

SEGMENTO

La llegada de visitantes de negocios crece un 17%

L.A.

Mobile World Congress, en Barcelona, y Fitur, en Madrid, son las dos grandes citas de negocios a nivel nacional. El impacto económico de participantes y visitantes profesionales es muy importante para ambas ciudades. Son dos ejemplos del llamado turismo de negocios, que cada día gana más importancia en la estrategia de diversificación del sector turístico español.

Entre las razones por las que los turistas de convenciones, congresos e incentivos son especialmente apreciados se encuentra que, según **Exceltur**, gastan de media 165 euros diarios, un 67% más que un turista extranjero convencional.

El mercado interno de viajes de negocios y empresa creció un 11,3% entre enero y septiembre de 2015 con respecto al mismo periodo del año anterior, un incremento muy superior al 7% registrado en los viajes de los españoles por ocio y otros motivos.

Por otro lado, la intensa entrada de inversiones extranjeras en España y el buen comportamiento del comercio internacional durante el año pasado permitieron un incremento del 17,5% de los viajes de negocios de extranjeros hacia los destinos españoles, duplicando con creces el 6,5% de aumento de llegada de viajeros foráneos cuya principal motivación es el ocio.

Según Francisco Javier Fernández, consejero de Turismo de Andalucía, es importante fidelizar al visitante que viene por negocios. «Hacemos lo posible para presentar una oferta común en la que los distintos segmentos turísticos terminen siendo permeables», dice.