«Cuando los congresos se celebran en Málaga aumentan un 15 o un 20% los participantes»

Francisco Quereda Director del Convention Bureau de Málaga

El responsable de captar congresos para Málaga relata los cambios que ha experimentado la ciudad en la década prodigiosa del turismo

:: PILAR MARTÍNEZ

Francisco Quereda repasa la década al frente del Convention Bureau. :: SALVADOR SALAS

MÁLAGA. Francisco Quereda ha cumplido diez años al frente del Convention Bureau de Málaga, organismo municipal encargado de captar eventos y congresos para la capital malagueña. Una década prodigiosa, pese a coincidir con la larga crisis económica, en la que se ha pasado de tener que convencer a las asociaciones de que Málaga era un buen destino para llevar a cabo estos eventos a estar presente en la mayoría de las ternas en las que estas deciden organizar sus encuentros anuales, codo con codo con Madrid y Barcelona, siendo el tercer o cuarto destino nacional en congresos y eventos. El crecimiento ha sido vertiginoso, pero sostenido en el tiempo y al compás del aumento de una oferta hotelera que ya se queda corta. «Málaga necesita un hotel de cuatro estrellas superior o cinco con un mínimo de 400 habitaciones para que no se sigan escapando grandes convenciones», advierte Quereda, que preside también el capítulo Ibérico de la ICCA, Asociación Internacional de Congresos y Eventos.

-¿No sé si lleva contados los kilómetros recorridos en estos diez años para captar congresos para Málaga?

-Los kilómetros no tanto, pero seguro que más de mil vuelos he cogido en los más de veinte años de trabajo en este sector. Es nuestro día a día. Hay que ir a buscar al cliente. Han sido muchos los viajes, pero muy satisfecho con los resultados. Hace diez años en Málaga se celebraban cien congresos con unos 30.000 asistentes. Este año, que será de récord, daremos el salto a romper la barrera de los 200 encuentros y los 100.000 congresistas, aunque la recolección de datos es muy complicada porque los eventos que se celebran en el palacio suponen un 40% del total, el resto son en hoteles que no siempre aportan cifras. 2016 será un año histórico con diferencia.

-Está claro que en estos diez años han cambiado muchos las cosas en turismo en la ciudad...

-Y tanto. Ha coincidido con la llamada década prodigiosa, en la que Málaga se ha situado en el mapa turístico, tras una profunda transformación en todos los niveles.

-¿Cómo vendían Málaga como sede de congresos diez años atrás?

-Lo más complicado era cambiar la percepción que las asociaciones y colectivos profesionales tenían de Málaga. O bien pensaban que se les vendía la Costa del Sol o no la concebían como un destino turístico en sí. O lo peor, quienes la conocían insistían en que no era una ciudad con recursos hoteleros ni con atractivos como para reunir un evento. Es que hace diez o quince años, las agencias de viajes ofrecían como excursión a Málaga una visita a la Catedral y a la plaza de toros. No había más. Es que ni recomendaban esta visita. Y ahora hemos pasado a que el New York Times nos haya dedicado ya este año tres reportajes. Por tanto, fue más complicado cambiar esa percepción entre los profesionales, a los que había que insistir en que ya se contaba con el Palacio de Congresos, con la conexión de AVE con Madrid, cierta planta hotelera, con inauguraciones, como la del hotel Molina Larios o la del Barceló. Pero no era suficiente para captar un congreso, una convención o un incentivo. Se necesitaban más herramientas. Optamos por la estrategia de traer hasta aquí reuniones de las tres grandes asociaciones internacionales de eventos como es ICCA, International Congress and Convention Association; Meeting Professionals International (MPI), y la Sociedad de Incentivos y Viajes de Ejecutivos de Estados Unidos, así como la Asociación Europea y nacional de Organizadores de Congresos.

-Así consiguieron mostrar el destino a quienes mueven los hilos de esta industria y convertirlos en prescriptores...

-Imagine la repercusión de que la MPI, que por entonces tenía 20.000 asociados en todo el mundo, celebró su congreso europeo en Málaga. No sólo es que vienen los 400 directivos y delegados de MPI, sino el efecto reclamo que tiene que una asociación de este nivel elija la ciudad. Durante tres años seguidos conseguimos que estos tres entes claves en la industria celebraran aquí eventos. Todo ello nos ayudó a posicionar más rápidamente el destino.

«La ciudad necesita un hotel de más de 400 habitaciones para no perder convenciones»

-Y a partir de ahí, ¿qué otras estrategias han sido claves en este desarrollo?

-Para nosotros es un objetivo principal organizar viajes de agentes y de profesionales de los diferentes mercados para que conozcan 'in situ' el potencial de la capital para organizar eventos. No sólo la oferta del palacio de congresos o la hotelera, sino los más de 30 espacios con que cuenta ya Málaga para organizar eventos, cenas o almuerzos en lugares muy singulares. Estos viajes de familiarización son un triunfo.

-¿Cuántos viajes de este tipo organizan al año?

-Solemos hacer uno en cada uno de los mercados que consideramos de interés. Estamos entre unos doce o catorce, que supone que visiten la ciudad un centenar o 150 personas.

-¿Y se ha conseguido cambiar esa percepción inicial del destino?

-Y tanto. Antes teníamos que ir de puerta en puerta para decir quiénes éramos y dónde estábamos y qué ventajas tenía Málaga. Ahora es al revés, no hay congreso internacional importante que, si tiene que valorar entre tres o cuatro ciudades españolas, no esté Málaga en esa terna. Está considerada entre las cuatro ciudades más importantes. El objetivo es consolidar la tercera posición, tras Madrid y Barcelona. Además, la ciudad ha entrado en los circuitos que se plantean algunas compañías de contar con un máximo de cinco ciudades en las que rotar sus reuniones anuales. Ha pasado con el congreso de Medicina Estética, que rotaba entre Madrid y Barcelona, y desde hace cuatro años se celebra en Málaga siempre. Esto no es habitual.

-¿Qué atractivo especial han encontrado en la ciudad?

-Bueno, aparte de la comodidad de la logística es curioso, y se ha convertido en un aval importante, que cuando se celebra un congreso en Málaga la organización ve incrementar la asistencia de congresistas entre un 15 y un 20%. Este es uno de los datos que cuando proponemos una candidatura es un hecho que ponemos de relevancia.

-¿Cuántas candidaturas para ser sede de congresos tiene presentadas la ciudad?

-Mantenemos vivas unas 200, porque algunas se pierden pero nosotros insistimos.

-¿Hacia dónde hay que avanzar?

-En el tema de congresos el gran reto es consolidar las cifras actuales. A veces es más difícil mantenerse que llegar. Málaga está de moda y el efecto cultural también beneficia a la captación de congresos. La aspiración es que seamos la tercera ciudad de España en congresos, que ya es posible que estemos en esa posición, porque los problemas de falta de datos sobre el sector es también a nivel nacional. Tenemos que avanzar en conseguir más congresos internacionales, para lo que contamos con la ventaja de contar con el tercer aeropuerto de la Península. También en captar eventos con mayor volumen de asistentes.

-¿Qué necesita la capital para consolidar esta tercera posición?

-Tenemos que contar con más plazas hoteleras, pero, sobre todo, con un hotel de cuatro estrellas superior o de cinco estrellas con un mínimo de 400 habitaciones, porque ahora mismo se nos están escapando convenciones que exigen que todos los asistentes estén en el mismo establecimiento. Y aún no podemos dar respuesta a ello. Tenemos un par de hoteles con 220, pero incluso el futuro hotel del Puerto, con 350, se queda corto. Ahora se van a Marbella o a otros destinos. Ese nicho de convenciones de 200 personas que precisan de un solo hotel para alojarse, Málaga no lo tiene.

-Llegada a esta situación, ¿cuál cree que ha sido la clave del éxito?

-Creo que ha sido fundamental que el crecimiento haya sido paulatino, al compás de la demanda y la oferta, y por la configuración de una ciudad en la que tampoco hay tantas parcelas para construir hoteles. También ha contribuido que la década prodigiosa ha coincidido con la crisis, y quizá hay sido hasta positivo. Los congresos son una de las principales canteras de turistas para la ciudad y han sido gran parte del éxito turístico de Málaga.

-¿Cómo vislumbra el horizonte?

-2017 se está poniendo ya a la altura del presente ejercicio con el tirón de las convenciones. El futuro es optimista, con congresos en cartera de 4.000 asistentes. El de mayor afluencia, el de Medicina Familiar, celebrado en la ciudad en 2013 reunió a 5.500 participantes.