

El turismo de congresos genera ya más de 52 millones de euros al año en Málaga

Málaga es el cuarto destino más importante del sector en España. El turismo de Reuniones y Eventos ya tiene un importante peso dentro del turismo de la provincia. Según se desprende del Cuaderno 14 del II Plan Estratégico de Málaga, genera 52,1 millones de euros por temporada. El informe, que publica la Fundación Ciedes y elabora Analistas Económicos de Andalucía, apunta que la cantidad asciende a 59 millones si se tiene en cuenta el coste de viaje hacia la ciudad.

El informe pone de manifiesto el carácter estratégico de este segmento y señala que el impacto directo en la economía de Málaga es de cerca de 33 millones de euros, una cifra que se elevará a unos 37 millones si se incluyesen entre los gastos de los participantes el coste del viaje hasta la ciudad. El impacto indirecto roza los 19,4 millones de euros (el 70% corresponde al sector servicios). Estas cifras elevan a Málaga al cuarto destino más importante del sector en España, tras Madrid, Barcelona y Bilbao. Asimismo, el informe subraya que España ocupa el tercer lugar del ranking mundial por número de congresos y convenciones, sólo por detrás de Estados Unidos y Alemania. En el conjunto andaluz, Málaga también goza de una posición destacada. De las 20 ferias comerciales y oficiales celebradas en la región en 2013, más de la mitad se desarrollaron en la provincia. Además, el documento precisa que, junto con Sevilla, acapara el 53% de las más de 344.000 plazas existentes en 565 establecimientos para reuniones y congresos en el conjunto de la comunidad. Según el Cuaderno 14 del II Plan Estratégico de Málaga, el 38% de las reuniones son convenciones y reuniones corporativas con alrededor de 50 participantes, y el 28% tienen más de un día de duración. Predominan las reuniones de carácter regional y nacional, que, en conjunto, suponen más del 90% y el 87% de los participantes, mientras que las internacionales no alcanzan el 10%. Asimismo, se estima que la región recibió más de 1,7 millones de participantes a reuniones en 2013.

Entre los retos del futuro, el informe indica que se debe seguir trabajando para desarrollar una imagen de marca que diferencie Málaga del resto de competidores, impulsando servicios innovadores que atiendan las demandas más exigentes de los clientes, además de apostar por la calidad, la creatividad y la excelencia en el servicio.