



Madrid, 15 de marzo de 2023

Almudena Maíllo ha presidido hoy la Asamblea General de Madrid Convention Bureau (MCB), que ha analizado la gran repercusión de este segmento en la capital

El turismo de reuniones en Madrid tuvo un impacto directo de 1.715 millones en 2022

- **Esta cifra supone un 87% respecto a la obtenida en 2019, lo que confirma que la recuperación total de este segmento en Madrid está cerca**
- **La estancia del viajero de negocios internacional se situó en una media de 4,8 noches y la del nacional, en 2,2 noches**
- **El gasto medio del visitante de negocios internacional fue de 1.539 euros, el doble que el del nacional**
- **Estos viajeros valoran la ciudad con 9 puntos sobre 10**
- **La capital acogió el año pasado más de 44.500 congresos, convenciones y jornadas, que reunieron a 2,06 millones de participantes**
- **MCB participó en 17 ferias y salones profesionales, organización de eventos especiales y jornadas propias o la obtención de grandes premios internacionales del sector**

El turismo de reuniones se confirma como uno de los grandes motores de desarrollo del sector turístico en la capital. Este segmento tuvo el año pasado un impacto económico directo de 1.715 millones de euros en la ciudad de Madrid, una cifra que supone un 87 % de la obtenida en 2019, antes de pandemia, y que corrobora el buen comportamiento cercano a la recuperación total de esta industria en la capital. Estos datos se han dado a conocer hoy con motivo de la celebración de la Asamblea General de Madrid Convention Bureau (MCB), presidida por la concejala delegada de Turismo y presidenta de este organismo, Almudena Maíllo.

Según el informe de medición del turismo de reuniones en la ciudad de Madrid 2022, elaborado por Braintrust, el alojamiento y los gastos extra-reunión en compras, ocio y/o restauración fueron las partidas a las que se destinó mayor porcentaje de gasto, con un 38 % y un 30 % respectivamente, mientras que el resto se dedicó a la realización de inscripciones (18 %), y al consumo realizado por acompañantes (4 %). Destaca también el importante volumen de gasto del

Dirección General de Comunicación
Calle Montalbán nº1 Planta 3
Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es
twitter: [@MADRID](https://twitter.com/MADRID)
facebook: [@ayuntamientodemadrid](https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid)

teléfono: +34 91 588 22 40
mail: prensa@madrid.es
web: madrid.es



visitante profesional de origen internacional -y que representa el 29 % del total de participantes-. Su gasto medio se situó en los 1.539 euros en 2022, frente a los 753 del turista nacional. En total, el gasto de este visitante supone el 40 % del total.

Más de 44.500 encuentros profesionales en Madrid

Durante el año pasado, la ciudad de Madrid albergó más de 44.500 reuniones entre congresos, convenciones y jornadas, un 82% respecto a la cifra alcanzada en 2019. Todos ellos congregaron a 2,06 millones de participantes. La estancia en la capital del viajero de negocios internacional se situó en una media de 4,8 noches. Casi un 85% pernocta tres o más noches. Mientras que la estancia media del viajero nacional es de 2,2 noches.

La ciudad de Madrid sigue siendo, además, referente del sector. La satisfacción de los participantes con la capital y los servicios ofrecidos en eventos y reuniones fue muy elevada, con una nota superior al 8,5 en todos los elementos analizados en el informe y una valoración de la ciudad de 9 puntos sobre 10. Todos estos datos, junto con el excelente posicionamiento alcanzado estos últimos años, hacen pensar que Madrid estará a la cabeza de la reactivación total de este sector. Una recuperación completa que se espera lograr este 2023, y que se reafirma en índices como el "Global Meetings & Events Forecast", que sitúa a Madrid como la ciudad europea más demandada para celebrar eventos este año.

Balance de acciones 2022

Durante la Asamblea, la presidenta del MCB y concejal delegada de Turismo, Almudena Maíllo, ha repasado las acciones de promoción llevadas a cabo por Madrid Convention Bureau en 2022 para posicionar a la capital como sede de grandes encuentros profesionales, "las cuales arrojan un balance muy positivo y dicen mucho del necesario trabajo que desarrolla Madrid Convention Bureau, con una enorme capacidad de posicionamiento de Madrid". Gracias a su labor, explicó, el destino Madrid estuvo presente en un total de 17 ferias y salones profesionales. Se acudió a grandes citas como la IBTM World, con un espacio propio que dio difusión a más de una veintena de empresas madrileñas asociadas, y se apostó por los salones profesionales, muchos de ellos celebrados en la propia ciudad, incrementando así su visibilidad y la de los diferentes agentes de su industria turística.

Dirección General de Comunicación

Calle Montalbán nº1 Planta 3

Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es

twitter: [@MADRID](https://twitter.com/MADRID)

facebook: [@ayuntamientodemadrid](https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid)

teléfono: +34 91 588 22 40

mail: prensa@madrid.es

web: madrid.es



MCB continuó reforzando el apoyo a sus socios en la captación de negocio, realizando viajes de familiarización, presentando candidaturas a congresos internacionales y colaborando con las asociaciones de las que forma parte, como ICCA o Best Cities Global Alliance. Organizó acciones especiales y jornadas propias, como Madrid Agency Forum, Recognition Night o el Networking Event, e impulsó su estrategia de legado para la generación de un impacto positivo social y medioambiental de los eventos que tienen lugar en Madrid.

Todo este trabajo y dedicación se vio recompensado con la obtención de varios galardones, como los de "Mejor destino de turismo de reuniones de Europa" y "Mejor destino de turismo de reuniones del mundo" (World Travel Awards) o "Mejor destino de turismo MICE de Europa" (World MICE Awards), logrados por quinto, cuarto y tercer año consecutivo, respectivamente. A ellos se sumó el reconocimiento de MCB como "Mejor Convention Bureau Internacional" en los Smart Stars Awards, que lleva revalidando desde 2019.

Promoción internacional y legado en 2023

En esta jornada, se han dado a conocer además las principales líneas estratégicas 2023, iniciativas que pretenden lograr la reactivación total de la actividad y la captación de negocio. En este sentido, el Ayuntamiento de Madrid, a través de MCB, apostará por mercados estratégicos para la capital, como Estados Unidos o Latinoamérica, sin dejar de lado mercados maduros como el europeo, mediante la realización de diferentes acciones de difusión tanto en origen como en destino. También se seguirá perfeccionando y priorizando el programa de legado en el destino, de modo que Madrid siga siendo pionera en la huella positiva de los eventos, y se respaldará a los organizadores profesionales que opten por la ciudad.

La Asamblea General de Madrid Convention Bureau, que ha llevado a cabo también la renovación de todas sus vocalías, ha tenido lugar en el UMusic Hotel Madrid, una de las últimas novedades hoteleras de la capital y primero de la marca en el mundo, que combina la oferta de alojamiento cinco estrellas con el ocio y la cultura en uno de sus principales espacios, el recuperado Teatro Albéniz./

Dirección General de Comunicación

Calle Montalbán nº1 Planta 3

Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es

twitter: [@MADRID](https://twitter.com/MADRID)

facebook: [@ayuntamientodemadrid](https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid)

teléfono: +34 91 588 22 40

mail: prensa@madrid.es

web: madrid.es