

# DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO MICE EN CANTABRIA

INFORME FINAL - diciembre 2018

**SITUC**

SISTEMA DE INFORMACIÓN  
TURÍSTICA DE CANTABRIA

**Universidad de Cantabria**  
Grupo de I+D+i de Inteligencia de Marketing

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DEL PROYECTO .....</b>                      | <b>3</b>  |
| <b>2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR MICE .....</b>                         | <b>6</b>  |
| <b>3. OPORTUNIDADES Y AMENAZAS PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA .....</b> | <b>12</b> |
| <input type="checkbox"/> Fases del análisis externo .....                 | 13        |
| <input type="checkbox"/> Oportunidades .....                              | 16        |
| <input type="checkbox"/> Amenazas .....                                   | 31        |
| <b>4. FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE .....</b>   | <b>39</b> |
| <input type="checkbox"/> Fases del análisis interno .....                 | 40        |
| <input type="checkbox"/> Fortalezas .....                                 | 43        |
| <input type="checkbox"/> Debilidades .....                                | 55        |
| <b>5. PROPUESTAS DE ACCIÓN .....</b>                                      | <b>66</b> |
| <b>6. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA .....</b>                                       | <b>71</b> |
| <b>7. EQUIPO INVESTIGADOR .....</b>                                       | <b>74</b> |

# 1. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DEL PROYECTO

¿Qué queremos saber? ¿Y cómo lo vamos a estudiar?

# 1. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DEL PROYECTO

Los objetivos de investigación de este proyecto son:

- (A) Analizar tanto el macroentorno como el mercado MICE, identificando las principales oportunidades y amenazas para la región Cantabria.
- (B) Examinar las capacidades de Cantabria en comparación con las que poseen sus competidores, determinando así las principales fortalezas y debilidades de la región de Cantabria como destino MICE.
- (C) Estudiar los prescriptores e intermediarios en la comercialización del turismo MICE, reconociendo sus roles e importancia en el sector.
- (D) Analizar el perfil de comportamiento de los participantes en eventos organizados en Cantabria.

# 1. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DEL PROYECTO

**Para lograr tales objetivos se emplean los siguientes métodos:**

- Estudio documental apoyado en publicaciones y estadísticas sobre el entorno, competencia y mercado MICE.
- Estudio de las prácticas que realizan los principales destinos españoles que compiten con Cantabria en la atracción del turismo MICE.
- Estudio cualitativo con agentes clave tanto en la prescripción, intermediación como en la organización del turismo MICE en la región de Cantabria: Focus group y entrevistas en profundidad.
- Estudio cuantitativo sobre el perfil comportamental del turista MICE en Cantabria: Encuestas personales a participantes en congresos y otras reuniones en la región.

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR MICE

¿Qué entendemos por sector MICE? ¿Quiénes son sus actores?  
¿Y cuál es su relevancia en la actualidad?

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR MICE

**El sector MICE incluye, siguiendo el criterio establecido por *Spain Convention Bureau*, los siguientes tipos de eventos:**

- ❑ **Congresos:** reuniones no orientadas al negocio, con una frecuencia generalmente fija, en la que los participantes se reúnen en un sitio y momento predeterminado para discutir sobre una determinada temática (*p.ej. médico-sanitaria, científica, tecnológica, cultural, económico-comercial, pública, universitaria, etc.*)
- ❑ **Convenciones:** reuniones corporativas que están orientadas a los negocios y donde los participantes representan a una empresa, grupo empresarial y/o a sus clientes/proveedores/distribuidores.
- ❑ **Jornadas/Seminarios/Symposiums:** reuniones especializadas de carácter técnico y/o académico que abordan en profundidad ciertas temáticas

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR MICE

Los principales actores o agentes que participan en el sector MICE son (Sampedro, 2017):

- ❑ Compradores/iniciadores:
  - ❑ Asociaciones/Instituciones Gubernamentales.
  - ❑ Asociaciones/Instituciones No Gubernamentales.
  - ❑ Clientes corporativos.
  
- ❑ Organizadores profesionales:
  - ❑ Agencias de viajes especializadas.
  - ❑ Agencias de marketing y comunicación.
  - ❑ Agencias de receptivo y DMC (*Destination Management Companies*).
  - ❑ Organizadores de eventos y reuniones.
  - ❑ Organizadores profesionales de congresos.

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR MICE

- Destino:
  - Administraciones turísticas
  - Alojamientos turísticos
  - Comercios
  - Sedes (palacios de congresos, salas de hoteles,...)
  - Servicios de guías, azafatas y personal auxiliar
  - Servicios de transporte
  - Servicios de ocio y entretenimiento
  - Servicios de restauración
  - Servicios técnicos audiovisuales y de producción/comunicación
  - Servicios turísticos

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR MICE

### Contribución del sector MICE a nivel nacional

| Años              | 2014       | 2015       | 2016       | 2017       |
|-------------------|------------|------------|------------|------------|
| Eventos           | 19.084     | 21.657     | 25.112     | 24.960     |
| Delegados         | 3.657.526  | 3.690.772  | 3.856.630  | 3.995.300  |
| Impacto Económico | 5.045 mn € | 5.172 mn € | 5.929 mn € | 6.130 mn € |

Fuente: Spain Convention Bureau (2018).

En los últimos 4 años, destaca el **crecimiento sostenible** experimentado tanto en el “número de participantes” como en el “impacto económico” generado en el país.

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SECTOR MICE

### Contribución del sector MICE a nivel local

| Años              | 2014      | 2015      | 2016     | 2017      |
|-------------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Eventos           | 299       | 313       | 327      | 462       |
| Delegados         | 46.839    | 48.049    | 49.797   | 60.350    |
| Pernoctaciones    | 101.823   | 108.791   | 117.573  | 151.293   |
| Impacto económico | 24,5 mn € | 26,2 mn € | 28,3 mn€ | 36,4 mn € |

Fuente: Santander Convention Bureau (2018).

No sólo **ha crecido significativamente** el número de “participantes”, sino también el relativo a “eventos”, “pernoctaciones” e “impacto económico” generado en la ciudad de Santander (*catalizadora del turismo MICE en la región de Cantabria*).

### **3. OPORTUNIDADES Y AMENAZAS PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA**

**¿Qué aspectos más relevantes destacan las publicaciones sobre este sector?**

**¿Y cómo los valoran los expertos para nuestra región?**

## FASES DEL ANÁLISIS EXTERNO

### 3. OPORTUNIDADES Y AMENAZAS PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

La identificación de Oportunidades / Amenazas se lleva a cabo en varias fases:

- **FASE 1:** Se revisan diferentes publicaciones especializadas sobre el sector MICE, tanto a nivel nacional como internacional, con objeto de poner de relieve el conjunto de oportunidades y amenazas para los destinos MICE en general.
- **FASE 2:** El conjunto de oportunidades y amenazas, identificado en la fase 1, se somete a la evaluación de varios expertos del sector MICE en Cantabria. El objetivo es identificar cuáles son las oportunidades y amenazas más relevantes para Cantabria como destino MICE.

### 3. OPORTUNIDADES Y AMENAZAS PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

En particular, en la fase 2 se llevaron a cabo entrevistas en profundidad a profesionales de las siguientes empresas representantes del sector MICE en la región de Cantabria:

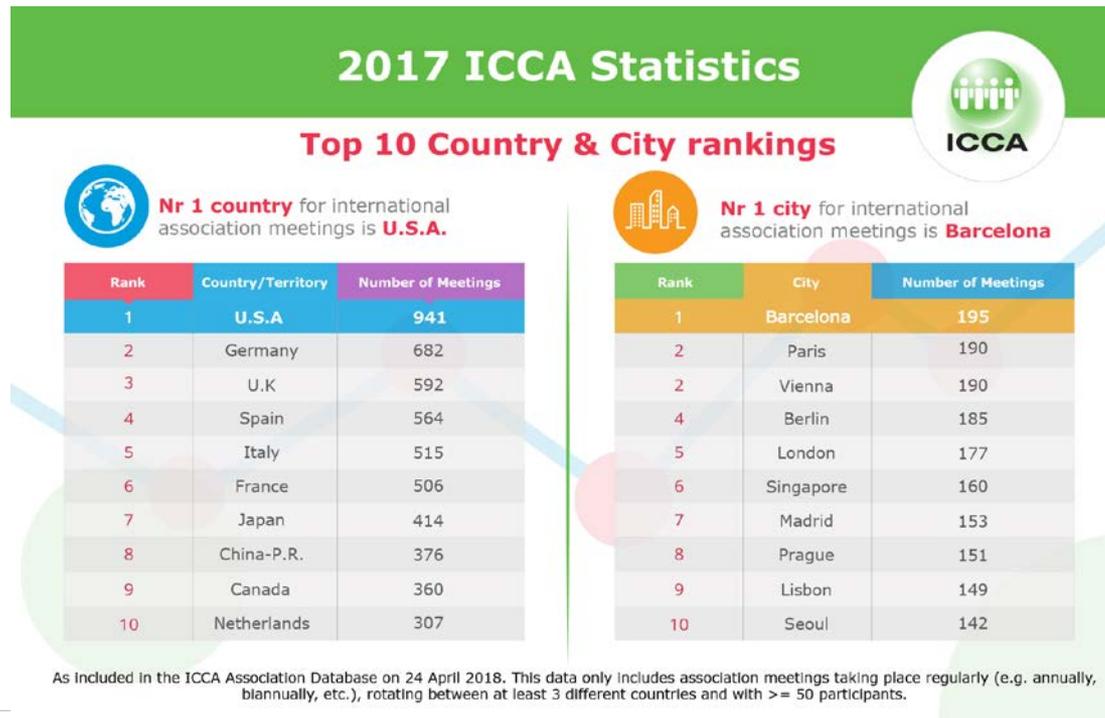


# OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

### 3. OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

Analizando el sector MICE a nivel internacional, se identifican las siguientes oportunidades (i):

- Posición privilegiada de España como destino MICE >> Efecto positivo para la imagen y posicionamiento del conjunto de destinos españoles.



### 3. OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

#### Analizando el sector MICE a nivel internacional... oportunidades (ii):

- Situación geopolítica negativa de algunos destinos competidores de España en cuanto al turismo MICE >> Efecto positivo en la atracción de turismo MICE para el conjunto de destinos españoles.
- Aumento progresivo del gasto en viajes de negocios, que podría alcanzar los 1,6 billones de euros en el año 2020 >> Creciente impacto económico de este tipo de turismo para los destinos españoles.
- Presencia de “influencers” con un protagonismo relevante en la industria MICE a nivel global >> Oportunidad para los destinos MICE de desarrollar, individual o conjuntamente, una interlocución estable con tales agentes.

### 3. OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

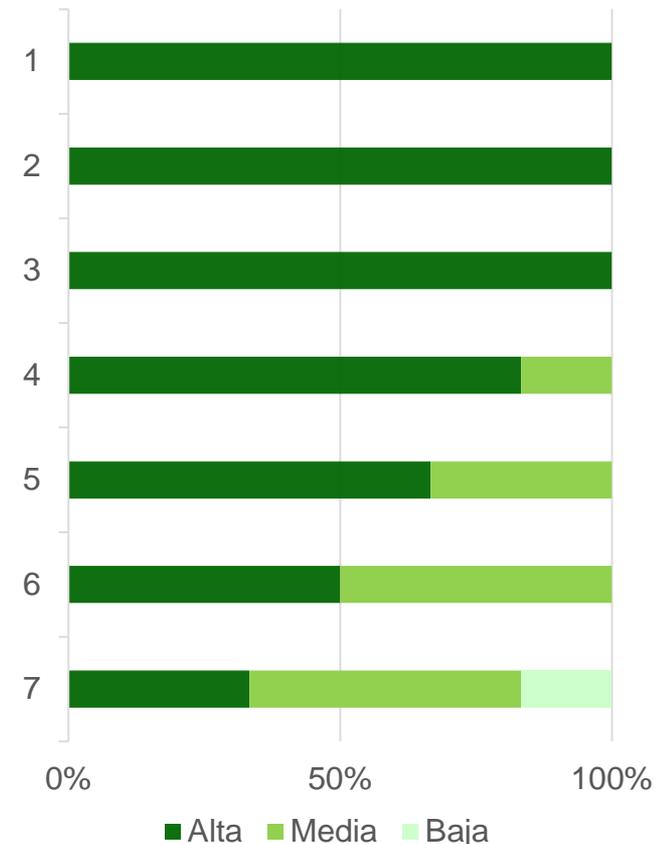
#### Analizando el sector MICE a nivel internacional... oportunidades (iii):

- Preferencia por los destinos seguros dada la creciente preocupación por la seguridad “física” (*p.ej. riesgo de atentados*) e, incluso, “jurídica” >> Oportunidad para España en general y, muy especialmente, para Cantabria, que es percibida muy segura por los turistas internacionales.
- Mayor apertura del viajero a la diversidad de destinos >> Oportunidad para los destinos MICE más pequeños, como es el caso de Cantabria.
- Tendencia “*Bleisure*” (*Business + Leisure*), donde los viajeros prorrogan cada vez más sus viajes para disfrutar del destino, buscando nuevas experiencias >> Oportunidad para los destinos MICE que cuentan con una oferta complementaria concentrada en el espacio, como es el caso de la región de Cantabria.

### 3. OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

#### Importancia de las Oportunidades (contexto internacional) para los expertos del sector MICE en Cantabria:

1. Aumento del gasto en viajes de negocios.
2. Mayor apertura del viajero a la diversidad de destinos.
3. Tendencia “*Bleisure*” (*Business + Leisure*).
4. Preferencia de los viajeros por los destinos seguros
5. Posición privilegiada de España a nivel MICE.
6. Presencia de “influencers” relevantes en la industria MICE a nivel global.
7. Negativa situación geopolítica de algunos destinos MICE competidores de España.



### 3. OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

Analizando el sector MICE a nivel nacional, se identifican las siguientes oportunidades (i):

- Se ha consolidado el crecimiento del nº total de reuniones y de participantes (periodo 2013-2017).
  - *Congresos*: + 62% en nº de reuniones y + 32% en nº de participantes.
  - *Convenciones*: + 26% y + 20%, respectivamente.
  - *Jornadas/seminarios/simposiums*: + 15% y - 2%, respectivamente.
- En particular, destaca el aumento del nº de congresos y convenciones tanto “nacionales” como “internacionales” (desde el año 2013).
- Asimismo, desde el año 2013, se ha observado una notable recuperación de la demanda española, representando en 2017 más del 70% del total de participantes en reuniones.

### 3. OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

#### Analizando el sector MICE a nivel nacional... oportunidades (ii):

- Las regiones de Madrid (25,3% en 2017) y Cataluña (18,1%) son las que más participantes en reuniones generan para los destinos MICE.
- Se mantienen como principales sectores generadores de reuniones el “médico-sanitario” (21,6% de cuota en 2017) y el “económico/comercial” (cuota del 20%).
- Significativa contribución del sector MICE a reducir la estacionalidad de los destinos, destacando el nº de reuniones celebradas en el mes de mayo (en torno al 18% del total en 2017).
- Incremento significativo de la duración de la visita en el destino MICE, casi 1 día más si se compara con el año 2010. En particular, en 2017 el 34% de las reuniones duran ya 3 días o más .

### 3. OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

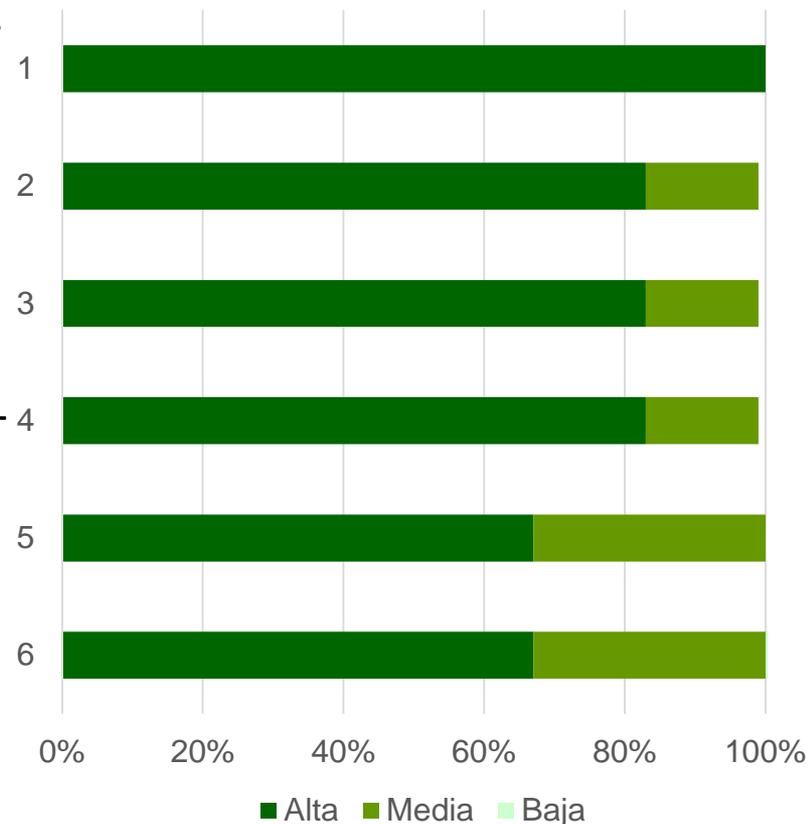
#### Analizando el sector MICE a nivel nacional... oportunidades (iii):

- Desde el año 2013, se ha producido un **aumento significativo del gasto de los participantes en reuniones**. En 2017, las cuotas de gasto son las siguientes: 34,6% alojamiento, 25,9% inscripción, 15,2% comida, 11,4% compras, 8,9% ocio y 4,0% otros.
- **Crecimiento de las ciudades de 100.000-200.000 habitantes**, que en el año 2017 albergó más del 10% de las reuniones celebradas en España y de los participantes en las mismas.
- **Más de la mitad de las reuniones celebradas en España tienen un volumen inferior a 250 participantes** (en 2017 este tipo de reuniones representó el 67% del total).

### 3. OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

#### Importancia de las Oportunidades (contexto español) para los expertos del sector MICE en Cantabria:

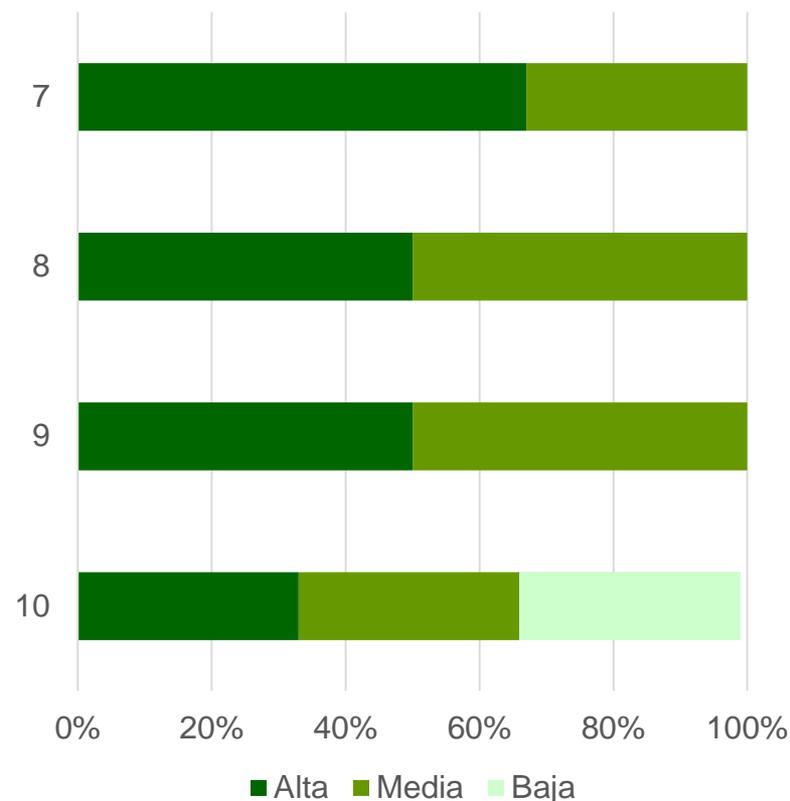
1. Contribución del turismo MICE a reducir la estacionalidad de los destinos.
2. Incremento significativo de la duración de la visita en el destino MICE.
3. Aumento del gasto realizado por los participantes en reuniones.
4. Crecimiento de las ciudades de 100.000-200.000 habitantes.
5. Recuperación de la demanda española.
6. Aumento de las reuniones nacionales e internacionales.



### 3. OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

#### Importancia de las Oportunidades (contexto español) para los expertos del sector MICE en Cantabria:

7. Crecimiento significativo de congresos y convenciones.
8. Principales sectores MICE: médico / sanitario y económico / comercial.
9. La mayor parte de las reuniones en España tienen un volumen inferior a 250 participantes.
10. Madrid y Cataluña: regiones que más participantes generan.



### 3. OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

**Analizando el sector MICE en relación con los servicios de organización de reuniones y eventos, se identifican las siguientes oportunidades (i):**

- Gran potencial de las nuevas herramientas de comunicación, como son Internet y las redes sociales, para la difusión del evento (antes, durante y después de su realización) >> Oportunidad para los destinos MICE de **incrementar su notoriedad y prestigio** tanto dentro como fuera del territorio.
- Creciente uso de la tecnología en el desarrollo de los eventos (p.ej. *Retransmisión en streaming*) >> Oportunidad para los destinos MICE de alcanzar un **mayor número de participantes en las reuniones (*participantes virtuales*)**, sin los problemas motivados por las limitaciones físicas (de aforo) de sedes, alojamientos hoteleros,...

### 3. OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

#### Analizando el sector MICE en relación con los servicios de organización de reuniones y eventos... oportunidades (ii):

- Uso generalizado de las redes sociales entre los participantes en las reuniones, lo que facilita el conocimiento de sus comentarios y experiencias en tiempo real >> Oportunidad para los profesionales de identificar áreas de mejora y actuar inmediatamente (durante las propias reuniones).
- Gran potencial de las APPs para mejorar la experiencia en destino de los participantes en las reuniones >> Oportunidad para ofrecer información en tiempo real de las actividades turísticas en destino, así como para favorecer su contratación a través de este canal y de la Web del destino.

### 3. OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

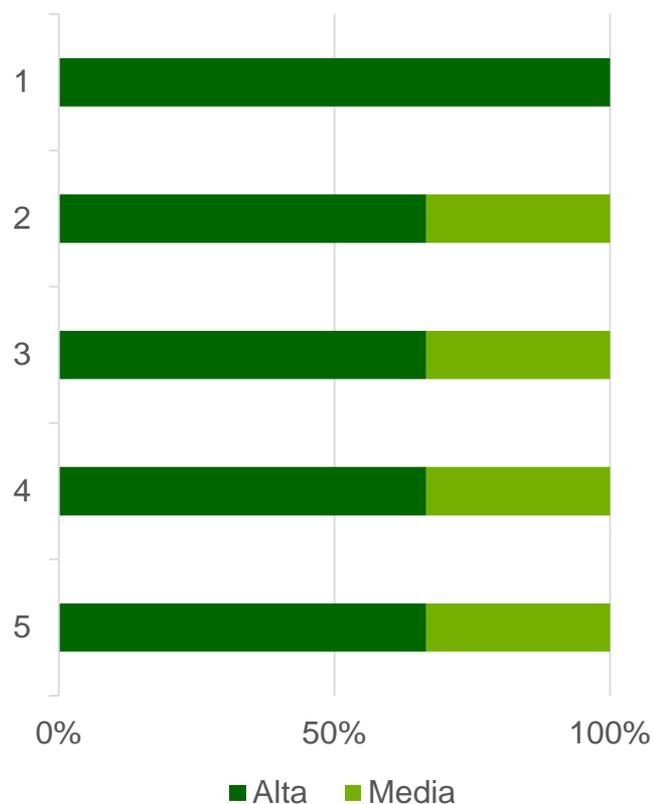
#### Analizando el sector MICE en relación con los servicios de organización de reuniones y eventos... oportunidades (iii):

- Creciente interés de los destinos a colaborar con otros lugares, de su mismo país o incluso de otro, en la organización de eventos a nivel asociativo (no tanto corporativo) – tendencia a la “Coopetition”, no a la “Competition”.
  - >> Oportunidad para profesionales y responsables de los destinos MICE de establecer alianzas de colaboración con otros destinos para la organización de reuniones periódicas de carácter nacional y/o internacional.

### 3. OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

#### Importancia de las Oportunidades (servicios de organización) para los expertos del sector MICE en Cantabria:

1. Creciente interés de los destinos a colaborar.
2. Conciencia de las empresas para crear programas de viaje más flexibles y adaptados a sus necesidades.
3. Creciente uso de la tecnología en el desarrollo de los eventos.
4. Uso generalizado de las redes sociales entre los participantes en las reuniones.
5. Gran potencial de las App para mejorar la experiencia en destino de los participantes.



### 3. OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

#### Otras oportunidades para el turismo MICE en Cantabria (sugeridas por los expertos del sector):

- Popularidad de los eventos como herramienta de formación y motivación para las empresas >> Oportunidad para potenciar el segmento corporativo para los destinos MICE.
- Carácter rotatorio de los diferentes tipos de eventos y reuniones >> Mayores posibilidades de colaboración entre destinos MICE tanto a nivel nacional como internacional.
- Tendencia de los viajeros a la preocupación por el medioambiente y a la demanda de “*Wellness*” >> Oportunidad para aportar valor a la experiencia de los participantes MICE con actividades de turismo de naturaleza y de salud.

## AMENAZAS PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

### 3. AMENAZAS PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

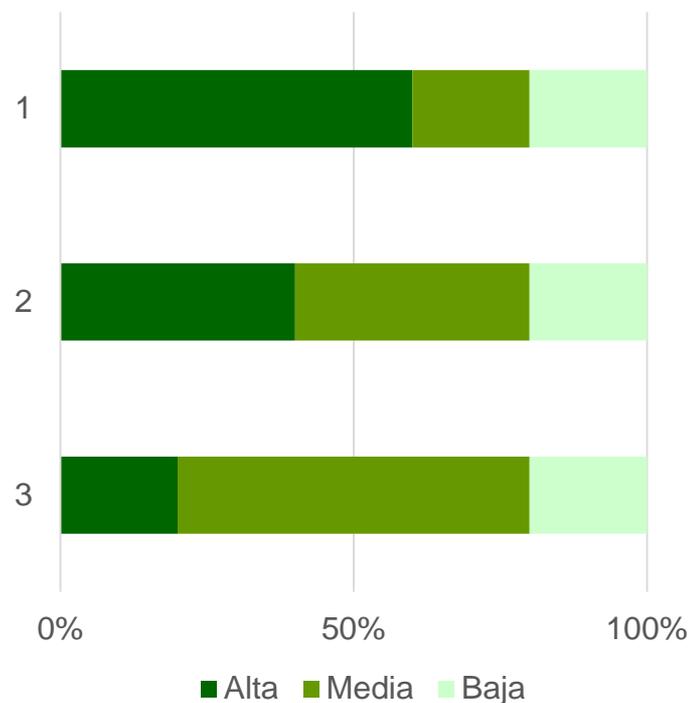
**Analizando el sector MICE a nivel internacional, se identifican las siguientes amenazas:**

- **Recuperación de las empresas**, conllevando desplazamientos de mayor distancia para sus reuniones. En particular, existe un **creciente interés en destinos internacionales como Estados Unidos o Sudamérica** (frente a los destinos nacionales).
- **Multicanalidad en los viajes de empresa**, con especial énfasis en el uso del móvil para la contratación del evento >> Exige a los destinos MICE la incorporación de nuevos canales de comercialización, así como su integración con los actuales.
- **Menor antelación en la realización de las reservas** >> Exige a los destinos MICE una mayor capacidad de adaptación.

### 3. AMENAZAS PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

#### Importancia de las Amenazas (contexto internacional) para los expertos del sector MICE en Cantabria:

1. Creciente interés de las empresas en los destinos internacionales.
2. Multicanalidad en la contratación de los viajes de empresa.
3. Menor antelación en la realización de las reservas.



### 3. AMENAZAS PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

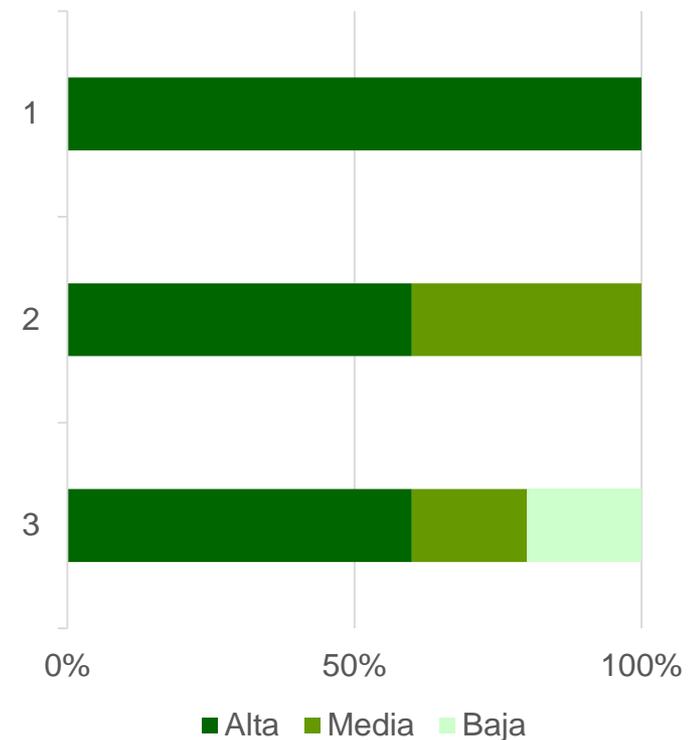
**Analizando el sector MICE a nivel nacional, se destacan las siguientes amenazas vinculadas con los competidores más directos:**

- **Asturias:** Nuevos espacios, mayor capacidad (en Laboral Ciudad de la Cultura) y mejora de los servicios (en Palacio de Congresos de Gijón) dentro de su apuesta decidida por “Innovación” y “Servicio”.
- **Galicia:** Potenciación del turismo MICE a través del proyecto “Galicia MICE”, que aúna a las principales entidades del sector (OPC Galicia, APCG, HOSPECO y ASEHOPO) e implementa una plataforma online que facilita la comercialización del turismo MICE.
- **País Vasco:** Potenciación de la oferta de congresos de Euskadi a nivel internacional por parte de BasqueTour.

### 3. AMENAZAS PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

#### Importancia de las Amenazas (competencia a nivel nacional) para los expertos del sector MICE en Cantabria:

1. **País Vasco:** Potenciación de la oferta de congresos por parte de BasqueTour.
2. **Asturias:** Nuevos espacios, mayor capacidad y mejora de los servicios.
3. **Galicia:** Potenciación del turismo MICE a través del proyecto “Galicia MICE”.



### 3. AMENAZAS PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

**Analizando el sector MICE en relación con los servicios de organización de reuniones y eventos, se identifican las siguientes amenazas:**

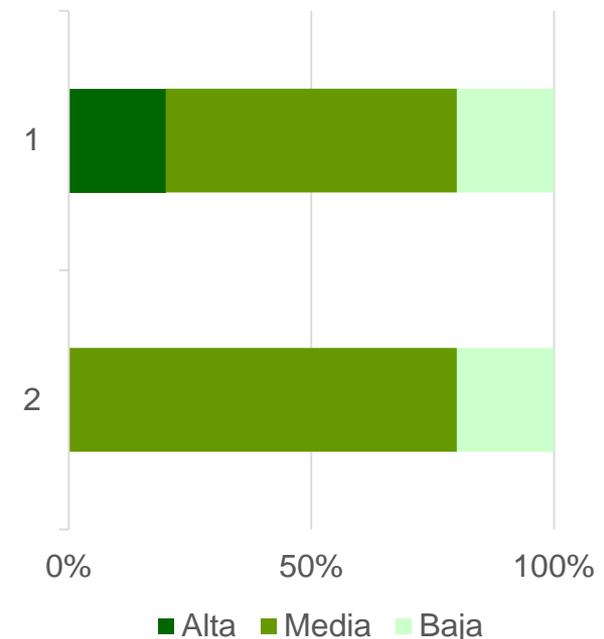
- Afianzamiento de las herramientas de auto-reserva (*Self Booking Tools – SBT*) en la gestión de los desplazamientos corporativos – p.ej. “KDS Neo” ([www.kds.com](http://www.kds.com)), “Concur” ([www.concur.com](http://www.concur.com)), “Travel Manager System” ([www.momondo.pro](http://www.momondo.pro))...
- En particular, el mayor uso de las *SBT* se da entre empresas con “elevada proporción de *millenials*” y en viajes con “vuelos punto a punto” >> Clara amenaza para las agencias de viajes especializadas en el sector MICE.

*Estas agencias deberían centrarse en “reservas multi-destinos” y en “desplazamientos lejanos y donde estén implicados varios empleados de la corporación”, poniendo en valor su profesionalidad y su trato personalizado.*

### 3. AMENAZAS PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

#### Importancia de las Amenazas (servicios de organización) para los expertos del sector MICE en Cantabria:

1. Afianzamiento de las herramientas de auto-reserva en la gestión de los desplazamientos corporativos.
2. Mayor uso de las herramientas de auto-reserva empresas por millenials y en viajes “punto a punto”.



### 3. AMENAZAS PARA EL SECTOR MICE EN CANTABRIA

#### Otras amenazas para el turismo MICE en Cantabria (sugeridas por los expertos del sector):

- Ayudas al sector ofrecidas en comunidades autónomas limítrofes >> Amenaza en términos de desventaja competitiva para el sector MICE en Cantabria.
- Atomización del mercado de “compradores” >> Mayores dificultades para la comercialización del producto MICE, especialmente para los destinos más pequeños.
- Existencia de un nº elevado de intermediarios en la comercialización del producto MICE >> Mayor competencia para las empresas del sector, así como mayores dificultades para controlar el posicionamiento del producto MICE de la región en el mercado.

## **4. FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE**

**¿En qué aspectos nuestra región es más fuerte que sus competidores en el contexto MICE?  
¿Y en cuáles es más débil?**

## FASES DEL ANÁLISIS INTERNO

## 4. FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE

La identificación de Fortalezas / Debilidades se lleva a cabo en varias fases (i):

- **FASE 1:** Se utiliza el **Informe URBANTUR (2016)** para destacar los recursos y capacidades de la ciudad de Santander, catalizadora del desarrollo del turismo MICE en Cantabria, en **comparación con los principales destinos MICE competidores en España.**

En particular, para cada uno de los ítems relevantes de comparación recogidos en URBANTUR (2016), se procede a catalogar la posición de cada destino MICE según la siguiente leyenda:



## 4. FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE

La identificación de Fortalezas / Debilidades se lleva a cabo en varias fases (ii):

- FASE 2: Las fortalezas y debilidades identificadas en la fase 1 se complementan con:
  - (a) las entrevistas a los expertos indicados en el apartado 3 (p.15); y
  - (b) los resultados de las encuestas a 132 participantes en varios eventos celebrados en Santander (septiembre – noviembre 2018), entre los que destacan los organizados por:



## FORTALEZAS DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE

## 4. FORTALEZAS DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (URBANTUR 2016 - Servicios)

- Rapidez del trayecto en transporte público a la ciudad >> Fortaleza a la hora de proporcionar comodidades al turista MICE en sus desplazamientos a la ciudad (entorno donde se realizan habitualmente las reuniones).

|                   | SANTANDER | A CORUÑA | BILBAO | SANTIAGO | SAN SEBASTIÁN | GIJÓN |
|-------------------|-----------|----------|--------|----------|---------------|-------|
| Posición relativa | 1         | 2        | 2      | 3        | 4             | 5     |

- Coste del servicio de taxi >> Fortaleza necesaria para potenciar este transporte en los desplazamientos del turista MICE por la ciudad.

|                   | SANTANDER | BILBAO | A CORUÑA | GIJÓN | SAN SEBASTIÁN | SANTIAGO |
|-------------------|-----------|--------|----------|-------|---------------|----------|
| Posición relativa | 1         | 2      | 3        | 4     | 5             | n.d.     |

## 4. FORTALEZAS DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (URBANTUR 2016 - Servicios)

- **Dotación de servicios para el turista MICE** – p.ej. OPCs, AA.VV con departamento de congresos, servicios de traducción y audiovisuales ... >> Fortaleza para favorecer la atracción del turismo MICE y garantizar una experiencia de calidad.

|                   | SANTANDER | A CORUÑA | SANTIAGO | SAN SEBASTIÁN | GIJÓN | SANTIAGO |
|-------------------|-----------|----------|----------|---------------|-------|----------|
| Posición relativa | 1         | 2        | 3        | 4             | 5     | 6        |

## 4. FORTALEZAS DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (URBANTUR 2016 - Restauración)

- Dotación de servicios de restauración de categoría alta >> Fortaleza para poder acoger congresos y reuniones de elevada categoría profesional y/o social, sólo superados en este caso por Bilbao.

|                   | BILBAO | SANTANDER | SAN SEBASTIÁN | A CORUÑA | GIJÓN | SANTIAGO |
|-------------------|--------|-----------|---------------|----------|-------|----------|
| Posición relativa | 1      | 2         | 2             | 3        | 4     | 4        |

## 4. FORTALEZAS DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (URBANTUR 2016 - Oferta complementaria)

- **Atractivo de tradiciones y fiestas populares** >> Fortaleza para mejorar la experiencia (cultural) del turista MICE, sólo superados por A Coruña.

|                   | A CORUÑA | SANTANDER | SAN SEBASTIÁN | BILBAO | GIJÓN | SANTIAGO |
|-------------------|----------|-----------|---------------|--------|-------|----------|
| Posición relativa | 1        | 2         | 2             | 2      | 2     | n.d.     |

- **Libertad de apertura comercial** (turismo shopping) >> Fortaleza para mejorar la experiencia (de compras) del turista MICE, sólo superados por San Sebastián.

|                   | SAN SEBASTIÁN | SANTANDER | BILBAO | GIJÓN | A CORUÑA | SANTIAGO |
|-------------------|---------------|-----------|--------|-------|----------|----------|
| Posición relativa | 1             | 2         | 3      | 4     | 5        | 5        |

## 4. FORTALEZAS DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (EXPERTOS MICE DE LA REGIÓN)

### Otras fortalezas de Cantabria según los expertos del sector MICE (i):

#### a) *Servicios para los participantes en eventos*

- Variedad de sedes para acoger los eventos, lo que permite atraer distintos segmentos de turismo MICE.
- Disponibilidad de amplios recursos tecnológicos en las sedes, generando así una experiencia de calidad, en el plano técnico, a los participantes.
- Posibilidad de ofrecer un trato preferente y más personalizado en relación con las grandes ciudades, garantizando la satisfacción de los participantes.
- Existencia de una amplia red de proveedores profesionales, lo que favorece la eficiencia y eficacia en la organización de los eventos.

## 4. FORTALEZAS DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (EXPERTOS MICE DE LA REGIÓN)

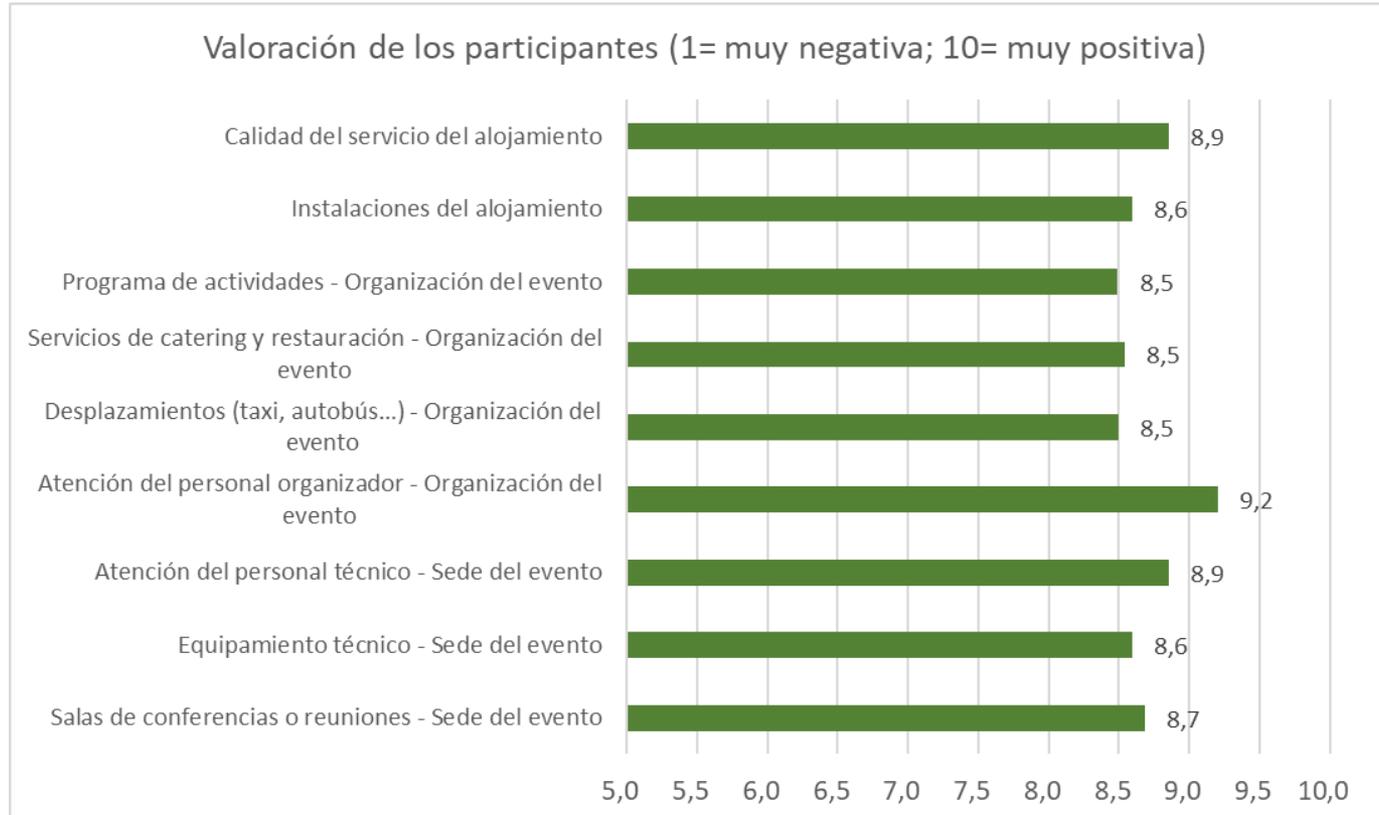
### Otras fortalezas de Cantabria según los expertos del sector MICE (ii):

#### **b) Oferta complementaria**

- Nivel de precios competitivos, lo que favorece la elección de Cantabria como destino MICE.
- Diversidad de atractivos turísticos (naturaleza, gastronomía, cultura), lo que permite enriquecer la oferta complementaria al evento.
- Imagen positiva del destino en torno a la “calidad” y “seguridad”, lo que refuerza el posicionamiento de Cantabria como destino MICE.

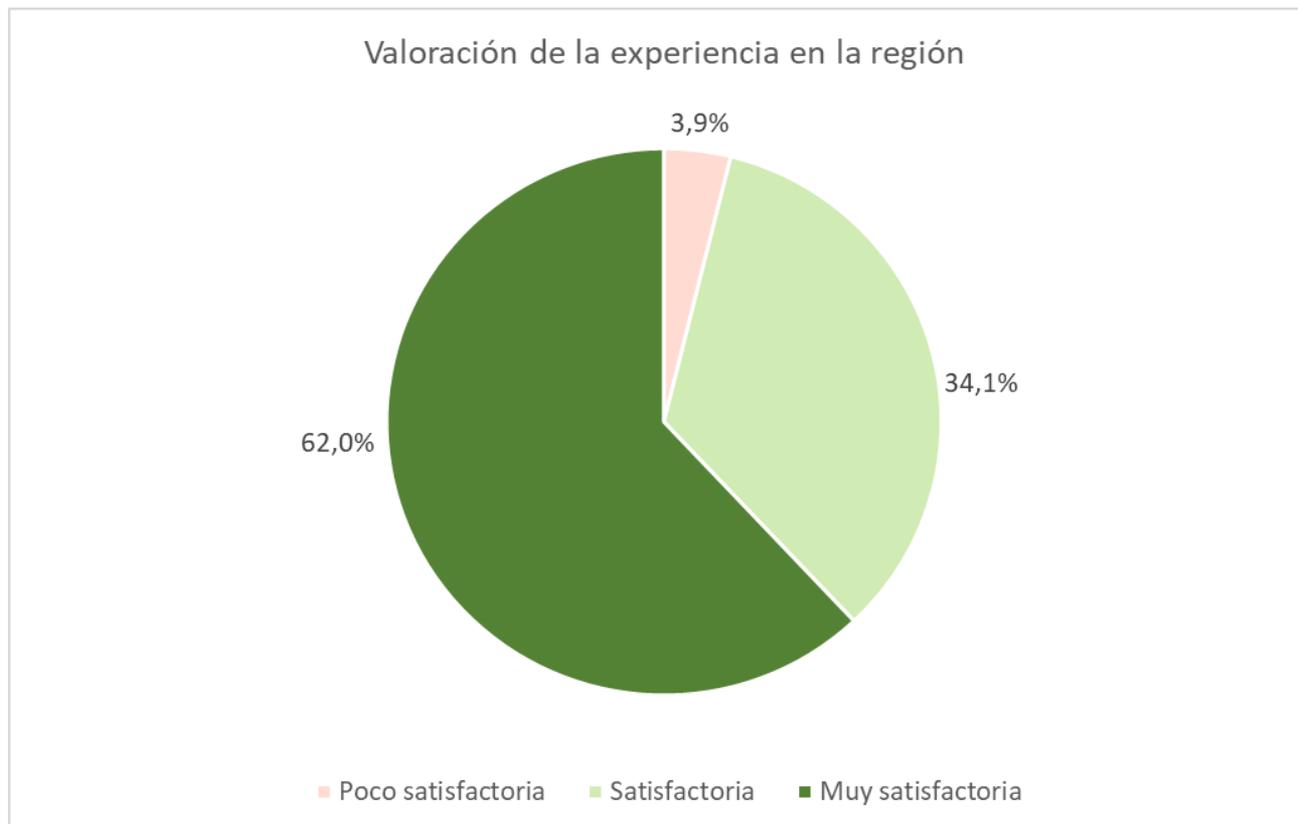
## 4. FORTALEZAS DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (PARTICIPANTES EN EVENTOS DE LA REGIÓN)

- Los resultados de las encuestas a participantes confirman su satisfacción con la sede, la organización y el alojamiento durante el evento.



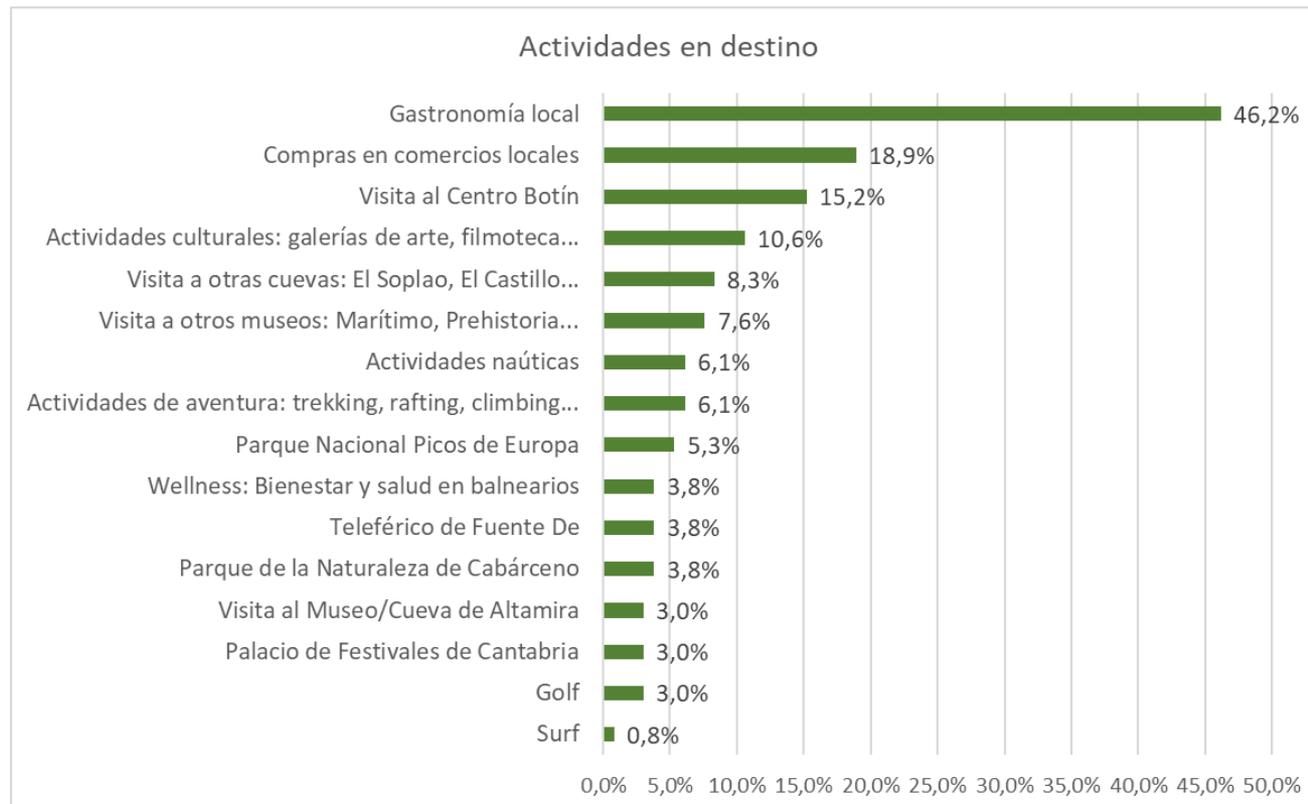
## 4. FORTALEZAS DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (PARTICIPANTES EN EVENTOS DE LA REGIÓN)

- Los resultados de tales encuestas confirman también la satisfacción de los participantes con su estancia en la región.



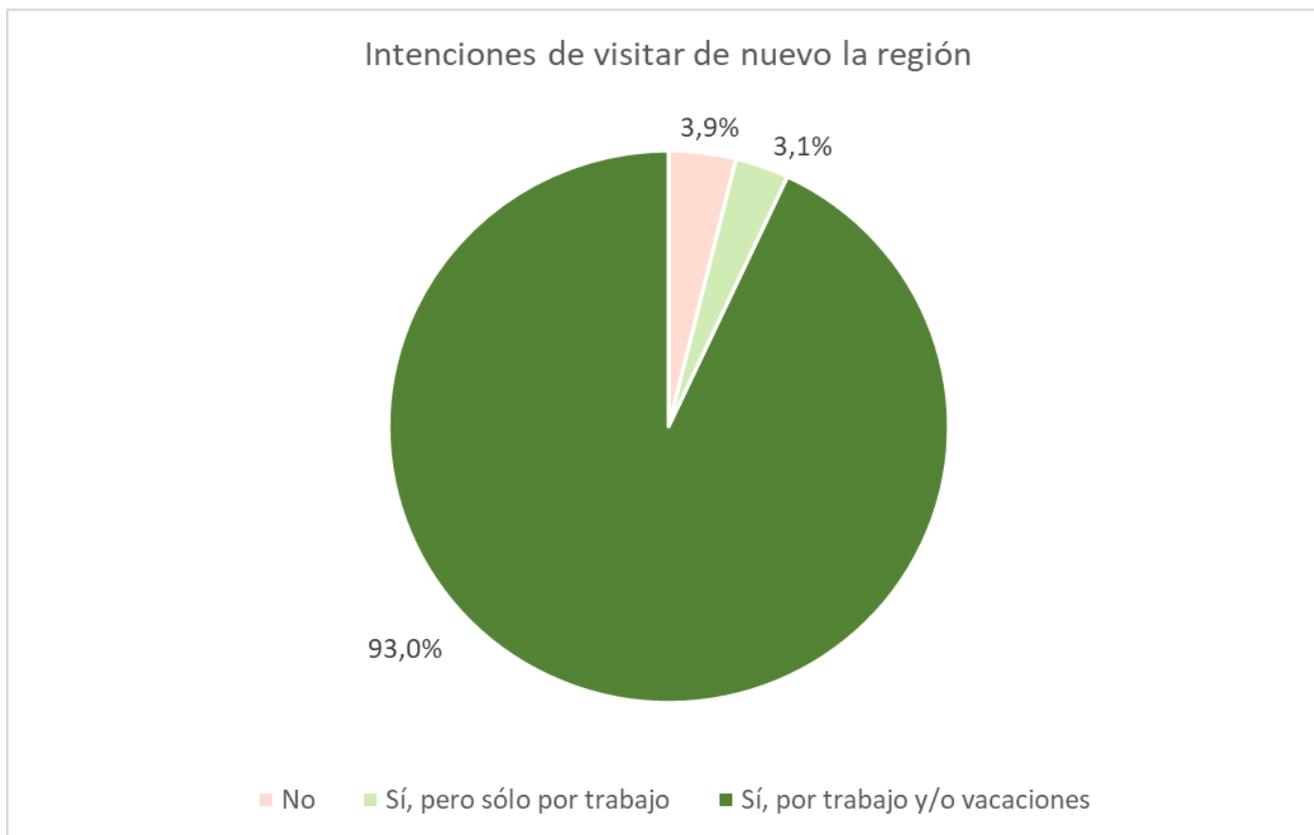
## 4. FORTALEZAS DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (PARTICIPANTES EN EVENTOS DE LA REGIÓN)

- Durante la estancia, la principal actividad realizada fue, con diferencia, la relacionada con la gastronomía local.



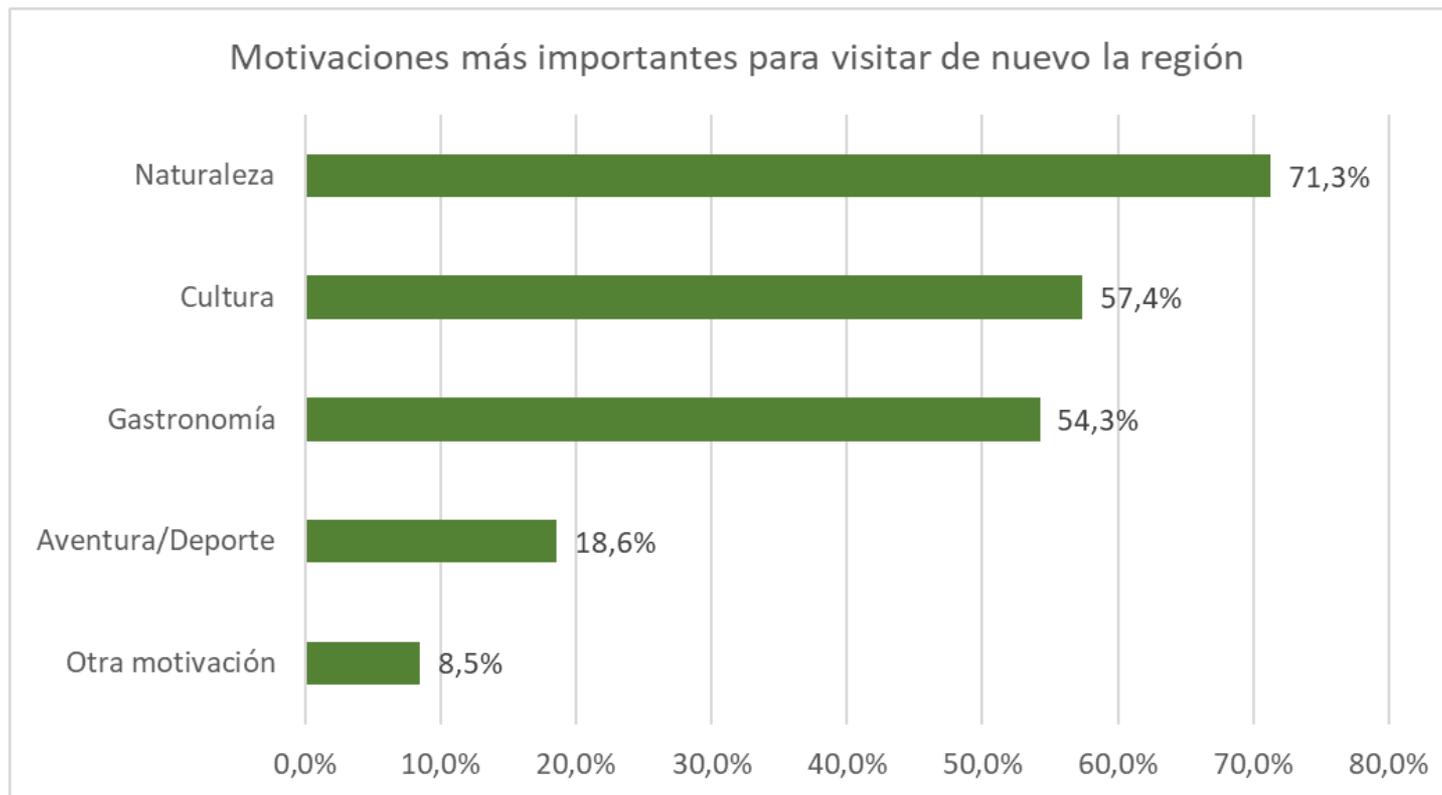
## 4. FORTALEZAS DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (PARTICIPANTES EN EVENTOS DE LA REGIÓN)

- En línea con su alto nivel de satisfacción, los participantes manifiestan unas **elevadas intenciones de visitar de nuevo la región en el futuro...**



## 4. FORTALEZAS DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (PARTICIPANTES EN EVENTOS DE LA REGIÓN)

- ... siendo sus principales motivaciones para volver las relacionadas con la naturaleza, la cultura y la gastronomía.



## DEBILIDADES DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE

## 4. DEBILIDADES DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (URBANTUR 2016 - Alojamiento)

- Dotación de hoteles de alta categoría (4/5\*) >> Importante debilidad en la atracción del turismo MICE y, en particular, para acoger grandes convenciones y congresos.

|                   | BILBAO | SANTIAGO | A CORUÑA | SAN SEBASTIÁN | GIJÓN | SANTANDER |
|-------------------|--------|----------|----------|---------------|-------|-----------|
| Posición relativa | 1      | 2        | 3        | 4             | 5     | 6         |

## 4. DEBILIDADES DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (URBANTUR 2016 – Accesibilidad y conectividad)

- Frecuencia de trenes de alta gama que llegan a la ciudad – p.ej. AVE, AVANT, ALVIA, ALARIS, ALTARIA y EUROMED >> Importante debilidad para la atracción, principalmente, de demanda nacional.

|                   | SANTIAGO | A CORUÑA | GIJÓN | BILBAO | SAN SEBASTIÁN | SANTANDER |
|-------------------|----------|----------|-------|--------|---------------|-----------|
| Posición relativa | 1        | 2        | 3     | 4      | 4             | 5         |

- Dotación de taxis >> Debilidad para potenciar este medio de transporte en los desplazamientos del turista MICE por la ciudad.

|                   | BILBAO | A CORUÑA | SAN SEBASTIÁN | SANTIAGO | SANTANDER | GIJÓN |
|-------------------|--------|----------|---------------|----------|-----------|-------|
| Posición relativa | 1      | 2        | 3             | 4        | 5         | 6     |

## 4. DEBILIDADES DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (URBANTUR 2016 – Accesibilidad y conectividad)

- **Frecuencia de vuelos hacia la ciudad** >> Debilidad para la atracción del turismo MICE, en comparación principalmente con Bilbao y los dos destinos representantes de Galicia.

|                   | BILBAO | SANTIAGO | A CORUÑA | SANTANDER | GIJÓN | SAN SEBASTIÁN |
|-------------------|--------|----------|----------|-----------|-------|---------------|
| Posición relativa | 1      | 2        | 3        | 4         | 5     | 6             |

- **Conectividad aérea** >> Debilidad para la atracción del turismo MICE, en comparación en este caso con Bilbao, Santiago y Gijón.

|                   | BILBAO | SANTIAGO | GIJÓN | SANTANDER | A CORUÑA | SAN SEBASTIÁN |
|-------------------|--------|----------|-------|-----------|----------|---------------|
| Posición relativa | 1      | 2        | 3     | 4         | 4        | 5             |

## 4. DEBILIDADES DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (URBANTUR 2016 – Accesibilidad y conectividad)

- **Coste del trayecto en transporte público a la ciudad** >> Debilidad para aportar comodidades al turista MICE a la hora de moverse a la ciudad (en comparación con Bilbao, A Coruña y San Sebastián).

|                   | BILBAO | A CORUÑA | SAN SEBASTIÁN | SANTANDER | SANTIAGO | GIJÓN |
|-------------------|--------|----------|---------------|-----------|----------|-------|
| Posición relativa | 1      | 2        | 3             | 4         | 5        | 6     |

- **Conectividad ferroviaria de alta velocidad** >> Debilidad para la atracción del turismo MICE (sólo en comparación con A Coruña y Santiago).

|                   | A CORUÑA | SANTIAGO | SANTANDER | SAN SEBASTIÁN | BILBAO | GIJÓN |
|-------------------|----------|----------|-----------|---------------|--------|-------|
| Posición relativa | 1        | 2        | 3         | 3             | 3      | 4     |

## 4. DEBILIDADES DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (URBANTUR 2016 – Accesibilidad y conectividad)

- **Eficiencia del servicio de taxis de la ciudad** >> Debilidad, sólo en comparación con Bilbao y A Coruña, para favorecer el uso de este medio de transporte en los desplazamientos por la ciudad.

|                   | BILBAO | A CORUÑA | SANTANDER | GIJÓN | SANTIAGO | SAN SEBASTIÁN |
|-------------------|--------|----------|-----------|-------|----------|---------------|
| Posición relativa | 1      | 2        | 3         | 4     | 5        | 6             |

- **Eficiencia de la conexión ciudad-aeropuerto en transporte público** >> Debilidad, sólo en comparación con Bilbao y A Coruña, a la hora de proporcionar comodidades al turista MICE.

|                   | BILBAO | A CORUÑA | SANTANDER | SANTIAGO | SAN SEBASTIÁN | GIJÓN |
|-------------------|--------|----------|-----------|----------|---------------|-------|
| Posición relativa | 1      | 2        | 3         | 4        | 5             | 6     |

## 4. DEBILIDADES DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (URBANTUR 2016 – Oferta complementaria)

- **Atractivo de los grandes iconos de turismo cultural** >> Debilidad para mejorar la experiencia (cultural) del turista MICE.

|                   | SANTIAGO | BILBAO | SAN SEBASTIÁN | GIJÓN | A CORUÑA | SANTANDER |
|-------------------|----------|--------|---------------|-------|----------|-----------|
| Posición relativa | 1        | 2      | 3             | 4     | 4        | 5         |

- **Turismo de grandes eventos y fiestas de interés turístico** >> Debilidad para enriquecer la experiencia (cultural) del turista MICE, superándose sólo a Gijón.

|                   | SAN SEBASTIÁN | BILBAO | A CORUÑA | SANTANDER | GIJÓN | SANTIAGO |
|-------------------|---------------|--------|----------|-----------|-------|----------|
| Posición relativa | 1             | 2      | 3        | 4         | 5     | n.d.     |

## 4. DEBILIDADES DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (URBANTUR 2016 – Oferta complementaria)

- **Celebración de grandes eventos musicales** >> Debilidad para enriquecer la experiencia (cultural) del turista MICE, superándose sólo a Gijón.

|                   | SAN SEBASTIÁN | BILBAO | A CORUÑA | SANTANDER | GIJÓN | SANTIAGO |
|-------------------|---------------|--------|----------|-----------|-------|----------|
| Posición relativa | 1             | 2      | 3        | 4         | 5     | n.d.     |

- **Posicionamiento comercial en turistas de alto gasto** (turismo de “shopping”) >> Debilidad para atraer al turista MICE, que se caracteriza por una capacidad de gasto elevada (sólo en comparación con Bilbao y San Sebastián).

|                   | BILBAO | SAN SEBASTIÁN | SANTANDER | A CORUÑA | SANTIAGO | GIJÓN |
|-------------------|--------|---------------|-----------|----------|----------|-------|
| Posición relativa | 1      | 2             | 3         | 4        | 5        | 6     |

## 4. DEBILIDADES DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (EXPERTOS MICE DE LA REGIÓN)

### Otras debilidades de Cantabria según los expertos del sector MICE (i):

#### a) *Gobernanza*

- Falta de identidad como destino MICE, lo que limita el aprovechamiento de las oportunidades de negocio y el incremento del impacto económico del turismo MICE en la región.
- Falta de estrategia a medio/largo plazo para posicionar Cantabria como destino MICE en España.
- Falta de promoción de la región como destino MICE, lo que debilita su notoriedad de marca.

## 4. DEBILIDADES DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (EXPERTOS MICE DE LA REGIÓN)

### Otras debilidades de Cantabria según los expertos del sector MICE (ii):

#### *b) Servicios*

- Falta de conocimiento interno (agentes-recursos), limitándose así el aprovechamiento de oportunidades de negocio y la promoción conjunta de la región como destino MICE.
- Pobre cualificación en idiomas del personal de contacto, recurso clave para ofrecer una experiencia de calidad al turista MICE internacional.
- Escasa oferta de animación para familias en hoteles, lo que debilita la experiencia complementaria del turista MICE.

## 4. DEBILIDADES DE CANTABRIA COMO DESTINO MICE (EXPERTOS MICE DE LA REGIÓN)

### Otras debilidades de Cantabria según los expertos del sector MICE (iii):

#### c) *Alojamiento*

- Escasa dotación de hoteles de alta categoría, lo que representa una debilidad importante para poder acoger congresos y reuniones de elevada categoría profesional.

## 5. PROPUESTA DE ACCIONES

**¿Qué acciones podrían ser recomendables a partir del diagnóstico estratégico realizado?**

## 5. PROPUESTA DE ACCIONES

### RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS

- Elaborar un **plan estratégico para el sector MICE en Cantabria** donde, *de forma consensuada entre los distintos agentes del sector y partiendo del diagnóstico de situación aportado en este proyecto*, se concreten:
  - *Visión y objetivos estratégicos*, coherentes con los recursos y capacidades de la región.
  - *Segmentos objetivo*, definidos a partir de su tamaño actual y potencial de crecimiento futuro.
  - *Posicionamiento de marca*, de acuerdo con la imagen diferencial que se quiera transmitir (a nivel global y por segmentos).
  - *Acciones de producto y promocomercialización*, con las que reforzar la posición competitiva en mercado.

## 5. PROPUESTA DE ACCIONES

### RECOMENDACIONES OPERATIVAS (i)

- Desarrollar **alianzas colaborativas con otros destinos**, complementarios en recursos y capacidades, con objeto de :
  - Reforzar la **notoriedad** de la región de Cantabria como destino MICE, tanto a nivel nacional como internacional.
  - Dotar de un mayor alcance a la **comercialización** de los productos MICE de la región.
  - Gestionar mas eficazmente las **relaciones con los influencers del sector MICE** a nivel nacional (*p.ej. Site Spain*) e internacional (*p.ej. European Cities Marketing*) .

## 5. PROPUESTA DE ACCIONES

### RECOMENDACIONES OPERATIVAS (ii)

- ❑ Enfatizar la **“calidad”** de los servicios y la **“seguridad”** que ofrece la **región** como elementos centrales del posicionamiento de Cantabria como destino MICE (especialmente en el mercado internacional).
- ❑ Apostar por la **oferta complementaria** como vehículo de diferenciación del producto MICE de la **región**, generando así una experiencia de calidad al turista MICE (y a sus acompañantes). Principales ejes:
  - ❑ **Gastronomía**, con una oferta basada en restaurantes con estrella Michelin y/o de elevada calidad.
  - ❑ **Cultura**, organizando actividades específicas con el Centro Botín y/u otras entidades culturales de interés.
  - ❑ **Comercio**, creando productos/rutas específicas de compras para este segmento de alto potencial de gasto.

## 5. PROPUESTA DE ACCIONES

### RECOMENDACIONES OPERATIVAS (iii)

- ❑ Desarrollar un **sistema de inteligencia** para el seguimiento y evaluación de las reuniones celebradas en la región, asentado en:
  - Los datos estadísticos que puedan ser gestionados por el **Santander Convention Bureau**.
  - Una aplicación electrónica para el turismo MICE, que genere datos sobre opiniones y comportamientos de los participantes (a la vez que sirva para promocionar la oferta de actividades en destino).
  - Los estudios que pueda realizar el **Sistema de Información Turística de Cantabria (SITUC)** para cubrir necesidades de información más específicas.

## 6. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

**AMADEUS/DESCYFRA (2017):** “TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN APLICADAS A LOS VIAJES DE EMPRESA”.

Publicación disponible on-line a través de:

[www.nexotur.com/adjuntos/94764/Barometro\\_Innovacion\\_y\\_Tecnologia\\_Corporaciones.pdf](http://www.nexotur.com/adjuntos/94764/Barometro_Innovacion_y_Tecnologia_Corporaciones.pdf)

**EXCELTUR (2017):** “URBANTUR 2016: MONITOR DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE LOS DESTINOS URBANOS ESPAÑOLES”.

Publicación disponible on-line a través de:

[www.exceltur.org/urbantur](http://www.exceltur.org/urbantur)

**GEBTA (2012):** “POLÍTICAS DE VIAJES: SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN DE VIAJES DE EMPRESA”.

Publicación disponible on-line a través de:

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

## 6. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

**HOSTELTUR (2017):** “ESPECIAL MICE 2017”.

Disponible on-line a través de:

[www.hosteltur.com/especial-impresa/especial-mice-2017](http://www.hosteltur.com/especial-impresa/especial-mice-2017)

**INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION (2017):** “THE INTERNATIONAL ASSOCIATION MEETINGS MARKET 2016”.

Disponible on-line a través de:

[www.iccaworld.org](http://www.iccaworld.org)

**MADISON (2017):** “MEDICIÓN DEL TURISMO DE REUNIONES RELATIVO AL AÑO 2016 EN LAS CIUDADES ASOCIADAS A SPAIN CONVENTION BUREAU”.  
Madison Market Research.

Disponible on-line a través de:

<http://lleidacb.turismedelleida.com/lecb/InformeejecutivoSCB20162.pdf>

## 6. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

**MEET In (2018):** “BUSINESS TRAVEL 2018. UN AÑO PARA LA INNOVACIÓN Y LA SEGURIDAD”.

Disponible on-line a través de:

[www.meet-in.es](http://www.meet-in.es)

**SAMPEDRO, C (2017):** “TURISMO MICE EN CANTABRIA”. Documento de Trabajo Fin de Grado.

Escuela Universitaria de Turismo Altamira.

**SPAIN CONVENTION BUREAU (2018):** “BALANCE DEL TURISMO DE REUNIONES 2017”.

Disponible on-line a través de:

[https://www.visitasevilla.es/sites/default/files/professionals/files/2017\\_Informe%20reuniones%20SCB\\_0.pdf](https://www.visitasevilla.es/sites/default/files/professionals/files/2017_Informe%20reuniones%20SCB_0.pdf)

## 7. EQUIPO INVESTIGADOR

Jesús Collado Agudo - Prof. Titular de Universidad

María del Mar García de los Salmones Sánchez - Prof. Titular de Universidad

Ángel Herrero Crespo - Prof. Titular de Universidad

Patricia Martínez García de Leaniz - Prof. Ayudante Doctor

Andrea Pérez Ruiz – Prof. Contratado Doctor

Héctor San Martín Gutiérrez - Prof. Titular de Universidad (I. Responsable)



**SITUC**

SISTEMA DE INFORMACIÓN  
TURÍSTICA DE CANTABRIA

Facultad de CC.EE. y EE.  
Avda. de los Castros, s/n. 39005 - Santander (España).

[situc@unican.es](mailto:situc@unican.es)

Teléfono: (+34) 942 20 39 23