

La capital participa en The Gulf Incentive, Business Travel & Meetings Exhibition (GIBTM), que se celebra en Abu Dhabi hasta el 26 de marzo

Madrid muestra su potencial para el turismo de negocios en Oriente Medio

- Madrid Destino promoverá, por segundo año consecutivo, los principales atractivos turísticos de la capital como sede de encuentros profesionales y su oferta de ocio complementaria
- El stand de Madrid, en el que participan cinco empresas madrileñas asociadas al MCB, acogerá cerca de 250 encuentros de trabajo con profesionales de turismo de todo el mundo
- Oriente Medio es un mercado con buenas expectativas de crecimiento. En 2013, la región de Madrid recibió a 7.421 viajeros procedentes de Emiratos Árabes, un 52% más que en 2012

Madrid, 24-mar-'14

El turismo de negocios madrileño continúa su expansión en nuevos mercados. La ciudad de Madrid participa, por segundo año consecutivo, en The Gulf Incentive, Business Travel & Meetings Exhibition (GIBTM), que se celebra, desde hoy y hasta el 26 de marzo, en Abu Dhabi. El objetivo es seguir reforzando la imagen de la capital como destino de viajes de incentivos, convenciones y reuniones de empresa en Oriente Medio.

Madrid Destino, a través del Madrid Convention Bureau (MCB), presenta estos días todos los atractivos del segmento de turismo de reuniones en la capital y su oferta de ocio complementaria, una combinación única que convierte a Madrid en el destino perfecto para la organización de cualquier evento. Un paso más para afianzarse en un mercado con grandes perspectivas de crecimiento a medio-largo plazo.

GIBTM es un encuentro clave del sector turístico en los Emiratos Árabes Unidos. Este año cumple su octava edición con una previsión de asistencia de cerca de 3.000 profesionales de todo el mundo, 300 expositores y 7.000 citas de trabajo. Está organizado por Reed Travel Exhibitions, responsable de ferias tan relevantes como la World Travel Market de Londres, la CIBTM de Pekín o la EIBTM de Barcelona, entre otras.

Promoción de Madrid y apoyo al sector

Los visitantes de la GIBTM podrán recibir información sobre todo lo referido a nuestra ciudad, como su moderno sistema de transportes o las principales características de sus instalaciones congresuales e infraestructuras. Para ello, tendrán a su disposición dos herramientas imprescindibles: el Manual de



Reuniones y el Catálogo de Sedes Especiales, unas publicaciones de referencia sobre Madrid que se editan anualmente, así como diversos materiales y folletos turísticos.

Con la intención de difundir mejor las oportunidades del destino Madrid, también están presentes en este encuentro cinco empresas asociadas al Madrid Convention Bureau. Se trata del hotel NH Eurobuilding, El Corte Inglés, el restaurante y tablao flamenco El Corral de la Morería y las DMC In Out Travel e ITB. Gracias a su participación, el stand de Madrid será escenario de, al menos, unos 250 encuentros de trabajo con profesionales de la industria turística mundial, que permitirán generar una coyuntura favorable para el desarrollo de nuevos contactos y futuras colaboraciones.

Además, y como complemento, el Show Daily, el periódico diario gratuito de la feria que se distribuye entre todo el público, expositores y medios de comunicación asistentes, recogerá amplia información sobre el destino Madrid.

Oriente Medio, un mercado emergente

Durante los últimos años, los países de Oriente Medio han experimentado un gran crecimiento como emisores de turismo internacional. Según Frontur, la región madrileña recibió en 2013 a 7.421 viajeros procedentes de Emiratos Árabes, un 52% más respecto a 2012.

Las operaciones realizadas entre alguno de los cinco países árabes conectados mediante vuelo directo con Madrid -Israel (Tel Aviv), Emiratos Árabes (Dubai), Arabia Saudí (Riyadh y Jeddah), Jordania (Amman) y Qatar (Doha)- y el aeropuerto de Barajas crecieron un 6,59% en 2013, alcanzando una media de 51 vuelos semanales. De entre todos, destaca el incremento de operaciones de llegada y de pasajeros procedentes de Dubai, que aumentaron un 32,1% (720 operaciones) y un 23,1% (181.531 pasajeros), respectivamente. La media de vuelos semanales fue de 13,8./