



En primera línea
reportaje



ESPECIAL TURISMO DE NEGOCIOS Y CONGRESOS

Los palacios de congresos españoles acogieron
5.891 reuniones en 2009

España, tercer destino mundial en turismo de congresos

Más de 800 sedes congresuales equipadas con avanzada tecnología para celebrar reuniones, una red hotelera de primer nivel mundial, gran calidad de los servicios y una inagotable oferta de ocio y cultura son algunas de las claves que han hecho de España el tercer país del mundo en turismo de congresos y el segundo de Europa, por delante de Japón, Reino Unido o Alemania.

Por: Esther García López
Fotos: Archivo

El segmento de turismo de negocios y congresos es uno de los de mayor potencial del sector turístico español y uno de los que menos ha sufrido los efectos de la crisis económica que azota al país. Según datos de la Asociación de Palacios de Congresos de España (APCE), formada por 38 recintos, éstos acogieron en 2009 un total de 5.891 eventos entre congresos, convenciones, jornadas y otras reuniones, a los que asistieron 4.946.976 millones de personas.

A pesar de que el turismo de negocios y congresos ha sufrido menos la crisis que otros segmentos como el vacacional, los resultados de 2009 reflejan que también la ha padecido. Según la patronal española del turismo, Exceltur, la crisis ha hecho que "las empresas recorten gastos en viajes de negocios, reuniones, congresos y turismo de incentivos".

Por su parte, la Asociación de Palacios de Congresos de España señala que en 2009 se produjo un leve descenso en la cantidad de reuniones celebradas en estos recintos pero consiguieron atraer a un 11,36% más de asistentes que el ejercicio anterior, alcanzando los 4.946.976 participantes, lo que supuso elevar el impacto económico generado por estas re-

uniones hasta los 1.900 millones de euros.

Con relación a la tipología de los eventos acogidos por los miembros de la APCE, 567 fueron congresos, que contaron con más de 830.000 delegados; 311 convenciones, con 293.878 asistentes, y 1.546 fueron jornadas, con 462.749 participantes. Los eventos de carácter no congresual acogidos por los palacios APCE ascendieron a 3.467 con la presencia de 3.359.667 personas.





España acogió a más de 52 millones de turistas internacionales en 2009

En 2009 llegaron a España 52,2 millones de turistas, un 8,7% menos que en el mismo periodo del año anterior, según la Encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera que elabora el Instituto de Estudios Turísticos del Ministerio de Industria. Así se cerró un ejercicio de descenso en la llegada de turistas, pero que, según fuentes del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio "se ha comportado mejor de lo esperado, toda vez que las previsiones apuntaban a una caída superior al 10%". En los últimos meses del año se produjo una clara desaceleración del ritmo de caída en la llegada de turistas. El descenso en el número de visitantes en el primer trimestre superó el 16%, porcentaje que bajó hasta el 11,4% en el primer semestre, al 9,8% en septiembre y finalmente por debajo del 9% en los doce meses. Cabe destacar que en diciembre, España recibió 2,7

millones de turistas internacionales, lo que supuso un descenso del 3,6% en relación a diciembre de 2008. Reino Unido fue el mercado que más turistas emitió hacia España. Uno de cada cuatro visitantes recibidos en 2009 fue británico. La caída de este mercado, lastrado por la situación económica del país y por la depreciación de la libra frente al euro, fue del 15,5%, con más de 13 millones de turistas. Alemania, país del cual llegaron cerca nueve millones de turistas, registró una caída del 11,3%. Mejor comportamiento registraron los turistas franceses que con cerca de ocho millones de visitantes, han caído un 2,9% en 2009. El mercado galo también moderó su caída en los últimos meses ya que en los seis primeros meses la caída acumulada superaba el 9%. En cuanto al resto de países, destaca una vez más el crecimiento de turistas procedentes de países

lejanos como EE UU o América Latina, que registraron aumentos en el número de llegadas respecto a 2008. Cataluña ha sido el principal destino de los turistas internacionales con cerca del 25% de las visitas. En total, 12,8 millones de turistas, lo que supone un descenso del 11%. A continuación se situó Baleares, con más de 9 millones de visitantes y una caída del 9,8%. A las Islas Canarias llegaron 8,2 millones de visitantes, lo que supone una pérdida del 12,3%. No obstante, en diciembre el descenso se limitó al 5%. Mejor comportamiento registró Andalucía, que cayó un 7,8%, por debajo de la media del conjunto de España y que lleva dos meses con crecimiento positivos en la llegada de turistas. Cabe destacar el comportamiento de Madrid, que recibió cerca de cinco millones de turistas, lo que se tradujo en un aumento del 6,1% respecto a 2008.

De las reuniones celebradas cabe destacar el incremento de aproximadamente un 7,5% de asistentes a congresos internacionales, pese a que se registró un ligero descenso en el número de reuniones de esta tipología y ámbito. Paralelamente, se observó también una disminución en el número de convenciones corporativas y en el de participantes a las mismas, cifrado en un 4%.

José Salinas, presidente de APCE y consejero director-gerente del Palacio de Congresos de Valencia, afirma que "los datos aportados por los palacios asociados reflejan fielmente el contexto actual del turismo de reuniones,

el cual también se ha visto afectado por la coyuntura económica". En su opinión, "el mercado asociativo se muestra más estable en cuanto a número de eventos y asistentes a los mismos, debido al carácter periódico de sus reuniones y su previsión a más largo plazo. En el otro lado de la balanza se observa un descenso en la cifra de convenciones y de delegados corporativos".

Salinas considera que el sector no debe bajar la guardia y "aunque de los datos analizados en 2009 se puedan extraer aparentemente conclusiones positivas, principalmente por una mayor presencia de asistentes a eventos

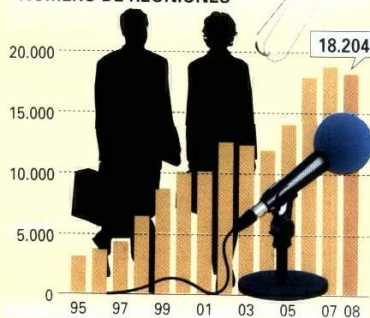
internacionales, no debemos dejar de trabajar en el conocimiento del sector y de nuestros públicos para poder orientar adecuadamente la estrategia de nuestros recintos". Aseguró que "el redimensionamiento del mercado, con un menor número de eventos de empresa, nos ha de guiar hacia políticas de calidad, innovación y sostenibilidad que permitan que España siga ocupando uno de los puestos de privilegio a la hora de acoger reuniones".

Los turistas más deseados

El turismo de negocios y congresos aporta incuestionables ventajas a los destinos donde

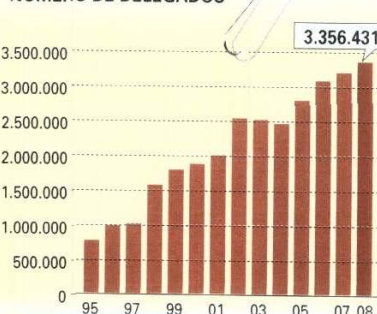
EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE CONGRESOS, CONVENCIONES, JORNADAS, SEMINARIOS Y SIMPOSIOS

NÚMERO DE REUNIONES



Fuente: Spain Convention Bureau-FEPM.

NÚMERO DE DELEGADOS



EVOLUCIÓN DEL GASTO MEDIO POR DELEGADO Y DÍA

(en %, 1995=base100)





En primera línea
reportaje



ESPECIAL TURISMO DE NEGOCIOS Y CONGRESOS

se celebran estos eventos, ya que el perfil de los asistentes es uno de los más deseados dentro del sector turístico debido a que se trata de un turismo de calidad.

El turista 'business' pasa en la ciudad donde se celebra la reunión una media de dos días, el 93,24% se aloja en establecimientos hoteleros, principalmente en hoteles de cuatro y cinco estrellas, y se gastan más de 294 euros por persona y día entre alojamiento, gastronomía, ocio y compras.

En 2008 las actividades complementarias más solicitadas por los delegados y sus acompañantes fueron: gastronómicas, turísticas, culturales, compras y actividades deportivas, según el Spain Convention Bureau (SCB), entidad que agrupa a 41 ciudades de congresos, constituida en el seno de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).

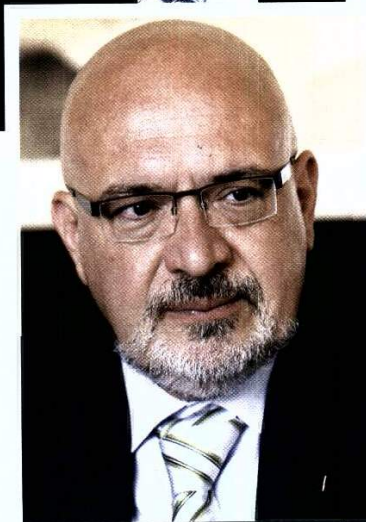
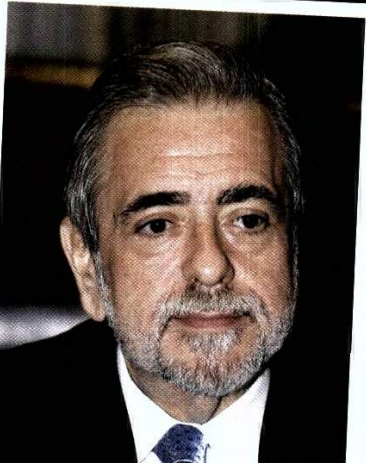
Turismo desestacionalizado

Otra de las ventajas del turismo de congresos es que se trata de un turismo desestacionalizado, ya que las reuniones se redistribuyen a lo largo de todo el año. El 60,70% de ellas se celebran en primavera y otoño, temporada baja para el turismo vacacional y en la que hoteles y restaurantes tienen menos clientes. Respecto a los meses, son en mayo, octubre, junio, abril y noviembre cuando se celebran más reuniones y en agosto, julio y diciembre cuando se celebran menos.

Por sectores, los que prefirieron en 2008 las ciudades españolas para celebrar sus congresos y reuniones fueron el sector Médico-Sanitario, que ocupó el primer lugar, con un 20,97%, desbancando de esta posición al sector Económico-Comercial (19,95%) que lo había ocupado durante ocho años consecutivos. Les siguen el Cultural (8,40%), Universidad (8,18%), Tecnológico (7,95%), Sector Público (6,70%), Científico (6,19%), y otros, con un 21,65%. Y entre las ciudades preferidas para celebrar congresos tanto nacionales como internacionales destacan: Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao y Málaga.

Madrid, ciudad de encuentros

Madrid es una ciudad puntera en la celebración de ferias y congresos. Cada año organiza cerca de 4.000 reuniones que atraen a



más de 700.000 visitantes. Según fuentes del Ayuntamiento, 2009 fue un año "de éxito en la captación de congresos que acercarán a Madrid a los primeros puestos del ranking mundial del turismo de reuniones".

La actividad de la Oficina Madrid Convention Bureau ha logrado que, entre 2010 y 2017, se celebren 18 nuevos congresos nacionales e internacionales en la capital. Estos encuentros aportarán al turismo de la ciudad al menos 71.750 pernoctaciones; sin contabilizar ni los acompañantes ni las noches adicionales que pueden generar los eventos.

Según el Ayuntamiento, de los 18 congresos ganados, que aportan entre 100 y 3.000 delegados con una media de 1.025 participantes por congreso adjudicado, sólo dos se circunscriben al ámbito nacional, mientras que los 16 restantes son de ámbito interna-

*El turista
'business'
gasta una
media de 294
euros al día*

cional, mayoritariamente europeo.

Según Antonio Beteta, consejero de Economía y Hacienda de la Comunidad de Madrid, "el esfuerzo del Ejecutivo regional a favor del sector turístico ha conseguido que los efectos de la crisis económica se sientan menos en la Comunidad de Madrid que en el resto de España". En este éxito tienen mucho que ver las más de 80.000 plazas hoteleras que posee la localidad, sus dos recintos feriales y sus dos palacios de congresos, por ello se ha convertido en uno de los principales destinos de viajes de negocios y reuniones.

A partir del año que viene la capital sumará otro atractivo, el nuevo Centro Internacional

José Salinas, presidente de la Asociación de Palacios de Congresos de España; Antonio Beteta, consejero de Economía y Hacienda de la Comunidad de Madrid, y Josep Huguet, conseller de Innovación, Universidades y Empresas.



de Convenciones de Madrid, que emergerá entre los cuatros rascacielos del Paseo de la Castellana y tendrá 70.000 metros cuadrados, un área de exposición de 15.000 metros cuadrados y estará integrado dentro de un parque urbano de 62.000 metros cuadrados.

Cataluña

Por su parte, Cataluña concentra el 20% de la actividad del turismo de congresos, jornadas y convenciones en España, según un estudio realizado por la consultora BCF, encargado por la Agencia Catalana de Turismo.

El informe establece que el impacto económico generado con la celebración de estos congresos se aproximó a los 1.350 millones de euros.

De toda la comunidad, la ciudad de Barcelona es la que tiene una mayor actividad en

turismo de negocios y congresos, en 2008 acogió más de 2.500 reuniones, en las que participaron 709.000 personas.

Según manifestó Josep Hugué, conseller de Innovación, Universidades y Empresas, "Cataluña está muy bien posicionada para seguir creciendo en este tipo de turismo, ya que posee una posición geográfica estratégica y una oferta de gran calidad". Tan convencido está de la importancia del turismo de negocios que la Generalitat ha creado el Catalunya Conventio Bureau, para promover la oferta turística vinculada al turismo de negocios. Sus principa-

les objetivos son posicionar Cataluña como referente internacional en el turismo de negocios, aglutinar y coordinar la actividad que genera este sector, ofrecer a las empresas un instrumento eficiente para optimizar su

acción promocional y potenciar la mejora y la innovación del producto turístico de reuniones. Para su puesta en marcha destinarán más de un millón de euros.

Previsiones

2010 presenta mejores perspectivas para el sector de turismo de negocios y congresos que el ejercicio anterior. La patronal del turismo, Exceltur, espera

El turismo de congresos genera un impacto económico de 1.900 millones



En primera línea
reportaje



ESPECIAL TURISMO DE NEGOCIOS Y CONGRESOS

una "moderación de los ritmos de caída de la demanda turística de negocios" aunque todo apunta a que este año seguirá siendo un ejercicio complejo para el sector turístico español.

Exceltur considera que, aunque la situación económica y de las empresas mundiales no permitirá relanzar con fuerza el 'business travel', "sí se debería asistir a un freno en la caída de los gastos de viajes en las empresas e incluso apreciarse una tímida recuperación en la segunda mitad del año, que habrá de repercutir positivamente en la facturación de las empresas vinculadas al turismo de negocios en los destinos urbanos españoles".

Exceltur también cree que este año empezarán a apreciarse signos de recuperación "en el segmento de reuniones de empresa, congresos y viajes de incentivos, también muy afectado por las políticas de ajuste de costes empresariales".

Madrid y Barcelona son dos de las ciudades españolas donde más congresos y reuniones de negocios se celebran.



FERIA DE MADRID

Intensa actividad de convenciones y congresos de IFEMA en el primer trimestre de 2010

La actividad de CONVENCIONES Y CONGRESOS IFEMA ha tenido especial dinamismo desde el inicio del año, acogiendo un gran número de ferias organizadas por otras entidades y encuentros, la gran mayoría de carácter internacional, incluyendo el módulo permanente de la Presidencia Española de la Unión Europea. La agenda se inició los días 26 y 27 de enero, con la celebración de la Cumbre Política Internacional Visiones y objetivos para la biodiversidad más allá de 2010. El papel de las áreas protegidas y de las redes ecológicas en Europa Congreso Biodiversidad. Esta cumbre supuso la puesta en marcha a nivel europeo del Año Internacional de la Diversidad Biológica 2010. A mediados de febrero se celebró el VM Ware Virtualization Forum 2010. Esta jornada internacional es líder mundial en soluciones de virtualización. Del 19 al 20 de febrero, tuvieron lugar las VI Jornadas

de Actualización en Implantología. Más de 1.000 profesionales tuvieron oportunidad de conocer los últimos avances en este terreno, de la mano de cualificados expertos. También en febrero —días 24 y 25— tuvo lugar OmeEXPO Madrid 2010, el congreso más importante del año dedicado al marketing digital y la publicidad online, un evento que reunió a 100 expositores y 5.000 asistentes. Una de las actuaciones más relevantes celebradas en IFEMA durante este trimestre es el Módulo Permanente de la Presidencia Española de la Unión Europea, que se prolongará hasta junio y que supone facilitar toda la infraestructura y servicios necesarios para las reuniones de altos funcionarios y ministros que llevan aparejadas dicha Presidencia. Algunas de las más destacadas han sido la de altos funcionarios de los ministerios del Interior de la Unión Europea y de Estados Unidos;

la de directores generales de Energía para preparar las conclusiones sobre el Plan de Acción de Energía 2010-2012; la de derechos fundamentales en la UE, por parte del Ministerio de Justicia, y varios seminarios de lucha contra el terrorismo del Ministerio del Interior. Por último, hay que destacar de entre las siete ferias que cuentan con su propia organización y que han tenido lugar en las instalaciones de IFEMA durante estos tres meses, dos especialmente importantes, como son Exporeclam, la Feria Internacional del Regalo Promocional y Publicitario, y Pulire, Feria de Limpieza Profesional.





El CCIB es un referente en la agenda internacional de los más relevantes congresos y, desde su inauguración en 2004, ha sido elegido sede de reuniones de destacadas corporaciones empresariales.

Marc Rodríguez Gómez, director general del Centre de Convencions Internacional de Barcelona (CCIB)

“Ofrecemos al cliente un servicio integral”

Pregunta.- ¿Cree que la recesión económica supondrá un riesgo para el crecimiento experimentado por la industria de reuniones y eventos en los últimos años?

Respuesta.- En absoluto, la experiencia nos demuestra que en épocas difíciles es aún más necesario encontrar soluciones novedosas e imaginativas. Por ello, nuestra labor consiste en poner a disposición de los organizadores la especialización y el asesoramiento de nuestros equipos, así como todos los recursos técnicos, materiales y humanos necesarios para favorecer el diálogo, la comunicación y el intercambio de ideas. Además, la espléndida concepción arquitectónica del edificio contribuye de forma determinante a la interrelación de los asistentes: 100.000 m² distribuidos en espacios totalmente versátiles, flexibles y adaptables a las diferentes necesidades de un evento y en primera línea del litoral barcelonés.

P.- ¿Qué ventajas ofrece el CCIB a una corporación que busque unas instalaciones para la celebración de su reunión anual, Junta de Accionistas, Convención de ventas o lanzamiento de producto?

R.- En primer lugar, disponemos de un equipamiento tecnológico de última generación y profesionales especializados con una dilatada experiencia que permiten ofrecer un asesoramiento y servicio integral a nuestros clientes. Aquí reside uno de nuestros elementos diferenciadores. Pero no son los únicos. En ocasiones, el organizador tiene serias dificultades para encontrar un centro que responda a sus necesidades. El CCIB resulta ideal, porque se adapta a la perfección a cualquier exigencia: con capacidad hasta 15.000 personas, dispone

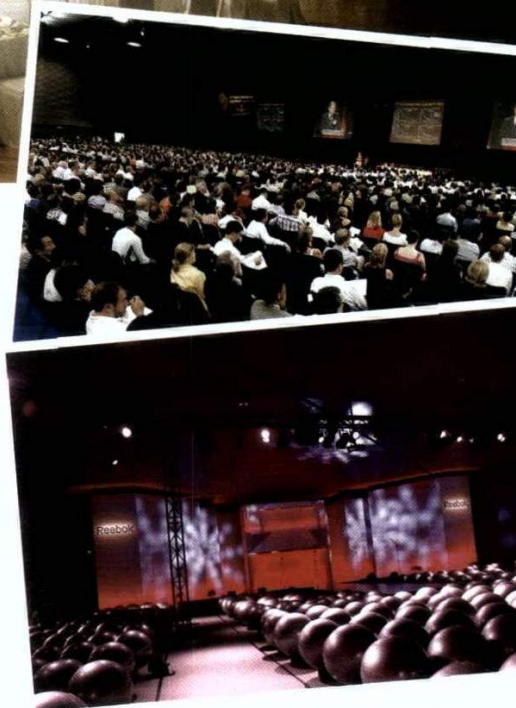
de 45 salas modulables, un área sin columnas de 11.340 m², espacios para servicios de restauración y un auditorio de 3.200 plazas. Además, nuestro equipo está especializado en la creación de ambientes mediante sofisticados sistemas de iluminación y video. En ese sentido, nuestro reto es mantenernos a la vanguardia de los avances tecnológicos para ofrecer las mejores soluciones a las empresas ayudándoles a optimizar su inversión.

P.- ¿Qué importancia tienen los servicios de restauración en eventos de estas características?

R.- Estos servicios son una parte fundamental del éxito o el fracaso de un evento, sea cual sea su tipología. Estamos muy satisfechos con la apuesta realizada desde el inicio por ofrecer un servicio global y de calidad, una iniciativa exigente de la que partió la creación de la empresa CCIB Catering para la explotación de los 3.000 m² de cocinas con los que cuenta el centro.

P.- El CCIB destaca por su compromiso medioambiental, ¿qué supone este compromiso para sus clientes?

R.- Tanto a nivel nacional como internacional, las empresas líderes están asumiendo cada vez más su responsabilidad social corporativa en ese ámbito, por lo que contar con un espacio como el CCIB les garantiza el cumplimiento de los estándares que acredita la certificación



medioambiental ISO 14001. Además, este año hemos decidido dar un paso más y ofrecer a las corporaciones un servicio de cálculo preliminar de las emisiones que producirá su evento, incluyendo propuestas para reducirlo y compensarlo mediante la participación en proyectos sostenibles a nivel internacional. —

CCIB

**Plaza de Willy Brandt
11-14, 08019, Barcelona.
Tel.: 932 301 000
www.ccib.es**



En primera línea
reportaje



ESPECIAL TURISMO DE NEGOCIOS Y CONGRESOS

Francisco de la Torre Prados, presidente del Spain Convention Bureau (SCB) y alcalde de Málaga

“El turismo de congresos es el que menos ha sufrido la crisis”

Francisco de la Torre destaca en esta entrevista el gran potencial que el turismo de congresos tiene en España y subraya la evolución que ha experimentado en los últimos diez años, en los que ha triplicado el número de reuniones y duplicado el de participantes.

Por: Esther García López
Fotos: Archivo

Cuántos congresos y reuniones se celebraron en España en 2009?

Respuesta.- Aún no disponemos de los datos de 2009, pero puedo decirle que en 2008 se produjeron 18.204 reuniones en el conjunto de ciudades que integran el Spain Convention Bureau, la sección de la Federación Española de Municipios y Provincias en la que están integradas. Una cifra que, aunque algo menor que la de 2007, da idea de la importancia que ha adquirido el mercado de reuniones en España en los últimos 15 años.

Pregunta.- ¿Qué cantidad de asistentes congregaron?

R.- En 2008, y refiriéndonos a las reuniones y congresos que se celebraron en las ciudades del SCB, hablamos de 3.356.431 de participantes, una cifra mayor a la de 2007, pese al ligero descenso del número de reuniones. Es decir, algunas reuniones menos pero más participantes y visitantes, lo que demuestra que ha aumentado la calidad de las reuniones y la madurez y consolidación de la oferta.

P.- ¿Qué impacto económico tuvieron?

R.- El impacto económico directo de la presencia de los participantes y sus acompañan-

tes la ciframos, para ese año, en más de 4.500 millones de euros, siguiendo la evolución creciente de años precedentes.

P.- ¿Cómo ha soportado el turismo de congresos los avatares de la crisis?

R.- La crisis nos ha afectado a todos, incluido el sector turístico de congresos, que también ha sufrido las consecuencias de esta situación; con el consiguiente descenso del número de reuniones y de delegados. Pero también es verdad que, según los datos de que disponemos, todo parece indicar que el segmento que menos ha sufrido ha sido el congresual, ya que la mayor parte de los congresos se confirman con varios años de antelación. Donde es posible que sí se note más es en el número de congresistas, que estimamos a la baja. A pesar de esta previsión a la baja, el periodo que vivimos puede suponer también un punto de inflexión que nos permita encarar con optimismo los retos del futuro, porque sirve para recapacitar sobre las cualidades y carencias de nuestra oferta y sobre el modo de conseguir una mayor productividad. La crisis obliga al sector a innovar el producto y también a abrir nuevos segmentos y mercados que pueden ayudar a consolidar a España como uno de los destinos líderes en el mundo del turismo de congresos.





P.- ¿Qué perspectivas hay para 2010?

R.- Creemos que, aunque no se produzca una mejora considerable en la demanda, cabe esperar que los cambios y adaptaciones que está sufriendo nuestra oferta permitan mantener los eventos del sector asociativo previstos para este año, sobre todo en los sectores farmacéutico y financiero. También esperamos que el segmento que más ha sufrido, el corporativo, remonte y que las empresas vuelvan a celebrar sus reuniones, presentaciones de producto, incentivos y eventos en nuestro país.

P.- ¿Cuáles son las principales ciudades en cuanto a organización de congresos?

R.- Las 49 ciudades que conforman el SCB están capacitadas para albergar cualquier tipo de evento, ya que ostentan recursos suficientes en cuanto a infraestructuras, servicios y comunicaciones que hacen que la oferta española en este sector sea de las más importantes del mundo. No obstante, es cierto que en la capta-

La crisis obliga al sector a innovar el producto y a abrir nuevos mercados

ción de los grandes congresos nacionales y de los internacionales, ciudades como Barcelona, Madrid, Valencia, Bilbao o Málaga juegan un papel relevante por su mayor capacidad: comunicaciones, hoteles, sedes, etc.

P.- ¿Qué lugar ocupa España en el ránking de países organizadores de congresos?

R.- Según las estadísticas del International Congress & Convention Association, España ocupa el tercer lugar del mundo por detrás de Estados Unidos y Alemania, pero no debemos dormirnos en los laureles y luchar por conseguir el segundo puesto, para evitar que Francia y Reino Unido, 4ª y 5ª, se acerquen.

P.- ¿Qué valoran los organizadores de congresos y eventos de negocios al elegir un destino para realizar un encuentro?

R.- La profesionalización de los servicios, la amplitud y variedad en la oferta así como las



Francisco de la Torre asegura que "en diez años se ha triplicado el número de reuniones y duplicado el de participantes en ellas".

comunicaciones son elementos importantes en la toma de decisiones. Sin embargo, la primera causa de toma de decisión por parte de los profesionales al elegir un destino es conocerlo. Por eso, a través del SCB hacemos hincapié no solo en organizar jornadas profesionales en los mercados más importantes, sino en traer a los profesionales a nuestras ciudades para que conozcan a fondo nuestra oferta.

P.- ¿Cuáles son los sectores que prefieren España para realizar sus congresos?

R.- En 2008 el sector médico-sanitario fue el mayor demandante. Hasta ese año lo era el sector económico-comercial. También caben citar ámbitos como el cultural, universitario o tecnológico. Hemos constatado el crecimiento de otros sectores que provienen tanto de actividades tradicionales que se incorporan al mercado de reuniones, como de sectores emergentes, que habrá que seguir.

P.- ¿Cuál es el perfil del turista de negocios?

R.- De los más de 3,3 millones de participantes en reuniones en 2008, unos 400.000 provienen de la localidad donde se celebra la reunión, por lo que el resto podrían entrar en la categoría de 'turistas de reuniones'. Dos terceras partes de éstos son nacionales y casi un millón proceden de fuera de nuestras fronteras. Según estas cifras, el componente

turístico de los participantes en el mercado de reuniones es elevadísimo, casi el 90%, y dentro de éste, el componente turístico internacional ocupa un significativo 35%. La mayor parte proceden de Gran Bretaña, Alemania y Francia; y de Estados Unidos casi un 7%. El gasto medio por delegado y día es de unos 300 euros, de los que más de la mitad se gastan en alojamiento, comida, compras o transporte.

P.- ¿El turismo de congresos y negocios es uno de los segmentos con mayor potencial para el sector turístico español?

R.- Sin duda, es así. La evolución del turismo de congresos en España demuestra el gran potencial que tenemos en este sector. En los últimos diez años se ha triplicado el número de reuniones y duplicado el de participantes debido a que a las buenas condiciones que ofrecemos —clima, hospitalidad, paisaje, gastronomía, infraestructuras— hay que sumar la calidad de la oferta, cada vez mayor. El objetivo es mejorar para consolidar nuestra posición en el mercado internacional. En esa línea trabajamos desde el SCB, en colaboración con el Ministerio de Industria y Turismo, con nuestra presencia en ferias, acciones promocionales, gestiones directas con profesionales de mercados europeos consolidados y emergentes y tratando de garantizar la presencia de nuestros socios en las ferias más importantes. ■



En primera línea
reportaje



ESPECIAL TURISMO DE NEGOCIOS Y CONGRESOS

La aerolínea ofrece 17 vuelos semanales entre España y Colombia

Avianca

la mejor opción a Colombia

Por: Redacción
Fotos: Archivo

Hace pocos meses Avianca, la aerolínea de bandera colombiana, cumplía su 90 aniversario. A muchos les sorprendería saber que Avianca fue la primera aerolínea fundada en el continente americano y la segunda en el mundo como les sorprendería, también, conocer la transformación y rejuvenecimiento al que esta veterana compañía se ha sometido en los últimos años.

Por historia y por la importancia de las relaciones entre ambos países, las rutas entre España y Colombia se han convertido en una de las apuestas básicas de la compañía. Al incremento continuo de frecuencias (17 vuelos directos semanales en la actualidad) se une la renovación total de la flota que las opera. Sus nuevos Airbus A-330 presentan una configuración de tres cabinas pensadas y adaptadas a diferentes necesidades y tipos de pasajeros.

La clase Business Superior de Avianca constituye, sin lugar a dudas, la mejor elección para quienes por trabajo o placer ven una oportunidad en las no pocas horas de tranquilidad que ofrece un vuelo trasatlántico. Con butacas ergonómicas con inclinación total, separador entre asientos, gran espacio entre filas. La cabina ejecutiva ha sido concebida como un espacio de privacidad, exclusividad y amplitud donde cada pasajero elige su tipo de viaje. Sistema sky office para trabajar en Excel o Word, puerto USB o conexión de corriente para el ordenador, el iPod o el iPhone son algunos de los servicios pensados para quienes, por unas horas, trasladan su oficina a la cabina del avión. Para los que eligen la opción del placer, la clase Business Superior de Avianca ofrece el mejor servicio de entretenimiento a bordo con pantallas individuales touch screen de 15 pulgadas y los mejores y más actuales contenidos en películas, series



de TV, juegos o música. Además, Avianca, se ha esforzado para que su clase business sea una carta de presentación de Colombia; Platos típicos como las arepas de choclo o el ahogao, jugos naturales exóticos como el de lulo o la limonada de coco con la que el personal de abordaje recibe al pasajero, sin olvidar el mejor café colombiano servido en distintas modalidades así como la sonrisa y la amabilidad de la tripulación, convierten el vuelo en un anticipo de la cultura y calidez colombiana. Junto a la cabina Business Superior, Avianca ofrece otras dos cabinas más a sus viajeros en las rutas España-Colombia. Economy Plus, exclusiva en estas rutas y que constituye una excelente alternativa para quienes, en clase económica, buscan mayores prestaciones (más espacio entre asientos, butacas más amplias, cabina independiente) sin renunciar a un precio altamente competitivo. Y por último la Cabina turista, moderna y confortable, también con sistema de entretenimiento individual a bordo, la mayor separación entre asientos del mercado y como en el resto de cabinas, el mejor servicio y toda la amabilidad de la tripulación de Avianca. —



Para mayor información:
Tel.: 902 02 06 55 www.avianca.es

- Avianca, ofrece 17 vuelos semanales entre España y Colombia y conexiones hacia el interior de Colombia y Latinoamérica.
- 7 vuelos semanales Madrid-Bogotá
 - 6 vuelos semanales Madrid-Cali
 - 4 vuelos semanales Barcelona-Bogotá