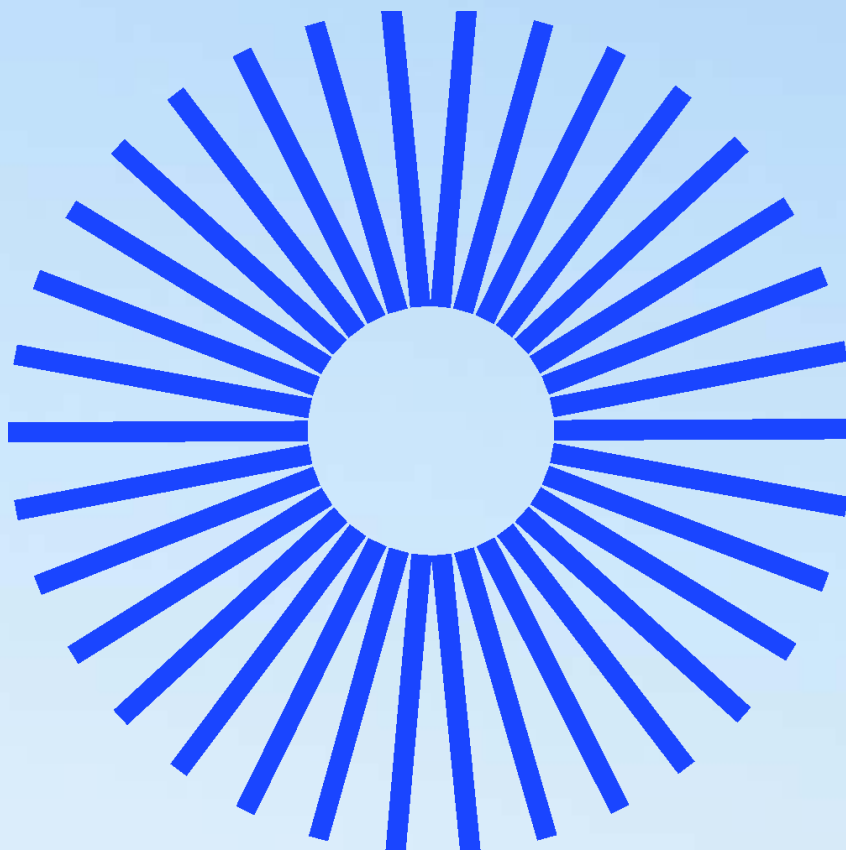




MEMORIA

MÁLAGA CONVENTION BUREAU

2024



málaga
CONVENTION
BUREAU

Indice

- 1, CONGRESOS Y REUNIONES
- 2, ACCIONES
- 3, COLABORACION CON CONGRESOS
- 4,SOCIOS DELMÁLAGA CONVENTIN BUREAU
- 7. PETICIONES DE INFORMACIÓN
- 8. CANDIDATURAS GANADAS
- 9. OTROS PROYECTOS DESTACDOS



Durante el año 2024, la ciudad de Málaga ha confirmado su posicionamiento como destino de referencia en el turismo de reuniones a nivel nacional e internacional. Según los datos del informe elaborado para el Málaga Convention Bureau, se celebraron en la ciudad un total de **2.190 reuniones**, con una participación acumulada de **323.100 asistentes**.

El perfil de las reuniones en Málaga sigue dominado por convenciones corporativas y jornadas profesionales, que representan más del 80% del total de eventos, seguidas de congresos (9,3%) e incentivos (8,2%). El tipo de evento con mayor concentración de participantes por reunión sigue siendo el congreso, con una media superior a los 300 delegados.

En cuanto al origen de los asistentes, un **69,7% proceden de fuera de la provincia**, con una distribución aproximada de **65% nacional y 35% internacional**. La mayor parte de los visitantes internacionales provienen de Europa (81,1%), mientras que América aporta un 8,1% y el resto del mundo un 10,8%.

El impacto económico directo generado por el turismo de reuniones en la ciudad de Málaga en 2024 asciende a **266,5 millones de euros**, a los que se suman **617,8 millones de euros** en impacto indirecto, alcanzando un total estimado de **más de 884 millones de euros**. El alojamiento representa la mayor parte del gasto (42%), seguido del gasto en restauración, ocio y compras. El gasto medio por participante internacional fue de **1.366 €**, mientras que el nacional alcanzó los **802 €**.

La estancia media también refleja la calidad del turista MICE: **3,5 noches en el caso de los internacionales y 2,1 noches en los nacionales**, ambas superiores a la media turística general de la ciudad. La mayoría de los asistentes se alojaron en hoteles de 4 o 5 estrellas.

El informe también destaca una alta **satisfacción general** con la ciudad y con los servicios asociados a los eventos, alcanzando una puntuación media de **9,6 sobre 10**. Los atributos más valorados por los asistentes son la **gastronomía, el clima, la accesibilidad, las infraestructuras hoteleras y la calidad de las sedes**.

A nivel estratégico, se subraya la necesidad de seguir trabajando en la **sostenibilidad, la descentralización y la diversificación de la oferta**, así como en la **comunicación de los beneficios reales que esta industria genera para la ciudad**. Málaga ha logrado posicionarse como una alternativa competitiva frente a grandes destinos nacionales como Madrid y Barcelona, y su reconocimiento internacional continúa creciendo.

El turismo de reuniones en Málaga no solo tiene un impacto económico relevante, sino que también contribuye al desarrollo profesional, al intercambio de conocimiento, a la innovación tecnológica y a la cohesión social de la ciudad.



1. CONGRESO Y REUNIONES

REUNIONES Y PARTICIPANTES

CIFRA TOTAL DE REUNIONES EN MÁLAGA EN 2024

2.190

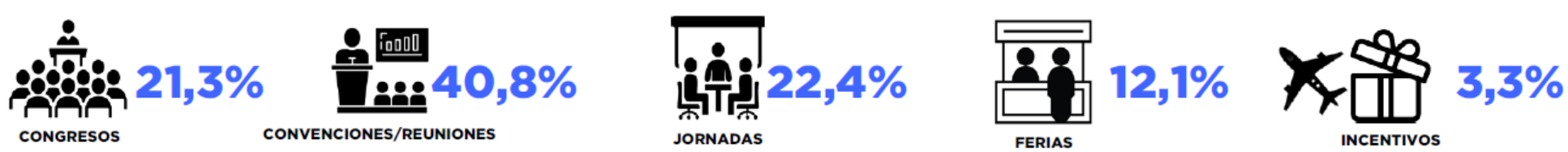


Durante el año 2024 **se han celebrado en Málaga casi 2.200 reuniones**, teniendo en cuenta todas sus tipologías (congresos, convenciones, jornadas, ferias e incentivos). En lo referente al tipo de evento, **las convenciones y las jornadas son el formato más habitual** y suponen más de un 80% del total de reuniones en la ciudad, seguidas de los congresos, que en número suponen casi un 10% y los incentivos, con más de un 8% de peso.

REUNIONES Y PARTICIPANTES

CIFRA TOTAL DE PARTICIPANTES EN REUNIONES MÁLAGA EN 2024

323.100



Respecto al número de participantes, **las reuniones celebradas en Málaga han contado con 323 mil participantes**. Además de las ferias, los congresos son la tipología de reunión que engloba un número medio de participantes/delegados mayor, por encima de los 300, seguidos de las jornadas y convenciones. Los incentivos presentan un tamaño más reducido, en torno a unas 60 personas de media para esta tipología de evento.



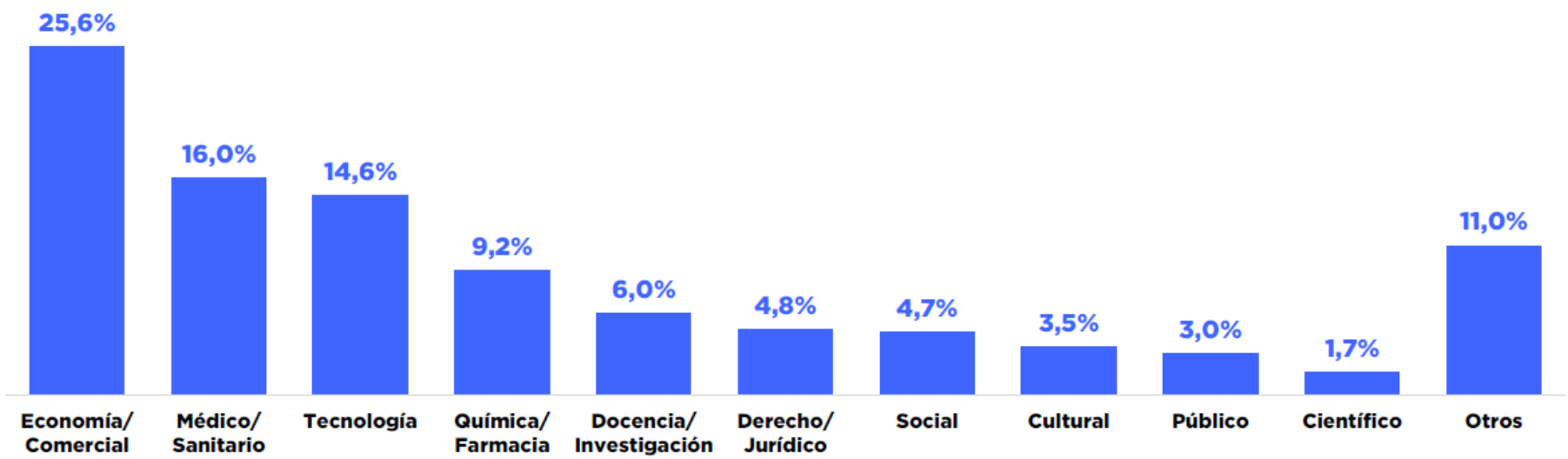
ORIGEN DE LOS PARTICIPANTES

DISTRIBUCIÓN DE PARTICIPANTES SEGÚN SU PROCEDENCIA



En lo referente al origen de los **participantes en las reuniones celebradas en Málaga, aproximadamente el 70% vienen de fuera de la provincia, con mayor peso del nacional que del internacional** (65% vs 35%). El otro 30% corresponde a participantes malagueños, entendidos por habitantes de la ciudad y de municipios de la provincia que no necesitan pernoctar en la ciudad.

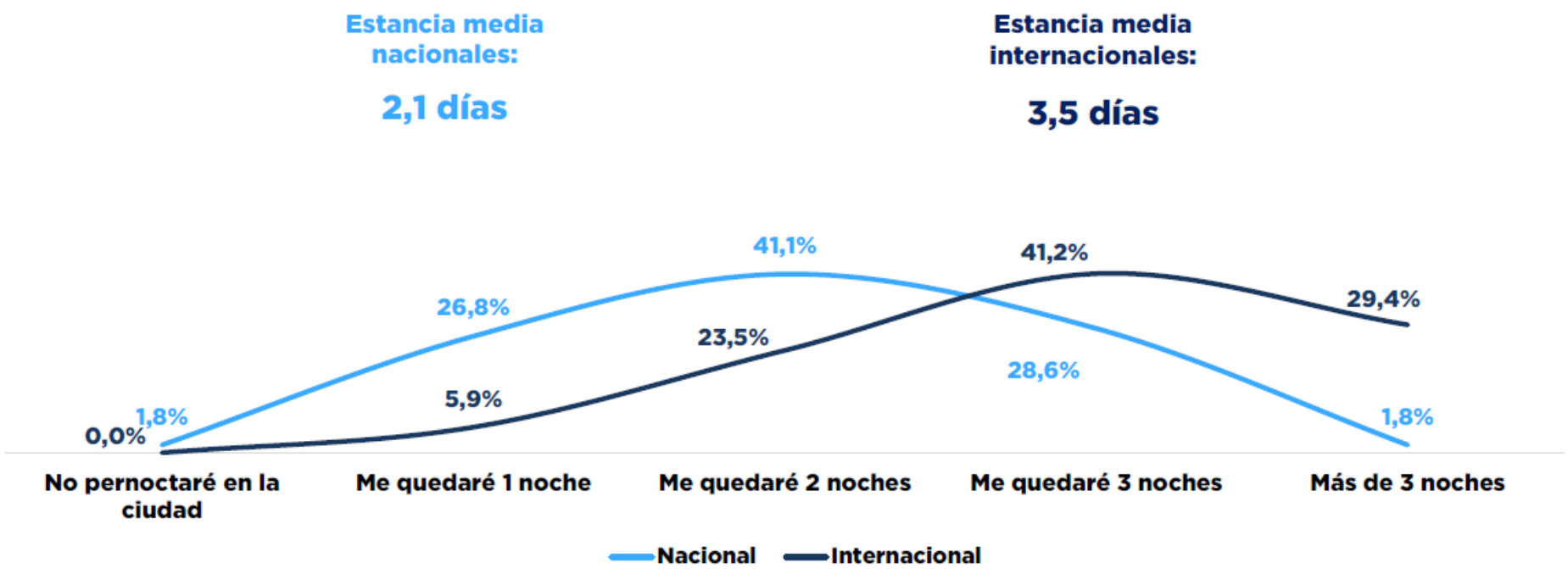
SECTORES PROFESIONALES



Respecto a los **sectores profesionales**, las reuniones de tipo **económico/comercial** son las más habituales en la ciudad, sumando un 25% del total. Tras estas, las **médico-sanitarias, las tecnológicas y las farmacéuticas** añaden otro 40% entre las tres. En el tercio restante, se observa mucha variedad.

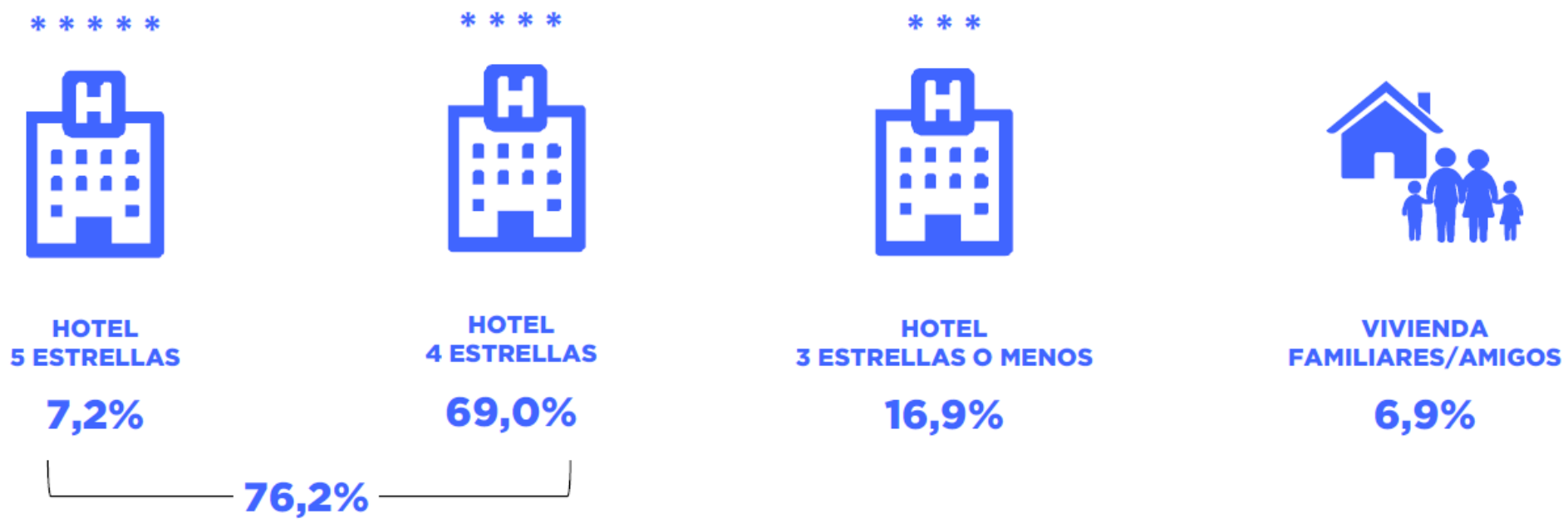


ESTANCIA MEDIA



Respecto a la estancia media de los participantes de fuera de Málaga, los **viajeros internacionales se quedan en la ciudad una media de 3,5 noches**, con más del 70% pernoctando 3 o más noches. Entre los **nacionales, la estancia media se sitúa en 2,1 noches**, con el 70% de los viajeros pernoctando 2 noches o menos.

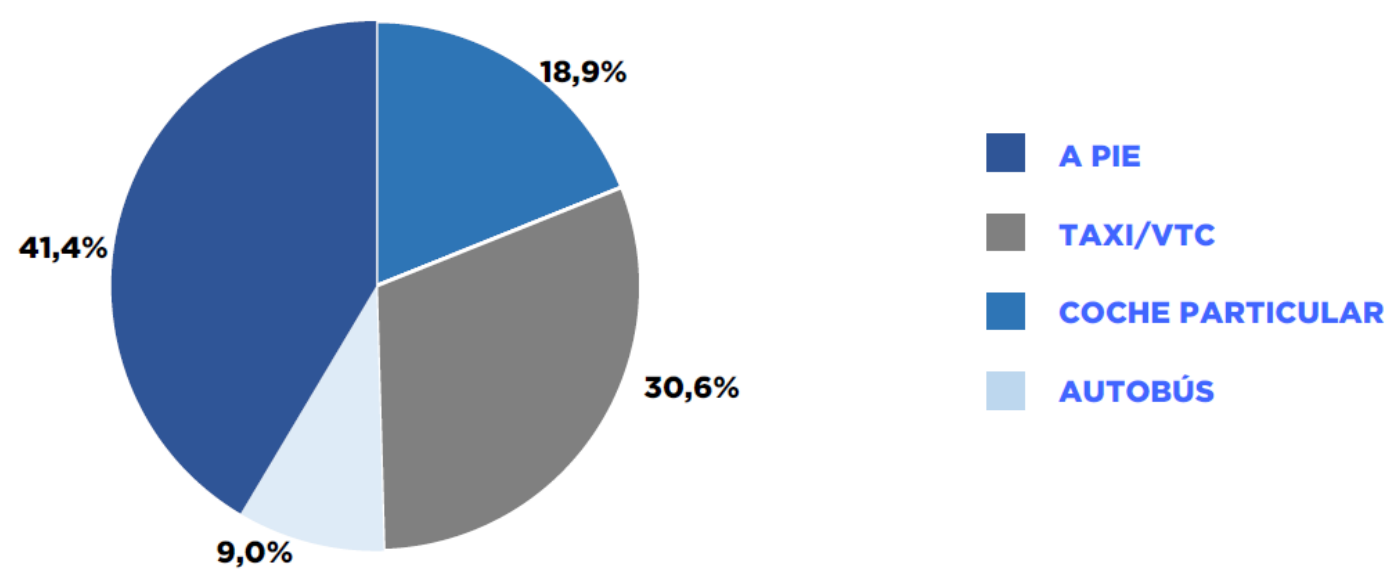
TIPO DE ALOJAMIENTO



En lo referente al alojamiento, **la oferta hotelera acapara el 93% de la demanda**. Entre los participantes que pernoctan en la ciudad, **3 de cada 4 eligen un alojamiento hotelero de 4 o 5 estrellas**. Dentro de estas, la categoría 4 estrellas es la más elegida con un 69,0%. La opción apartamento/Airbnb y vivienda familiares/amigos, han sido elegidos por un 6,9%.

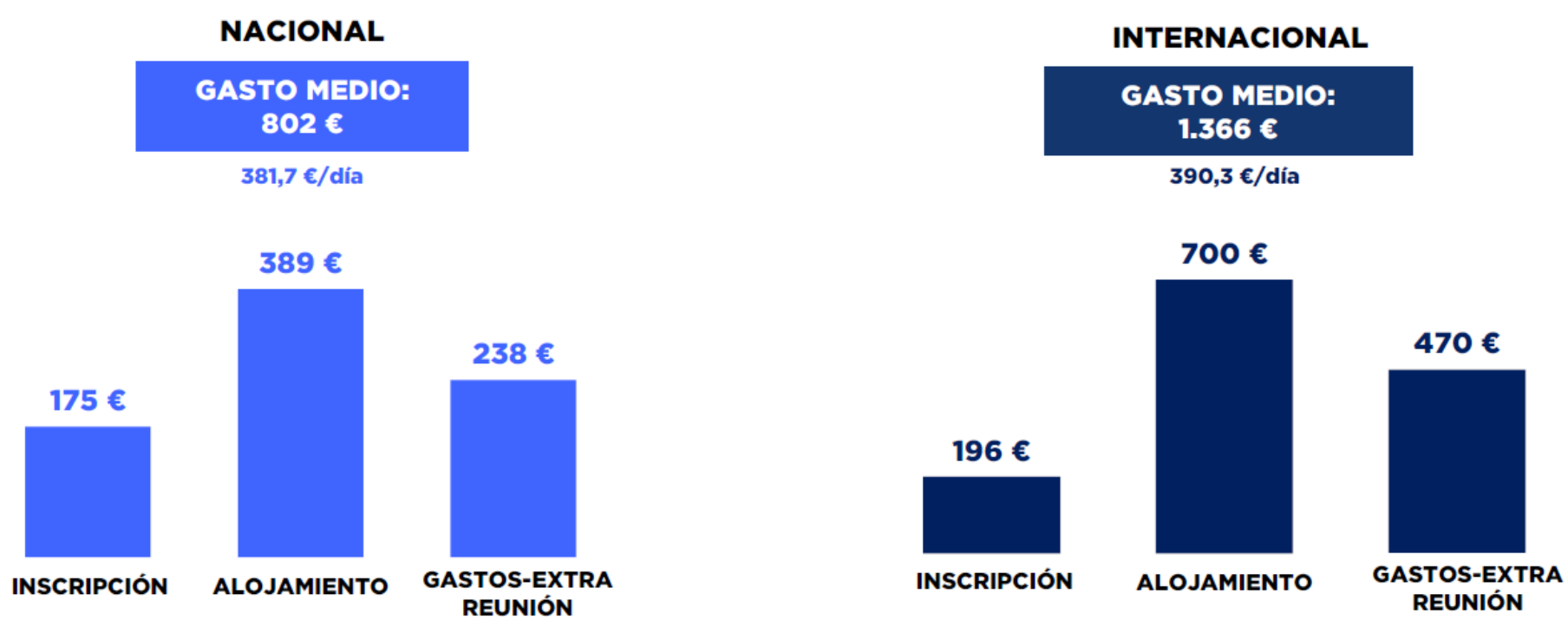


TRANSPORTE EN LA CIUDAD



Una vez en la ciudad, **moverse a pie es la opción más elegida por los participantes**, siendo 4 de cada diez los realizan sus recorridos habituales caminando. En cuanto a medios de transporte, el **taxi/VTC es la opción más elegida**, con un 30,6% de usuarios. El **coche particular es la tercera opción**, con un 18,9%, mientras que el autobús solo es utilizado por un 9% de los participantes.

GASTO MEDIO POR PARTICIPANTE



El gasto medio de los participantes internacionales en reuniones en la ciudad de Málaga se sitúa en los 1.366€, sustentado fundamentalmente en una estancia media superior a la del turista de reuniones nacional, y en una tipología de eventos y alojamientos con un coste medio algo superior. El turista nacional (de fuera de Málaga), realiza un gasto medio de 802€.



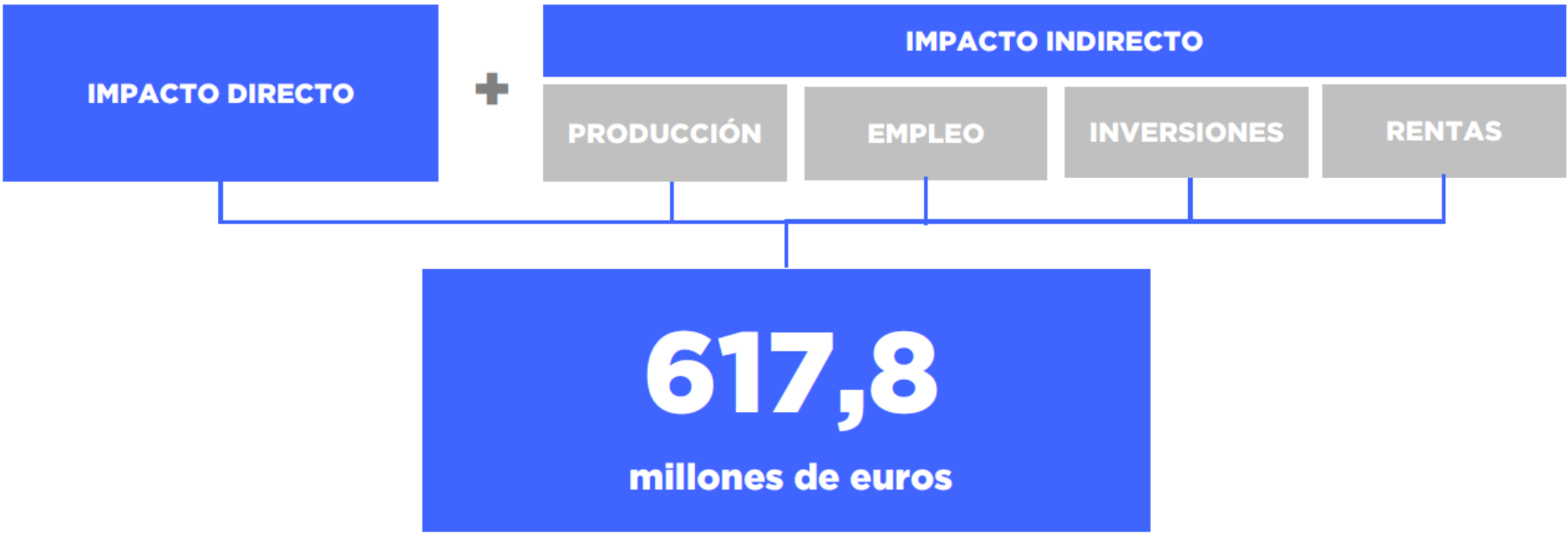
IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO DE LA INDUSTRIA DE REUNIONES EN LA CIUDAD DE MÁLAGA

IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO DE LA INDUSTRIA DE REUNIONES EN LA CIUDAD DE MÁLAGA



El **impacto económico directo** entendido como la suma de los gastos en inscripciones, alojamiento, manutención y otros gastos de los participantes, más los gastos generados por los acompañantes que viajan junto a ellos, **asciende a más de 265 millones de euros en 2024. Esta cifra corrobora el buen comportamiento de la industria de reuniones en la ciudad de Málaga** durante este último año y anima seguir haciéndola crecer en años sucesivos.

IMPACTO ECONÓMICO. IMPACTO DIRECTO + IMPACTO INDIRECTO



Elaboración BRAINTRUST a partir de estudios y análisis ya existentes. Fuentes:

- Global Economic Significance of Business Events. Events Industry Council. Oxford Economics.
- Reflexión y valoración de los efectos directos, inducidos e indirectos del turismo. Universidad de Nebrija y Mesa de Turismo.

Impacto indirecto: Procesos y consumos realizados en segundo y sucesivos escalones, que se hacen necesarios para atender y facilitar la cobertura de los consumos directos, y que son demandados por las empresas que abastecen a la oferta turística.



2. ACCIONES

El año 2024 ha representado un periodo de intensa actividad para el Málaga Convention Bureau, marcado por la consolidación de Málaga como destino competitivo en el sector MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions). En línea con los objetivos del Plan Estratégico de Turismo de Málaga y con el compromiso de generar un impacto positivo en la economía local, se ha trabajado activamente en la promoción de la ciudad en los principales foros nacionales e internacionales del sector.

Durante este ejercicio, se han desarrollado un total de **94 acciones** distribuidas en distintas líneas estratégicas: participación en ferias y congresos especializados, organización de jornadas inversas y directas, reuniones institucionales, visitas de inspección, campañas de marketing y promoción, fam trips, press trips, y formación técnica para mejorar la competitividad del destino.

La presencia en eventos de referencia como IBTM World, IMEX América o el ICCA Congress, así como la colaboración con entidades clave como el Spain Convention Bureau, Turismo Andaluz, la Oficina Española de Turismo en el exterior o la EMA, ha reforzado el posicionamiento internacional de Málaga y ha permitido presentar su oferta MICE a los principales prescriptores y organizadores de eventos del mundo.

A nivel local, se han impulsado iniciativas para fortalecer las alianzas con los socios del Convention Bureau, consolidar la estructura del tejido empresarial del sector y fomentar el conocimiento de las capacidades de la ciudad como sede de congresos y eventos.

La siguiente memoria recoge, estructuradas por bloques temáticos, las 94 acciones llevadas a cabo a lo largo de 2024, con sus fechas y localizaciones correspondientes, reflejo del compromiso del Málaga Convention Bureau con la excelencia, la innovación y la sostenibilidad en la promoción de Málaga como destino líder en turismo de reuniones.

ACCIONES 2024

19–21 enero — FM NUBA MICE Incoming

Acción desarrollada para establecer relaciones comerciales con operadores nacionales especializados en turismo de reuniones e incentivos, promoviendo Málaga como destino MICE de calidad.

23 enero — Visita Gobernadora de Quintana Roo

Encuentro institucional con la Gobernadora del estado mexicano de Quintana Roo, orientado a fortalecer lazos internacionales y posicionar a Málaga como socio estratégico en turismo profesional.

6 febrero — Reunión SCB Madrid

Asistencia a la reunión oficial del Spain Convention Bureau, reforzando la presencia institucional de Málaga y su integración en las estrategias nacionales de promoción de destinos de reuniones.

7 febrero — Visita alumnado IES Las Lagunas (Mijas)

Actividad formativa dirigida a estudiantes de turismo, con el objetivo de acercar la operativa del Convention Bureau a futuros profesionales del sector.

8 febrero — EventSummit - Jaarbeurs Utrecht

Participación en la feria holandesa más importante de eventos, donde se presentó la oferta congresual de Málaga ante profesionales de los Países Bajos y del norte de Europa.

8 febrero — SCB Utrecht

Reunión técnica del Spain Convention Bureau coincidiendo con la feria EventSummit, para coordinar estrategias y acciones conjuntas en mercados internacionales.

16 febrero — Reunión de Socios

Encuentro local con los socios del MCB, enfocado en compartir resultados, buenas prácticas y fomentar la colaboración público-privada en la captación de eventos.



Febrero — Visita Buque Perú

Recepción y acompañamiento institucional a la delegación del buque escuela de la Marina de Perú, como parte de las relaciones internacionales del Convention Bureau.

3–5 febrero — Jornada Inversa Mercado Italiano – Valencia

Participación en acción organizada por el Spain Convention Bureau y la OET de Roma, destinada a conectar destinos españoles con agencias especializadas italianas.

4 marzo — Desayuno Diseñadores

Encuentro informal con profesionales creativos del sector MICE para explorar sinergias en el diseño de experiencias y eventos innovadores en la ciudad de Málaga.

6–8 marzo — ICCA Iberian Chapter Annual Meeting – Sitges

Participación en la reunión anual del Capítulo Ibérico de ICCA, foro clave para la colaboración entre destinos y el intercambio de buenas prácticas en captación de congresos.

marzo — Luxury Lifestyle

Acción de promoción vinculada al turismo de alto nivel y experiencias premium, con especial enfoque en el segmento de incentivos de lujo.

marzo — Press Trip Lujo

Viaje de familiarización para medios especializados en turismo de lujo, con itinerario diseñado para mostrar los recursos MICE de gama alta de Málaga.

11–13 marzo — SMU International (Northstar) – Nueva York

Participación en uno de los eventos más importantes de compradores MICE norteamericanos interesados en destinos europeos.

13 marzo — Jornada sobre Inteligencia Artificial Generativa – FEMP, Madrid

Formación técnica dirigida a destinos MICE sobre el potencial de la IA en la mejora de la gestión y promoción de eventos.

17–21 marzo — M&I FEST – Marrakech

Workshop internacional para el mercado MICE europeo en el que se presentó la oferta de Málaga a compradores internacionales mediante reuniones one-to-one.

18–19 marzo — Retreat Frankfurt

Evento cerrado para agencias alemanas de eventos, organizado en colaboración con Costa del Sol Convention Bureau, para reforzar el posicionamiento de la marca Málaga.

18–22 marzo — Essence of Luxury – Serandipias – Marbella

Acción de promoción del segmento de viajes de lujo y experiencias exclusivas.

19–21 marzo — Visita de Inspección EAACI

Recepción de técnicos y responsables de la European Academy of Allergy and Clinical Immunology para evaluar instalaciones y servicios locales de cara a futuras candidaturas.

marzo — Jornada Formativa

Acción formativa dirigida a profesionales locales del sector para difundir tendencias y herramientas en la organización de eventos.

marzo — Luxury Spain Hotel

Colaboración con la Asociación Española del Lujo para promover el segmento premium en espacios hoteleros de Málaga.



18–19 abril — Press Trip Punto MICE

Viaje de familiarización organizado por el MCB para la periodista Cristina Cunchillos de Punto MICE, con un recorrido por sedes, hoteles, espacios singulares y experiencias locales para posicionar Málaga como destino profesional.

abril — Master Chef

Colaboración en evento gastronómico televisivo como herramienta de promoción del destino, vinculando la imagen de Málaga a experiencias culinarias de alto nivel.

abril — Evento EMA Barcelona

Participación en jornada de networking y presentaciones organizada por la Event Managers Association con agencias y empresas catalanas.

abril — Webinar Mercado Fines SCB

Sesión informativa del Spain Convention Bureau sobre oportunidades del mercado finés para destinos MICE españoles.

abril — Visita experto UMA Turismo MICE

Colaboración con la Universidad de Málaga en el marco de proyectos de investigación vinculados al segmento de reuniones.

abril — Visita Inspección Congreso EAACI Medical

Revisión técnica de espacios de la ciudad para el desarrollo del congreso médico europeo.

abril — Jornada directa asociativo Bruselas

Presentación de Málaga ante asociaciones europeas con sede en Bruselas, con el objetivo de captar eventos científicos y sectoriales.

abril — Jornada directa mercado finés y noruego

Encuentros con agencias especializadas en eventos corporativos e incentivos del norte de Europa.

abril — CityDNA Bolonia

Asistencia técnica a la asamblea de la red de ciudades europeas de marketing de destinos.

abril — VI Sport & Event Forum

Participación en foro especializado en turismo deportivo y eventos de gran formato.

abril — VI IWF

Acción internacional vinculada a mujeres líderes del sector MICE.

abril — Seatrade MED

Presencia en evento especializado en cruceros y turismo portuario como oportunidad para desarrollo de eventos flotantes y recepción de incentivos.

28–29 mayo — MIS Eventoplus – Cádiz

Workshop-conferencia para conectar proveedores andaluces con organizadores de eventos de grandes agencias nacionales.

30 mayo — Partance – Mónaco

Evento exclusivo de promoción internacional centrado en el segmento MICE y de lujo, con agenda de reuniones y presentaciones en destino premium.

mayo — Asamblea SCB – Sevilla

Participación institucional en la asamblea del Spain Convention Bureau para definir estrategias conjuntas de promoción nacional e internacional.

mayo — IMEX Frankfurt

Asistencia a una de las principales ferias del turismo de reuniones a nivel mundial, con reuniones profesionales con organizadores internacionales.



mayo — MedCruise
Encuentro de operadores y destinos portuarios del Mediterráneo para fomentar la atracción de eventos vinculados a cruceros.

mayo — Cena EMA – Madrid
Encuentro relacional con directores de eventos y agencias nacionales.

mayo — Circo del Sol
Acción de visibilidad del destino aprovechando evento internacional cultural con potencial corporativo.

mayo — CityDNA – Tallin
Asistencia técnica a reunión anual de la red europea de destinos urbanos.

18–20 junio — Roadshow Partance – París, Lyon y Marsella
Evento itinerante para presentar Málaga como destino MICE en tres ciudades francesas clave.

junio — Eurocongress – Praga
Participación en congreso especializado con operadores europeos del sector médico y científico.

junio — Somos Experiences
Evento nacional que conecta experiencias de marca con destinos y empresas de eventos.

junio — The Meeting Show – Londres
Feria profesional de referencia en Reino Unido, clave para captar eventos del mercado británico.

junio — M&I Forum – Miami
Evento internacional con agenda de citas preestablecidas entre destinos y compradores del continente americano.

23–26 junio — Jornadas Inversas EE. UU. – Canadá
Organizadas por el MCB en colaboración con Turismo Andaluz y la OET de Chicago para atraer organizadores de reuniones norteamericanos a Málaga.

junio — Retreat Caterpillar
Acción exclusiva de incentivo y fidelización con empleados y responsables de eventos de la multinacional industrial.

junio — Visita de Inspección – Voquin
Viaje de familiarización con esta agencia internacional especializada en eventos corporativos.

junio — Visita de Inspección – Wartourism
Visita técnica con esta agencia especializada para conocer Málaga como sede para futuros eventos.

3 julio — Premios Condé Nast Traveler – Madrid
Asistencia institucional a la entrega de premios de una de las publicaciones de viajes más influyentes, consolidando relaciones con medios y touroperadores.

4 julio — Almuerzo Networking Asociación Española del Lujo – Madrid
Encuentro profesional con marcas y entidades del segmento premium para reforzar la promoción del turismo de lujo en Málaga.

julio — Presentación Picasso AIMGroup
Reunión de promoción con AIMGroup para presentar la oferta de la ciudad como sede potencial para congresos vinculados a la figura de Picasso.

julio — Málaga Discovery Days – Caterpillar
Evento experiencial dirigido a empleados internacionales de Caterpillar para promocionar la ciudad como destino de incentivos corporativos.



10–12 septiembre — EMEA Summit Simpleview – Bristol

Encuentro europeo de destinos que utilizan herramientas de marketing digital para la promoción MICE, donde Málaga compartió su experiencia en captación de eventos.

12 septiembre — 10º Aniversario Granada Convention Bureau

Acto institucional en representación de Málaga, reforzando alianzas regionales entre destinos MICE.

16–18 septiembre — Jornadas Inversas México – Valladolid

Participación en programa de reuniones B2B con agencias mexicanas para promover Málaga como destino MICE en Latinoamérica.

24 septiembre — 40º Aniversario Madrid Convention Bureau

Asistencia a acto conmemorativo para el fortalecimiento de sinergias entre los principales convention bureaux del país.

25 septiembre — Mesa Sectorial MICE – NH Málaga

Encuentro técnico con representantes del sector para evaluar necesidades, oportunidades y coordinar acciones futuras.

27–30 septiembre — Luxury Incentive Travel Event – InVoyage – Miconos

Evento internacional con presencia de proveedores y compradores del segmento lujo, clave para el posicionamiento premium del destino.

30 septiembre–2 octubre — Convening EMEA – PCMA – Barcelona

Congreso profesional sobre el futuro del turismo de reuniones en Europa, con participación activa del MCB en talleres y foros de intercambio.

8–10 octubre — IMEX América – Las Vegas

Feria internacional de referencia para la industria MICE, donde Málaga se presentó como destino competitivo ante organizadores de congresos y viajes de incentivo de América del Norte.

11 octubre — Visita de Inspección – Global MICE Forum

Visita técnica de responsables del foro global para evaluar Málaga como posible sede de futuras ediciones del evento.

14–16 octubre — Jornada Inversa – Oficinas Españolas de Turismo – Pamplona

Encuentro profesional coordinado por la FEMP y el Spain Convention Bureau, con reuniones B2B entre destinos españoles y responsables de las OET en el extranjero.



- 20–23 octubre — ICCA Congress – Abu Dabi**
Congreso mundial de la International Congress and Convention Association, donde Málaga participó activamente en foros y sesiones de networking internacional.
- 27–29 octubre — SITE Spain & Portugal Young Leaders Conference – NH Málaga**
Conferencia nacional que reunió a jóvenes líderes del segmento MICE, celebrada en Málaga con la colaboración del MCB.
- 7 noviembre — Be EMA 2024 – Madrid**
Jornada profesional organizada por Event Managers Association centrada en tendencias y casos de éxito del sector de eventos corporativos.
- 19–21 noviembre — IBTM World – Barcelona**
Una de las ferias más importantes del sector MICE a nivel global. Málaga mantuvo reuniones estratégicas con agencias internacionales y asociaciones profesionales.
- 27 noviembre — EMA Christmas**
Encuentro informal de cierre de año organizado por la EMA, donde se afianzaron relaciones con directores de eventos y agencias especializadas.
- 29–30 noviembre — Retreat Partance – Francia**
Evento exclusivo organizado por Partance para proveedores seleccionados del mercado francés, con presentaciones privadas y espacios de networking.
- 11 diciembre — Reunión Navidad con Socios**
Acto de agradecimiento y cierre de ejercicio dirigido a los socios locales del MCB.
- 11–12 diciembre — Jornada Técnicos Spain Convention Bureau – Ávila**
Encuentro nacional de responsables técnicos de Convention Bureaux para compartir estrategias, herramientas y líneas de acción conjuntas.
- 17–18 diciembre — ICCA Training – Sevilla**
Formación especializada impartida por ICCA para destinos que trabajan en la captación de congresos internacionales.



3. COLABORACIÓN CON CONGRESOS.

Durante el ejercicio, el Málaga Convention Bureau ha intensificado su labor de apoyo a la organización de congresos, convenciones y reuniones profesionales celebrados en la ciudad, facilitando recursos y servicios que enriquecen la experiencia de los participantes y fortalecen la imagen de Málaga como destino MICE.

- **Málaga Congress Card:** Se han tramitado 36 altas en la aplicación, lo que ha permitido a los congresistas acceder a ventajas exclusivas en comercios, museos y transportes locales, contribuyendo a la dinamización económica y cultural de la ciudad.

- **Visitas turísticas:** Se han coordinado un total de 68 visitas guiadas y actividades turísticas adaptadas a los programas sociales de distintos eventos, ya sea de forma directa o en colaboración con entidades organizadoras, para dar a conocer el patrimonio, la gastronomía y el entorno urbano malagueño.

- **Puntos de información en sedes:** En 9 congresos se ha gestionado la instalación de puntos de información turística, con personal especializado y distribución de material promocional, lo que ha favorecido el acceso inmediato a recursos turísticos por parte de los asistentes.

4. SOCIOS MÁLAGA CONVENTION BUREAU

El Málaga Convention Bureau ha continuado fortaleciendo la red de colaboración público-privada que lo conforma, prestando especial atención a la relación con sus miembros y a la incorporación de nuevos agentes del sector.

Gestión de socios: Se ha mantenido actualizada la información de los 187 socios activos, promoviendo la participación de estos en las distintas acciones promocionales y fomentando el networking entre empresas e instituciones del ámbito MICE.

Altas de nuevos miembros: Se han tramitado y aprobado 12 nuevas adhesiones, diversificando así el ecosistema de servicios representados dentro del Bureau y ampliando las oportunidades de cooperación y promoción conjunta.



5. TRÁMITES ADMINISTRATIVOS

En el marco de la gestión operativa, el Málaga Convention Bureau ha tramitado un total de 38 contratos menores relacionados con su actividad institucional.

Estas gestiones han incluido el pago de cuotas de participación en ferias y foros especializados, membresías en redes internacionales del sector MICE, contratación de servicios logísticos y técnicos, así como la organización y producción de eventos y acciones promocionales.

6. PETICIONES DE INFORMACIÓN

Uno de los pilares del servicio ofrecido ha sido la atención personalizada a profesionales, organizadores y visitantes interesados en Málaga como sede de eventos.

Más de 300 peticiones han sido atendidas, incluyendo solicitudes de información general sobre la ciudad, asesoramiento técnico para la organización de congresos, disponibilidad de sedes y alojamientos, logística local, y recursos turísticos complementarios. Esta labor ha contribuido a posicionar a Málaga como un destino profesional confiable y competitivo.



8. CANDIDATURAS GANADAS

- 65 Congreso Nacional de Ingenieros Navales y Oceánicos, 2026
- European Conference on Optical Communications" (ECOC) 2026
- IFSO-EC 2026
- Congreso Internacional de Galvanización, INTERGALVA 2027

9. OTROS PROYECTOS

PROYECTO "Elaboración de un Plan de Acción, Implementación y Formación en Turismo Sostenible y Legado MICE".

Se trata una iniciativa promovida por la FEMP a través del Spain Convention Bureau. Su finalidad es impulsar la sostenibilidad y la generación de legado positivo en el sector MICE (reuniones, incentivos, congresos y exposiciones) en los destinos turísticos españoles.

Este plan tiene como objetivos:

Fomentar la integración de criterios ESG (medioambientales, sociales y de gobernanza) en la planificación y ejecución de eventos profesionales.

Conectar a los Convention Bureaux con entidades sociales locales, facilitando la cooperación entre el tejido asociativo y el turismo de reuniones.

Desarrollar herramientas prácticas (como guías, catálogos o planes de acción) que permitan a los destinos incorporar políticas de impacto positivo de manera estructurada.

Capacitar a los actores locales (administraciones, técnicos y asociaciones) para implementar buenas prácticas de sostenibilidad y responsabilidad social.

Para ello, se ha trabajado con destinos piloto, como Málaga, en sesiones colaborativas donde se ha diseñado un plan de acción adaptado a la realidad local. Estas sesiones han permitido analizar iniciativas ya existentes, proponer nuevos modelos de colaboración y estructurar acciones concretas para hacer del turismo MICE una herramienta de desarrollo social, inclusivo y sostenible.



Málaga ha sido seleccionada como destino piloto dentro del proyecto de la FEMP / Spain Convention Bureau para diseñar e implementar una Guía de Acciones ESG aplicadas al sector MICE.

Durante una sesión de trabajo celebrada el 7 de octubre de 2024, se reunió el equipo del Málaga Convention Bureau con representantes del Ayuntamiento (áreas de derechos sociales, participación ciudadana, bienestar social) y entidades sociales locales. También participaron consultores especializados del proyecto.

Objetivo local:

Diseñar un catálogo práctico de iniciativas sociales y sostenibles que los organizadores de eventos profesionales puedan incorporar en sus programas, dejando un legado positivo en la comunidad malagueña.

◆ Acciones clave realizadas en Málaga:

- Mapeo de entidades sociales locales con potencial para colaborar con eventos (Cruz Roja, comedores sociales, asociaciones de diversidad, salud, etc.).
- Diseño de un Canvas de gestión de proyectos para estructurar objetivos, stakeholders, recursos, tareas, y riesgos.
- Definición de un Project Plan con fases claras: criterios de selección, identificación y contacto con asociaciones, formación mutua, desarrollo del directorio, y plan de comunicación.
- Creación de una guía digital de ESG que se publicará en la web del Convention Bureau, con recursos visuales, directorio de asociaciones y sistema de evaluación de impacto.

◆ Resultados esperados:

- Favorecer la colaboración entre el sector MICE y las asociaciones locales.
- Visibilizar el compromiso social de los eventos organizados en Málaga.
- Posicionar a Málaga como un destino MICE responsable y referente en sostenibilidad.
- Establecer una metodología replicable en otros destinos SCB.



málaga
CONVENTION
BUREAU