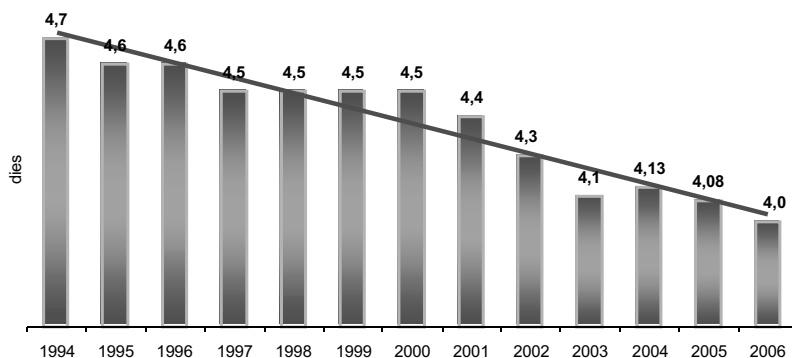
Taula 4. Percentatge de reunions distribuït per nombre de participants

| Any  | 50 -<br>249 | 250 -<br>499 | 500 -<br>999 | 1.000 -<br>1.999 | 2.000 -<br>2.999 | 3.000 -<br>3.999 | ≥4.000 |
|------|-------------|--------------|--------------|------------------|------------------|------------------|--------|
| 1998 | 32          | 29           | 21           | 10               | 4                | 2                | 2      |
| 1999 | 32          | 26           | 23           | 11               | 3                | 2                | 2      |
| 2000 | 26          | 27           | 23           | 15               | 5                | 2                | 3      |
| 2001 | 29          | 26           | 23           | 14               | 4                | 2                | 2      |
| 2003 | 21          | 23           | 30           | 15               | 4                | 4                | 2      |
| 2005 | 21          | 19           | 32           | 12               | 5                | 9                | 2      |
| 2006 | 40          | 27           | 17           | 9                | 3                | 2                | 1      |

Font: ICCA.

- **S'observa una tendència a la disminució de la durada mitjana dels esdeveniments internacionals.** Tal com s'observa en el gràfic següent, queda palès que hi ha una tendència a la disminució de la durada mitjana de les reunions internacionals: en 1994 la durada mitjana estimada era de 4,7 dies, en 2001 va ser de 4,4 dies i en 2006 únicament de 4,0.

Gràfic 6. Evolució de la durada de les reunions internacionals



Font: ICCA.

## **2.2. El turisme de reunions a Espanya**

En general, no hi ha dubte que Espanya és una de les principals destinacions turístiques mundials, la qual cosa probablement també ha influït en el fet que ocupi un lloc privilegiat en el segment de turisme de reunions.

Les principals dades que fan referència al turisme de reunions a Espanya provenen de dues fonts principals, les procedents de l'Spain Convention Bureau (SCB) i les procedents del programa METURE, en vigor des de l'any 2000. Probablement la diferència principal entre una font i l'altra radica en el fet que l'SCB utilitza estadístiques registrals (la grandària del mercat es calcula com el total de les reunions efectivament registrades als establiments que controla), mentre que METURE realitza un procés d'elevació, fent una estimació dels resultats de les mostres operatives obtingudes a les seus de les reunions, que són definides de manera més àmplia, incorporant palaus de congressos, hotels i seus distintes de les anteriors. En contra seu, METURE només permet efectuar una limitada anàlisi dinàmica, ja que va néixer l'any 2000, mentre que l'SCB arrossega dades des de 1990.

Evidentment, creim que les xifres aportades per ambdós organismes són mútuament enriquidores i ens serviran per efectuar una millor aproximació a la realitat del turisme de reunions a Espanya; simplement es farà constar la font per evitar possibles confusions.

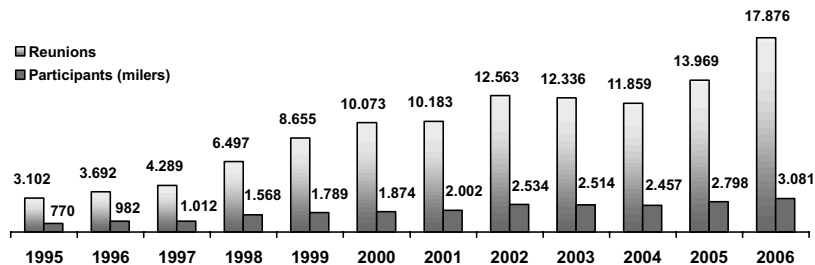
### **2.2.1. El turisme de reunions a Espanya segons l'Spain Convention Bureau**

Algunes de les principals conclusions a les quals arriba l'informe preparat per l'Spain Convention Bureau són:

- **En 2006 es varen comptabilitzar gairebé 17.876 reunions** amb més de 3 milions de participants. D'acord amb les dades facilitades per l'SCB, a les ciutats espanyoles que tenen representació de l'SCB es varen comptabilitzar en 2004 un total d'11.859 reunions, cosa que suposa un creixement important després de la recessió de 2002-2004. Paral·lelament, tal com s'observa en el gràfic següent, el nombre de participants a les

reunions també va augmentar, passant dels 2,4 milions de 2004 als 3 milions del 2006.

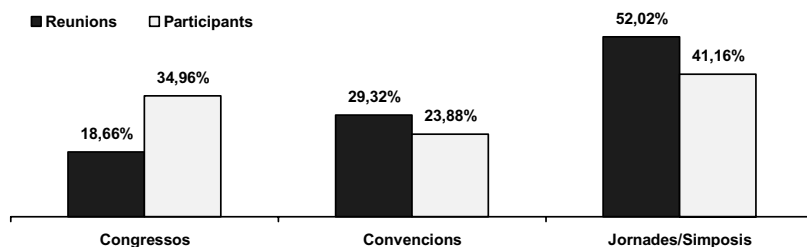
Gràfic 7. Evolució del nombre de reunions a Espanya i participants



Font: SCB.

- **La majoria de les reunions fan referència a les denominades jornades/simposis.** Segons la classificació utilitzada per l'SCB en els seus diferents informes, les reunions es subdivideixen en congressos, convencions i jornades/seminaris/simposis, els quals varen representar en 2006 el 18,66%, el 29,32% i el 52,02% respectivament del total de reunions, i el 34,96%, el 23,88% i el 41,16% del total de participants.

Gràfic 8. Distribució dels diferents tipus de reunions

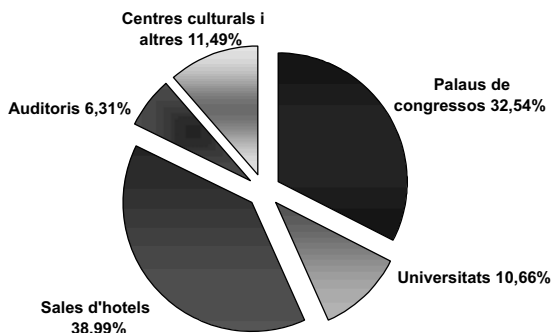


Font: SCB.

- **Les organitzacions de vocació pública són les principals impulsors de les reunions a Espanya.** Gran part de les reunions fetes a Espanya (51,44%) han estat generades per organitzacions de vocació pública, i s'aprecia que com més gran és la ciutat, més capacitat té de promoure reunions al seu propi municipi.

- **Palau de congressos i hotels es reparteixen el mercat.** Els palaus de congressos amb un 32,54% i les sales d'hotels amb un 38,99% es posicionen com els principals centres en els quals s'efectuen les reunions que generen l'activitat turística.

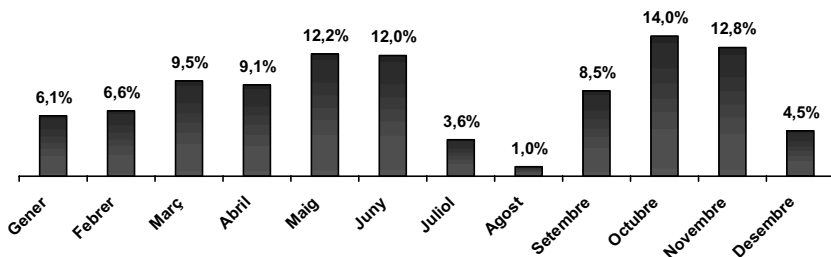
Gràfic 9. Llocs de realització de les reunions



Font: SCB.

- **S'observa una clara estacionalitat amb alts en primavera i a la tardor i baixos a l'estiu i l'hivern.** Quant a l'estacionalitat, s'aprecia que les reunions es duen a terme sobretot en primavera i a la tardor, que en representen en el seu conjunt el 68,73%. En concret, els mesos de octubre, novembre, maig, juny, març, abril i setembre són els mesos en què s'observen més reunions.

Gràfic 10. Estacionalitat de les reunions a Espanya



Font: SCB, 2006.

- **El principal mercat de reunions és l'espanyol.** Segons l'SCB, un 74% dels participants a les reunions són espanyols, mentre que el 26% provenen d'altres països. *És remarcable que en 2004 la presència internacional va experimentar un creixement de 8 punts percentuals respecte de 2003 i que aquesta presència més gran també sembla el resultat d'una tendència que es percep des de l'any 2002 i no una excepció, vista la seva evolució fins al 2006.*

### **2.2.2. El turisme de reunions a Espanya segons METURE**

A continuació es presenten algunes de les principals conclusions referides al mercat de reunions a Espanya facilitades per l'estudi METURE realitzat a iniciativa de Turespaña.

- **L'estudi METURE ha observat un fort augment en el mercat de reunions.** Durant l'any 2006, es varen dur a terme 24.261 reunions, en les quals varen participar 3.692.131 persones, la qual cosa representa un augment de 3.410 reunions respecte de 2005, mentre que el nombre de participants ha pujat en 439.007 persones. Sense incloure els turistes d'incentius, en 2003 es varen estimar 18.566 reunions amb un nombre total de participants de 2.952.962. Aquestes xifres posen de manifest el grau d'importància d'aquest mercat a Espanya, i mostren la consolidació del seu creixement. Tan sols a l'any 2000 es varen comptabilitzar un total de 1.039 seus que podien allotjar congressos, convencions i incentius. Aquestes seus de reunió incloïen 46 palaus de congressos, 721 hotels i 272 altres seus de reunió, segons dades de Turespaña. És destacable l'existència de 46 palaus de congressos, que van augmentant progressivament.
- **Madrid, Catalunya i Andalusia són les beneficiàries principals del mercat de reunions.** Per comunitats autònomes queda clar que n'hi ha tres, Madrid, Catalunya i Andalusia, que ocupen els primers llocs de la classificació de comunitats amb més incidència del turisme de reunions. Les dues primeres condicionades per la presència de les ciutats de Madrid i Barcelona respectivament, i en el cas d'Andalusia per la suma de les seves ciutats de reunions. En el cas de les Balears, s'observa que ocupen un lloc ressagat dins del conjunt de l'Estat. Entre d'altres raons aquesta baixa classificació és perquè els viatges d'incentius no es tenen en compte en l'estimació, entre els quals les Balears estan en una millor posició.

*Taula 5. Distribució de les reunions i participants per CA*

| Comunitat autònoma   | % Reunions | % Participants |
|----------------------|------------|----------------|
| Madrid               | 19,99      | 19,87          |
| Catalunya            | 10,48      | 17,24          |
| Andalusia            | 13,07      | 11,95          |
| Astúries             | 8,88       | 9,07           |
| Comunitat Valenciana | 6,21       | 6,99           |
| País Basc            | 4,61       | 5,90           |
| Canàries             | 6,17       | 3,39           |
| Galícia              | 4,80       | 5,12           |
| Castella-la Manxa    | 9,32       | 4,59           |
| Castella-Lleó        | 4,34       | 3,11           |
| Múrcia               | 3,51       | 3,02           |
| Aragó                | 2,12       | 1,97           |
| La Rioja             | 1,36       | 1,73           |
| Illes Balears        | 1,74       | 1,26           |
| Cantàbria            | 1,38       | 1,00           |
| Extremadura          | 1,10       | 0,89           |
| Navarra              | 0,65       | 0,80           |
| Ceuta i Melilla      | 0,26       | 0,10           |

Font: Estudi del mercat de reunions, Turespaña.

Encara que les dades que es presenten a la taula següent fan referència a l'any 2000 i per tant resulten relativament obsoletes, és important destacar que les Illes Balears no formaven part del mercat de congressos, sent aquest un segment desaprofitat, que està liderat per Andalusia, Madrid i Catalunya, mentre que la posició relativa era més elevada en convencions i incentius. En la actualitat, tot i que no es tenen dades comparatives, les impressions dels experts consultats indiquen que hi ha hagut una evolució favorable respecte d'altres ciutats, encara que el lideratge el segueixen tenint Andalusia, Madrid i Catalunya.

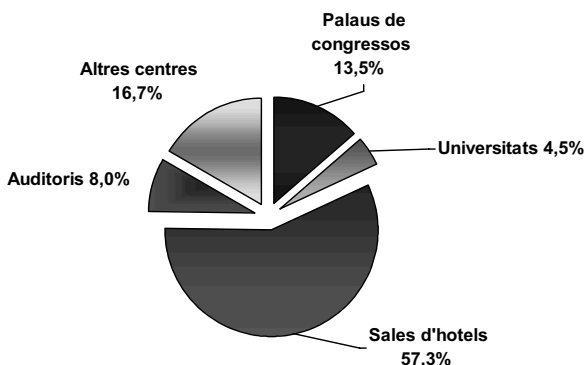
*Taula 6. Distribució per tipus de reunió*

|             | Reunions | %    | Participants | %    |
|-------------|----------|------|--------------|------|
| Jornades    | 12.773   | 52,6 | 1.568.670    | 42,5 |
| Convencions | 7.360    | 30,4 | 949.056      | 25,7 |
| Congressos  | 4.128    | 17,0 | 1.174.405    | 31,8 |
| Total       | 24.261   | 100  | 3.692.131    | 100  |

Font: Turisme de reunions, Turespaña, 2006.

- **Els salons d'hotels són les seues principals de les reunions.** De les 24.261 reunions comptabilitzades, 4.128 foren congressos, 7.360 convencions i 12.773 jornades, la qual cosa representa respectivament el 17%, 30,4% i 52,6% i el 31,8%, 25,7% i 42,5% del total de participants. Segons METURE, les sales d'hotels són les principals seus on es duen a terme les reunions. En aquestes es varen registrar més del 57,3%, seguides pels palaus de congressos (13,5%), universitats (4,5%), auditoris (8,0%) i altres seus (16,7%).

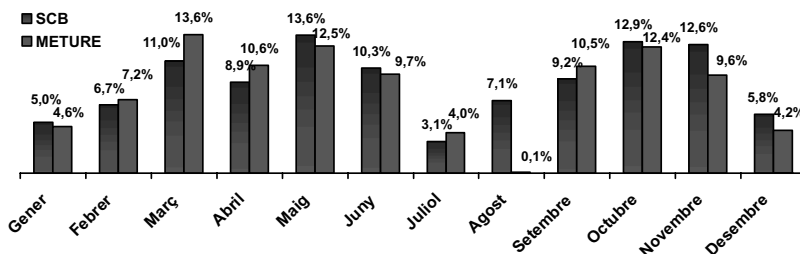
Gràfic 11. Llocs de realització de les reunions



Font: Estudi del mercat de reunions (METURE), Turespaña.

- **Es confirma l'estacionalitat de les reunions.** Amb el gràfic comparatiu següent, i en línia històrica amb les dades del gràfic 10, segons l'estudi METURE l'estacionalitat presenta moltes coincidències amb l'estacionalitat estimada per l'SCB, amb puntes en primavera i tardor i baixos a l'hivern i l'estiu.

Gràfic 12. Estacionalitat de les reunions a Espanya



Font: Estudi del mercat de reunions (METURE), Turespaña (2004) i SCB (2003).

- **La mitjana de participants en les convencions analitzades a Espanya és de 152,2 individus.** Tal com es pot observar, els congressos representen una quantitat menor de reunions, però significativament més nombrosa pel que fa a participants.

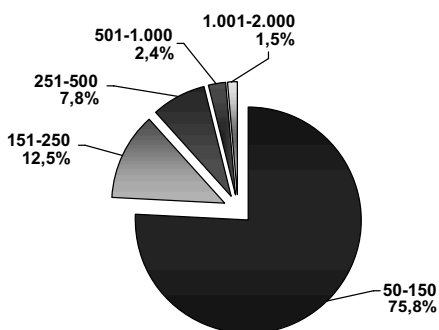
*Taula 7. Nombre de reunions i participants segons el seu tipus*

| Tipus de seu | Reunions | %    | Participants | %    |
|--------------|----------|------|--------------|------|
| Congrés      | 4.128    | 17,0 | 1.174.405    | 31,8 |
| Convenció    | 7.360    | 30,4 | 949.056      | 25,7 |
| Total        | 11.488   | 47,4 | 2.123.461    | 57,5 |

Font: Turisme de reunions, Turespaña, 2006.

És important notar que, tot i que tan sols el 3,9% de les reunions tenen més de 500 persones, aquestes varen generar el 46,1% del total de participants. La decisió sobre optar o no per la construcció d'un gran palau de congressos en una zona determinada, està molt vinculada a l'especialització que es pretengui i, evidentment, a la possibilitat de tenir un contingent suficient d'allotjaments en hotels, amb especial atenció als de 4 i 5 estrelles, per períodes curts.

*Gràfic 13. Mitjana de participants a les reunions*

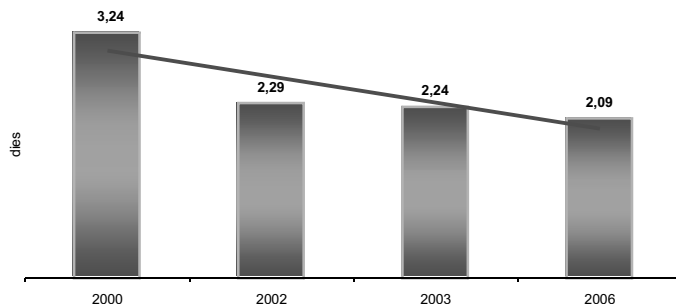


Font: Estudi del mercat de reunions (METURE), Turespaña.

- **S'observa una tendència a la disminució de la durada mitjana de les reunions.** La durada mitjana de les reunions ha anat disminuint

progressivament des dels 3,24 dies estimats a l'any 2000, fins als 2,24 estimats en 2003, la qual cosa coincideix amb l'apreciació efectuada a l'àmbit internacional i l'exposada prèviament, arribant en 2006 a una durada mitjana lleugerament superior als dos dies.

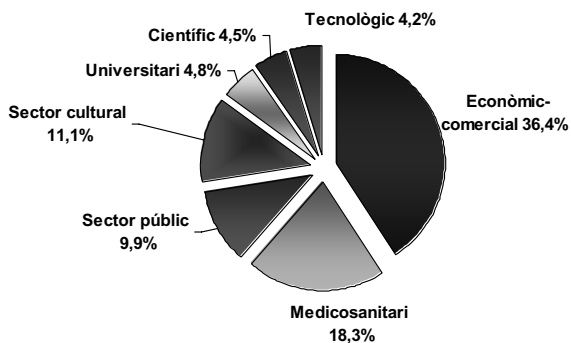
*Gràfic 14. Evolució de la durada de les reunions a Espanya*



Font: ICCA.

- **El sector econòmic-comercial i el sanitari** són els grans generadors de reunions a Espanya. Tal com s'observa en el gràfic adjunt més del 54% de les reunions es varen generar en aquests dos grans segments. D'altra banda, aquesta apreciació coincideix amb les dades internacionals que apuntaven al sector sanitari com un dels principals generadors de reunions.

*Gràfic 15. Sectors generadors de reunions a Espanya*



Font: Estudi del mercat de reunions, Turespaña, 2006.

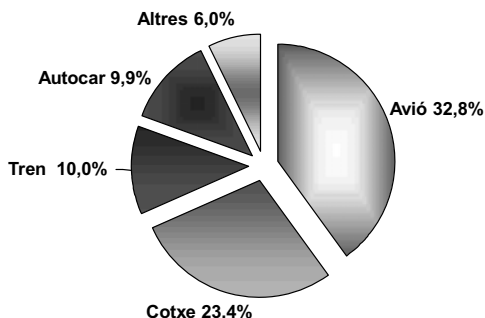
### 2.3. El perfil dels participants en reunions a Espanya

A partir de les dades facilitades per l'estudi de mercat del turisme de reunions a Espanya (2006), és possible elaborar un perfil del participant que respon a les característiques següents:

- **Majoritàriament són homes** (56,2 % del total de participants enquestats).
- Tenen una edat d'entre **35 i 44 anys** (38,3%).
- **Viuen a Espanya (81,0%)**, en una comunitat autònoma diferent a la d'on té lloc la reunió (64,4%) i en grans o mitjanes ciutats (33,8% i 29,7% respectivament).
- En termes generals, es tracta de **persones amb responsabilitats empresarials o institucionals**; un 41,7% són professionals o directius i un 19,8% són càrrecs intermedis que, per tant, desenvolupen la seva activitat en entorns socioprofessionals de certa importància. D'aquí que la seva capacitat de representació de tercers i prescripció sobre aquests és significativa en la majoria dels casos.
- **S'allotgen a hotels de 4 i 5 estrelles**. En concret, un 62,5% i un 11,4% dels participants en reunions respectivament. Els participants en esdeveniments internacionals utilitzen hotels de més categoria. Els assistents a convencions tendeixen a allotjar-se a hotels de més categoria que els assistents a congressos. De tot això s'extreu que el fet que hi hagi places hoteleres de 4 i 5 estrelles té una importància crítica per a les convencions i per a qualsevol convocatòria (congrés o convenció) de caràcter internacional.
- **El 19,1 % dels participants acut a les reunions acompanyat**. En general, els participants estrangers i els que assisteixen a convencions són lleugerament més proclius a anar-hi acompanyats.
- **L'avió és el mitjà de desplaçament més utilitzat**, amb un 32,8% de percentatge d'ús, seguit del cotxe amb un 23,4% i el tren amb un 10,0%.

L'ús de l'avió és evidentment més important en les reunions internacionals i en les convencions. Les connexions aèries juguen, per tant, un paper fonamental en les reunions internacionals i importants en les nacionals.

*Gràfic 16. Principal mitjà de transport utilitzat pels participants en reunions*



Font: Estudi del mercat de reunions, Turespaña, 2003.

- **Les motivacions principals per anar a la reunió són el programa científic**, la ciutat on es fa la trobada i el fet que es dugui a terme a Espanya.
- **Per norma general, el participant en reunions ha pagat una mitjana de 384,02 € d'inscripció, 271,35 € del cost del transport i 102,29 € per dia d'allotjament**, que van a càrrec sobretot (55,2%) de l'organització a la qual pertanyen. **A més declaren unes despeses diàries de 87,28 € en la destinació.** En tots els aspectes esmentats la despesa de participants internacionals és superior a la mitjana, respectivament 579,03 € (inscripció), 376 € (cost transport), 117,21 € (allotjament diari) i 97,54 € (despesa diària).

### 3. ANÀLISI DE LA DEMANDA A LES BALEARS

Per a l'estimació del mercat de reunions a les Balears s'ha procedit de la manera següent:

A partir de diferents fonts com l'inventari d'hotels de la Federació Empresarial Hotelera de Mallorca, l'inventari d'hotels de Turespaña i pàgines web especialitzades com [www.mallorcahotelguide.com](http://www.mallorcahotelguide.com), [www.visitmenorca.com](http://www.visitmenorca.com), [www.ibizahotelsguide.com](http://www.ibizahotelsguide.com) o [www.formenterahotelsguide.com](http://www.formenterahotelsguide.com), es va efectuar una primera llista d'allotjaments de 3, 4 i 5 estrelles que a priori tenien infraestructures per dur a terme reunions.

La primera llista elaborada estava formada per 188 establiments amb sales per a reunions distribuïts entre 149 allotjaments a Mallorca, 19 a Menorca i 20 entre Eivissa i Formentera. Després d'un primer contacte telefònic aquesta llista es va depurar per obtenir una segona en la qual es varen incloure únicament aquells allotjaments que efectivament disposaven d'espais destinats a ser explotats per al turisme de reunions, quedant la llista reduïda a 108 establiments, 89 a Mallorca, 9 a Menorca i 10 a Eivissa- Formentera. En total aquests allotjaments ofereixen una capacitat conjunta per dur a terme reunions de 19.524 places, repartides entre les 17.423 de Mallorca, les 1.015 de Menorca i les 1.065 a Eivissa-Formentera. Posteriorment es va enviar un qüestionari a cadascun d'ells, obtenint la resposta de 42 establiments que representaven un total de 11.980 places.

Paral·lelament es va tenir la resta d'infraestructures disponibles a les Balears per albergar congressos i reunions, com auditoriums, centres de convencions, palaus de congressos etc. que es descriuen en el punt següent. Després d'identificar aquelles seus que varen efectuar algun tipus de reunions amb presència de no residents se'ls va sol·licitar que responguessin un qüestionari similar al formulat a les seus hoteleres i que ens va permetre efectuar una estimació de la demanda del turisme de reunions pel que fa a aquest tipus d'infraestructures.

#### **3.1. Estimació de la demanda en seus hoteleres**

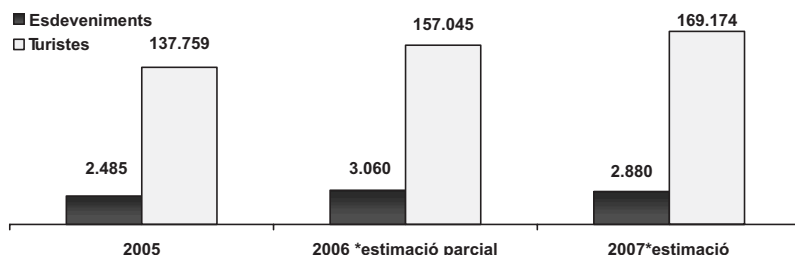
A l'hora d'estimar el nombre d'esdeveniments i turistes de reunions en establiments hotelers s'ha procedit de la manera següent. Si estimam que la

capacitat total de centres de reunions és de 19.503 places, i la mostra real aconseguida representa 11.980 places, i si assumim que els establiments hotelers en els quals s'ha confirmat algun tipus d'activitat de turisme de reunions i que no han respost el qüestionari, és a dir, no han estat inclosos en la mostra, tenen un comportament paregut als resultats mitjans obtinguts entre els establiments que formen part de la mostra, podem efectuar una estimació general del nombre d'esdeveniments i turistes de reunions en establiments hotelers que resulti de multiplicar per 1,628 els resultats obtinguts a la nostra mostra. Aquest multiplicador 1,628 és la proporció entre el nombre total de places de reunions estimades i el nombre de places incloses a la mostra.

Tenint en compte aquestes consideracions, podem efectuar les estimacions següents en relació amb el nombre d'esdeveniments i de turistes:

- **El nombre total d'esdeveniments realitzats en 2005 va ser de 2.485, que representen un total estimat de 137.759 turistes.** Per a l'any 2006 s'estima que el nombre d'esdeveniments va pujar a 3.006 i el nombre de turistes a 150 mil. Les dades referents a 2006 es varen sol·licitar a partir d'octubre de 2006, per la qual cosa són una estimació parcial encara que bastant aproximada de la realitat d'aquell any. Com es mostra en el gràfic adjunt, l'evolució d'ambdós indicadors ens mostra que el nombre d'esdeveniments va augmentar aproximadament un 21%, mentre que el nombre de turistes ho va fer en un 15% més moderat. Les estimacions referents a 2007 ens indiquen que es preveu una lleugera reducció en el nombre d'esdeveniments que s'estabilitzaria entorn als 2.900, però no així en el nombre de turistes, els quals augmentarien fins poc més de 169.000; aquest fenomen s'explicaria per les expectatives d'atreure reunions d'una mitjana de participants més elevada.

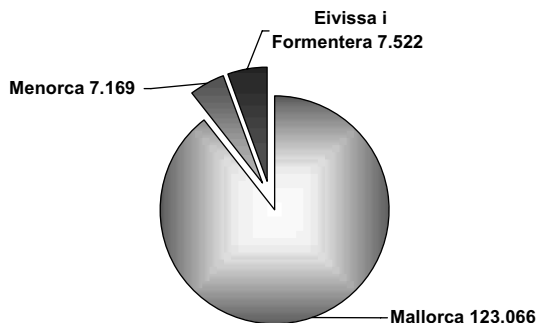
*Gràfic 17. Evolució del nombre d'esdeveniments i turistes en hotels*



Font: Elaboració pròpia.

- **Per illes, Mallorca és la que més turistes de reunions acull en seus hotelers, amb 123.066 turistes, seguida d'Eivissa i Formentera amb 7.522 i de Menorca amb 7.169.** Aquestes estimacions s'han aconseguit assumint que Eivissa- Formentera i Menorca suposen un 5,5% i un 5,2% respectivament de l'oferta disponible i que per tant reben un percentatge similar de turistes de reunions.

*Gràfic 18. Turistes de reunions a seus hotelers per illes*

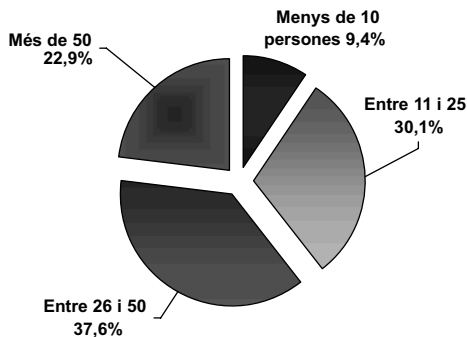


Font: Elaboració pròpia, 2005.

- **La immensa majoria de reunions són de menys de 50 persones.** Com es mostra en el gràfic següent el 77,1% de les reunions són de menys de 50 participants. Les de menys de 10 individus representen el 9,4% de les reunions, les compreses entre 11 i 25, el 30,1%, les que reuneixen entre 26 i 50 individus el 37,6% i les de més de 50 el 22,9%.

Podem estimar que la mitjana de participants a les reunions és de 43 individus. De les dades facilitades pels hotels entrevistats hem pogut determinar que la reunió més habitual sol estar formada per un grup d'entre 26 i 50 persones. En aquest interval es troben el 37,6% del total de reunions.

Gràfic 19. Grandària mitjana dels grups en reunions en hotels

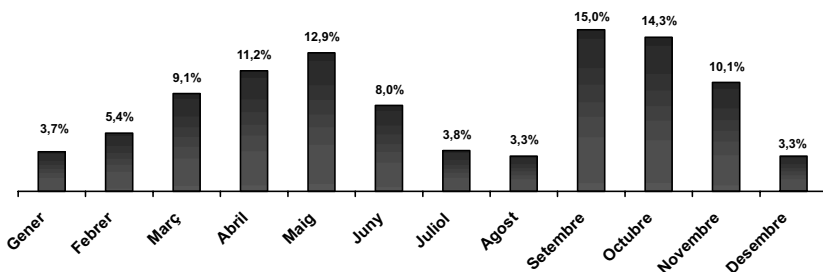


Font: Elaboració pròpia.

- **S'observa una clara estacionalitat concentrada en primavera i tardor.**

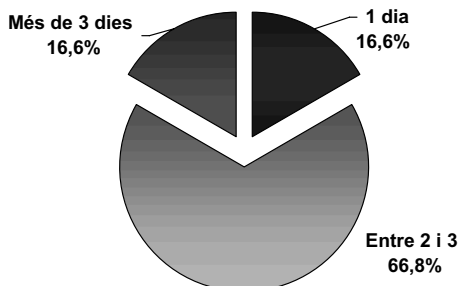
Els mesos de més activitat són els de març, abril i especialment maig pel que fa a primavera i els mesos de setembre, octubre i novembre per als mesos de tardor. Com s'observa en el gràfic següent, el mes més actiu és el de setembre, que acull el 15% dels esdeveniments, seguit per octubre amb el 14,3% i maig amb el 12,9%.

Gràfic 20. Distribució estacional de les reunions efectuades en hotels de les Balears



Font: Elaboració pròpia.

- La durada mitjana de les reunions realitzades en hotels és de 2,53 dies. Com s'observa en el gràfic següent l'interval de durada més habitual de les reunions és entre 2 i 3 dies. Aquest interval representa gairebé el 70% del total d'esdeveniments.

*Gràfic 21. Durades mitjanes de les reunions*

Font: Elaboració pròpia.

### **3.2. Estimació de la demanda en seus no hoteleres**

Per a l'estimació de la demanda en seus no hoteleres, es contacta telefònicament amb els diferents auditoris, centres de congressos i sales identificats en el punt anterior com a llocs on es poden fer reunions; en les esmentades no es va incloure el centre de convencions de l'hotel Victoria perquè les seves dades s'han inclòs en l'estimació de la demanda en centres hotelers.

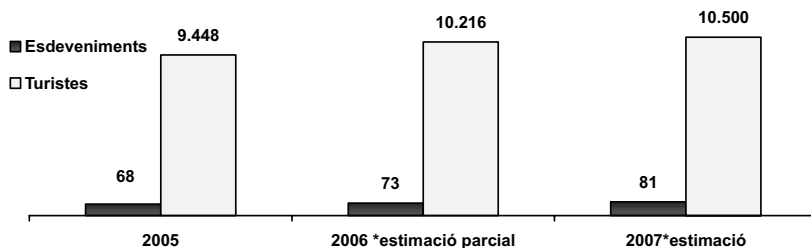
Una vegada efectuat el primer contacte, els únics centres de convencions identificats amb algun tipus d'activitat de reunions en les quals participaren no residents a les Balears varen ser, per orde d'importància: el centre de congressos del Poble Espanyol a Palma, l'Auditori de Palma, la Universitat de les Illes Balears, l'Auditori d'Alcúdia, l'Auditori de Sa Màniga i el centre cultural "Sa Nostra". La resta de seus no hoteleres consultades, encara que varen indicar que fan esdeveniments, totes dedicaren els seus espais a reunions d'àmbit local sense que pugui derivar-se un ús "turístic" de les sales, per la qual cosa aquestes seus no foren considerades.

De les dades facilitades per les seus amb alguna activitat podem esmentar que:

- **El nombre total d'esdeveniments realitzats en 2005 va ser de 68 esdeveniments que representen un total estimat de 9.448 turistes.** Les estimacions efectuades pels centres per a l'any 2006 eleven el nombre

d'esdeveniments prevists fins a 73 i el nombre de turistes fins a 10.216, mentre que per al 2007, les mateixes estimacions preveuen assolir en els mateixos centres analitzats 81 esdeveniments i 10.500 turistes.

*Gràfic 22. Evolució del nombre d'esdeveniments i turistes a seus no hoteleres*

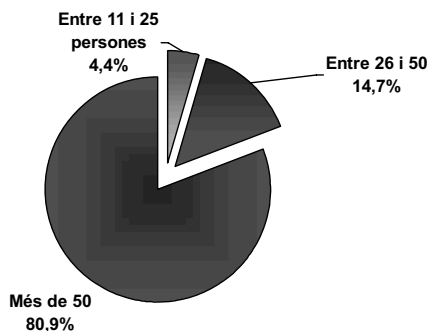


Font: Elaboració pròpia.

- **La majoria de reunions en seus no hoteleres supera els 50 participants.** A diferència dels resultats obtinguts en els hotels i tal com es mostra en el gràfic següent, gairebé el 81% de les reunions superen els 50 participants, no hi va haver cap reunió de menys de 10 individus, les d'entre 11 i 25 participants varen suposar el 4,4% i les compreses entre 26 i 50 participants en constituïen el 14,7%.

Podem estimar que la mitjana de participants a les reunions en seus no hoteleres va ser de 141 participants, molt superior als 43 estimats en hotels.

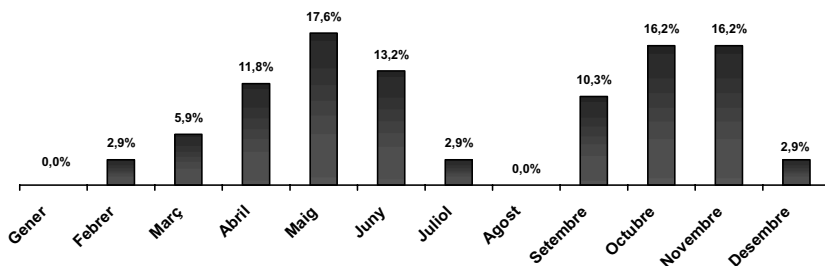
*Gràfic 23. Grandària mitjana dels grups en reunions a seus no hoteleres*



Font: Elaboració pròpia.

- **S'observa més estacionalitat que en els hotels, concentrada en primavera i tardor.** Com s'observa en el gràfic següent, els mesos més actius en percentatge d'esdeveniments són maig amb un 17,6% del total d'esdeveniments, octubre i novembre amb un 16,2% i juny amb un 13,2%. Aquestes dades ens posen de manifest la gran estacionalitat que s'observa en les seus no hoteleres, superior fins i tot a l'observada en les seus hoteleres.

*Gràfic 24. Distribució estacional de les reunions efectuades en hotels de les Balears*



Font: Elaboració pròpia.

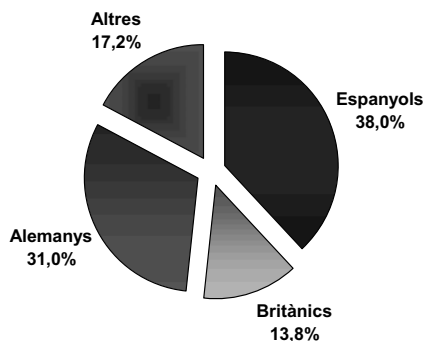
- **No s'aprecien diferències significatives en la durada de les reunions en seus no hoteleres en relació amb les efectuades en hotels.** Mentre que en els hotels es va estimar una durada mitjana de 2,53 dies, en les seus no hoteleres la mitjana es va elevar a 2,54 dies.

### 3.3. Perfil del turista

El perfil del turista inclou l'anàlisi de diferents variables descriptives com la nacionalitat, l'edat, el sexe, la professió, etc. que es presenten a continuació:

- **Espanya és el principal país d'origen dels participants en reunions a les Balears.** Els espanyols són la nacionalitat majoritària entre els turistes de reunions. Els espanyols representen el 38% del total de turistes, seguits pels alemanys amb un 31%, els britànics amb un 13,8% i finalment 'altres nacionalitats' que inclouen participants de països tan diversos com Japó, Estats Units, Amèrica del Sud o la resta d'Europa, representen el 17,2%.

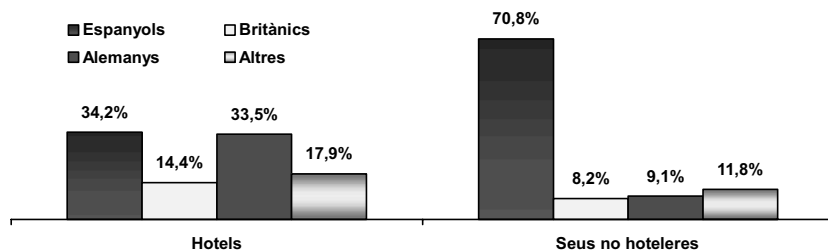
Gràfic 25. Nacionalitat dels turistes de reunions



Font: Elaboració pròpia.

Si s'analitza la nacionalitat en funció del tipus de seu per fer la reunió s'aprecia que, mentre que en les reunions efectuades en hotels les dues principals nacionalitats són els espanyols i els alemanys, amb un 34,2% i 33,5% respectivament, sense gairebé diferència de percentatge, en el cas de les reunions efectuades en seus no hoteleres els espanyols són els que ocupen clarament i a llarga distància el primer lloc amb un 70,8%, seguits dels alemanys amb un escàs 9,1%. Aquest fenomen pot ser causat per la relativa poca activitat de congressos o de reunions que s'aprecia en les seus no hoteleres i quan es duen a terme tenen un marcat accent espanyol.

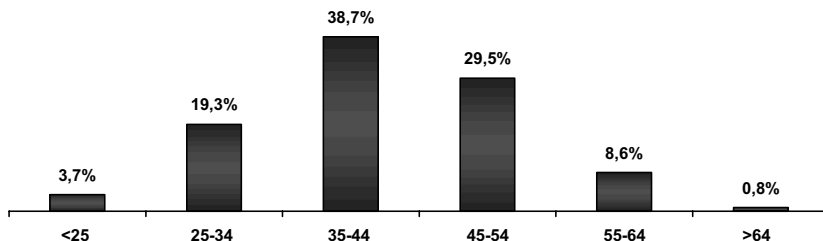
Gràfic 26. Nacionalitat en funció del tipus de seu utilitzada



Font: Elaboració pròpia.

- **El segment d'edat més freqüent és el comprès entre els 35 i els 44 anys.** L'interval d'edat més habitual és el comprès entre els 35 i els 44 anys. En aquest interval es troben el 38,7% dels turistes de reunions, seguit per l'interval comprès entre els 45 i 54 anys amb un 29,5% i en tercer lloc l'interval entre els 25 i 34 anys que representen el 19,3% de la mostra.

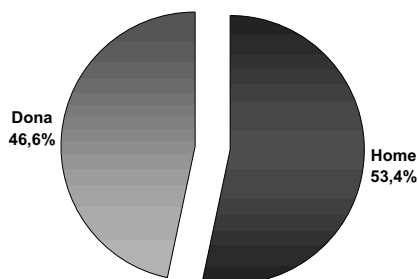
Gràfic 27. Edat



Font: Elaboració pròpia.

- **El turista de congressos és sobretot masculí.** El turisme de reunions és bàsicament masculí. Com s'observa en el gràfic següent un 53,4% dels turistes de reunions són homes i un 46,6% són dones.

Gràfic 28. Sexe

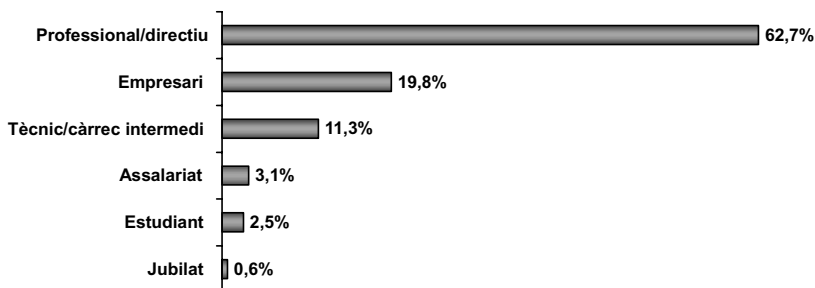


Font: Elaboració pròpia.

- **En general solen tenir professions d'alta responsabilitat.** Els professionals i directius d'empresa són el col·lectiu principal en el turisme de reunions. Concretament, representen el 62,7% del total de turistes. A continuació apareixen els empresaris amb un 19,8%, seguits dels tècnics i

càrrecs intermedis amb un 11,3%, els assalariats amb un 3,1% i els jubilats amb un 0,6%.

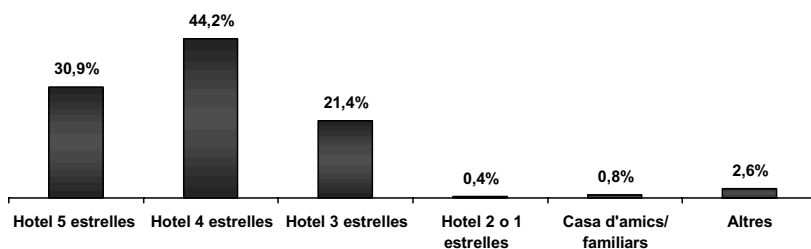
Gràfic 29. *Professió*



Font: Elaboració pròpia.

- **Els hotels de 4 i 5 estrelles són el tipus d'allotjament més habitual.** Aproximadament un 44,2% dels entrevistats s'allotja en hotels de 4 estrelles, un 30,9% en hotels de 5 estrelles i un 21,8% en hotels d'inferior categoria. La resta d'allotjaments són molt poc significatius.

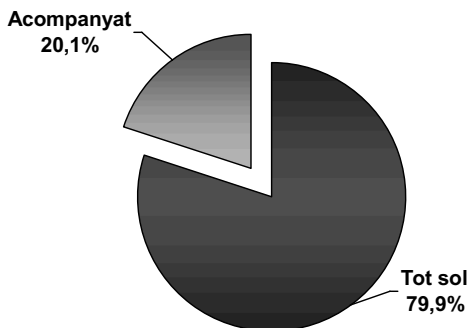
Gràfic 30. *Tipus d'allotjament*



Font: Elaboració pròpia.

- **La majoria dels turistes de reunions viatgen sols.** Gairebé un 80% dels turistes de reunions hi acut en solitari. Per altra banda, un significatiu 20% ho fa acompanyat, la qual cosa és un indicador de l'atractiu de la destinació per als acompanyants.

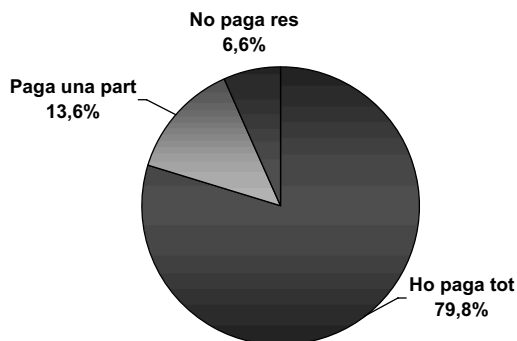
Gràfic 31. Amb qui viatja



Font: Elaboració pròpia.

- **Les despeses de participació solen ser assumides sobretot per les empreses o institucions a les quals pertanyen els participants.** En concret, com s'observa en el gràfic següent, gairebé el 80% dels entrevistats afirma que qui l'ha contractat es fa càrrec de la totalitat de les despeses, mentre que poc més del 13% ho fa de forma parcial. Tan sols poc més del 6% de participants afirma que la persona que els ha contractat no els cobreix cap despesa relacionada amb la reunió.

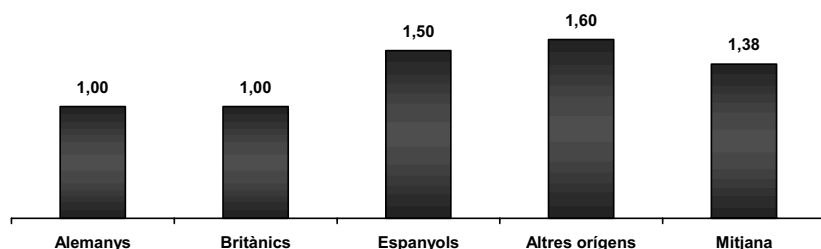
Gràfic 32. Participació de la institució o empresa en el pagament dels costs de participació a la reunió



Font: Elaboració pròpia.

- **Els turistes que viatgen acompanyats ho fan amb una mitjana de 1,38 acompanyants.** Cadascun del 20% dels participants en reunions que viatgen amb acompanyants ho fan amb una mitjana d'1,38 acompanyants. Per nacionalitats, els que proporcionalment generen més acompanyants són els espanyols, amb una mitjana d'1,5. La mitjana en el cas d'alemanys i britànics és més reduïda i únicament s'eleva a un sol acompanyant.

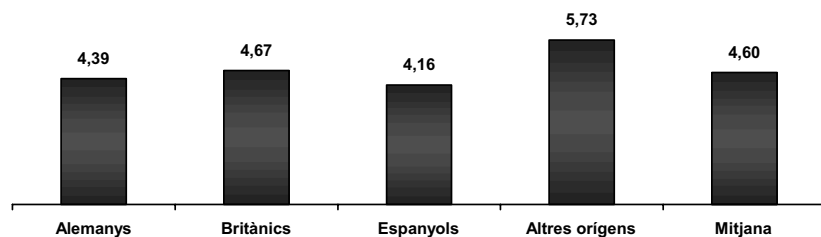
Gràfic 33. Nombre d'acompanyants per país d'origen



Font: Elaboració pròpia.

- **L'estada mitjana a les Balears tenint en compte els dies de reunió, és de 4,61 dies.** Llevat dels ciutadans d'altres nacionalitats provinents d'orígens llunyans que mostren estades mitjanes de 5,7 dies, els britànics i alemanys són els que declaren estades més llargues a les Balears amb estades respectives de 4,67 i 4,39 dies. Els espanyols tenen estades mitjanes inferiors, que s'estimen en 4,1 dies.

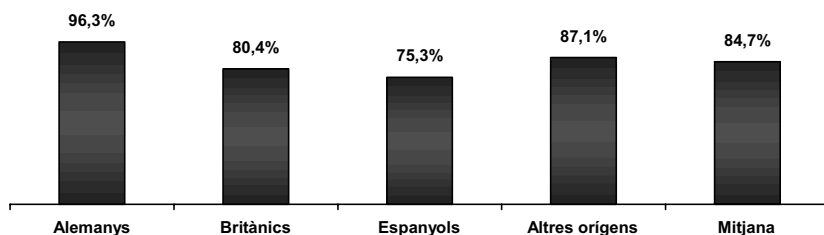
Gràfic 34. Estada mitjana a les Balears



Font: Elaboració pròpia.

- **L'immensa majoria dels turistes de reunions ha visitat o pensa visitar la ciutat en la qual es du a terme.** Gairebé el 85% dels entrevistats afirma haver visitat o tenir intenció de visitar la ciutat en la qual es du a terme la reunió. De totes les nacionalitats, els que més predisposició mostren són els alemanys amb gairebé un 96% d'ells que afirmen la seva intenció de visitar la ciutat, seguits pels britànics amb un 80,1% i els espanyols amb un 75%.

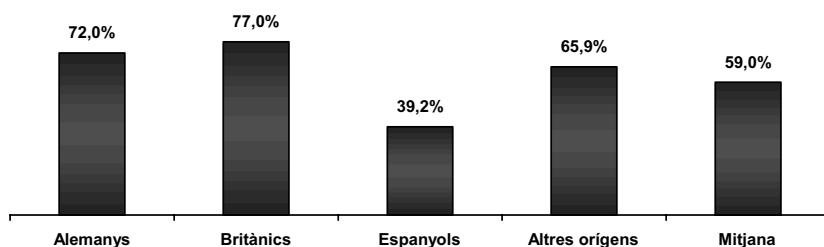
Gràfic 35. Intenció de visitar la ciutat



Font: Elaboració pròpia.

- **La majoria de participants ha efectuat o pensa efectuar algun tipus de viatge previ a la reunió o posterior.** En concret, gairebé el 60% dels entrevistats afirma que ha viatjat o pensa viatjar immediatament abans de la reunió o després. S'aprecien diferències significatives en funció de la nacionalitat, especialment en el cas dels espanyols, que són els que menys propensió mostren a efectuar viatges immediatament abans de la reunió o immediatament després.

Gràfic 36. Viatges previs a la reunió o posteriors a la reunió



Font: Elaboració pròpia.

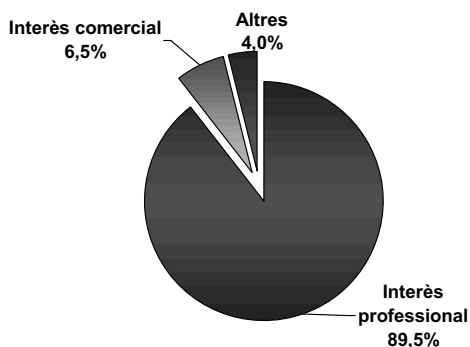
### 3.4. Motivacions

En aquest apartat s'intenta descobrir el tipus d'interès que ha motivat la participació dels entrevistats en la reunió, així com el grau d'influència que han tingut el fet que la reunió es fes a Espanya o a les Balears, el programa científic, el programa social i la seu a l'hora de prendre aquesta decisió.

L'anàlisi dels resultats, mesurats en una escala que va des d'1, que indica que és molt poc important, fins a 10, que indica que el motiu és molt important ens revela que:

- **La majoria dels entrevistats assisteix a la reunió per raons de tipus professional.** L'interès professional és la principal motivació per assistir a la reunió per a gairebé un 90% de la mostra, l'interès comercial el segueix a llarga distància, amb un 6,5% i altres motivacions amb un 4%.

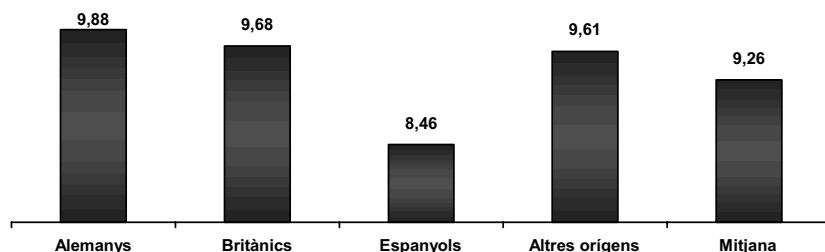
Gràfic 37. *Principal interès*



Font: Elaboració pròpia.

- **La principal motivació és el programa científic de la reunió.** El programa científic de la reunió és, amb una valoració mitjana de 9,2, la principal motivació per participar en la reunió. Per nacionalitats, els alemanys són els que mostren una major valoració d'aquest motivador, amb 9,88 punts, seguits per britànics, amb 9,68 punts, participants d'altres nacionalitats, amb 9,61 i finalment els espanyols, amb 8,4 punts.

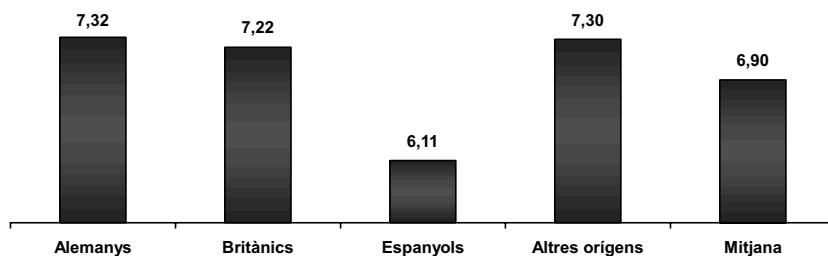
Gràfic 38. Importància del programa científic



Font: Elaboració pròpia.

- **En segon lloc apareix el programa social en el rànquing de factors importants a l'hora de decidir la participació en una reunió.** Per mitjana, el programa social rep una valoració de 6,9 punts. Els alemanys són els que més importància li donen amb 7,32 punts, seguit pels que pertanyen a "altres nacionalitats", amb 7,3 punts, els britànics amb 7,22 i a bastant distància els espanyols, amb una valoració mitjana lleugerament superior als 6 punts.

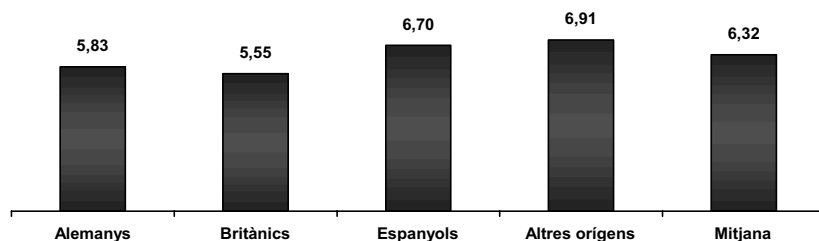
Gràfic 39. Importància del programa social



Font: Elaboració pròpia.

- **En tercer lloc apareix la ciutat seu com a element motivador a l'hora de participar en la reunió.** Per mitjana, la ciutat seu té una importància de 6,32 punts. Altres nacionalitats i espanyols són els que li assignen una importància més relativa, amb valoracions respectives de 6,9 i 6,7. A ells els segueixen els alemanys i els britànics amb valoracions de 5,8 i 5,3 respectivament.

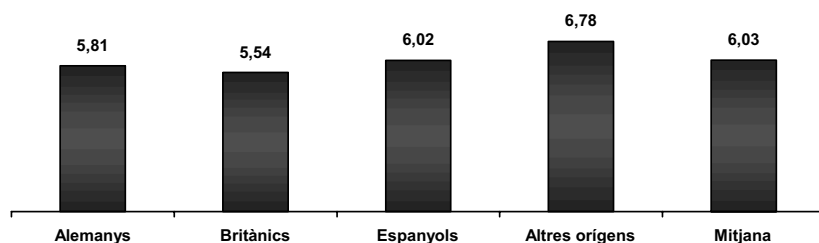
Gràfic 40. Importància de la ciutat seu



Font: Elaboració pròpia.

- **El darrer lloc l'ocupa el país seu.** El país seu obté una valoració mitjana de 5,81. És un factor especialment rellevant per als participants d'altres nacionalitats i per als espanyols, amb valoracions respectives de 6,78 i 6,02, mentre que per a alemanys i britànics les valoracions atorgades són de 5,81 i 5,54 respectivament.

Gràfic 41. Importància del país seu



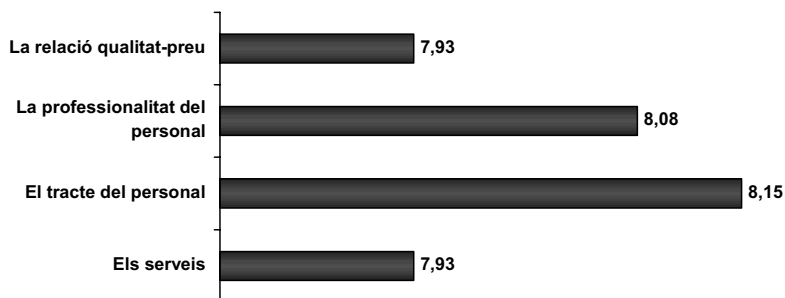
Font: Elaboració pròpia.

### 3.5. Satisfacció del turista de reunions

La satisfacció del turista de reunions s'ha mesurat en relació amb quatre grans apartats: la satisfacció amb les instal·lacions i serveis d'allotjament, les instal·lacions de la seu de la reunió, els serveis de la seu de la reunió i finalment la seva organització. Per a cadascun dels apartats esmentats s'ha sol·licitat als entrevistats que valorin en una escala d'1 a 10 un conjunt d'elements específics.

- **Satisfacció amb les instal·lacions i serveis d'allotjament.** Els turistes entrevistats valoren el tracte del personal de l'allotjament com l'aspecte de l'allotjament amb el qual estan més satisfets, al qual atorguen una valoració mitjana de 8,15 punts, seguit per la professionalitat del personal amb 8,08 i finalment els serveis en general i la relació qualitat-preu amb un 7,93 cadascun.

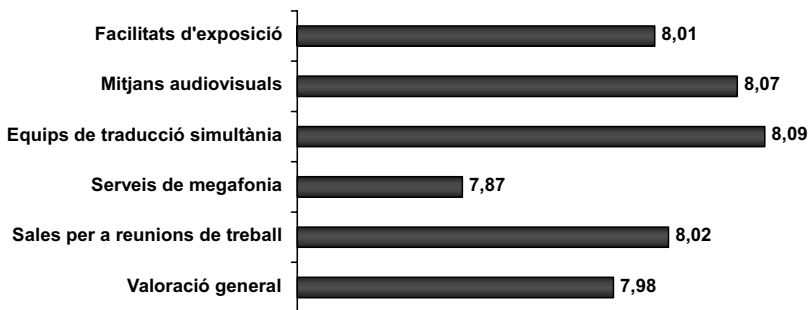
*Gràfic 42. Satisfacció amb les instal·lacions i serveis d'allotjament*



Font: Elaboració pròpia.

- **Satisfacció amb les instal·lacions de la seu.** En general la valoració de les instal·lacions de la seu és bastant elevada i molt parescuda en tots els aspectes analitzats. En tots els apartats la valoració s'ha situat amb petites variacions al voltant de 8 punts.

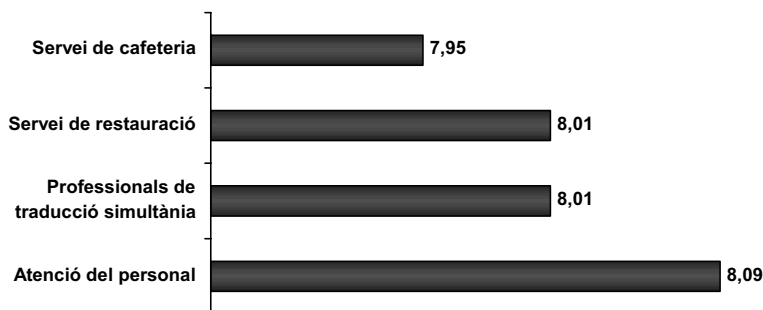
*Gràfic 43. Satisfacció amb les instal·lacions de la seu de reunió*



Font: Elaboració pròpia.

- **Satisfacció amb els serveis de la seu de la reunió.** Com en el cas anterior, les valoracions mitjanes dels diferents aspectes analitzats són bastant homogènies i es situen en una escala de valoració propera als 8 punts.

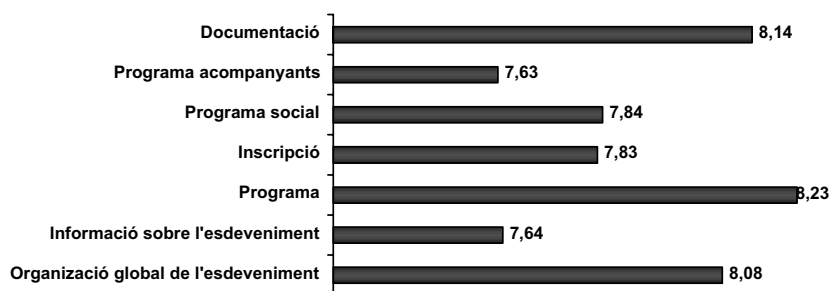
Gràfic 44. Satisfacció amb els serveis de la seu de reunió



Font: Elaboració pròpia.

- **La satisfacció amb l'organització de la reunió.** En aquest apartat el programa científic, la documentació i l'organització global de l'esdeveniment són els tres aspectes que reben millors puntuacions amb valoracions respectives de 8,23, 8,14 i 8,08. Per contra, el programa per a acompanyants, la informació sobre l'esdeveniment, la inscripció i el programa social són els aspectes que obtenen unes valoracions inferiors, que respectivament assoleixen el 7,63, el 7,64, el 7,83 i el 7,84.

Gràfic 45. Satisfacció amb l'organització de la reunió



Font: Elaboració pròpia.

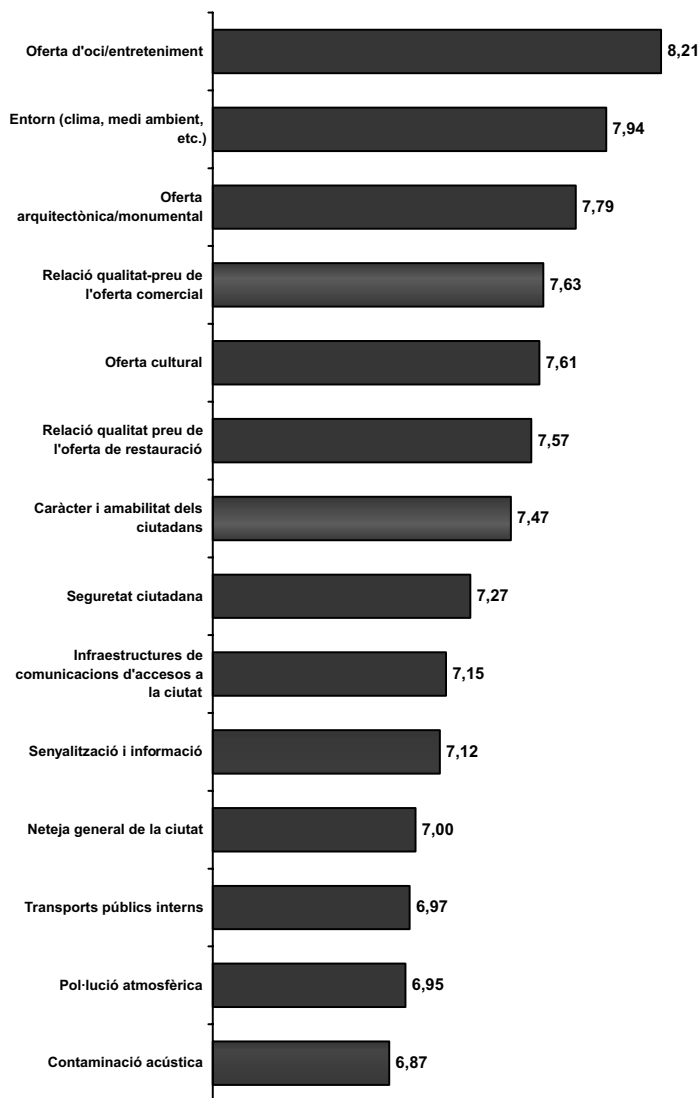
### **3.6. Valoració de la ciutat seu de la reunió**

En aquest punt es va sol·licitar als participants en la reunió que havien visitat o coneixien la ciutat en la qual s'efectuava, que en valorassin diferents aspectes com l'oferta arquitectonico-monumental, l'oferta cultural, l'oferta d'oci i entreteniment, el clima, la senyalització i la informació, les infraestructures de comunicacions d'accés a la ciutat, la relació qualitat-preu de l'oferta de restauració, els transports públics interns, el caràcter i l'amabilitat dels ciutadans, la relació qualitat-preu de l'oferta comercial, la seguretat ciutadana, la contaminació acústica, la pol·lució atmosfèrica i la neteja en general de la ciutat (carrers, façanes, etc.).

Per a cadascun dels aspectes esmentats es va demanar als entrevistats que els valorassin en una escala d'1 a 10, sent 1 l'equivalent a molt malament i 10 l'equivalent a molt bé, obtenint-ne els resultats que es mostren a continuació:

L'aspecte millor valorat de la ciutat és l'oferta d'oci i entreteniment amb una valoració lleugerament superior al 8,20. A continuació apareixen l'entorn i l'oferta arquitectonico-monumental, amb valoracions de 7,94 i 7,79. Els segueixen en valoració la relació qualitat-preu de l'oferta comercial, l'oferta cultural i la relació qualitat-preu de l'oferta de restauració amb un ventall de valoracions que va des dels 7,63 de la primera als 7,51 de la darrera. En l'apartat dels aspectes menys valorats destaquen la contaminació acústica, la pol·lució atmosfèrica, els transports públics interns i la neteja en general de la ciutat.

Gràfic 46. Valoració de la ciutat que allotja l'esdeveniment

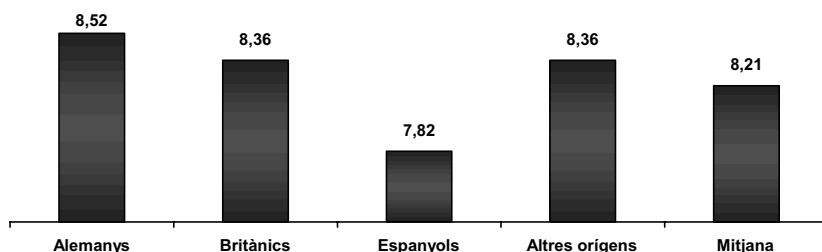


Font: Elaboració pròpia.

En determinats aspectes s'han apreciat diferències significatives en funció del país d'origen dels participants en la reunió. Aquests aspectes són els següents:

- **L'oferta d'oci i entreteniment és menys valorada pels espanyols.** Mentre que la resta de nacionalitats atorga a l'oferta d'oci i entreteniment unes valoracions altes que es mouen en una línia d'entre el 8,2 i el 8,5, els espanyols únicament li assignen una puntuació mitjana de 7,8.

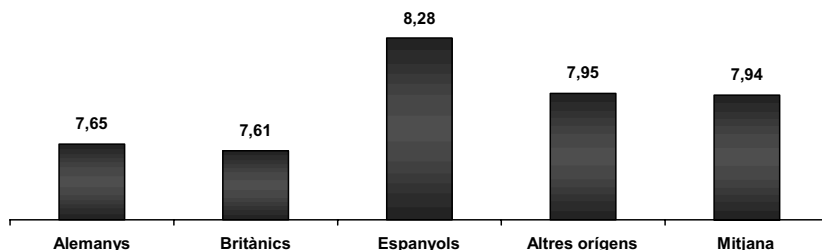
*Gràfic 47. Valoració de l'oferta d'oci i entreteniment*



Font: Elaboració pròpia.

- **Els espanyols són els que més aprecien l'entorn (clima, medi ambient...).** Com s'observa en el gràfic següent s'aprecien diferències significatives de valoració en relació amb l'entorn, sent els espanyols i els d'altres nacionalitats els que més ho valoren amb 8,28 i 7,95 punts respectivament.

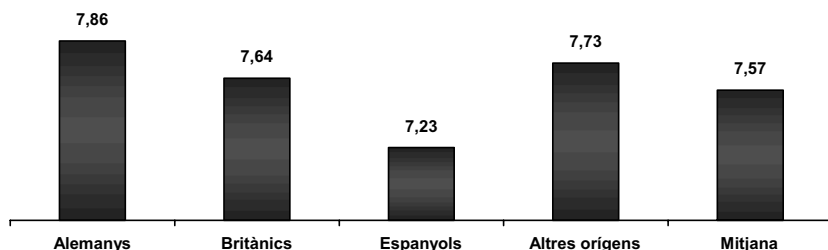
*Gràfic 48. Valoració de l'entorn (clima, medi ambient...)*



Font: Elaboració pròpia.

- **Els alemanys són els que assignen una valoració més alta a la relació qualitat-preu en l'oferta de restauració.** Probablement els alemanys són els turistes més satisfets en aquest aspecte, ja que la seva valoració mitjana és de 7,86. Per contra, els turistes menys satisfets són els espanyols, amb una valoració de 7,23 punts.

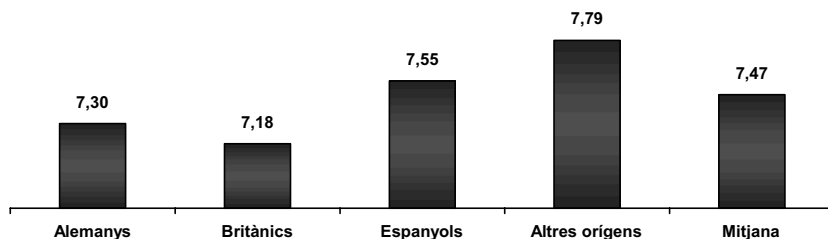
Gràfic 49. Valoració de la relació qualitat-preu de l'oferta de restauració



Font: Elaboració pròpia.

- **Els turistes provinents d'altres nacionalitats, especialment els americans, són els que valoren més el caràcter i l'amabilitat dels ciutadans de les Balears.** A causa de l'elevat grau de satisfacció que varen mostrar els turistes provinents tant d'Amèrica del Nord com d'Amèrica del Sud, la mitjana de la valoració dels turistes d'altres nacionalitats del caràcter i l'amabilitat dels ciutadans de les Balears va pujar a 7,79, la més elevada de tots els grups analitzats. A aquests els va seguir la valoració dels espanyols, que n'assignaren una de 7,55. Els que menys valoració assignaren varen ser els britànics, amb una mitjana de 7,18 punts.

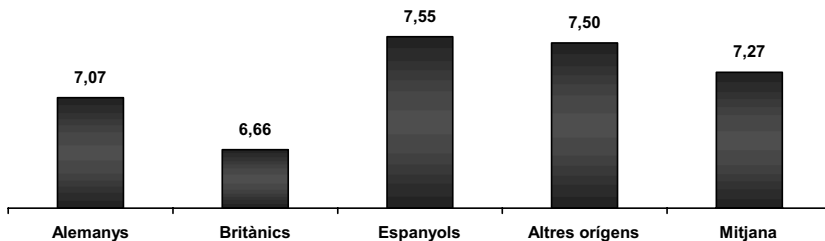
Gràfic 50. Valoració del caràcter i l'amabilitat dels ciutadans



Font: Elaboració pròpia.

- **Els espanyols són els que donen un valor més elevat a la seguretat ciutadana.** La seguretat ciutadana figura en un pla entremig entre els aspectes més valorats de la ciutat en la qual es desenvolupa l'esdeveniment; així mateix, es varen detectar diferències estadísticament significatives en funció de la nacionalitat del turista de reunions. Els espanyols varen ser els que més apreciaren la seguretat ciutadana, assignant una valoració mitjana de 7,55. Per contra, els britànics varen ser els que assignaren una valoració menor, amb una mitjana de 6,66.

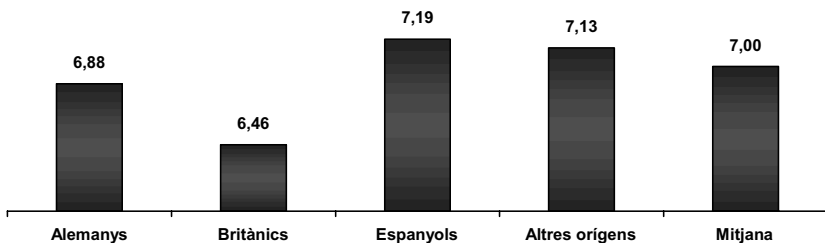
Gràfic 51. Valoració de la seguretat ciutadana



Font: Elaboració pròpia.

- **Els espanyols són els que més valoren la neteja en general de la ciutat (carrers, façanes, etc.).** En general, tampoc la neteja de la ciutat (carrers, façanes, etc.) figura entre els aspectes més valorats pels turistes. A més, s'aprecien diferències significatives en les valoracions efectuades segons la nacionalitat. Si d'una part els espanyols li assignen una valoració mitjana de 7,19 punts, en l'extrem oposat els britànics únicament li atorguen una valoració mitjana de 6,46 punts.

Gràfic 52. Valoració de la neteja de la ciutat en general



Font: Elaboració pròpia.

## 4. ANÀLISI DE L'OFERTA A LES BALEARS

El turisme de reunions es du a terme en dos tipus de seus: d'una part, les reunions efectuades en infraestructures hoteleres i, de l'altra, les duites a terme en un altre tipus d'instal·lacions com palaus de congressos, auditoriums, etc.

A continuació es presenten els resultats de l'anàlisi efectuada en ambdós tipus de seus.

### 4.1. Capacitat per allotjar reunions a la planta hotelera

Si analitzam l'actual oferta hotelera en les principals ciutats de congressos espanyoles i en les principals zones d'influència de les Balears, obtindrem la taula següent:

*Taula 8. Nombre d'hotels a ciutats espanyoles i a les zones de les Balears*

| Zones               | 4 i 5 estrelles |           | %   |
|---------------------|-----------------|-----------|-----|
|                     | Total           | Amb sales |     |
| Barcelona           | 54              | 51        | 100 |
| Madrid              | 53              | 51        | 98  |
| Sevilla             | 26              | 22        | 48  |
| València            | 16              | 14        | 30  |
| Palma               | 16              | 12        | 30  |
| Platja de Palma     | 15              | 11        | 28  |
| Calvià              | 32              | 21        | 59  |
| Alcúdia-Pollença    | 38              | 25        | 70  |
| Llevant de Mallorca | 51              | 32        | 94  |
| Menorca             | 9               | 6         | 17  |
| Eivissa             | 7               | 6         | 13  |
| Formentera          | 2               | 1         | 4   |

Font: Turespaña i FEHM.

És molt important tenir en compte que mentre que les zones de les Balears estan estabilitzades quant al seu creixement, exceptuant per la reconversió d'hotels de 3 estrelles en altres de 4, la resta de zones espanyoles està tenint un creixement important en hotels de 4 i 5 estrelles, sent especialment destacables els de Madrid, Barcelona, Sevilla, Cadis, Màlaga i València.

Palma i Platja de Palma queden lluny de la capacitat d'allotjament d'altres zones competidores. La zona de Llevant està teòricament al mateix nivell (encara que presenta un major nivell de segregació dels hotels), i la d'Alcúdia-Pollença s'acosta bastant.

Aquestes dues zones s'han vist beneficiades amb la construcció de sengles auditoris recentment.

Tant Menorca com Eivissa, tenen un reduït nombre d'hotels de 4 i 5 estrelles per al desenvolupament de grans reunions, pel que tan sols poden aspirar a la captació d'esdeveniments de mitjanes i, sobretot, petites quantitats de participants. Mentre que a Mallorca hi ha marge per a acollir esdeveniments mitjans i grans, a Menorca i Eivissa aquesta possibilitat disminueix.

Finalment, és important tenir en compte que la majoria dels hotels de Menorca, Eivissa i de les zones distants de Palma tanquen en temporada baixa. D'aquesta manera, es perd la possibilitat de fer reunions en aquesta època de l'any. Els pocs que obrin es troben amb un entorn turístic i comercial poc atractiu, estant la major part de l'oferta complementària tancada.

#### ***4.1.1. Capacitat de les sales destinades a turisme de reunions a les Balears***

En el treball de camp efectuat en aquest estudi s'han identificat aquells establiments de tres, quatre i cinc estrelles que, a més de disposar de sales de reunions, les dediquen en major o menor mesura a allotjar activitats de congressos, convencions o incentius, és a dir, tenen una activitat turística. Probablement, la capacitat total de les Balears per organitzar reunions sigui superior a la identificada; no obstant això, aquesta representa la que es dedica al segment de turisme de reunions.

*Taula 9. Hotels amb turisme de reunions i capacitat de les seves sales*

|            | 3 estrelles |           | 4 estrelles |           | 5 estrelles |           | Capacitat sales |
|------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-----------------|
|            | Hotels      | Capacitat | Hotels      | Capacitat | Hotels      | Capacitat | Total           |
| Mallorca   | 11          | 1.148     | 59          | 11.554    | 20          | 4.721     | 17.423          |
| Menorca    | 2           | 330       | 5           | 375       | 2           | 310       | 1.015           |
| Eivissa    | 2           | 85        | 7           | 880       | 1           | 100       | 1.065           |
| Formentera |             |           |             |           |             |           |                 |

Font: Elaboració pròpia.

## 4.2. Principals seus no hotelers

A més d'haver-n'hi als hotels, hi ha altres seus en les quals poden dur-se a terme reunions a les Balears. Les principals infraestructures disponibles detectades, encara que no sempre destinades a ser comercialitzades a nivell turístic són les següents:

- **Palau de Congressos del Poble Espanyol.** El Palau de Congressos del Poble Espanyol va ser construït entre 1965 i 1967, està situat al carrer del Poble Espanyol, 39, a Palma (Mallorca). Té una superfície de 6.365 m<sup>2</sup> i forma part del complex turístic denominat "Poble Espanyol", el conjunt disposa d'una superfície global estimada d'uns 25.000 m<sup>2</sup>.

*Taula 10. Sales i capacitat del Poble Espanyol*

| Sales               | Capacitat (pax) | Superfície (m <sup>2</sup> ) |
|---------------------|-----------------|------------------------------|
| Sala Magna          | 1.200-2.500     | 970                          |
| Foro Romani         | 1.000-1.200     | 1.145                        |
| Termes romanes      | 250-300         | 325                          |
| Amfiteatre romà     | 1.500           | -                            |
| Sala magna          | 2.500           | 970                          |
| Sala Luís de Molina | 150-200         | 202                          |
| Sala Ramon Llull    | 80-100          | 87                           |

Font: Poble Espanyol.

A pesar d'estar situat a Palma s'ubica relativament enfora dels principals hotels de 4 i 5 estrelles, cosa que implica el trasllat de congressistes al recinte en autobús. Altres punts dèbils radiquen en el fet que es troba situat en una barriada residencial de Palma, limitant-ne el creixement, i en la seva llunyania del mar, element diferenciador de Palma com a destinació de congressos i convencions.

- **Auditori de Palma, Mallorca.** L'Auditori de Palma és un centre cultural situat al Passeig Marítim, 18, de Palma, enfront del mar. Aquest centre va ser construït en 1969, i hi trobam ubicades 8 sales per a convencions i congressos, dues de les quals, la Sala Magna (2 nivells de 920 i 780 places respectivament) i la Sala Mozart, s'utilitzen també per a la programació regular d'espectacles. També disposa d'altres dependències

que es poden configurar com a secretaria del congrés, superfície d'estands, etc.

L'Auditori és especialment competitiu, fonamentalment per a congressos i convencions d'entre 200 i 300 participants, que poden utilitzar la Sala Mozart de l'Auditori ja que no es troben sales d'aquestes dimensions fàcilment a Mallorca (amb l'excepció de dos hotels).

*Taula 11. Sales i capacitat de l'Auditori de Palma*

| Sales            | Capacitat |
|------------------|-----------|
| Sala Magna       | 1.739     |
| Sala Mozart      | 330       |
| Sala Albéniz     | 200       |
| Sala Turina      | 100       |
| Sala Victòria    | 100       |
| Sala Falla       | 100       |
| Sala Granados I  | 50        |
| Sala Granados II | 50        |
| Sala Bach        | 100       |

- **Victòria, centre de convencions, congressos i exposicions.** A final de l'any 2003 Sol-Melià va inaugurar, devora del Gran Melià Victoria, en el Passeig Marítim de Palma, Mallorca, un centre de convencions, congressos i exposicions. Disposa de dos pisos, i té una gran sala per a 500 persones, i 10 sales de dimensions més petites.
- **Auditori d'Alcúdia.** L'Auditori d'Alcúdia va ser inaugurat en 1999 i està situat a la Plaça de la Porta de Mallorca, 13, d'Alcúdia. Disposa de les instal·lacions i serveis següents: auditori amb capacitat per a 496 persones, sala amb capacitat per a 50 persones, 8 seminaris, petita zona d'exposicions amb dos *halls* de 143 i 81 m<sup>2</sup>, camerinos, cabines de traducció simultània, recepció, serveis administratius i sala de premsa, cafeteria.

L'Auditori d'Alcúdia està previst per a allotjar activitats culturals i de congressos. La seva debilitat més destacable és la dimensió reduïda de la zona d'exposició.

- **Auditori Sa Màniga.** L'Auditori de Sa Màniga va ser inaugurat el maig de 1999 i està situat al carrer de Son Galta, 4, a Cala Millor. Disposa de les

instal·lacions i serveis següents: una sala magna amb una capacitat per a 472 persones amb 4 cabines de traducció simultània, sala d'exposicions de 158 m<sup>2</sup>, 5 sales de treball, recepció i cafeteria. L'Auditori Sa Màniga està fet per allotjar activitats culturals i de congressos.

#### **4.2.1. Altres seus**

Encara que en l'actualitat la majoria de les seus següents són utilitzades sobretot per a esdeveniments de tipus local, no deixen de ser possibles emplaçaments en els quals es puguin dur a terme reunions amb participació de no residents.

- **Universitat de les Illes Balears.** La universitat de les Illes Balears disposa a l'edifici de Sa Riera, a Palma, i en el campus de la carretera de Valldemossa, de diferents auditoriums, aules magnes i aules que periòdicament són utilitzades per fer reunions tant locals com nacionals o internacionals.
- **Escola d'Hoteleria de la Universitat de les Illes Balears.** L'Escola d'Hoteleria, situada en el campus de la UIB, té tres sales per a 400, 144 i 40 persones, així com una zona d'exposició de 120 m<sup>2</sup>.
- **Centre Cultural Sa Nostra.** El Centre Cultural Sa Nostra està situat al carrer Concepció, 12, de Palma i té tres sales per a 237, 80 i 40 persones respectivament, ben equipades tècnicament. Disposa de cafeteria pròpia.
- **Centre Cultural de la Fundació "la Caixa".** El Centre Cultural de la Fundació "la Caixa" està situat a la Plaça de Weiler, 3, de Palma i té una sala completament equipada per a 189 persones, amb traducció simultània i mitjans audiovisuals propis. Disposa també de dues sales més, que completen una capacitat màxima de 459 persones, una zona d'exposició de 800 m<sup>2</sup> i cafeteria.
- **Can Domenge, centre tecnològic.** Can Domenge és una empresa del grup "Sa Nostra", que va començar la seva activitat la tardor de 2002. Disposa de cinc sales amb capacitats per a 350, 100, 55, 50 i 36 persones. Tècnicament està completament equipada amb traducció simultània fixa i tots els avenços tecnològics necessaris. Té una zona d'exposició de 511 m<sup>2</sup> en dues àrees de 295 m<sup>2</sup> i 216 m<sup>2</sup>. Es troba situat a l'edifici Can Domenge, al carrer Soldat Arrom Quart, 1, de Palma.

- **Centre empresarial Son Espanyol, Parc BIT.** El centre empresarial Son Espanyol del Parc BIT té dues sales per a 148 i 40 persones amb tecnologia audiovisual molt avançada. És un centre idoni per a petits congressos tecnològics i convencions d'empreses vinculades a les noves tecnologies de la informació i de les comunicacions. Es troba situat al Parc BIT, en la carretera Palma-Valldemossa km 7,4.

**Sales d'actes d'entitats financeres, Cambra de Comerç i CAEB. "Sa Nostra",** Caixa de Balears té una sala d'actes, amb una capacitat màxima d'un 200 persones, a la seu central de la Caixa a Son Fuster. Banca March té una sala amb una capacitat per a unes 200 persones, en la seva seu central de les Avingudes. La Cambra de Comerç té una sala d'actes amb una capacitat per a unes 50 persones.

- CAEB Mallorca té tres sales amb capacitats per a 120, 40 i 30 persones a la seu de la confederació empresarial al carrer Aragó, 215, de Palma.
- **Sala Palmanova (dependent de l'Ajuntament de Calvià).** La Sala Palmanova, propietat de l'Ajuntament de Calvià, es troba situada al carrer de Na Boira, de Palmanova i té capacitat per a unes 200 persones. S'utilitza normalment per a actes locals.
- **Centre Associació Hotelera Platja de Palma.** Es troba situat a la Platja de Palma, al carrer de Marbella, 39. Disposa d'una sala de 258 persones. La seva ubicació és adequada tot i que les instal·lacions són antiquades, i necessiten una rehabilitació integral. No s'utilitza com a seu de turisme de reunions.
- **Centre BIT Raiguer.** El centre BIT Raiguer està situat en el polígon industrial d'Inca i té una sala d'actes per a unes 120 persones.
- **Sala de conferències CAEB Menorca.** CAEB Menorca té, a la seva seu de Poima, una sala d'actes amb una capacitat per a 80 persones.
- **Centre de convencions Es Mercadal.** L'Ajuntament des Mercadal i el Govern de les Illes Balears firmaren un conveni per al desenvolupament d'un nou centre a l'antiga residència d'oficials del municipi. Aquest centre disposa d'una sala multiusos per a 250 persones.

- **Palau de Congressos de Ciutadella.** L'Ajuntament de Ciutadella ha convocat i adjudicat un concurs d'idees per al desenvolupament d'un nou palau de congressos, amb un auditori amb capacitat per a 600 persones i una sala de convencions per a 400, totalment equipada.
- **Auditori - Palau de Congressos a Santa Eulàlia.** L'Ajuntament de Santa Eulàlia ha inaugurat el 2006 la 1a fase del Palau de Congressos i ha convocat actualment un concurs per a la construcció d'un nou palau de congressos amb un pressupost de més de 5 milions d'euros.

#### *4.2.2. Nou Palau de Congressos de Palma*

Dissenyat per l'arquitecte Francisco Mangado, el nou Palau de Congressos de Palma neix de la necessitat de disposar d'un recinte capaç d'acollir la creixent demanda de convencions i congressos, donant també resposta a les necessitats adherides a aquest tipus de turisme.

L'objectiu del Palau de Congressos és que Palma tenguí unes infraestructures que facilitin l'adaptació a una creixent demanda com és el cas del turisme de congressos. Ha estat dissenyat per oferir les màximes prestacions quant a tecnologia i modernitat.

Construït a base d'alumini, vidre i marès, es pot interpretar en termes de dos grans traçats que discorren segons els límits nord i sud de la parcel·la que dona al mar. El nou Palau de Congressos de Palma, tindrà una altura de 20 m, oferint una capacitat de 17.500m<sup>2</sup>. L'auditori principal disposarà d'una capacitat aproximada de 2.020 persones, amb la possibilitat de dividir la sala en fins a tres sales amb capacitat independent. El complex inclou un hotel de 10.500 m<sup>2</sup> dissenyat també per Francisco Mangado per afavorir les necessitats d'allotjament, així com un restaurant, cafeteria, vestíbuls, diferents sales i aparcament de fins a 600 places.



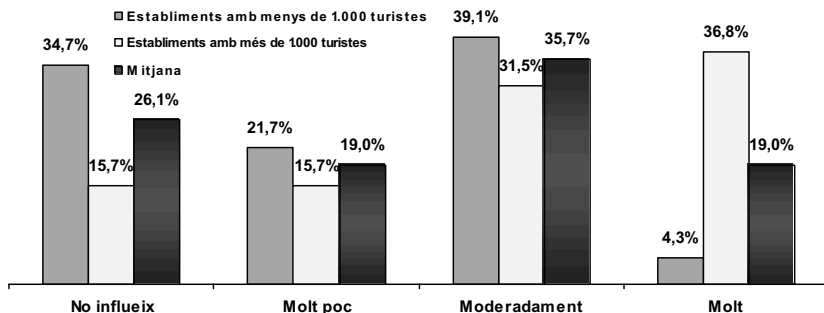
### 4.3. Influència en el període d'obertura de l'hotel

En general, pot afirmar-se que l'activitat de reunions als establiments hotelers que s'hi dediquen afecta positivament el nombre de mesos d'obertura, és a dir, pot constatar-se que el turisme de reunions ajuda a reduir l'estacionalitat dels fluxos turístics i favoreix que els establiments tinguin la seva activitat en funcionament durant més mesos.

Com s'observa en el gràfic següent, gairebé un 55% dels establiments entrevistats que duen a terme algun tipus d'activitat relacionada amb el turisme de reunions afirmà que aquest segment de mercat influeix positivament en la quantitat de mesos d'obertura de l'establiment.

Així mateix, es detectaren diferències estadísticament significatives en funció del nombre de turistes de reunions allotjats a l'establiment. Així doncs, aquells que reberen més de 1.000 turistes en 2005, mostren clarament un nivell d'influència més alt que es tradueix en el fet que prop d'un 70% varen declarar influències positives. Com pareix també lògic, l'efecte positiu és menor entre els que no estan tan especialitzats en el segment de mercat, ja que únicament un 43,4% dels establiments que declararen haver rebut menys de 1.000 turistes de reunions en 2005, varen considerar que influeix positivament en el nombre de mesos d'obertura de l'hotel.

Gràfic 53. Influència del turisme de reunions en l'obertura de l'establiment



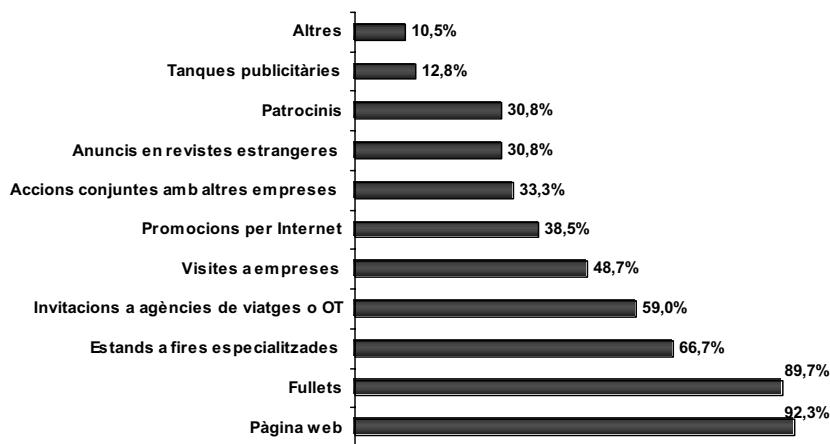
Font: Elaboració pròpia.

#### 4.4. La promoció dels establiments

Com s'observa en el gràfic següent, els establiments que es dediquen al turisme de reunions realitzen una diversitat d'accions promocionals. En primer lloc, l'instrument més utilitzat és la pròpia pàgina web en més d'un 90% dels casos. En segon lloc apareixen els fullets, amb poc més del 89%; en tercer lloc, els estands a fires especialitzades són utilitzats per gairebé el 70%, les invitacions a agències o operadors turístics ho són per un 59% dels casos, i les visites a empreses les efectuen un 49% dels establiments.

A certa distància de les anteriors accions promocionals apareixen les promocions per Internet, utilitzades pel 38,5% dels enquestats, les accions conjuntes amb altres empreses, els anuncis en revistes estrangeres i els patrocinis, tot això amb percentatges d'ús lleugerament superiors al 30%. Finalment, les tanques publicitàries són utilitzades per menys del 12% dels establiments.

Gràfic 54. Principals accions promocionals

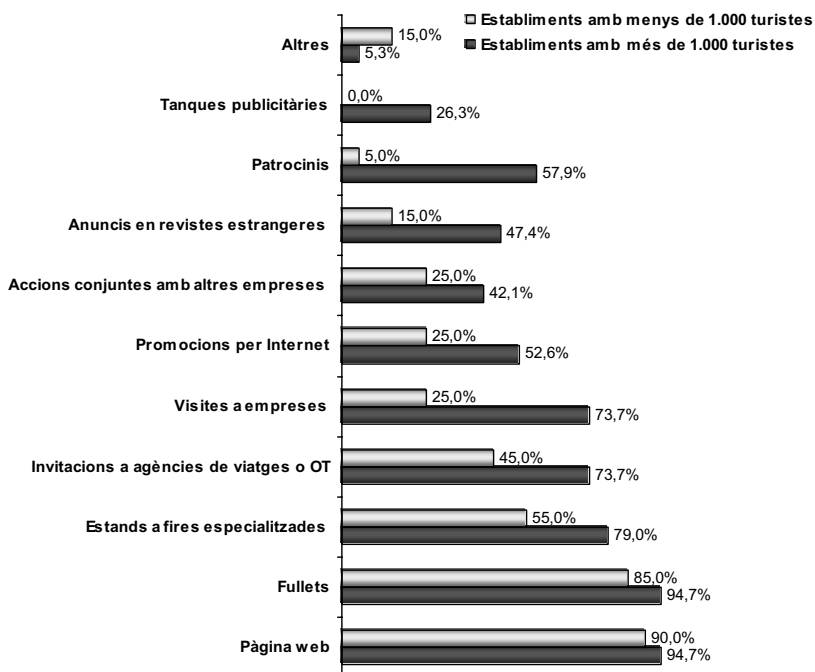


Font: Elaboració pròpia.

Si analitzam els resultats obtinguts en funció del nombre de turistes de reunions que reben els establiments, és a dir, en funció dels especialitzats que es troben en aquest segment, s'aprecien diferències estadísticament significatives en l'ús de les diferents eines promocionals.

Com es veu en el gràfic següent, els establiments que tenen més de 1.000 turistes de reunió fan un ús molt superior de totes les eines promocionals analitzades. En aquest tipus d'establiments destaquen especialment l'ús de les visites a empreses, les promocions per Internet, els patrocinis i els anuncis en revistes estrangeres. Els establiments que reben més de mil turistes utilitzen aquestes eines molt més que els establiments que tenen menys de 1.000 turistes.

*Gràfic 55. Accions promocionals en funció del nombre de turistes que rep l'establiment*



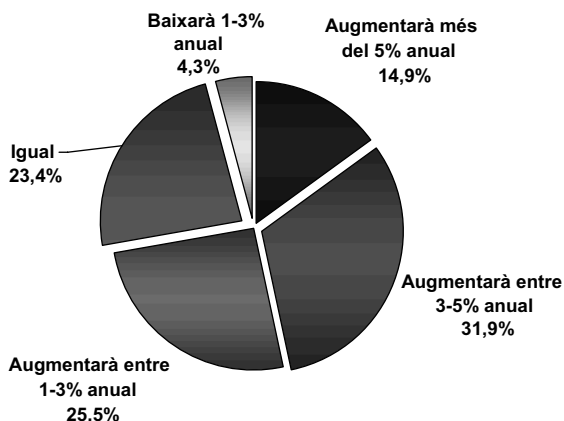
Font: Elaboració pròpia.

#### 4.5. Expectatives de futur

Per tal d'intentar preveure les expectatives d'evolució de la demanda, es va sol·licitar a la mostra d'establiments amb seu de reunions que fessin una valoració de les seves expectatives de creixement de la demanda dels viatges de reunions i incentius per als pròxims tres anys.

Com s'observa en el gràfic següent, en termes generals s'espera un creixement considerable d'aquest segment en els pròxims tres anys. Més d'un 71% espera creixements, mentre que únicament un 4,2% de les seues analitzades preveu disminucions en la demanda.

Gràfic 56. Expectatives de creixement de la demanda



Font: Elaboració pròpia.

Si efectuam aquesta mateixa anàlisi en funció del nombre de turistes que estan rebent les seues i les classificam en petites, si reben menys de 1.000 turistes a l'any, mitjanes, si en reben entre 1.001 i 3.000, i grans si reben més de 3.000 turistes anuals, observam que les seues amb més especialització són les més optimistes. Podem comprovar que entre les seues més grans el 100% preveu creixements, mentre que entre les seues petites i mitjanes únicament preveuen creixements el 70% i el 58% respectivament. Les expectatives més moderades es presenten entre les seues no hoteleres, entre les quals gairebé un 70% preveu que no hi haurà modificacions en la demanda o que s'hi produiran fins i tot reduccions.

## 5. ESTIMACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC

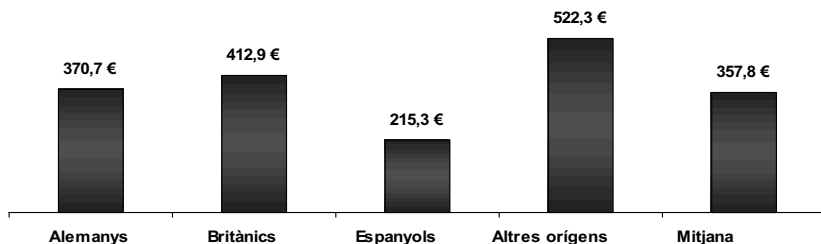
Per a l'estimació de l'impacte econòmic es va procedir de la manera següent. En primer lloc s'estimà la despesa efectuada pels turistes de reunions en els conceptes següents: les inscripcions, el viatge fins a la ciutat de reunió, l'allotjament i la despesa efectuada en el lloc de la reunió, la qual va ser dividida en els subconceptes de compres, alimentació, transport intern i entreteniment. Una vegada efectuades les estimacions parcials, en segon lloc es va procedir a efectuar una estimació global de la despesa total efectuada pels turistes de reunions.

### 5.1. Estimació dels components de la despesa

Com s'indicava anteriorment, els resultats de l'enquesta efectuada a turistes de reunions ens ha permès efectuar una estimació dels diferents components de la despesa que es mostren a continuació.

- **La despesa mitjana en inscripcions ascendeix a 357,8 €.** El percentatge estimat de turistes de reunions que varen haver de satisfer algun tipus d'inscripció ascendí al 59,6%. Els turistes de reunions que varen respondre a la pregunta sobre la quantitat pagada en concepte d'inscripcions declararen un import mitjà de 357,8 €, els que provenien d'origens més llunyans foren els que mitjanament més varen gastar, ja que varen declarar una mitjana d'inscripció de 522,3 €; els segueixen els britànics, amb una mitjana de 412,9 €; els alemanys, amb 370,7 € i, finalment, els espanyols varen ser els que declararen unes inscripcions menors, que tan sols assoliren els 215,3 €.

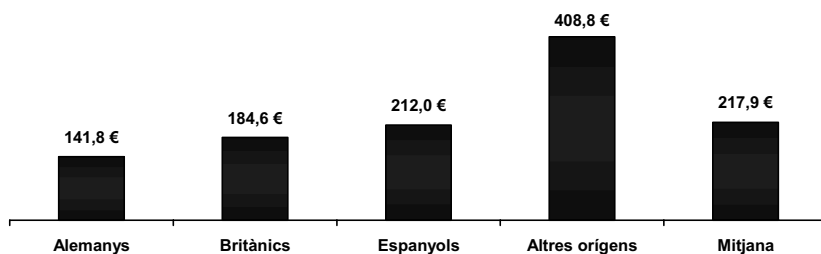
*Gràfic 57. Despesa mitjana en inscripcions*



Font: Elaboració pròpia.

- **Com a mitjana, la despesa en transport des del lloc d'origen al lloc de reunió va ascendir a 217,9 €.** Com pareix a ser lògic, influenciat per la presència de participants en reunions que provenen d'orígens amb els quals les Balears tenen comunicacions relativament menys fluides i més cares que amb els mercats habituals, els que provenen d'altres orígens varen ser els que declararen una mitjana de despesa en transport més elevada des del lloc d'origen al lloc on es du a terme la reunió, que se situa en els 408,8 €. Curiosament, els espanyols varen ser els segons en declarar despeses mitjanes més elevades, situades en 212 €, per sobre dels 184,6 € declarats pels britànics i els 141,8 € dels alemanys. Aquesta apreciació posaria de manifest el fet, moltes vegades comentat, de la relativa carença de les comunicacions amb la península en comparació amb les altament competitives rutes cap a Alemanya i el Regne Unit.

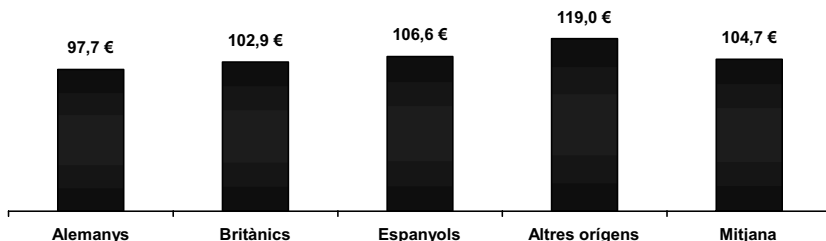
*Gràfic 58. Despesa mitjana del transport des de l'origen al lloc de reunió*



Font: Elaboració pròpia.

- **La despesa mitjana per dia en allotjament ascendeix a 104,7 €.** Com a mitjana, aquesta és la quantitat declarada pels turistes de reunions entrevistats. S'aprecien lleugeres diferències en la despesa efectuada en funció de l'origen. Així s'observa que els alemanys són els que menys gasten, amb una mitjana de 97,7 €, seguits pels britànics, amb 102,9 €, i els espanyols i els d'altres orígens amb 106,6 € i 119,0 € respectivament; aquestes despeses declarades es corresponen amb els preus esperats en allotjaments de categoria mitjana-alta habituals entre aquests tipus de turistes.

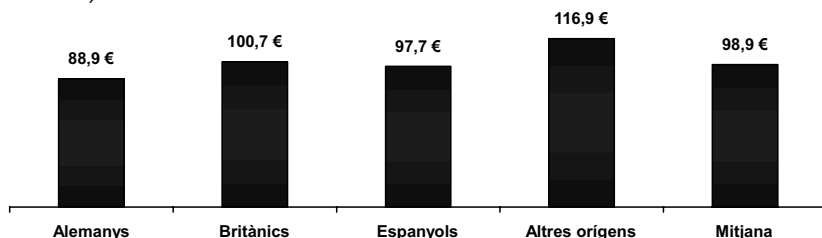
Gràfic 59. Despesa mitjana en allotjament (per dia)



Font: Elaboració pròpia.

- **La despesa mitjana a les Balears per dia d'estada s'estima en 98,9 €.** A part de les despeses d'inscripció, allotjament i transport, els turistes de reunions declararen una despesa mitjana per dia d'estada de 98,9 €. D'entre totes les nacionalitats, els originaris d'altres nacionalitats i els britànics varen ser els que declararen una despesa més alta, amb una mitjana diària de 116,9 € i 100,7 € respectivament. Els que declararen una despesa més petita varen ser els alemanys, amb 88,9 €.

Gràfic 60. Despesa a les Balears per dia (viatge, allotjament i inscripció exclosos)

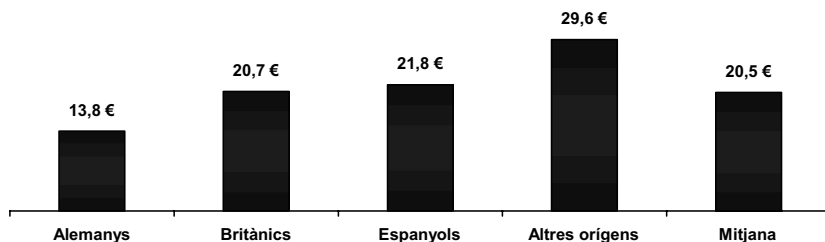


Font: Elaboració pròpia.

- **La desagregació de la despesa a les Balears ens indica que les despeses en restaurants, seguides per les de diversió, són les de més envergadura relativa.** Com es mostra en els punts següents, la mitjana de despesa en restaurants ascendeix a 38,5 € per persona i dia, seguida pels 29,2 € que es gasten en entreteniment i els 20,5 € en compres. El transport intern en el lloc de reunió és el concepte de despesa mitjana més petita, i assoleix els 9,2 €. Per nacionalitats es poden apreciar certes diferències de comportament:

- **Els ciutadans de destinacions llunyanes i els espanyols són els que més gasten en compres en el lloc on es fa la reunió.** Els ciutadans d'altres nacionalitats declaren una mitjana de 29,6 € diaris de despesa en compres; els espanyols, 21,8 €, i els que menys gasten són els alemanys, amb 13,8 €.

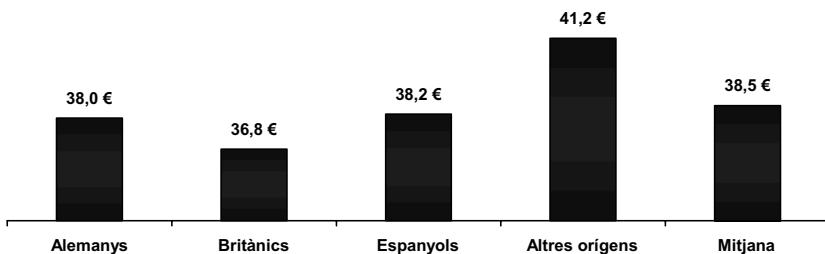
Gràfic 61. Despesa mitjana a les Balears per dia en compres



Font: Elaboració pròpia.

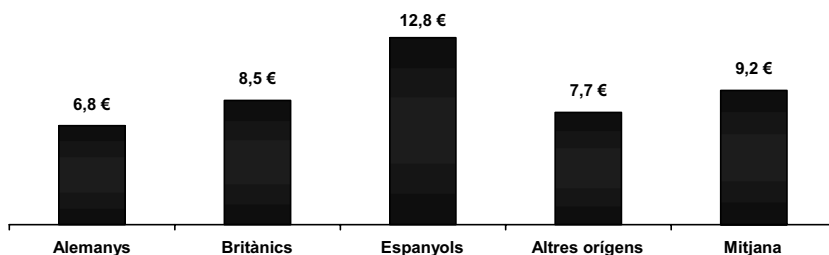
- **Gairebé no hi ha diferències en el que gasten en alimentació.** Les despeses declarades en restaurants i alimentació no difereixen gaire entre nacionalitats i es mouen en un rang d'entre els 36,8 € dels britànics als 41,2 € dels ciutadans d'altres nacionalitats.

Gràfic 62. Despesa mitjana a les Balears per dia en alimentació



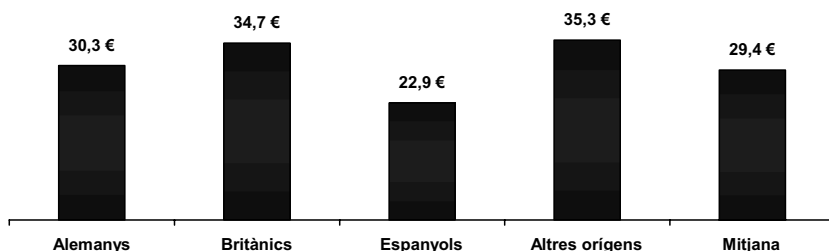
Font: Elaboració pròpia.

**En transport intern, els espanyols són els que declaren una despesa més gran.** Mentre que els espanyols gasten diàriament 12,8 € en taxis i altres mitjans de transport en el lloc de la reunió, els alemanys són els que menys gasten, amb 6,8 € de mitjana.

*Gràfic 63. Despesa mitjana a les Balears per dia en transport intern*

Font: Elaboració pròpia.

- En entreteniment, els ciutadans d'altres nacionalitats són els que més gasten. Als 35,5 € declarats pels turists d'aquest origen, els segueixen de prop els 34,7 € declarats pels britànics i, a més distància, els 30,3 € dels alemanys.

*Gràfic 64. Despesa mitjana a les Balears per dia en entreteniment*

Font: Elaboració pròpia.

## 5.2. Estimació de l'impacte econòmic

Per a l'estimació de la despesa total afegida i del consegüent impacte econòmic a les Balears, s'ha procedit de la manera següent:

En primer lloc, s'ha procedit a afegir a la despesa turística per persona i dia efectuada, l'import mitjà diari dels serveis d'allotjament contractats. En aquest sentit, a la despesa turística mitjana diària de 98,9 € efectuada a les Balears

s'hi han d'afegir els 104,7 € referents a despeses d'allotjament diàries, que ens proporcionen un total de 203,6 €.

*Taula 12. Despesa mitjana diària turística i en allotjament del turista de reunions*

| Concepte                                | Import mitjà |
|-----------------------------------------|--------------|
| Despesa en allotjament per dia d'estada | 104,7 €      |
| Despesa turística per dia d'estada      | 98,9 €       |
| Despesa total                           | 203,6 €      |

Així mateix, als 203,6 € s'hi han d'afegir les despeses ponderades relatives a inscripcions i transport fins al lloc de la reunió. En aquest sentit, els 357,8 € de la inscripció s'han de ponderar pels 4,61 dies de mitjana d'estada a les Balears dels turistes de reunions i pel 59,1% d'aquests turistes que han pagat algun tipus d'inscripció, la qual cosa ens dona una despesa mitjana diària per persona en inscripcions de 45,87 €. També hem d'imputar una part del cost del transport fins al lloc de la reunió, que hem estimat en el 50%, com a pagament a proveïdors locals. Així, després de ponderar els 217,9 € de despesa mitjana en transport fins al lloc de la reunió pel 50% estimat de pagaments a proveïdors locals i els 4,61 dies d'estada, la despesa mitjana diària estimada en transport assoleix els 23,60 €.

*Taula 13. Despesa mitjana diària ponderada d'inscripcions i transport fins al lloc de reunió*

| Concepte                                          | Import mitjà |
|---------------------------------------------------|--------------|
| Despesa en inscripcions per dia d'estada (59.1%)  | 45,87 €      |
| Despesa en transport fins al lloc de reunió (50%) | 23,63 €      |
| Despesa total                                     | 69,50 €      |

Una vegada afegits els 203,60 € corresponents a la despesa turística i a l'allotjament amb els 69,50 € de la despesa ponderada en inscripcions i transport fins al lloc de la reunió, obtenim un total diari d'impacte econòmic per turista de 273,1 €. Si aquesta quantitat es multiplica pels 147.207 turistes estimats en 2005 (que provenen dels 137.759 estimats a seus hoteleres i als 9.448 estimats

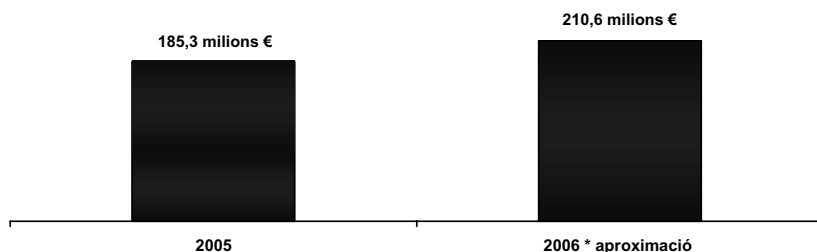
a seus no hoteleres) i pels 4,65 dies d'estada mitjana, obtenim que l'impacte econòmic del turisme de reunions assolí els 185,3 milions d'euros en 2005.

*Taula 14. Impacte econòmic del turisme de reunions el 2005*

| Concepte         | Despesa+ allotjament | Inscripcions +transport | Total diari | Nre. turistes | Nre. estades | Total         |
|------------------|----------------------|-------------------------|-------------|---------------|--------------|---------------|
| Impacte econòmic | 203,60 €             | 69,50 €                 | 273,10 €    | 147.207       | 678.624      | 185.332.214 € |

Si assumim una estabilitat en els nivells de despesa i estades mitjanes i únicament una variació en el nombre de turistes per a l'any 2006, estimam que en aquest any l'impacte econòmic ascendeix a 210,58 milions d'euros.

*Gràfic 65. Evolució de l'impacte econòmic a les Illes Balears*



Font: Elaboració pròpia.

## 6. ANÀLISI DAFO

L'anàlisi DAFO constitueix un instrument destinat a analitzar l'opinió que tenen els diferents operadors turístics del mercat de reunions en relació amb les debilitats, amenaces, fortaleeses i oportunitats detectades per ells.

En els punts següents es passa a comentar cadascun dels diferents epígrafs.

### 6.1. Fortaleeses

Per fortaleeses s'entenen les característiques de la destinació que li aporten un avantatge competitiu enfront a altres competidors. Entre les principals que els operadors turístics i els experts en el segment de mercat han assenyalat es troben les següents:

- **El grau de coneixement de les Balears** en els principals mercats europeus. Les Balears són una destinació turística amb una elevada notorietat en els principals mercats emissors europeus, la qual cosa els confereix una visibilitat més gran respecte a altres destinacions més exòtiques.
- **Bona connexió de Mallorca amb els mercats alemany i britànic.** Especialment en temporada alta, la irrupció de companyies aèries que ofereixen connexions punt a punt relativament freqüents i a preus assequibles ha millorat considerablement l'accessibilitat a Mallorca i, en menor mesura, a Eivissa i a Menorca.
- **Climatologia, mar, platja, naturalesa, paisatge.** Les condicions meteorològiques favorables de què gaudeixen les Balears, sobretot en primavera i tardor les fan especialment atractives per a la realització de reunions. A més de les condicions meteorològiques, els atributs de la destinació són elements altament atractius com a destinació.
- **Possibilitat de combinar negoci amb activitats d'oci.** Les condicions anteriorment comentades permeten als participants en reunions a les Balears combinar les seves activitats de negoci amb altres d'oci en un

entorn altament atractiu i més relaxant, la qual cosa suposa un avantatge relatiu en comparació amb destinacions urbanes.

- **Existència a Mallorca d'una ciutat com Palma** d'una extensió mitjana i amb àmbits d'entreteniment acceptables. El dinamisme, la riquesa historicoartística urbana i el conjunt de serveis ofert per una ciutat com Palma és altament valorat per aquest tipus de turistes.
- **La relació qualitat-preu està ben valorada** per part dels operadors especialitzats. Encara que la competitivitat nacional i internacional és cada vegada més elevada, la relació qualitat-preu de les Balears per a aquest tipus de segment segueix sent encara ben valorada per part dels principals operadors en el mercat de reunions.
- **La seguretat.** La sensació de seguretat que pot proveir la destinació de les Balears suposa un cert avantatge altament apreciat en el mercat de reunions.
- **Experiència i lideratge hotel·ler.** Encara que no sempre dedicada a aquest segment de mercat, l'evident lideratge empresarial del sector hotel·ler i la seva capacitat d'adaptació són una fortalesa indubtable de la destinació a l'hora d'apostar per qualsevol segment de mercat.

## 6.2. Debilitats

Per debilitats s'entenen les característiques de la destinació que li aporten un desavantatge competitiu enfront a altres competidors. Entre les principals que els operadors turístics i els experts en el segment de mercat han assenyalat es troben les següents:

- **Imatge associada a destinació vacacional.** La tradicional imatge associada a la destinació turística a vegades juga en contra d'un posicionament adequat per al segment de reunions.
- Encara que Mallorca té un servei de connexions aèries acceptable amb els mercats alemany i britànic, no pitjor que altres destinacions vacacionals,

sí que té una **connexió menor que la de les grans ciutats que són destinació de congressos internacionals a Europa**. En el cas d'Eivissa i Menorca la situació és especialment desfavorable, ja que el limitat servei de connexions aèries diàries en vol regular dificulta enormement l'organització de congressos i convencions nacionals en aquestes illes i els provoca un clar desavantatge competitiu amb les internacionals. No fa falta comentar que aquests desavantatges augmenten considerablement en temporada baixa a ambdues illes.

- **La insularitat**, a efectes d'accessibilitat, és un punt dèbil important enfront a les destinacions peninsulars competidores en l'organització de reunions de caràcter nacional.
- **Limitades infraestructures per a grans reunions**. Si bé per a les reunions que tenen una quantitat de participants petita i mitjana, la capacitat i les infraestructures que hi ha són considerables i competitives, en el cas de les grans reunions es posen en evidència les limitacions que tenen.
- **Millorable infraestructura en hotels**. Encara que s'aprecia un gran esforç per la renovació i l'actualització de les infraestructures en alguns establiments, en general la infraestructura per dur a terme reunions als hotels és millorable, i no solen ser tractades com a prioritàries en els plans d'inversió.
- **L'elevada estacionalitat turística** de Menorca, Eivissa i de les zones allunyades de Palma a Mallorca, crea entorns poc atractius o inviables a causa de la seva poca activitat perquè s'organitzin reunions en aquestes zones en temporada baixa.
- **Limitada valoració dels recursos historicoartístics i d'oferta complementària de la destinació**. El fet de donar més valor als atractius urbans, històrics i artístics de la destinació, que és un aspecte d'especial importància per a millorar el poder de convocatòria de la destinació, no ha estat sempre tractat pels encarregats de la promoció amb tota la intensitat necessària i moltes vegades queda relegat per altres promocions menys adequades per al segment de reunions.

- **Limitada oferta de noves atraccions turístiques singulars**, mentre que altres ciutats han desenvolupat actuacions urbanístiques i turístiques impactants (Museu Guggenheim de Bilbao, Ciutat de les Ciències de València, Fòrum de Barcelona), a les Balears no s'ha tengut l'ajuda de cap d'aquestes intervencions per a millorar el seu atractiu.

### 6.3. Amenaces

Per amenaces s'entenen les modificacions en l'entorn, incloent les provocades pels competidors, que posin la destinació en situació de desavantatge competitiu davant d'altres competidors o suposin un risc per al desenvolupament del sector. Entre les principals que els operadors turístics i els experts en el segment de mercat han assenyalat es troben les següents:

- **Creixent competència nacional i internacional.** Una part important de les destinacions turístiques tradicionals i emergents s'ha fixat entre les seves prioritats estratègiques el desenvolupament del turisme de reunions, la qual cosa està augmentant el nivell de competència que hi ha.
- **La proliferació de palaus de congressos en destinacions competidores.** La construcció de nous palaus de congressos en destinacions competidores directes i en destinacions emergents dificulta la competitivitat de les Balears.
- **L'aposta forta de destinacions competidores pel segment de reunions.** Moltes destinacions competidores han apostat per la construcció d'infraestructures grans per a reunions i, a més, pel desenvolupament d'hotels nous de quatre i cinc estrelles adaptats a les seves necessitats, la qual cosa complica la competitivitat de les Balears.
- **Desestabilització internacional.** Les crisis internacionals, tant econòmiques com polítiques, afecten negativament el mercat de reunions, com es va apreciar després dels atemptats de l'11 de setembre.
- **Reducció de la competitivitat.** El constant augment de les despeses a les Balears, a causa, entre altres qüestions, dels processos inflacionistes

posteriors a l'entrada de l'euro, pot generar una reducció de la competitivitat de les Balears en el mercat turístic en general i de manera especial en el mercat de reunions.

#### **6.4. Oportunitats**

Per oportunitats s'entenen les modificacions en l'entorn, incloent les provocades pels competidors, que posin la destinació en situació d'avantatge competitiu o suposin una millora en les possibilitats de desenvolupament del sector. Entre les principals que els operadors turístics i els experts en el segment de mercat han assenyalat es troben les següents:

- **El desenvolupament de noves infraestructures adequades al turisme de reunions.** El futur Palau de Congressos de Palma, amb els auditoriums d'Alcúdia i Sa Mònica -aquest darrer a Cala Millor-, el palau de congressos gairebé acabat a Santa Eulàlia -Eivissa- i els projectes de Ciutadella i es Mercadal, permetran crear una xarxa d'infraestructures que, sempre que es dimensionin adequadament i estiguin tecnològicament ben dotades, pot permetre millorar el posicionament de les Balears en el mercat de reunions i, especialment, en el de les reunions d'una quantitat mitjana, mitjana-gran de participants.
- La construcció d'un nou palau de fires i congressos a Palma hauria de dur implícita també la **convocatòria de noves exposicions internacionals altament especialitzades**, promogudes per la pròpia institució fira o per organitzacions privades especialitzades. Aquestes exposicions haurien d'estar acompanyades de congressos internacionals de grau mitjà.
- **Culminació de projectes de renom internacional.** Alguns projectes finalitzats recentment, com la capella de la catedral dissenyada per Miquel Barceló, poden contribuir a augmentar el valor de la destinació a partir d'atributs diferents i complementaris als tradicionals.
- **La flexibilització i la diversificació de fonts en la contractació turística vacacional** poden afavorir la comercialització del producte turístic de les Balears i que més hotels puguin accedir més fàcilment a treballar amb el

turisme de reunions, la qual cosa pot millorar considerablement la qualitat de l'oferta.

- **La millora de la connexió** gràcies a la irrupció de les companyies de baix cost afavorirà el trànsit entre els principals mercats emissors europeus i les Balears. Si s'aconsegueix expandir aquesta millora en la connexió cap a mercats diferents als tradicionals britànic i alemany, les possibilitats de la destinació augmenten moltíssim.

## CONCLUSIONS I RECOMANACIONS

### *Conclusions*

A continuació resumim les conclusions principals que es poden extreure de l'estudi:

- **S'aprecia una tendència creixent, encara que amb alts i baixos, en la importància del turisme de congressos en l'àmbit mundial. El lideratge d'Europa** en aquest mercat, amb una quota aproximada del 58%, queda patent.
- **Hi ha un reduït nombre de ciutats, encapçalades per Viena, especialitzades en acollir grans esdeveniments.** En concret, les 14 ciutats més importants reben el 24% del total de les grans reunions mundials, generades principalment per sectors relacionats amb la medicina i la ciència i que solen tenir un patró estacional de realització concentrat en primavera i tardor.
- **A Espanya**, hi ha dos tipus d'estimacions sobre el nombre de turistes de reunions: les estimacions efectuades per l'Spanish Convention Bureau, que recullen les dades dels seus associats, i les elaborades pel programa METURE, que intenten efectuar una estimació total a partir d'una mostra. Ambdues estimacions constaten una evolució positiva en el nombre de reunions i de turistes. En concret, les dades del programa METURE (més generals) permeten observar com s'ha passat de **8.310 reunions i 1,6 milions de turistes a l'any 2000 a les 18.566 reunions i 2,9 milions de turistes en 2004, dels quals es beneficien principalment les comunitats de Madrid, Catalunya i Andalusia.**
- **A les Balears, el nostre treball ens ha permès calcular el nombre de turistes de reunions i xifrar-lo en 147.207 turistes en 2005**, repartits entre els 137.759 turistes de reunions en establiments hotelers i els 9.448 turistes de reunions en seus o emplaçaments no hotelers. En 2006 el nombre de turistes de reunions s'estima en 167.261, repartits entre els 157.045 turistes de reunions en establiments hotelers i els 10.216 turistes

de reunions en seus no hoteleres.

- **Per illes, s'aprecia la posició dominant que té Mallorca** en el conjunt d'aquest segment, ja que representa el 90,1% del total de turistes de reunions, mentre que Menorca representa el 4,8% i Eivissa-Formentera el 5,1%.
- **Les Balears estan especialitzades en reunions que tenen una quantitat de participants petita i mitjana**, generalment inferior a 50 persones, amb una clara concentració en els mesos de primavera i tardor. Els seus principals mercats emissors són l'espanyol, seguit molt de prop per l'alemany i, a més distància, pel britànic.
- **El perfil dels turistes de reunions** pot establir-se sobretot com a masculí, d'entre 35 i 45 anys, que ocupa llocs professionals de responsabilitat, que viatja tot sol, finançat per la seva empresa o institució en la qual treballa, que s'allotja en hotels d'alta categoria, declara una estada mitjana a les Balears de 4,6 dies i assegura que el seu principal interès en la reunió és de tipus professional.
- **En general, els turistes de reunions mostren uns nivells de satisfacció elevats**, que en una escala d'1 a 10 se situarien al voltant de 8. La immensa majoria visiten la ciutat en la qual es du a terme la reunió i valoren de manera especialment positiva l'oferta d'oci i d'entreteniment i l'entorn mediambiental i arquitectonico-monumental, mentre que valoren pitjor el renou, els transports públics i la neteja de la ciutat. En el conjunt dels aspectes la valoració mínima s'acosta al 7 en una escala d'1 a 10.
- **En l'anàlisi de l'oferta, hem detectat una gran oferta d'infraestructures per a fer reunions d'una petita-mitjana quantitat de participants en la planta hotelera** i un conjunt d'infraestructures de dimensions més grans que en general presenten uns índexs d'ús limitats per al mercat de congressos i reunions. Els hotels que es dediquen de manera significativa al mercat de reunions declaren una influència positiva en la prolongació de la temporada, i afirmen que els permet augmentar el nombre de mesos que tenen oberts. Per als hotels que únicament es dediquen al turisme de reunions de manera marginal aquest aspecte té menys importància.

- **Les perspectives de creixement del sector són positives.** La majoria d'establiments hotelers preveuen creixements, i abunden els que esperen creixements d'entre el 3% i el 5% anual. Per contra, les seues no hoteleres preveuen un cert estancament del sector.
- **La despesa aproximada dels turistes de reunions s'estructura** de la manera següent: les inscripcions costen uns 357,8 € per persona; la despesa en transport des del lloc d'origen al lloc de reunió, 217,9 € i la despesa per dia en allotjament puja a 104,7 €. Finalment, la despesa mitjana a les Balears per dia d'estada s'estima en 98,9 €, que inclou la despesa en restaurants, que puja a 38,5 € per persona i dia, els 29,2 € que es gasten per persona i dia en entreteniment, els 20,5 € en compres, i el transport intern en el lloc de reunió, que suposa 9,2 €.
- **L'impacte econòmic.** Tenint en compte que un 40% dels turistes no satisfà inscripcions, i assumint que tan sols un 50% de les despeses de transport fins al lloc de destinació repercuteixen en ell, podem calcular que l'impacte econòmic per dia d'estada dels turistes és de 273,1 €, que, multiplicat per les 678.624 estades estimades, **ens dona un impacte econòmic de 185,3 milions d'euros per a l'any 2005. Extrapolant les mateixes dades a les estimacions de 2006, l'impacte econòmic pujaria a 210,6 milions d'euros.**

En definitiva, en un entorn de gran competència nacional i internacional, el sector del turisme de reunions a les Balears queda caracteritzat pel seu gran dinamisme, amb una especialització forta en reunions d'una quantitat de participants petita i mitjana gestionades per un grup reduït d'operadors especialitzats, i complementat per un nombre més gran d'altres operadors que actuen a una escala molt inferior. En contrapartida s'observa una presència limitada en el mercat de les reunions d'una quantitat de participants mitjana-gran. En qualsevol cas, les dades estimades d'estades generades, la seva distribució estacional i l'impacte econòmic posen de manifest la importància del segment de turisme de reunions i l'interès per a les Balears.

## **Recomanacions**

A partir dels resultats obtinguts i de les observacions realitzades, pareix raonable efectuar les recomanacions següents destinades a millorar la competitivitat de les Balears en el sector del turisme de reunions:

- Millorar la promoció de les Balears com a destinació de reunions a l'àmbit internacional. Queda molt camí per recórrer en la millora de la notorietat de les destinacions de les Balears en el mercat de congressos, convencions i incentius. En aquest sentit, és recomanable l'actuació a través de canals especialitzats (màrqueting directe, correu electrònic, viatges educacionals, presentacions i fires especialitzades) amb operadors de congressos i convencions, organitzadors de grups i departaments de recursos humans de companyies grans.
- Desenvolupar un pla de llançament de les noves infraestructures. Les noves infraestructures que estan a punt d'entrar en funcionament i les que estaran disponibles a mitjà termini, proporcionaran a les Balears un conjunt competitiu d'espais per a ser destinades a captar reunions de més participants.
- Desenvolupar un pla específic per a Palma. Palma disposa de certs grans avantatges, infraestructura hotelera, comunicacions, dimensions i atractiu de la ciutat per dur a terme una estratègia de desenvolupament del turisme de reunions d'una quantitat mitjana-gran de participants, per la qual cosa totes les accions específiques destinades a afavorir aquest posicionament serien favorables.
- Fomentar el treball en xarxa de les instal·lacions que hi ha i de les noves. A l'empara de les grans infraestructures emblemàtiques, seria convenient crear estructures de funcionament en xarxa entre les diferents seus de reunions disponibles, especialment entre les de naturalesa pública. La presentació conjunta d'aquesta oferta ajudaria a millorar la notorietat i el posicionament de la destinació entre els operadors de congressos i convencions, oferint una gamma de serveis flexibles que pot satisfer més clients i actuar de dinamitzador del sector en cada una de les àrees d'ubicació, sense que sigui vista per part de l'oferta privada com una competidora més.

- Fomentar, en la mesura que es pugui, millores en les variables fonamentals que un operador professional de congressos té en compte a l'hora de seleccionar una destinació, com són les connexions en vols regulars, que hi hagi bones "Destination Management Companies" i també que hi hagi infraestructures adequades. Per a escollir una destinació amb incentius, també juga un paper molt rellevant l'existència d'una bona oferta complementària i d'atraccions turístiques.
- Intensificar els programes d'accions de dinamització de les destinacions turístiques en temporada baixa. Qualsevol millora en la lluita contra l'estacionalitat turística que generi activitat en les zones en les temporades mitjana i baixa, crearà escenaris més atractius per al desenvolupament d'aquestes activitats. Aquestes actuacions contribuirien a consolidar la competitivitat de les Balears en el sector i millorar la presència en el segment de reunions de més participants.
- Incentivar la dinamització a Eivissa i Menorca de manera especial. En el cas de Menorca i Eivissa, la majoria dels hotels tanquen en temporada baixa. D'aquesta manera, es perd la possibilitat de fer reunions en aquesta època de l'any. Els pocs que obrin es troben amb un entorn turístic i comercial molt poc atractiu, amb gran part de l'oferta complementària tancada. Les noves infraestructures previstes poden contribuir a millorar la presència d'aquest segment a les illes menors; en qualsevol cas, s'ha de ser conscient de la dificultat que suposa el llançament d'aquests centres de congressos i convencions en unes illes amb una estacionalitat forta, unes connexions deficientes en vol regular i una capacitat hotelera en hotels de quatre i cinc estrelles relativament baixa. S'haurà de fer un esforç de creativitat per captar les reunions i planificar programes culturals rics, que ajudin a millorar la competitivitat d'ambdues destinacions turístiques, i s'haurà de dinamitzar tota l'oferta situada en l'entorn d'aquests centres.
- Fomentar l'actualització de l'oferta en seus hoteleres. La flexibilització progressiva de la contractació turística vacacional està provocant canvis substancials en aquest escenari. Els hotels vacacionals tendiran cada vegada més a diversificar les seves fonts de contractació i a flexibilitzar els seus plantejaments, basant-se en el *yield management* (gestió del rendiment). Aquesta tendència afavorirà la receptivitat a l'hora d'acollir

aquest tipus d'esdeveniments i, de manera especial, reunions de pocs participants.

És recomanable per tant fomentar la renovació i l'actualització de la infraestructura de sales en hotels, a més d'incorporar avenços en domòtica i microadaptacions específiques per a aquest perfil de clients (connexions a Internet, centres de treball...).

- Afavorir el turisme d'incentius. El segment d'incentius és un segment d'extraordinari interès per a les Illes Balears, ja que els grups poden ser i duen tendència a ser compatibilitzats perfectament amb l'estructura de contractació, que tendeix a diversificar-se per segments i per orígens entre un nombre més gran d'operadors especialitzats. Les Balears són una destinació que combina un escenari natural i atractiu, unes infraestructures millors que altres zones competidores i una xarxa d'empreses professionals, que tenen capacitat per donar un bon servei.
- Consolidar la recuperació de l'oferta cultural i historicoartística de les diferents zones de les Balears. A part de la seva recuperació objectiva, s'haurà de realitzar un esforç perquè aquesta sigui suficientment coneguda pels agents especialitzats i perquè incrementi el seu valor a través del disseny de serveis turístics especialitzats.

## SIGLES

- **AP.** Administracions públiques.
- **AENA.** Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea.
- **CAEB.** Confederació d'Associacions Empresariales de Balears.
- **CAIB.** Comunitat autònoma de les Illes Balears.
- **CA.** Comunitats autònomes.
- **DMC.** Destination Management Companies.
- **FEHM.** Federación Empresarial Hotelera de Mallorca.
- **ICCA.** International Congress & Convention Association.
- **METURE.** Medició Estadística del Turisme de Reunions a Espanya.
- **OPC.** Empreses Organitzadores Professionals de Congressos.
- **UIB.** Universitat de les Illes Balears.

## BIBLIOGRAFIA

CINCO DÍAS (21, setembre 2000), “Ferias y Congresos. Un negocio en continuo ascenso”. Madrid.

CONSELLERIA DE TURISME (diversos anys), *El turisme a les Illes Balears. Dades informatives*. Palma.

ICCA. INTERNATIONAL CONGRESS & CONVENTION ASSOCIATION (diversos anys), *Annual report*. [Online]. [www.iccaworld.com](http://www.iccaworld.com). Amsterdam.

ICCA. INTERNATIONAL CONGRESS & CONVENTION ASSOCIATION (2006), *International Association Meetings Market. Statistics Report 2005*. [Online]. [www.iccaworld.com](http://www.iccaworld.com). Amsterdam.

ICCA. INTERNATIONAL CONGRESS & CONVENTION ASSOCIATION (2006), *International Association Meetings Market. Statistics Report 1996-2005*. [Online]. [www.iccaworld.com](http://www.iccaworld.com). Amsterdam.

CAEB. CONFEDERACIÓ D'ASSOCIACIONS EMPRESARIALS DE BALEARS (2003), *Turismo de congresos en Balears*. Palma.

MARCHENA, G. (20, abril 2005), “El turismo de congresos crece un 4%”. [Online]. [www.mallorcadiario.com](http://www.mallorcadiario.com). Palma.

SPAIN CONVENTION BUREAU i FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE MUNICIPIOS Y PROVINCIAS (2003 y 2004), *Informe estadístico Turismo de reuniones*. Madrid.

MINISTERIO DE ECONOMÍA. SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO Y TURISMO. SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO. TURESPAÑA (2002, 2004 y 2006), *Turismo de Reuniones. Estudios de Productos Turísticos*, nº5. Madrid.

## WEBS

- [www.aena.es](http://www.aena.es)
- [www.formenterahotelsguide.com](http://www.formenterahotelsguide.com)
- [www.ibizahotelsguide.com](http://www.ibizahotelsguide.com)
- [www.iccaworld.com](http://www.iccaworld.com)
- [www.mallorcadiario.com](http://www.mallorcadiario.com)
- [www.mallorcahotelguide.com](http://www.mallorcahotelguide.com)
- [www.spain.info](http://www.spain.info)
- [www.visitmenorca.com](http://www.visitmenorca.com)



## Col·lecció Estudis Turístics

# El turismo de congresos en las Illes Balears El turisme de congressos a les Illes Balears

### **Inestur** (Institut d'Estratègia Turística)

Ctra. Valldemossa Km. 7,4

Parc Bit (Edifici INESTUR) Parcel·la 2A

07121. PALMA

Tel: 971 17 72 10

Fax: 971 78 46 94

[www.inestur.es](http://www.inestur.es)

### **CAEB** (Confederació d'Associacions Empresarials de Balears)

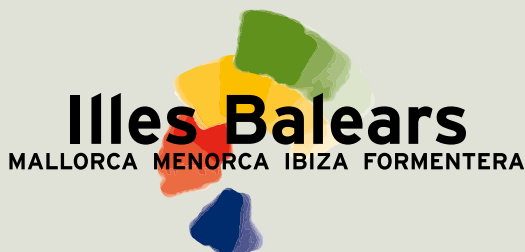
C/ Aragó, 215, 2º

07008. PALMA

Tel: 971 70 60 14

Fax: 971 47 83 83

[www.caeb.es](http://www.caeb.es)



**Govern  
de les Illes Balears**