**Islas Canarias acude a la feria de congresos IBTM para afianzar un sector que en 2018 atrajo a más de 200.000 turistas**

**La consejera Yaiza Castilla destaca que el pasado año este segmento aportó una facturación de 178 millones de euros**

El encuentro IBTM, considerado el foro anual más importante del sector de ferias, congresos y convenciones, ha reunido en Barcelona durante tres días a más de 13.000 organizadores profesionales que buscan un destino para celebrar este tipo de eventos.

Promotur Turismo de Canarias, entidad dependiente de la Consejería de Turismo, Industria y Comercio, acude cada año a esta cita para presentar la amplia oferta alojativa y de palacios de congresos o recintos feriales que tienen las Islas y sus posibilidades de planes de ocio alternativos ligados al buen clima, todo el año.

Tal y como señaló la consejera de Turismo, Yaiza Castilla, “el plan de Marketing de la marca Islas Canarias considera al turismo MICE (acrónimo en inglés que se traduce en reuniones, incentivos, convenciones y eventos) como un segmento que contribuye al mantenimiento de la presencia de Canarias en sus mercados clave. Además, es un turismo que favorece el incremento del gasto en destino de los visitantes y que extiende la actividad económica derivada del turismo a otros sectores, ampliando su cadena de valor.” En este sentido, Castilla afirmó que “este año 2019, la Consejería ha destinado 250.000 euros para promocionar a las Islas entre su público objetivo, formado por los organizadores de convenciones, congresos e incentivos”.

En la práctica, la promoción se traduce en que a lo largo de 2018, el número de viajeros que visitaron las Islas por motivos de negocio, trabajo, ferias y congresos fue de 205.916 turistas, según datos de la Encuesta sobre Gasto Turístico (EGT) del Instituto Canario de Estadística (ISTAC), dejando un gasto medio diario de 145 euros y una facturación total de 178 millones de euros. La estancia media es de 9,43 días y la mayoría de ellos, un 37,5%, se aloja en hoteles de cuatro estrellas. Además, su gasto en bares y cafeterías es de 76,7%, superior a la media cifrada en 63,3%. Por otro lado, Gran Canaria es el destino más popular para la celebración de congresos y convenciones ya que el 51,9% de estos viajeros se concentran en esta Isla. Le siguen Tenerife, La Palma, Fuerteventura y Lanzarote. Esto se explica porque muchos de los eventos profesionales necesitan espacios de gran aforo como pueden ser palacios de congresos y hoteles con alta disponibilidad de habitaciones, una oferta que es más adecuada en las islas capitalinas y que las posiciona para dar una respuesta acorde a las necesidades de este tipo de eventos.

La consejera de Turismo añadió que el perfil de este turista se caracteriza porque “su procedencia es mayoritariamente de la Península, con un 58,5%, seguida a gran distancia por Alemania (8,3%), Reino Unido (7,7%), Italia (3,8%) y otros países. Además, el 62,4% viene sin acompañante, son más hombres que mujeres (76.6% frente a 23,4%) y la edad media es de 41,4 años. En su gran mayoría son trabajadores asalariados (60%), aunque también vienen autónomos en un 22,8% y empresarios (16,5%). Tienen un nivel de estudios superiores en un 85% y sus ingresos superan incluso los 75.000 euros anuales en un 26,3%, aunque predominan los que ganan entre 25.000 y 50.000 euros al año (el 33,7%)”.

El stand de Canarias que se ha instalado en la IBTM, cofinanciado en un 85 % por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), ocupa un espacio de 72 metros cuadrados y da cabida a la delegación procedente de las Islas, formada por un total de 22 empresas turísticas de Gran Canaria, Tenerife, Lanzarote y Fuerteventura junto con entidades públicas como los diferentes *convention bureau* y patronatos de turismo, que comparten pabellón con Turismo de Canarias.

Durante el evento se pudo comprobar que el segmento MICE sigue creciendo de forma sostenida con la incorporación de nuevas industrias relacionadas con la salud o la movilidad, entre otras, y que demandan lugares para celebrar sus congresos y convenciones. Los representantes canarios pudieron mostrar las ventajas del Archipiélago frente a otros destinos competidores, poniendo de relieve el buen clima, las excelentes conexiones aéreas, la seguridad, gastronomía, ocio o actividades al aire libre, en las numerosas reuniones que pudieron tener a lo largo de los tres días que duró el encuentro.