

**Estudio del Turismo de Negocios en
España 2006**

*Estudio de la Demanda del Mercado de
Reuniones*

Informe de la ciudad de Lleida

**Instituto de Turismo de España
TURESPAÑA**

Barcelona, Mayo de 2007



**Estudio del Turismo de Negocios en
España 2006**

*Estudio de la Demanda del Mercado de
Reuniones*

Informe de la ciudad de Lleida

**Instituto de Turismo de España
TURESPAÑA**

Barcelona, Mayo de 2007

Dirección

Miquel Flamarich

Coordinación

Ivan Gómez
Gemma Latorre

Técnicos

Albert Cónsola
Kasturi Dey
Laia Fontova
Laia Turró



Índice

	<i>Páginas</i>
1. Informe ejecutivo	1
2. Características de entorno. Características de las reuniones – en las que se han realizado las consultas – y de los participantes en ellas.....	16
a. Características de las reuniones	17
b. Características de los participantes.....	21
3. Valoraciones sobre las instalaciones, servicios y organización de las reuniones	31
4. Estimación del gasto medio de los participantes en las reuniones	36
5. Valoración de la ciudad por parte de los participantes en las reuniones	40
6. Comparativa de los resultados obtenidos el año 2006, con los obtenidos los años precedentes	44
a. Valoración sobre las instalaciones, servicios y organización de las reuniones	45
b. Estimación del gasto medio de los participantes en las reuniones	51
c. Valoración de la ciudad de Lleida por parte de los participantes en las reuniones.....	55
7. Nota metodológica	58
8. Anexos.....	62

1.) Informe ejecutivo.

I

- En el marco del estudio del Turismo de Negocios que realiza Turespaña y más concretamente, en el contexto del estudio de la Demanda del Mercado de Reuniones del año 2006, se ha continuado trabajando en la línea iniciada en el 2003, caracterizada por la colaboración más intensa entre Turespaña y las ciudades de reuniones. Esta colaboración tiene como objetivos básicos:
 - La mejora de los inputs informativos referentes a la demanda del mercado de reuniones.
 - La mejora de la arquitectura informativa que sustenta la base del estudio.
 - La mejora de los resultados y de su aprovechamiento tanto a nivel general, como por parte de las ciudades.

La base de esta colaboración es la realización por parte de las ciudades de las muestras entre los participantes en las reuniones de su ciudad, coordinándose tanto los recursos, como la metodología a nivel de estado. En este sentido, cabe subrayar la mejora que implica que las ciudades realicen las muestras, pues nadie mejor que los técnicos locales conocen su mercado y sus agentes. Al finalizar la anualidad, las ciudades además del estudio general sobre la demanda del mercado de reuniones en España, reciben el presente estudio sobre las características específicas de la demanda, en este caso, de la ciudad de Lleida, que además, al ser el tercer año consecutivo que colabora dispondrá de un apartado comparativo de los resultados del 2006, con los de los años precedentes.

- En Lleida, durante el año 2006 y en el marco del presente estudio, se han realizado 288 consultas, entre el 22 de Abril y el 17 de Noviembre, que se distribuyen por tipo de reunión, de la siguiente manera:

	Internacionales	Nacionales	Regionales	Total
Congresos	57	42	-	99
Convenciones	-	44	-	44
Jornadas	-	57	88	145
Total	57	143	88	288

Para la realización de estas consultas se intervino en 12 reuniones¹, con un total de 2.079 participantes.

Por el número de consultas que se han realizado, la significación de los resultados obtenidos es adecuada, sobretodo en referencia a las reuniones de ámbito nacional, así mismo observar la redistribución entre las diferentes tipologías de reunión y sus respectivos ámbitos territoriales, que proyectará una visión del conjunto del mercado.

- Antes de avanzar más en el informe, queremos hacer constar nuestro agradecimiento más sincero y profundo al Lleida Convention Bureau, por su colaboración y muy especialmente a las personas que la han hecho posible. Deseando que el presente informe satisfaga sus expectativas y que la presente colaboración fructifique en otras, en el futuro.

¹ En el anexo 1, se relacionan las 12 reuniones en las que se ha intervenido.

Asimismo, nuestro agradecimiento a Turespaña y al Spain Convention Bureau, precursores y garantes del estudio del mercado de reuniones en España. Estudio que sin su liderazgo y acompañamiento no existiría.

Finalmente, reconocer asimismo que los posibles errores y omisiones que pueda haber son única y exclusivamente atribuibles a BCF Consultors y que de antemano pedimos por ellos indulgencia.

- El presente estudio se ha estructurado en cinco grandes apartados: el primero de éstos lo constituye el informe ejecutivo, en el que se presenta el estudio y se realizan unas brevísimas indicaciones sobre los principales resultados. En segundo lugar y correspondiendo al segundo capítulo, se sitúan las características referentes a las reuniones y a los participantes en éstas, que al ser una muestra no tiene significación estadística pero son datos que sirven para encuadrar los resultados de los capítulos posteriores. En tercer lugar y en correspondencia con los capítulos 3, 4 y 5, se presenta la razón de ser del estudio, es decir, las valoraciones de los participantes sobre los servicios recibidos y sobre los distintos aspectos relacionados con la reunión y la ciudad de Lleida. En cuarto, y en correspondencia con el capítulo 6, se realiza la comparativa de los resultados obtenidos el año 2006, con los obtenidos el año 2005 y el año 2004 buscando pautas interpretativas de la evolución de la oferta de la ciudad. Finalmente, se encuentra la nota metodológica y los diferentes anexos.

Como puede observarse la pretensión estructural del estudio está en consonancia con el espíritu del mismo, es decir, elaborar un documento de trabajo útil, que además de aportar una información valiosa sobre el mercado, aporte elementos para la reflexión.

II

Características de las reuniones donde se han realizado las consultas.

- En el 58,3% de las reuniones, en las que se realizaron las consultas, su organización era de vocación privada, porcentaje que mantiene el aumento registrado en el 2005, respecto a los años precedentes, debido a la presencia de convenciones, en las reuniones celebradas en Lleida, en estos últimos años.

El sector más representado ha sido el médico-sanitario, en un 41,7% de las reuniones. También han estado representados el sector científico (25,0%), el sector universitario (16,7%), el sector económico-comercial (8,3%) y el sector de agencias de viajes (8,3%).

- Todas las sedes, en las que se celebraron las reuniones, disponían de las instalaciones necesarias para la realización óptima de las reuniones. Más concretamente, el 100% de las sedes disponían de *salas de reuniones de trabajo*, *servicio de restauración* y *servicio de cafetería*. El 91,7% de las sedes disponían, también, de *servicio de audio-megafonía*, de *servicio audiovisual* y de *salas de descanso*. Además el 75,0% de las sedes dispusieron de *espacio para la exposición comercial* y el 25,0% de las sedes dispusieron del *servicio de traducción simultánea*. Estas disposiciones de servicios están por encima de las medias estándares, como ya sucedía, en años precedentes, a excepción de los *servicios de traducción simultánea*.

Asimismo, el 91,7% de las reuniones disponían de *documentación para los inscritos*, el 58,3% disponían de *programa social* y el 25,0% disponían de *programa para*

acompañantes. Porcentajes, que se sitúan en la franja intermedia de dichas prestaciones.

Características de los participantes en las reuniones en las que se han realizado las consultas.

- El 85,4% de los participantes procedían del estado español, el 10,8% pertenecían a otros países de Europa: Alemania, Italia, Reino Unido,... El 3,8% restante se distribuyó entre el continente americano (con un contingente importante del 2,4% procedente de Estados Unidos) y el resto del mundo (0,3%).

Las ciudades españolas que aportaron más delegados a estas reuniones – además de la propia Lleida con un 21,2% - fueron y por este orden: Barcelona con un 21,2%, Madrid con un 6,9%, Igualada con un 3,5% y Zaragoza con un 3,1%. En el ámbito internacional, con una aportación del 1,0% de participantes cada una, destacan: Londres, Roma, Leopoldshöhe, Guelph i Philadelphia.

- El 53,3% de los participantes fueron mujeres (por primera vez mayoritarias en la muestra) y el 46,7% hombres. Entre los 25 y 44 años se concentraron el 62,2% de los participantes y específicamente entre los 25 y 34 años se situaron el 34,3% de estos, señalar así mismo la presencia de un 12,9% de participantes menores de 25 años. En relación a años precedentes y en relación a ciudades de características similares a Lleida, se observa un desplazamiento hacia segmentos más jóvenes de participantes.

La ocupación profesional de los participantes éste año está más concentrada, puesto que el 57,9% de los delegados eran profesionales o directivos. Con

menores porcentajes también estuvieron representados los mandos intermedios-técnicos (16,2%), los estudiantes (9,4%), los asalariados (7,9%) y los empresarios (7,9%).

- El tipo de alojamiento más utilizado fueron los hoteles de cuatro estrellas (47,1%) y los de tres estrellas (11,8%). También se ha registrado un 29,4% de participantes que se alojaron en su domicilio habitual y un 3,3% que lo hicieron en casas de familiares y amigos. En relación al año 2005, se mantiene el incremento del alojamiento hotelero que se registró, en relación a años precedentes. Destacar, así mismo, como característica diferencial que durante el año 2006 la pernoctación en hoteles de 4 estrellas ha obtenido un incremento de 17,3%, respecto a la del 2005.
- El medio de transporte más utilizado para desplazarse hasta las reuniones fue el coche con un 57,0%, porcentaje muy superior al de otros destinos con características similares. El avión es el segundo medio de transporte más utilizado con un 19,9% superando así al tren (17,6%) que tradicionalmente ocupaba esta segunda posición y en el 2006 pasa a la tercera. Una vez en la ciudad un 50,2% de los participantes siguen utilizando su vehículo y otro 21,9% utilizan el transporte público (12,4% taxi y 9,5% autobús) para desplazarse hasta la sede de la reunión. Un 27,2% se desplaza a pie por la ciudad – porcentaje superior al del 2005- el desplazamiento peatonal por la ciudad, no siempre es posible y debería considerarse como una ventaja para Lleida y reflexionar en este sentido como ya se sugirió, anteriormente.
- **El 95,4% de los participantes aducen como razón principal para asistir a la reunión el interés profesional** y el 2,9% el interés comercial. Hacer notar la reducción de la presencia de los participantes que afirman que la motivación para asistir a la reunión es de carácter personal (académicos, sociales,...) que

pasa del 10,5% al 1,7%. Complementariamente, la motivación más incisiva para la asistencia a la reunión ha sido el programa científico, obteniendo un grado de intensidad de 8,58 (sobre una escala de 10), seguido, a cierta distancia, del programa social (6,26), de la sede de la reunión (6,15), del atractivo de la ciudad (6,14) y de que la reunión se haya celebrado en España (5,82).

- Desde hace algunos años se está asumiendo el alcance de los outputs positivos del turismo de reuniones para la ciudad, en que se celebra la reunión, y también para su entorno inmediato. Valga como muestra que **el 24,6% de los participantes realizaron antes o después de la reunión viajes**. El 12,7% por Catalunya, el 38,1% por España y el 49,2% por Europa.
- La media de la duración de las reuniones se sitúa en 3,00 días (en el 2005, fue de 2,88 días y en el 2004, fue de 1,86 días), y la estancia en la ciudad de Lleida se sitúa sobre los 2,90 días. A diferencia de otros años, los participantes en las reuniones, celebradas en Lleida, durante el año 2006, no alargan su estancia en la ciudad, esta situación se debe a la tipología de reuniones seleccionadas para la muestra, no obstante, este es uno de los ejes sobre los cuales debería pilotar el esfuerzo turístico, puesto que el coste más elevado es de atracción a la ciudad, una vez en la ciudad el coste de prolongar la estancia o de mostrar los atractivos de la ciudad, para aumentar los beneficios a corto y medio plazo es mucho más bajo.
- **El 24,6% de los delegados** (en el 2005, fue el 25,1%) **han venido acompañados a la reunión de una media de 2,14 personas**. Esta información se complementa con la anterior y constituyendo dos indicadores valiosos del atractivo de la ciudad.

- La importancia de estos datos es relevante en si misma, como indicadores de situación y para el cálculo y la estimación de los impactos económicos directos, puesto que la estancia en la ciudad o el porcentaje y el número de acompañantes es sin duda tan determinante, como el propio número de participantes en las reuniones.

III

Valoraciones de los participantes sobre las instalaciones, servicios y organización de las reuniones.

- Las prestaciones valoradas del **alojamiento** (hotelero) reciben mejores puntuaciones que las otorgadas en el año 2005, así mismo se sitúan por encima de los valores obtenidos por las ciudades de reuniones, en general y de las obtenidas por las ciudades de reuniones del segmento al que se adscribe Lleida. Las características mejor valoradas son el *trato recibido por el personal del hotel* con un 8,15 (sobre 10), la *profesionalidad del personal del hotel* con un 8,01 y los *servicios del hotel*, también con un 8,01, características que tienen una fuerte presencia directa de recursos humanos. A éstas le sigue, a cierta distancia, pero sin obtener una mala valoración la *relación calidad-precio* (7,71).
- La valoración general sobre la **sede** en la que se celebra la reunión es de 8,25 (sobre 10), valoración excelente y que indica una mejora notable en relación a la obtenida en años precedentes. Situándose, así mismo, por encima de la valoración media obtenida por las ciudades de reuniones.
- En los cuatro **servicios de la sede** testados se observa una cierta dispersión, así mientras la *atención del personal* recibe una magnífica puntuación (8,22) y se sitúa muy cerca de la valoración otorgada a la propia sede, los otros tres servicios están bien valorados, pero a una cierta distancia de la *atención del personal* de la sede. El *servicio de restauración* está puntuado con un 7,84, el *servicio de cafetería*, con un 7,68 y el *servicio de los profesionales de la traducción simultánea*, con un 7,35. El conjunto de valoraciones de la sede se sitúa ligeramente por encima de la media

de las valoraciones otorgadas a las sedes del segmento de ciudades en el que se inscribe Lleida, y además indican una mejora general respecto a las valoraciones del 2005, que a su vez ya mejoraban las del 2004.

- Las **instalaciones de la sede** obtienen en general valoraciones ligeramente más bajas que los servicios de la sede comentados. Las valoraciones se pueden agrupar en tres bloques. El primero formado por las instalaciones que reciben una buena puntuación, por encima de la media: los *medios audiovisuales* (7,93), las *facilidades de exposición* (7,72) y el *servicio de megafonía* (7,68). El segundo bloque, con una puntuación al entorno de la media, lo forman: *las salas de reunión* (7,45). Y en el tercer bloque, se encuentran aquellas instalaciones que reciben una valoración inferior a la media: los *equipos de traducción simultánea* (6,89) y las *salas de descanso* (6,30). Indicar que los cambios en las valoraciones, respecto a los años anteriores, no afectan a la jerarquía que ocupan las diferentes instalaciones y que por tanto puede deducirse cuales son las fortalezas y debilidades, con un cierto grado de seguridad. Así mismo, indicar como sucedía en los servicios de la sede, que también en las valoraciones de las instalaciones se produce una mejora respecto a las del 2005, que a su vez mejoraban las obtenidas en el 2004.
- Respecto al bloque de características referentes a los **aspectos generales de la organización de la reunión**, indicar que en general, está valorado, levemente, por debajo de los valores estándares. De los ocho aspectos testados, seis reciben valoraciones asimilables a las del conjunto y dos se desplazan a la banda baja, comportamiento que se viene dando en los últimos años. Los cuatro aspectos valorados por encima de la media son: el *programa científico* (8,33), la *organización global* (8,15), *proceso de inscripción* (7,64) y la *documentación* (7,64). Los cuatro aspectos valorados por debajo de la media del bloque son: el *marketing* (7,30), el *programa social* (7,22), la *información turística* (6,94) y el *programa para acompañantes* (6,33). Dos precisiones de distinto signo, la primera positiva, señalar que el

aspecto mejor valorado es el *programa científico* – del bloque y del estudio - que a la vez obtiene el máximo grado entre las motivaciones para asistir a la reunión; la segunda precisión, hace referencia a que la *información turística* recibe una valoración baja – todo y mejorar la del 2005 -, es el aspecto peor valorado del bloque, cuando es el nexo natural entre la reunión y las actividades estrictamente turísticas y, por tanto reclama una mayor atención, como ya se comentó en las ediciones pasadas del estudio.

Estimación del gasto medio de los participantes en las reuniones.

- Antes de entrar propiamente en el resultado de las estimaciones, habría que señalar dos cuestiones, la primera, la importancia de las estimaciones directas sobre el gasto, por la información de primera mano que aportan y la segunda, la importancia de esta información para calcular el impacto económico directo del turismo de reuniones en la ciudad de Lleida.
- La estimación por parte de los participantes del **coste de la inscripción** en la reunión ha sido de 239,69€ (en el 2005, fue de 97,58€). En este concepto como en los sucesivos hay mucha dispersión entre las estimaciones realizadas, según las reuniones, así se aconseja para el cálculo del impacto económico tener en cuenta los datos provenientes del estudio de la oferta para el año 2006, sobre todo para poder ceñir la estimación al tipo de reunión.
- La estimación media del **coste del viaje** hasta Lleida ha sido de 168,32€, recordar que en el 2005 fue de 155,60€, posiblemente el aumento venga determinado, en buena parte, por la mayor presencia de participantes internacionales.

- La estimación media del **coste del alojamiento** ha sido de 81,09€, el año 2005 fue de 67,45€.
- En el 61,10% de los participantes, el coste del **“fee”** es asumido íntegramente por la organización a la que pertenecen, (en el 2005, fue del 46,2%) en un 32,30% de los participantes la organización asume una parte del “fee” y en el 6,60% de los participantes la organización a la que pertenecen no asume ninguna parte del “fee”. Señalar que el porcentaje más elevado en que las organizaciones cubren el “fee” es en los conceptos de inscripción y de alojamiento y el que cubren en menor medida es el importe del viaje.
- El **presupuesto diario** de gasto de los participantes (excluyendo la inscripción, el viaje y el alojamiento) es de 74,76€ (en el 2005, fue de 73,20€ y en el 2004, fue de 61,18€). Un 56,20% de este importe se dedica a la alimentación, un 18,66% a las compras, un 13,20% al entretenimiento y finalmente un 11,32% al transporte interno.

Valoración de la ciudad por parte de los participantes en las reuniones.

- **El 68,6% de los participantes visitan la ciudad** (en el 2005, fueron el 63,3%) **y le otorgan una valoración media global de 6,67** (en el 2005, fue de 6,57).

Este año se observa mucha dispersión en las valoraciones, así entre la valoración más alta y la más baja hay una diferencia de 3,15 puntos, que es considerable teniendo en cuenta que la escala valorativa es sobre 10, aunque se testean catorce conceptos.

El concepto mejor valorado de la ciudad es el *carácter y amabilidad de los ciudadanos*, al que se le otorga la magnífica puntuación de 8,31 sobre 10, y claramente se constituye como la fortaleza de la ciudad, puesto que repite este lugar de privilegio, en los últimos años.

A continuación, a cierta distancia de la puntuación concedida al *carácter y amabilidad de los ciudadanos*, se sitúan seis características cuyas puntuaciones se encuentran por encima de la media global de la ciudad: *la seguridad ciudadana* (7,44), *la relación calidad-precio de la oferta de restauración* (6,94), *la relación calidad-precio de la oferta comercial* (6,91), *la limpieza general de la ciudad –calles, fachadas...-* (6,89), *las infraestructuras de comunicaciones y accesos a la ciudad* (6,83) y *la oferta arquitectónica-monumental* (6,76).

Por debajo la media, se sitúan cinco conceptos: *la contaminación acústica* (6,56), *los transportes públicos* (6,53), *la oferta cultural* (6,49), *la contaminación atmosférica* (6,44) y *la señalización e información* (6,43).

Finalmente, hay dos valoraciones que ocupan la franja baja de las emitidas sobre las características de la ciudad y del conjunto de la oferta del mercado de reuniones y por tanto deberían considerarse como puntos débiles de la oferta: *la oferta de ocio y entretenimiento* (5,64), y el *entorno –clima, medio...-* (5,16).

Observar que la mejora de la media de las valoraciones de la ciudad, respecto al 2005, va asociada a un aumento de la dispersión de las puntuaciones concedidas a los distintos aspectos testados. Es decir, hay aspectos que mejoran, ostensiblemente, como el *carácter y amabilidad de los ciudadanos* que pasa de 7,78 (2005) a 8,31 (2006) o *la seguridad ciudadana* que pasa de 6,58 (2005) a 7,44 (2006) y aspectos que ya tenían valoraciones bajas que empeoran como *la oferta de ocio y entretenimiento* que pasa de 6,30 (2005) a 5,64 (2006) o el *entorno-clima, medio...-*

que pasa de 6,77 (2005) a 5,16 (2006). Esta dispersión no es ajena a la presentación de la ciudad como una red de servicios y recursos, en la información turística facilitada a los participantes en las reuniones y posiblemente este sea uno de los ejes de trabajo que debería plantearse, en un futuro inmediato.



- En general, cabe destacar las buenas valoraciones que recibe la oferta de reuniones de la ciudad de Lleida. Hacer notar que sólo dos conceptos de los treinta y siete testados en el estudio, está por debajo de los seis puntos, sobre una escala de diez. Por tanto concluir que Lleida obtiene unos buenos resultados en el año 2006, que son el mejor garante para el futuro y felicitar a los agentes públicos y privados que los han hecho posibles.

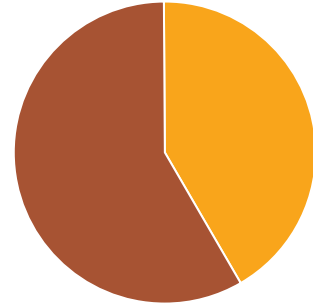
2.) Características de entorno. Características de las reuniones
– en las que se han realizado las consultas – y de los
participantes en ellas.

2.a) Características de las reuniones.

Vocación (pública o privada) de las entidades/empresas responsables de la organización de las reuniones en las que se ha realizado la consulta en la ciudad de Lleida



%

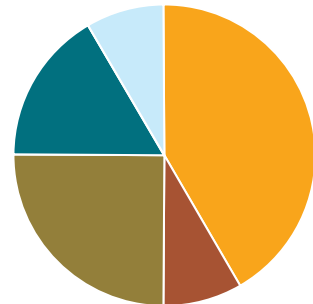
Vocación		
Pública	41,7	
Privada	58,3	
Total	100,0	



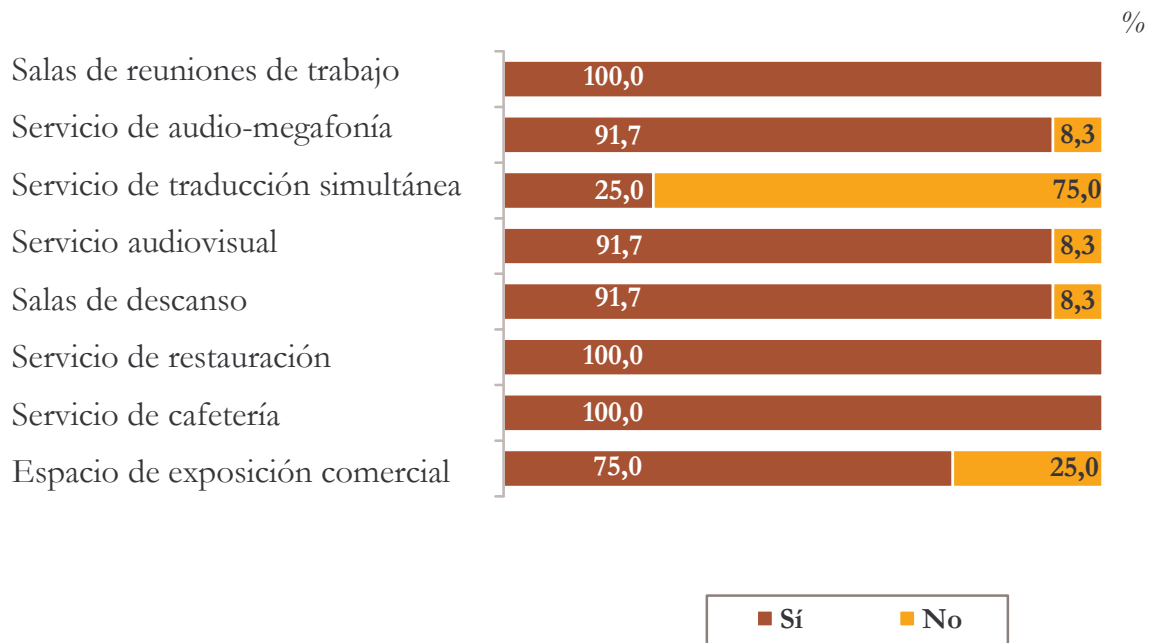
Sector de actividad de las entidades/empresas responsables de la organización de las reuniones en las que se ha realizado la consulta en la ciudad de Lleida

%

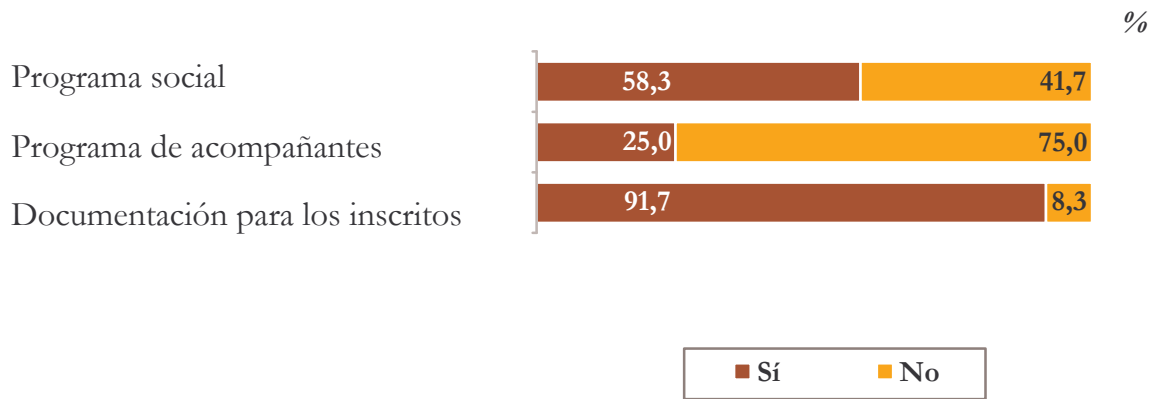
Sectores		
Médico-Sanitario	41,7	
Económico-Comercial	8,3	
Científico	25,0	
Público	0,0	
Tecnológico	0,0	
Universitario	16,7	
Cultural	0,0	
Agencia de viajes	8,3	
Total	100,0	



Las sedes en las que se han celebrado las reuniones, disponían de las instalaciones/servicios siguientes



La organización de las reuniones incluía



2.b) Características de los participantes.

País de procedencia de los participantes en las reuniones²

Países	%
España	85,4
Europa	10,8
América del Sur	0,3
América del Norte	3,2
América Central	0,0
Otros países	0,3
Total	100,0



Ciudades de procedencia de los participantes en las reuniones

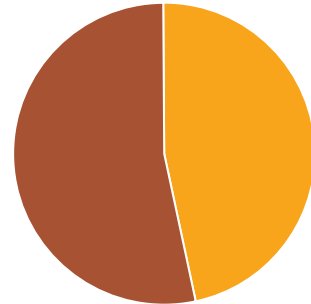
Ciudades	%
Lleida	21,2
Barcelona	21,2
Madrid	6,9
Igualada	3,5
Zaragoza	3,1
Otras de ciudades de España	29,5
Roma	1,0
Londres	1,0
Leopoldshöne	1,0
Otras ciudades de Europa	7,8
Ciudades de América del Sur	0,3
Ciudades de América del Norte	3,2
Otras ciudades internacionales	0,3
Total	100,0

² Para una información más detallada, ver Anexo 2.

Género de los participantes en las reuniones







%

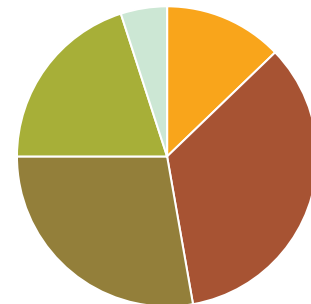
Género		
Hombres	46,7	
Mujeres	53,3	
Total	100,0	



Edad de los participantes en las reuniones








%

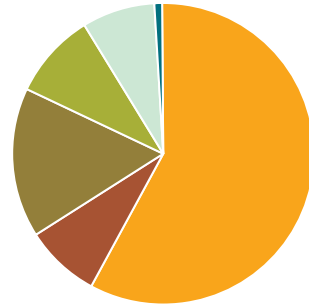
Edad		
Menos de 25 años	12,9	
Entre 25 y 34 años	34,3	
Entre 35 y 44 años	27,9	
Entre 45 y 54 años	20,0	
Entre 55 y 64 años	5,0	
Más de 64 años	0,0	
Total	100,0	



Ocupación profesional de los participantes en las reuniones







%

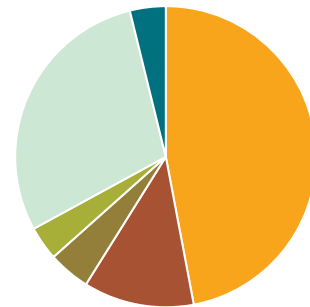
Ocupación		
Profesional/directivo	57,9	
Asalariado	7,9	
Técnico/mando intermedio	16,2	
Estudiante	9,4	
Empresario	7,9	
Jubilado	0,7	
Parado	0,0	
Total	100,0	



Tipo de alojamiento utilizado por los participantes en las reuniones


%

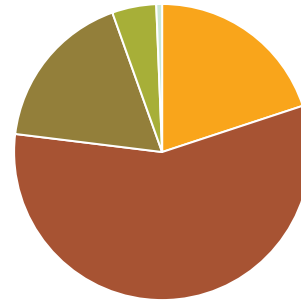
Tipo de alojamiento		
Hotel de 4 estrellas	47,1	
Hotel de 3 estrellas	11,8	
Hotel de menos de 3 estrellas	4,6	
Casa de familiares/amigos/compañeros	3,3	
Domicilio habitual	29,4	
Otros	3,8	
Total	100,0	



Principal medio de transporte utilizado por los participantes para desplazarse hasta la ciudad donde se celebra la reunión

%

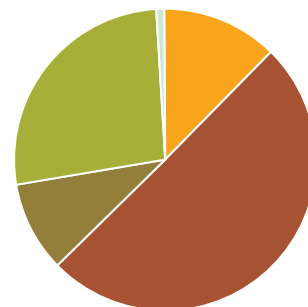
Principal tipo de transporte		
Avión	19,9	
Vehículo propio	57,0	
Tren	17,6	
Autocar	5,0	
Otros	0,5	
Total	100,0	



Principal medio de transporte utilizado por los participantes para desplazarse por la ciudad en la que se celebra la reunión

%

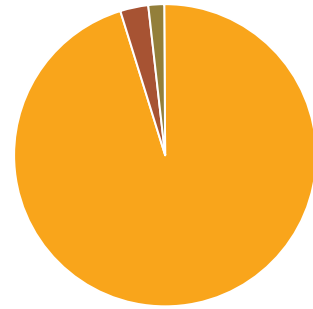
Principal tipo de transporte		
Taxi	12,4	
Vehículo propio	50,2	
Autobús	9,5	
A pie	27,2	
Otros	0,7	
Total	100,0	



Motivo principal por el que los participantes asisten a la reunión

%



Motivo principal de asistencia		
Interés profesional	95,4	
Interés comercial	2,9	
Otros	1,7	
Total	100,0	

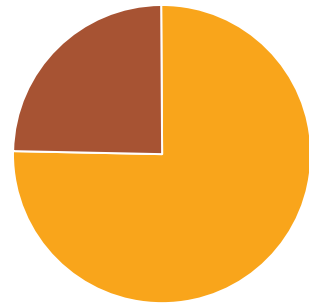


Porcentaje de participantes en las reuniones que a raíz de su participación en éstas, realizan viajes adicionales. Y destinos escogidos para estos viajes

%

Realización de algún viaje adicional

No	75,4	
Sí	24,6	
Total	100,0	

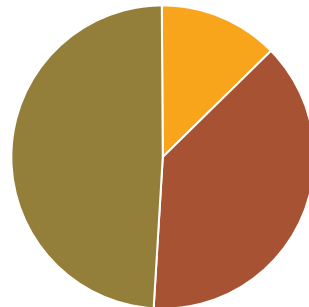


Destino que escogen los participantes para realizar ese viaje

%

Destino

Por Catalunya	12,7	
Por España	38,1	
Por Europa	49,2	
Total	100,0	



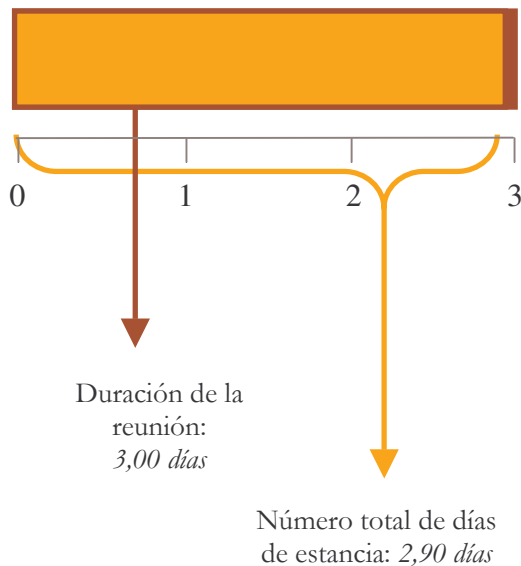
Días de duración de las reuniones en las que se ha realizado la consulta a los participantes

Media	Desv. Típica	Mínimo	Máximo	Moda
3,00	1,28	1	5	2

Días que los participantes han estado en la ciudad, incluidos los de la reunión

Media	Desv. Típica	Mínimo	Máximo	Moda
2,90	1,50	1,00	9	3

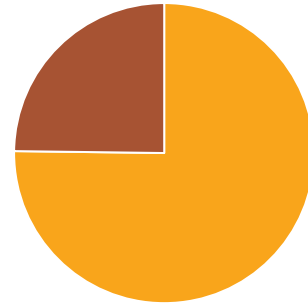
Estancia de los participantes en la ciudad de Lleida



Porcentaje de participantes a las reuniones que han venido acompañados y media de personas que los han acompañado (que no han participado en la reunión)

%

Han venido acompañados	
No	75,4
Sí	24,6
Total	100,0

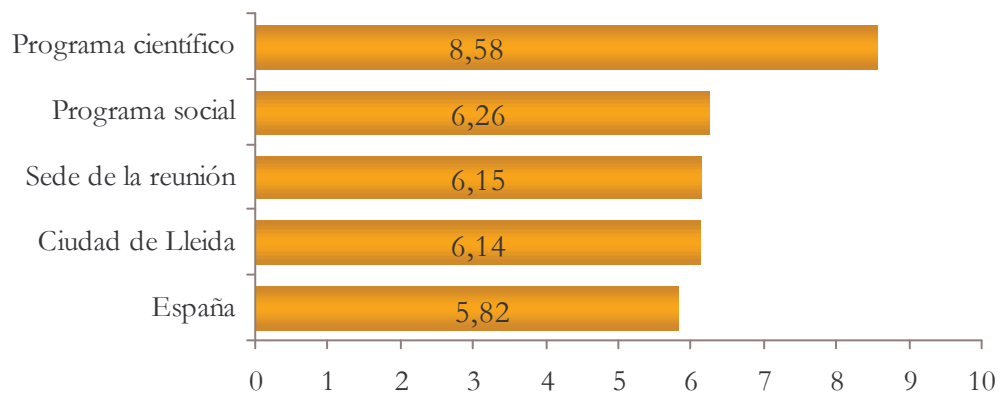


Número medio de personas que han acompañado a los participantes:

2,14 acompañantes

En que medida, la asistencia a la reunión ha sido motivada por los siguientes aspectos (1, nada motivada a 10, totalmente motivada)

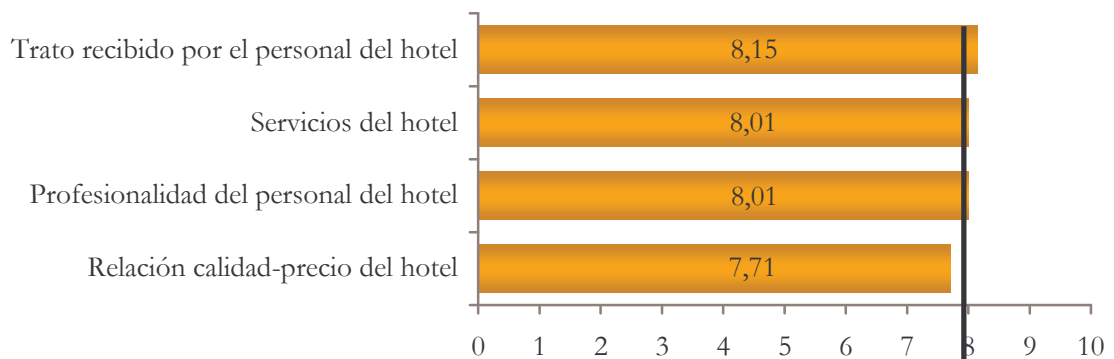
	Media	Desv. Típica	Mínimo	Máximo	Moda
Programa científico	8,58	1,65	2	10	10
Programa social	6,26	2,76	1	10	8
Sede de la reunión	6,15	2,38	1	10	5
Ciudad de Lleida	6,14	2,53	1	10	5
España	5,82	2,61	1	10	5



3.) Valoraciones sobre las instalaciones, servicios y organización de las reuniones.

Valoración de los participantes sobre las instalaciones y servicios del alojamiento utilizado (1, muy mala a 10, muy buena)³

	Media	Desv. Típica	Mínimo	Máximo	Moda
Trato recibido por el personal del hotel	8,15	1,51	4	10	8
Servicios del hotel	8,01	1,57	4	10	8
Profesionalidad del personal del hotel	8,01	1,56	4	10	8
Relación calidad-precio del hotel	7,71	1,65	5	10	8



Media de la valoración global del alojamiento (7,97)

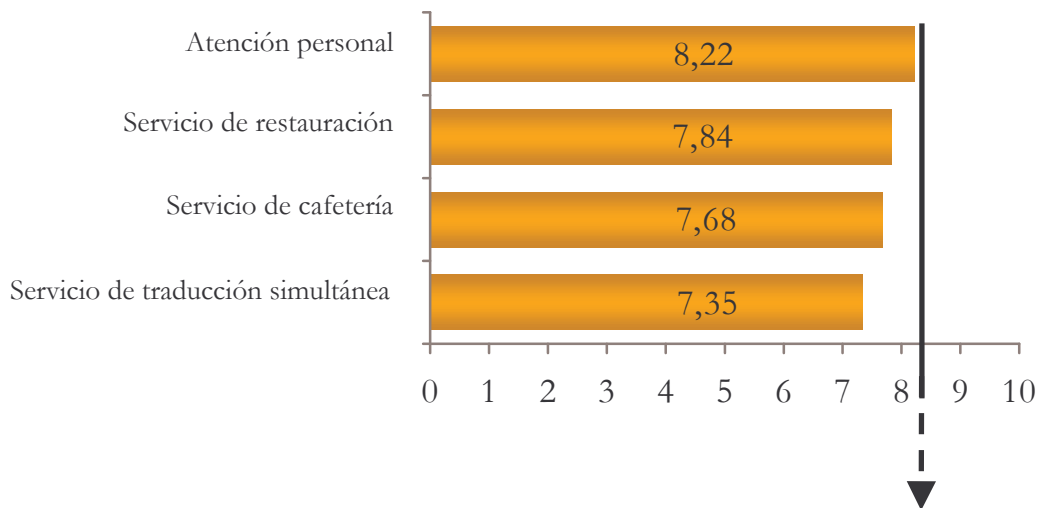
³ La valoración de los diferentes aspectos del alojamiento sólo la han realizado los participantes que han afirmado alojarse en un hotel.

Valoración de los participantes sobre la sede de la reunión (1, muy mala a 10, muy buena)

Media	Desv. Típica	Mínimo	Máximo	Moda
8,25	1,30	4	10	8

Valoración de los participantes sobre los servicios ofrecidos por la sede de la reunión (1, muy mala a 10, muy buena)

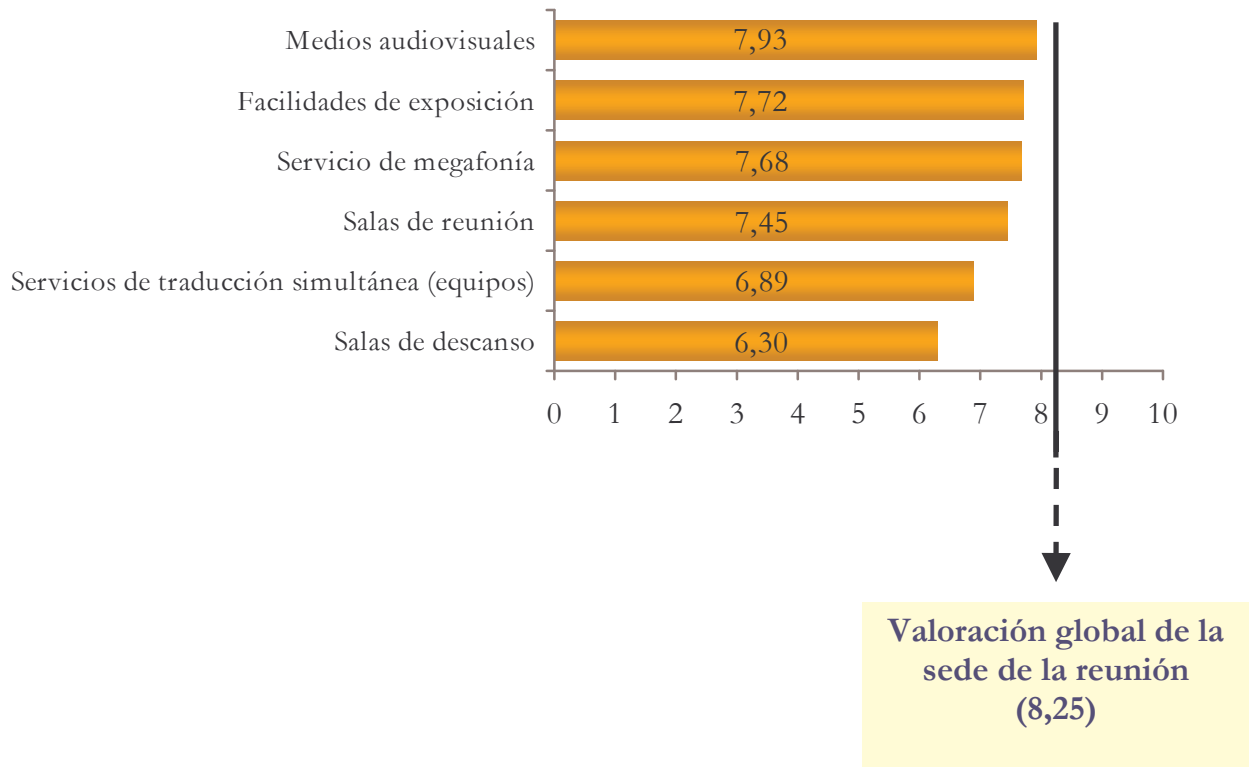
	Media	Desv. Típica	Mínimo	Máximo	Moda
Atención personal	8,22	1,36	3	10	8
Servicio de restauración	7,84	1,50	1	10	8
Servicio de cafetería	7,68	1,64	1	10	8
Servicio de traducción simultánea (profesionales)	7,35	2,26	1	10	8



Valoración global de la sede de la reunión (8,25)

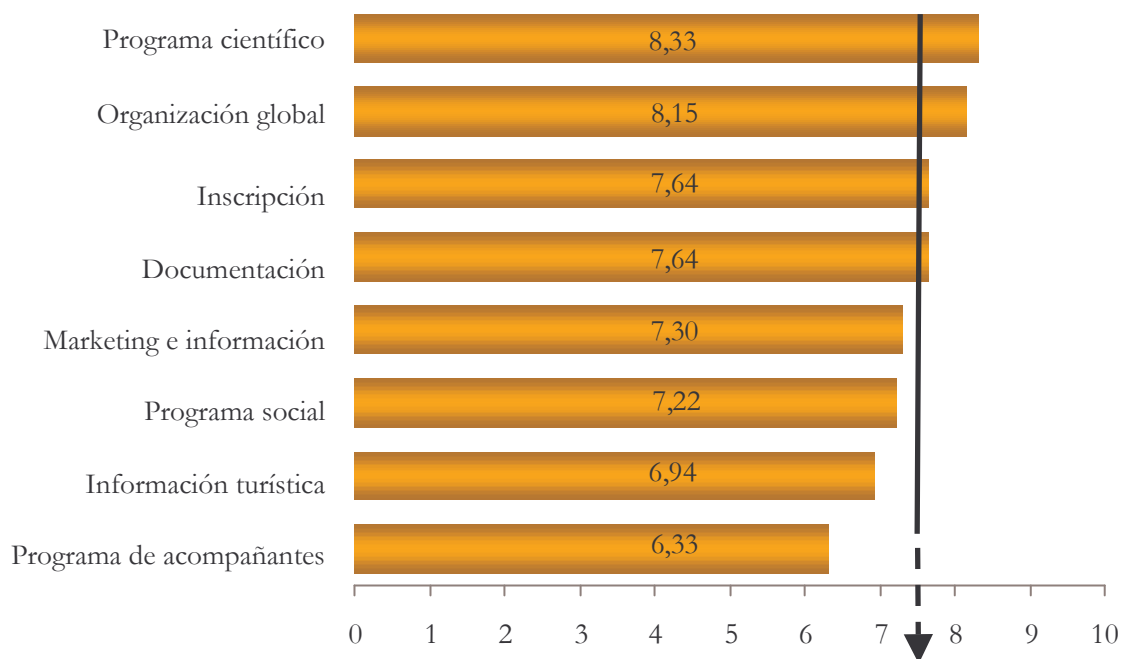
Valoración de los participantes sobre las instalaciones de la sede de la reunión
(1, muy mala a 10, muy buena)

	Media	Desv. Típica	Mínimo	Máximo	Moda
Medios audiovisuales	7,93	1,44	3	10	8
Facilidades de exposición	7,72	1,48	1	10	8
Servicio de megafonía	7,68	1,77	1	10	7
Salas de reunión	7,45	1,72	1	10	8
Servicio de traducción simultánea (equipos)	6,89	2,33	1	10	8
Salas de descanso	6,30	2,27	1	10	4



Valoración de los participantes sobre aspectos globales/generales de la organización de la reunión (1, muy mala a 10, muy buena)

	Media	Desv. Típica	Mínimo	Máximo	Moda
Programa científico	8,33	1,49	1	10	9
Organización global	8,15	1,26	3	10	8
Inscripción	7,64	2,01	1	10	8
Documentación	7,64	1,84	1	10	7
Marketing e información	7,30	1,84	2	10	8
Programa social	7,22	2,12	1	10	9
Información turística	6,94	2,13	1	10	6
Programa de acompañantes	6,33	2,81	1	10	9



Media de las valoraciones de la organización de la reunión (7,44)

4.) Estimación del gasto medio de los participantes en las reuniones.

Estimación por parte de los participantes del coste de la inscripción a la reunión (en euros)

Media	Desv. Típica	Mínimo	Máximo	Moda
239,69	148,70	30	560	60

Estimación por parte de los participantes del coste del viaje hasta la ciudad donde se celebra la reunión (en euros)

Media	Desv. Típica	Mínimo	Máximo	Moda
168,32	347,80	4	2.450	50

Estimación por parte de los participantes del coste del alojamiento (por día), (en euros)

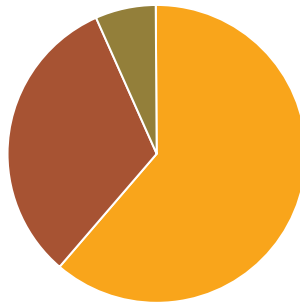
Media	Desv. Típica	Mínimo	Máximo	Moda
81,09	41,07	30	360	50

Estimación del coste medio de la inscripción, transporte y alojamiento de los participantes de las reuniones en las que se ha realizado la consulta

Inscripción	Transporte	Alojamiento diario
239,69 €	168,32 €	81,09 €

“Fee” asumido por la empresa o institución a la que pertenece/representa el participante

	Inscripción	Viaje	Alojamiento	Global	%
La totalidad	91,3	78,8	89,8	61,1	
Una parte	0,0	1,6	0,0	32,3	
Ninguna aportación	8,7	19,6	10,2	6,6	



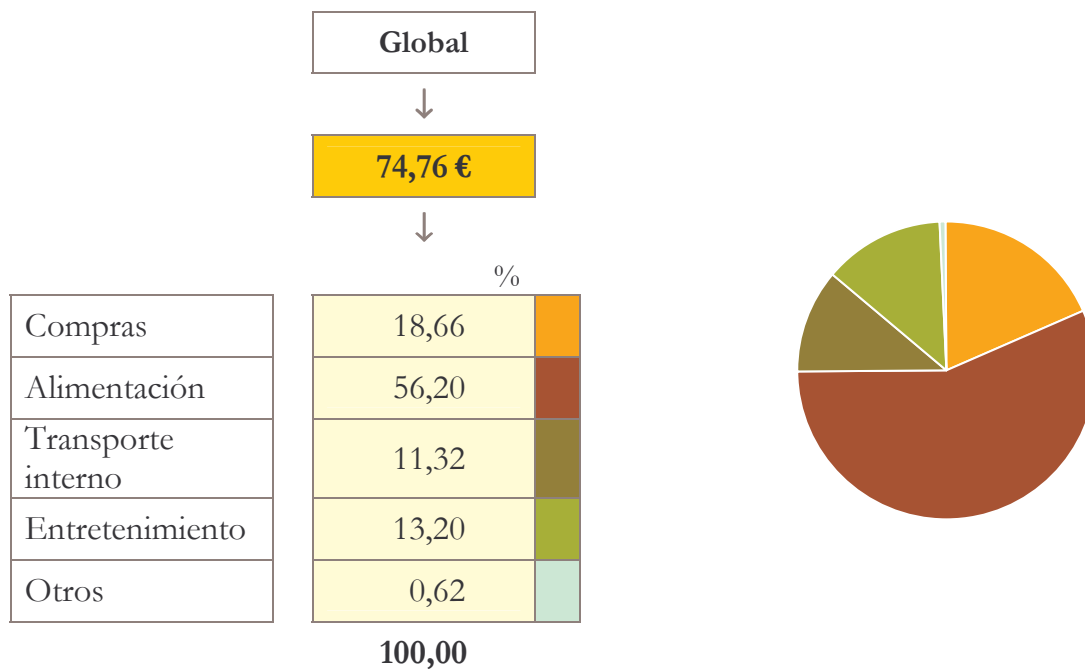
Presupuesto personal diario de los participantes

Media	Desv. Típica	Mínimo	Máximo	Moda
74,76	61,87	15	500	50

Gasto global →



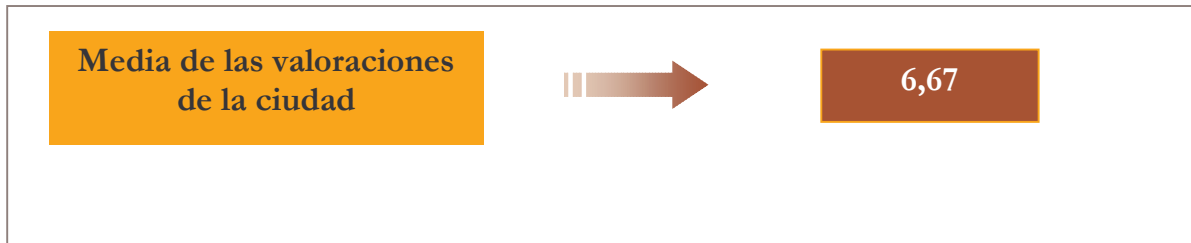
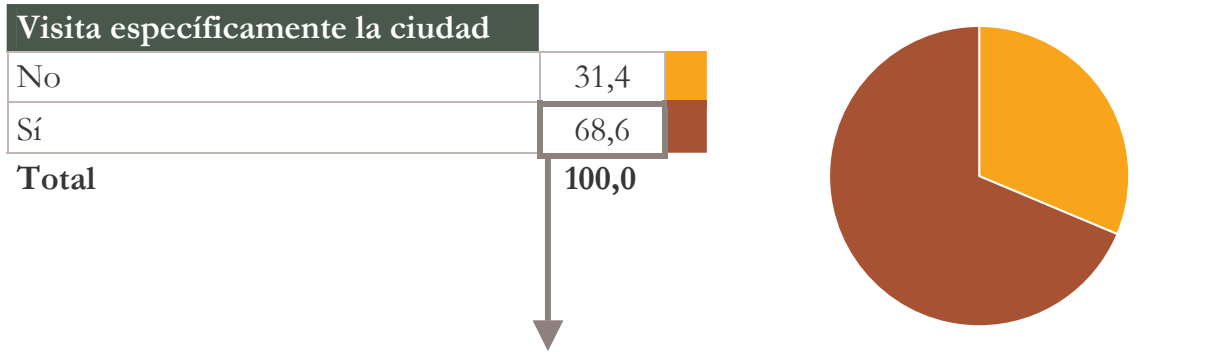
Distribución porcentual del presupuesto personal diario de los participantes⁴



⁴ El gasto personal diario estimado por parte de los participantes excluye el coste del viaje hasta la ciudad, la inscripción y el alojamiento.

5.) Valoración de la ciudad por parte de los participantes en las reuniones.

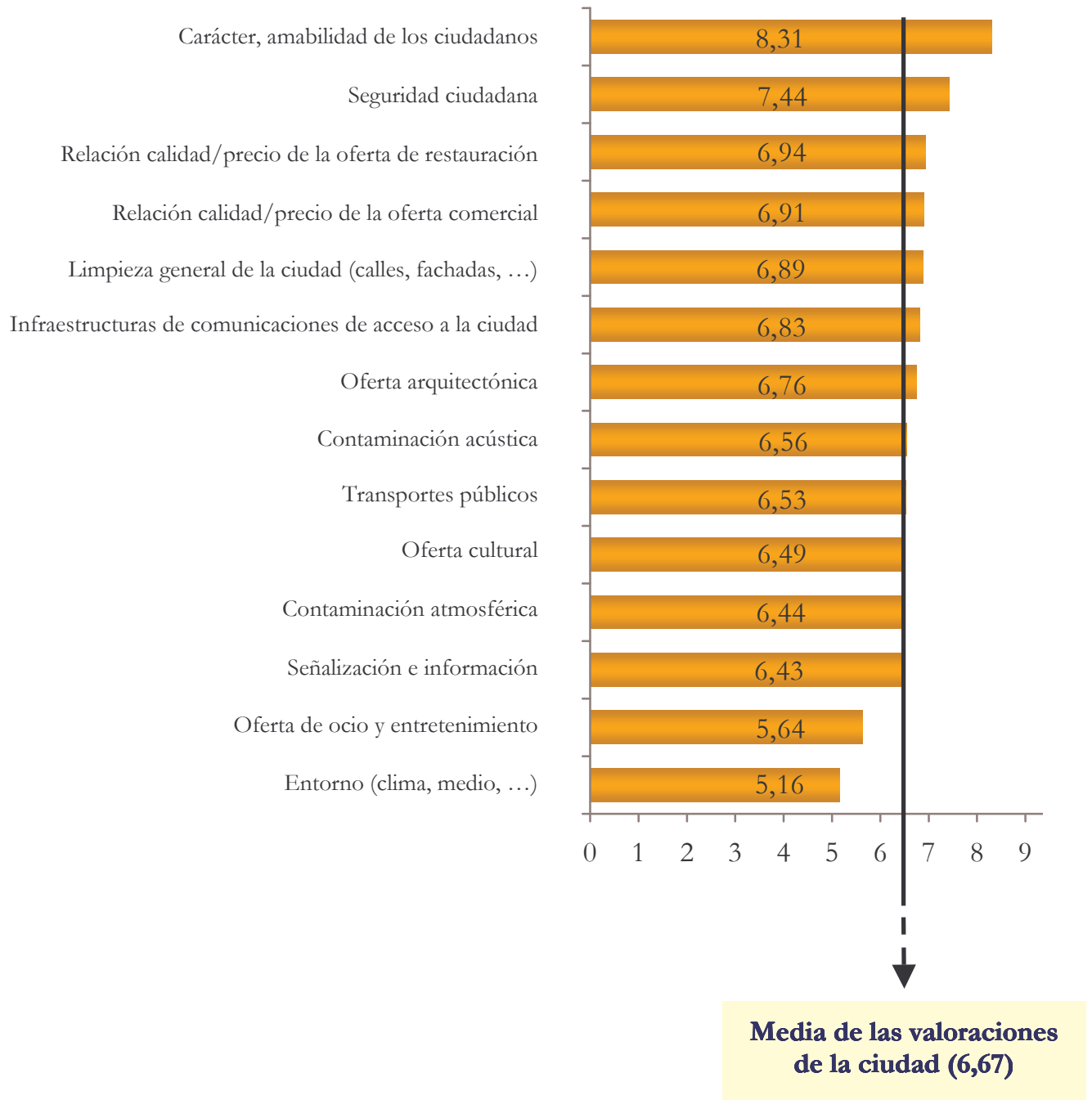
Porcentaje de visitantes que visitan específicamente la ciudad en la que se celebra la reunión⁵



⁵ Para obtener la valoración global que los participantes a las reuniones (en las que se han realizado las consultas) hacen de la ciudad de Lleida, se ha realizado la media de las valoraciones de los distintos aspectos de la ciudad.

Valoración de los diferentes aspectos de la ciudad de Lleida

	Media	Desv. Típica	Mínimo	Máximo	Moda
Carácter, amabilidad de los ciudadanos	8,31	1,49	2	10	9
Seguridad ciudadana	7,44	1,80	1	10	8
Relación calidad/precio de la oferta de restauración	6,94	1,40	1	10	7
Relación calidad/precio de la oferta comercial	6,91	1,43	1	10	7
Limpieza general de la ciudad (calles, fachadas, ...)	6,89	1,91	1	10	7
Infraestructuras de comunicaciones de acceso a la ciudad	6,83	1,95	1	10	7
Oferta arquitectónica y monumental	6,76	1,49	4	10	7
Contaminación acústica	6,56	1,96	1	10	7
Transportes públicos	6,53	2,24	1	10	7
Oferta cultural	6,49	1,46	3	10	6
Contaminación atmosférica	6,44	1,87	1	10	7
Señalización e información	6,43	1,76	2	10	6
Oferta de ocio y entretenimiento	5,64	1,83	1	10	5
Entorno (clima, medio, ...)	5,16	2,16	1	10	5

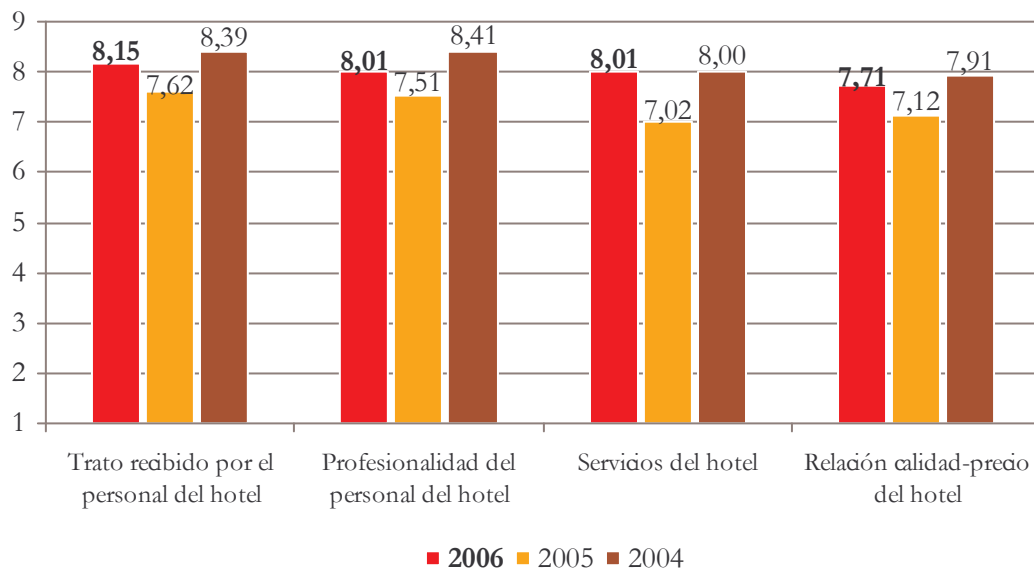


**6.) Comparativa de los resultados obtenidos el año 2006,
con los obtenidos los años precedentes.**

6.a) Valoración sobre las instalaciones, servicios y organización de las reuniones.

Valoración de los participantes sobre las instalaciones y servicios del alojamiento utilizado (1, muy mala a 10, muy buena)⁶

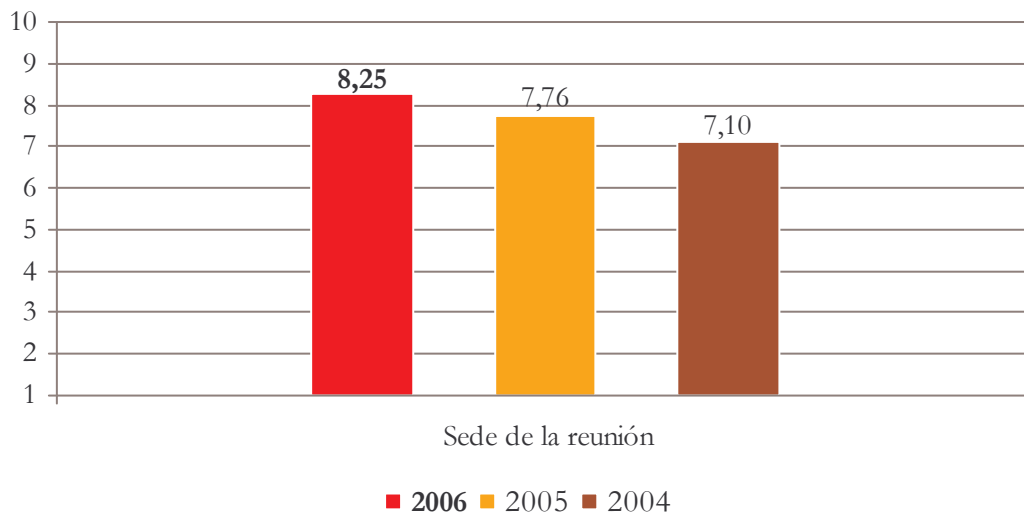
	2006	2005	2004
Trato recibido por el personal del hotel	8,15	7,62	8,39
Profesionalidad del personal del hotel	8,01	7,51	8,41
Servicios del hotel	8,01	7,02	8,00
Relación calidad-precio del hotel	7,71	7,12	7,91



⁶ La valoración de los diferentes aspectos del alojamiento sólo la han realizado los participantes que han afirmado alojarse en un hotel.

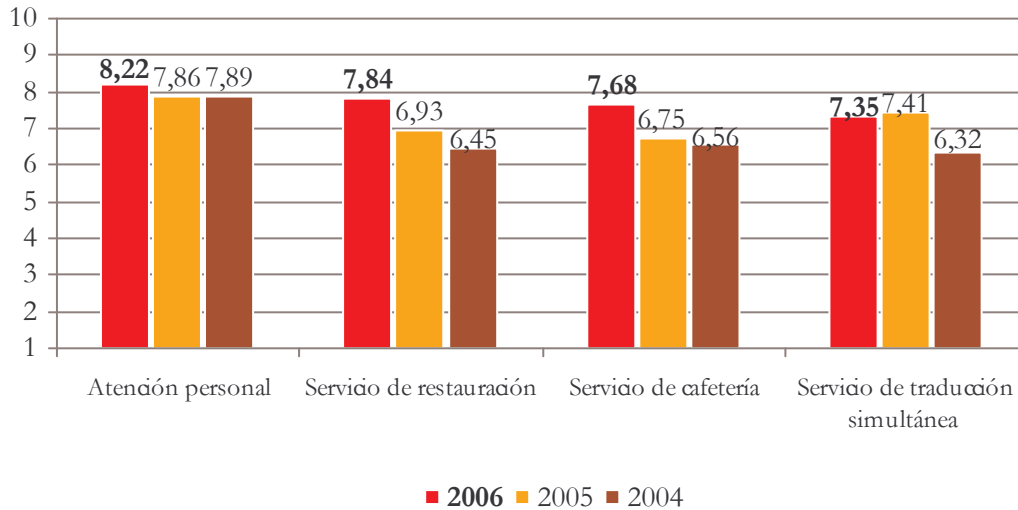
Valoración de los participantes sobre la sede de la reunión (1, muy mala a 10, muy buena)

	2006	2005	2004
Sede de la reunión	8,25	7,76	7,10



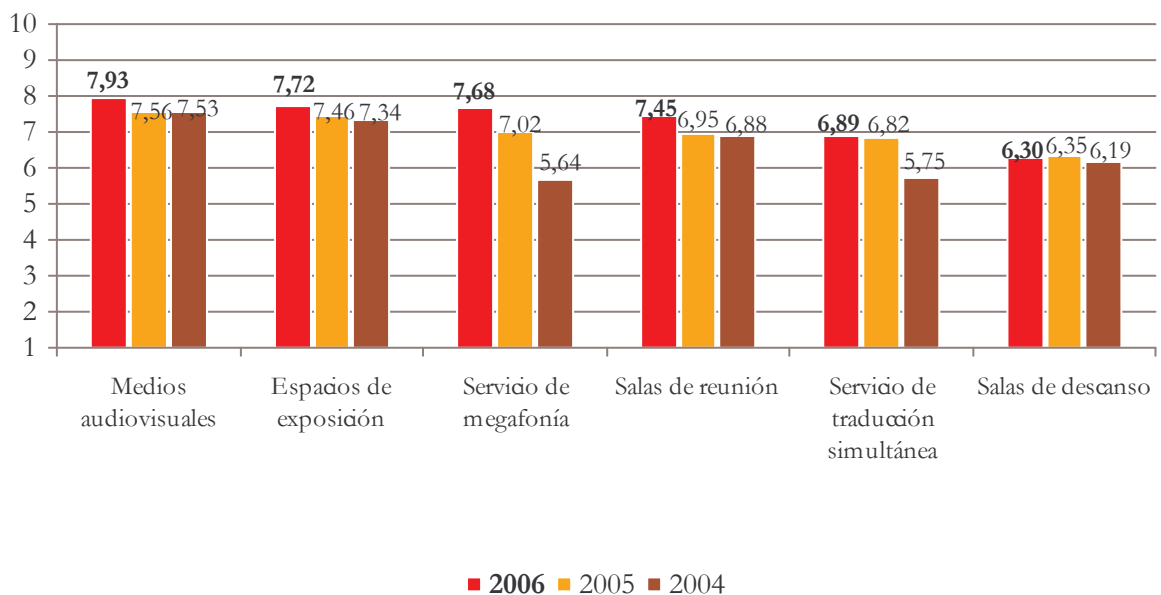
Valoración de los participantes sobre los servicios ofrecidos en la sede de la reunión (1, muy mala a 10, muy buena)

	2006	2005	2004
Atención personal	8,22	7,86	7,89
Servicio de restauración	7,84	6,93	6,45
Servicio de cafetería	7,68	6,75	6,56
Servicio de traducción simultánea (profesionales)	7,35	7,41	6,32



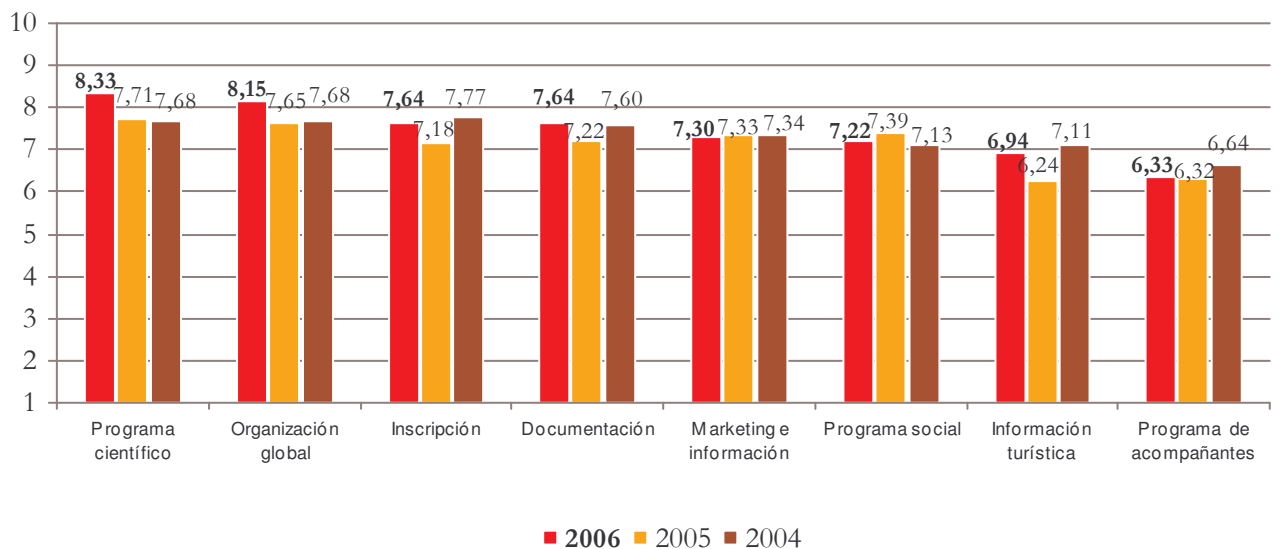
Valoración de los participantes sobre las instalaciones de la sede de la reunión
(1, muy mala a 10, muy buena)

	2006	2005	2004
Medios audiovisuales	7,93	7,56	7,53
Espacios de exposición	7,72	7,46	7,34
Servicio de megafonía	7,68	7,02	5,64
Salas de reunión	7,45	6,95	6,88
Servicio de traducción simultánea (equipos)	6,89	6,82	5,75
Salas de descanso	6,30	6,35	6,19



Valoración de los participantes sobre aspectos globales/generales de la organización de la reunión (1, muy mala a 10, muy buena)

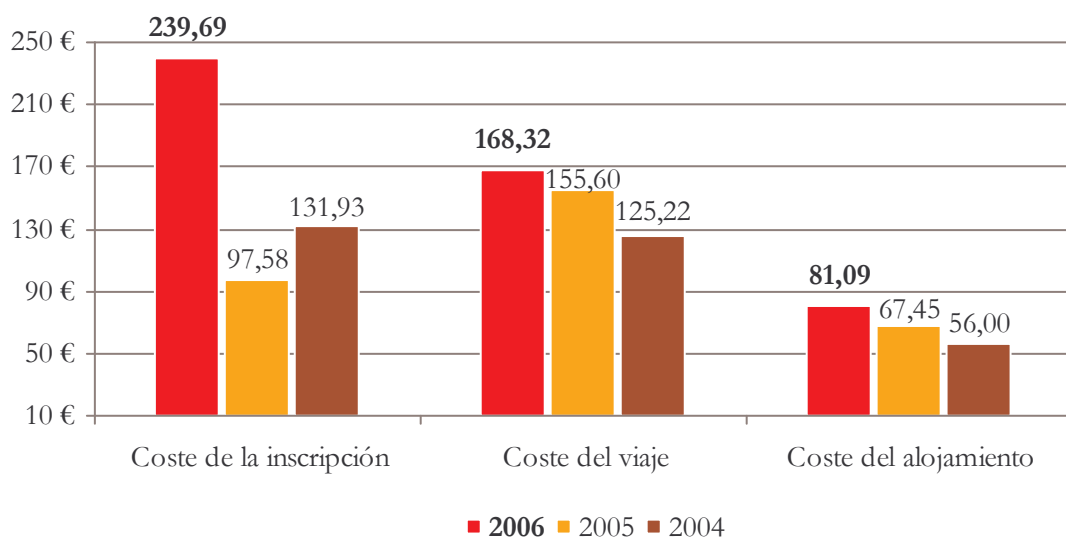
	2006	2005	2004
Programa científico	8,33	7,71	7,68
Organización global	8,15	7,65	7,68
Inscripción	7,64	7,18	7,77
Documentación	7,64	7,22	7,6
Marketing e información	7,30	7,33	7,34
Programa social	7,22	7,39	7,13
Información turística	6,94	6,24	7,11
Programa de acompañantes	6,33	6,32	6,64



6.b) Estimación del gasto medio
de los participantes en las reuniones.

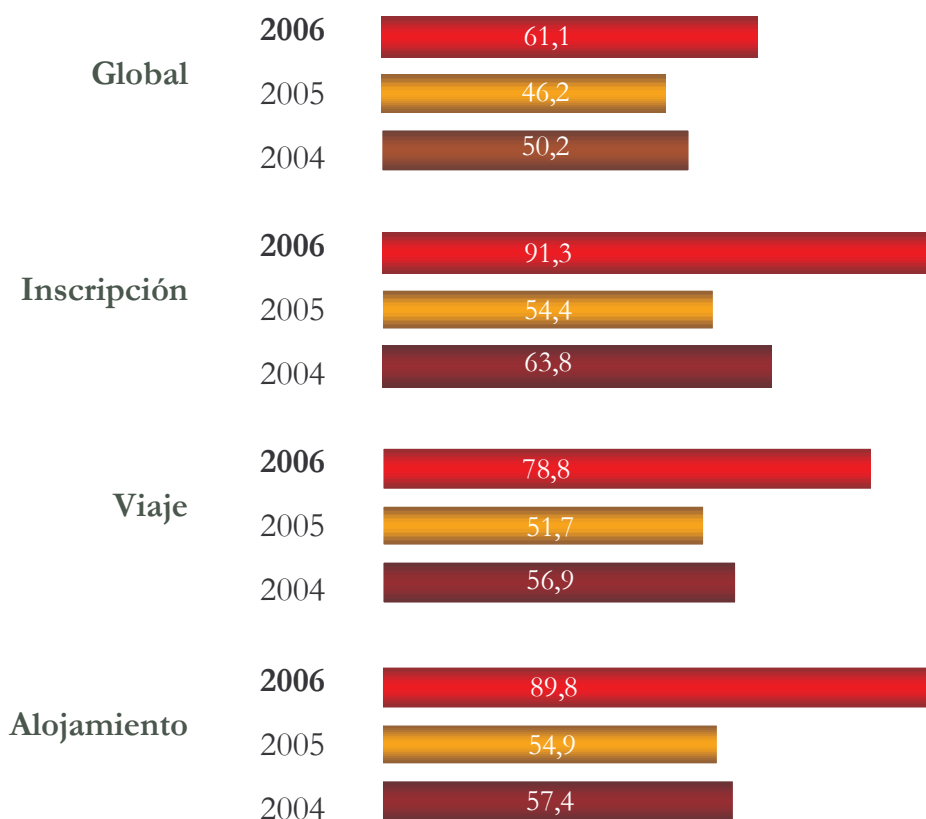
Estimación por parte de los participantes del coste de la inscripción, del viaje hasta la ciudad y del alojamiento (en euros)

	2006	2005	2004
Coste de la inscripción	239,69	97,58	131,93
Coste del viaje	168,32	155,60	125,22
Coste del alojamiento	81,09	67,45	56,00



“Fee” asumido (en su totalidad) por la empresa o institución a la que pertenece/representa el participante

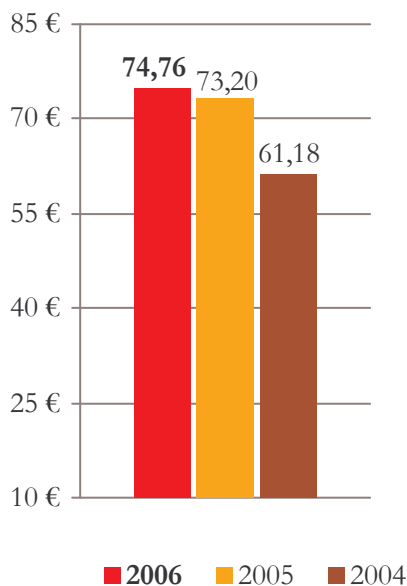
	2006	2005	2004
Global	61,1	46,2	50,2
Coste de la inscripción	91,3	54,4	63,8
Coste del viaje	78,8	51,7	56,9
Coste del alojamiento	89,9	54,9	57,4



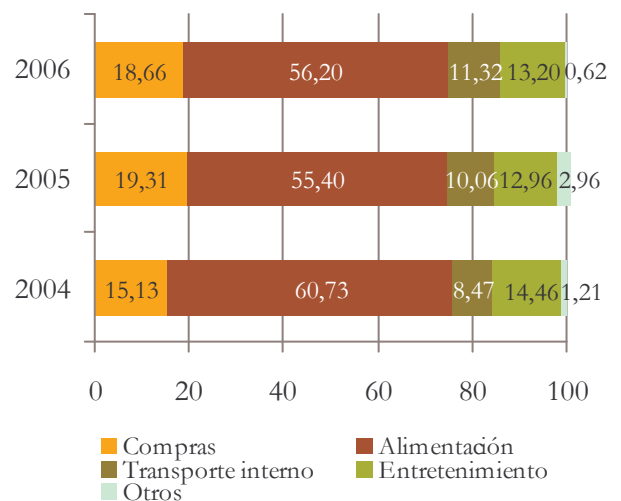
Gasto personal diario de los participantes y distribución porcentual del mismo

	2006	2005	2004
Gasto diario	74,76	73,20	61,18
Compras	18,66	19,31	15,13
Alimentación	56,20	55,40	60,73
Transporte interno	11,32	10,06	8,47
Entretenimiento	13,20	12,96	14,46
Otros	0,62	2,96	1,21
	100,00	100,00	100,00

Gasto de los participantes



Distribución porcentual del gasto

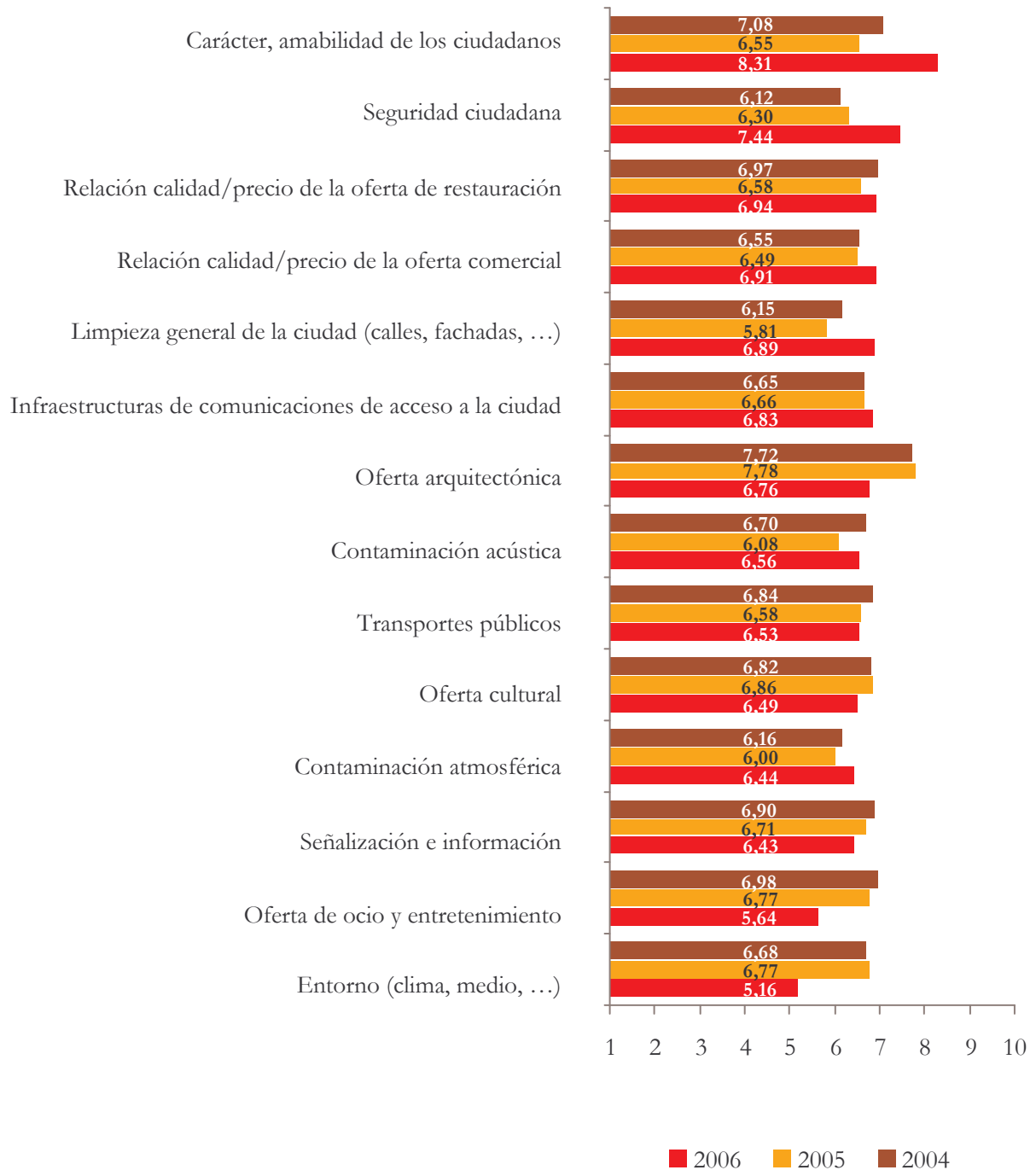


6.c) Valoración de la ciudad de Lleida por parte de los participantes en las reuniones.

Valoración de la ciudad por parte de los participantes

	2006	2005	2004
Visita específicamente la ciudad	68,6	63,3	70,5
	↓	↓	↓
Media de las valoraciones de la ciudad	6,67	6,57	6,73
	↓	↓	↓
Carácter, amabilidad de los ciudadanos	8,31	7,78	7,72
Seguridad ciudadana	7,44	6,58	6,84
Relación calidad/precio de la oferta de restauración	6,94	6,86	6,82
Relación calidad/precio de la oferta comercial	6,91	6,58	6,97
Limpieza general de la ciudad (<i>calles, fachadas, ...</i>)	6,89	5,81	6,15
Infraestructuras de comunicaciones de acceso a la ciudad	6,83	6,55	7,08
Oferta arquitectónica y monumental	6,76	6,77	6,98
Contaminación acústica	6,56	6,00	6,16
Transportes públicos	6,53	6,08	6,7
Oferta cultural	6,49	6,66	6,65
Contaminación atmosférica	6,44	6,49	6,55
Señalización e información	6,43	6,71	6,9
Oferta de ocio y entretenimiento	5,64	6,30	6,12
Entorno (<i>clima, medio, ...</i>)	5,16	6,77	6,68

Valoración de la ciudad por parte de los participantes (años 2006, 2005 y 2004)



7.) Nota metodológica.

1. Proceso de la consulta

En base a la información facilitada por el Lleida Convention Bureau, se analizó el conjunto de previsiones de celebración de reuniones para el año 2006, en la ciudad de Lleida.

A partir de este análisis se diseñó una muestra de las reuniones, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Tipo de reunión
- Representatividad de la reunión
- Número de delegados inscritos en la reunión
- Ámbito geográfico de la reunión
- Carácter territorial de la reunión
- Días de duración de la reunión

Paralelamente a la determinación del número de consultas a realizar a los participantes en cada una de las reuniones escogidas, se facilitó al Lleida Convention Bureau toda la documentación necesaria para la realización de las consultas (cuestionarios marco de la reunión – versión en castellano – y cuestionarios para los participantes – versión en castellano y en inglés) (*ver anexo 3*).

Así mismo, mientras se realizó el trabajo de campo, a cargo de los técnicos del Lleida Convention Bureau, se atendieron, por parte del equipo técnico de BCF Consultors, las consultas técnicas, dudas y sugerencias que surgieron.

2. Realización de la consulta a los participantes de las reuniones

Entre el 22 de Abril y el 17 de Noviembre, se realizaron 288 consultas a los participantes en 12 reuniones celebradas en la ciudad de Lleida. En estas reuniones asistieron un total de 2.079 participantes.

3. Proceso de validación de las respuestas

A medida que BCF Consultors recibía los cuestionarios, se procedía a un proceso de validación de las respuestas.

Los cuestionarios cumplimentados fueron evaluados por el equipo técnico responsable del proyecto con el fin de validar el contenido del mismo, basándose en criterios de coherencia en la respuesta, grado de cumplimentación, etc.

4. Grabación en doble línea y corrección de la grabación

En el momento en que las encuestas fueron validadas se procedió a su grabación en doble línea y corrección (y tabulación) de los resultados.

5. Control de calidad y consistencia de las respuestas

La base de datos de los resultados ha sido evaluada, mediante programas de corrección específicos, para determinar la consistencia de las respuestas.

6. Diseño de la explotación estadística y realización de la misma.

Teniendo en cuenta los parámetros técnicos, y los objetivos del estudio, se ha realizado el diseño de la explotación estadística, de los resultados obtenidos, específica para la ciudad de Lleida.

7. Diseño del informe.

Los resultados del presente informe se han expuesto de forma que puedan observarse, de forma clara, todos aquéllos datos relevantes para la ciudad de Lleida.

Además del informe ejecutivo, y de los diferentes sub-capítulos de resultados, se incluye la presente nota metodológica y anexos.

Anexos

Anexo 1

Relación de las reuniones en las que se han realizado las consultas

- Arthropod pest problems in pome fruit production.
- Congrés de Fruita Dolça.
- Congrés sobre pensament polític als Països Catalans 1714-2014.
- Congreso de la asociación Española de enfermería urológica.
- Convención AVASA 2006.
- Eucarpia cereal section.
- Habitatge i societat: noves demandes, nous instruments.
- II Jornada d'infeccions sociosanitàries.
- Internacional ESSC conference on “Soil and water conservation under changing land use”.
- VI Reunión del grupo de microbiología molecular de las Sociedades Españolas de microbiología.
- VIII Trobada oftalmològica de Catalunya, Balears, València, Aragó i Andalucía.
- X Foro de debate: “Hot topics” en el síndrome de la apnea del sueño.

Anexo 2

País de procedencia de los participantes en las reuniones.

	%
España	85,4
Alemania	2,4
Italia	2,4
Reino Unido	2,4
Francia	1,4
Finlandia	0,9
Portugal	0,7
Andorra	0,3
Dinamarca	0,3
Total Europa	10,8
Chile	0,3
Total América del Sur	0,3
Estados Unidos	2,2
Canadá	1,0
Total América del Norte	3,2
Total América Central	0,0
Tailandia	0,3
Total otros países	0,3
	100,00

Ciudad de procedencia de los participantes en las reuniones.

	%
Lleida	21,2
Barcelona	21,2
Madrid	6,9
Igualada	3,5
Zaragoza	3,1
La Seu d'Urgell	2,4
Valencia	2,4
Sevilla	1,4
Murcia	1,0
Palma de Mallorca	1,0
Sabadell	1,0
Tarragona	1,0
Alicante / Alacant	0,7
Altea	0,7
Bilbao	0,7
Ciudad Real	0,7
Córdoba	0,7
Girona	0,7
L'Hospitalet de Llobregat	0,7
Manresa	0,7
Móra d'Ebre	0,7
Santa Cruz de Tenerife	0,7
Toledo	0,7
Tremp	0,7
Valladolid	0,7
Vic	0,7
A Coruña	0,3
Almería	0,3
Balaguer	0,3
Bellpuig	0,3
Berga	0,3
Blanes	0,3
Cáceres	0,3
Calafell	0,3
Calella	0,3

Cartagena	0,3
Cornellà de Llobregat	0,3
Eivissa	0,3
L'Espluga Calba	0,3
Mataró	0,4
Molins de Rei	0,4
Mollerussa	0,4
Monzón	0,4
Noreña	0,4
Olot	0,4
Pont de Suert	0,4
Reus	0,4
Sant Cugat del Vallès	0,4
Sant Sadurní d'Anoia	0,4
Térmens	0,4
Terrassa	0,4
Torrefarrera	0,4
Valls	0,4
Ciudades de España	85,4
Otras ciudades de Europa	4,0
Leopoldshöhe	1,0
Londres	1,0
Roma	1,0
Espoo	0,7
Manchester	0,7
Copenhague	0,3
Hamburgo	0,3
Munich	0,3
Nuremberg	0,3
Palermo	0,3
Paris	0,3
Andorra La Vella	0,3
Rothenburg	0,3
Ciudades de Europa	10,8
Santiago de Chile	0,3
Ciudades de América del Sur	0,3

Otras ciudades de los EEUU	1,2
Philadelphia	1,0
Guelph, Ontario	1,0
Ciudades de América del Norte	3,2
Bangkok	0,3
Otras ciudades internacionales	0,3

100,0

Anexo 3