

Feria Internacional de Turismo 2016 | Análisis de la promoción



Demostración de los productos canarios en el pabellón de Canarias ayer, primer día en que Fitur abrió al público en general. | NACHO GONZÁLEZ

nueva promoción, en lo que podría resumirse bajo la idea de compaginar lo urbano y lo vacacional: "ciudades con sol y playa". Es decir, destinos de descanso en los que sigue primando el clima, pero que son mucho más que sol y playa porque cuentan, o pueden contar, con una oferta cultural, de ocio y de turismo activo más amplia y atractiva.

Exceltur subraya que la primera premisa para el éxito es un buen producto que vender

Las urbes no logran singularizarse en la promoción global que dirige Promotur

Son, en definitiva, destinos abiertos frente a las nuevas villas o resorts, cerrados y alejados de núcleos urbanos, que se están abriendo en otros centros turísticos que compiten con Canarias como República Dominicana, la Riviera Maya e incluso Turquía o Egipto.

En su octavo Foro de Liderazgo Turístico, celebrado estos días en el Instituto Ferial de Madrid (Ifema), también **Exceltur** ha defendido la necesidad de impulsar "políticas municipales creativas para satisfacer tanto a turistas como a residentes". En esta línea, los actuales gestores de Las Palmas de Gran Canaria se han propuesto impulsar una nueva imagen turística sobre la capital, con propuestas encaminadas a subrayar su historia aborigen, su patrimonio colonial, el papel de la ciudad en la II Guerra Mundial o la importancia de su arquitectura modernista. Pero esta nueva imagen aún no tiene correlación en la promoción que dirige Promotur, el órgano regional encargado de dar a conocer el conjunto de valores turísticos del Archipiélago.

Ni en el contenido ni en el formato, basado en expositores por islas, los destinos urbanos de Canarias han encontrado una proyección singularizada que puede ser percibida con claridad por los más 200.000 visitantes que, según las previsiones de Instituto Ferial de Madrid (Ifema), recorrerán Fitur desde su inauguración el pasado miércoles hasta mañana.

"Nunca cuatro cifras habían tenido tanto significado para una ciudad: 2, 0, 1, 6. Cuatro números que representan un año. Un año que engloba un sueño. Un sueño que inspira a toda una ciudad. Una ciudad que mira a Europa y que espera ser mirada y visitada por miles de personas en todo el mundo", reza el programa oficial que distribuye estos días San Sebastián en la feria. Un evento en cuya elaboración, según cuentan, han participado cientos de profesionales y se han implicado artistas, colectivos, espacios y entidades de la ciudad.

Las Palmas de Gran Canaria perdió en 2011 aquella primera

Pasa a la página siguiente >>

Canarias no consigue diferenciar y potenciar su turismo urbano en Fitur

Vender "ciudades con sol y playa" ofrece mayor ventaja competitiva frente a otros destinos vacacionales ■ La capital grancanaria queda diluida en la oferta general

Marta Cantero
MADRID

En junio de 2011, Las Palmas de Gran Canaria quedó fuera de la carrera por la candidatura a ser designada Capital Europea de la Cultura 2016. Fue finalmente San Sebastián la que convenció a los responsables europeos de que su proyecto y su historia la hacían merecedora de ese honor. La decisión provocó entonces gran malestar y revuelo en la capital grancanaria. Estos días, la ciudad vasca aprovechó todo el potencial que ofrece la Feria Internacional de Turismo (Fitur) para presentar sus atractivos urbanos, coincidiendo con la inauguración oficial de dicha Capitalidad compartida con la ciudad polaca de Wrocław -que culmina hoy sábado en San Sebastián.

Quiso la casualidad que el estand de Canarias y el de Euskadi compartan vecindad en esta edición de Fitur 2016, subrayando aún más el contraste entre la promoción de los dos centros urbanos españoles que se disputaron la nominación europea. Frente a la fuerza promocional que otorga ser Capital Europea de la Cultura, Las Palmas de Gran Canaria no ha logrado diferenciar su producto urbano del resto de atractivos del conjunto del Archipiélago, vinculados a su clima y su naturaleza bajo el lema *Latitud de vida*.

"La estrategia de promoción que se hace sigue siendo la clásica de sol y playa. No se está poniendo el acento en el turismo urbano. Vamos a intentar hacérselo entender al resto de instituciones", advertía hace poco más de un mes August-



Aspecto del pabellón de Canarias. | NACHO GONZÁLEZ



Madrid se promociona con cultura. | EFE

to Hidalgo. Pero ni el discurso de su alcalde ni las líneas estratégicas del Plan de Marketing de Las Palmas de Gran Canaria, reclamando ambos una promoción diferenciada, se han traducido en una venta del potencial urbano de Canarias en

una de las más importantes ferias turísticas mundiales.

Pero no solo Las Palmas de Gran Canaria tiene un componente urbano que, bien gestionado y promocionado, supone una gran ventaja competitiva frente a otros des-

tinios vacacionales competidores. Expertos como Luis Falcón, miembro del equipo gestor del Consorcio de Rehabilitación del Puerto de la Cruz, vienen impulsando un cambio de concepción de los destinos canarios, y en consecuencia una

La economía colaborativa, la gran ausente

Podría decirse que la actual edición de Fitur es una de las más exitosas de las que anualmente se vienen celebrando desde hace 36 años en la capital de España.

El propio récord turístico de este país ha impulsado el crecimiento del número de empresas participantes en este encuentro internacional: un 8% más que la pasada edición. Ni el miedo a viajar provocado por la sucesión de atentados en destinos turísticos de todo el mundo, ni la incertidumbre política de España o los cambios en las instituciones autonómicas y locales, con incidencia directa en la actividad turística en algunos casos como Galicia y Valencia o Barcelona, han desincentivado la asistencia a la Feria Internacio-

nal de Turismo que se celebra cada mes de enero en Madrid.

Sólo una ausencia ha sido significativa: la denominada economía colaborativa. Una actividad que todavía se mueve a caballo entre la legalidad y la ilegalidad y que no ha optado, por ello, por oficializar en Fitur su fuerte y creciente presencia en el mercado turístico.

Su directora, Ana Larrañaga, justificó tal ausencia en el hecho de no haber recibido ninguna solicitud para participar como expositores. Pese a lo cual, animó a todas las empresas colaborativas ligadas al turismo a hacerlo en la próxima edición, "siempre y cuando cuenten con autorización y licencias en vigor". M. C.

>> Viene de la página anterior

oportunidad de llegar hoy a Fitur con una oferta sólida y diferenciada, pero desde luego no las que puedan surgir de cara a futuras convocatorias de Capitalidad Europea y nuevas ediciones de la Feria Internacional de Turismo. "La primera premisa en marketing es tener un buen producto que vender", señaló a este periódico el vicepresidente de Exceltur, José Luis Zorella, al inicio de Fitur. ¿Tiene Canarias un buen producto urbano que vender?

Hace poco más de tres años, este lobby turístico empresarial elaboró un informe sobre los destinos urbanos, denominado UrbantUR 2012, destacando la importancia creciente del turismo urbano y los criterios que, según sus parámetros, debían tener las ciudades para atraer a más viajeros. Explicaba que junto al patrimonio histórico, otros factores de diversa índole contribuyen a captar un mayor número de turistas. Y entre ellos destacaba la identificación con determinados productos y experiencias -cultural, gastronómica, de compras, congresos o cruceros-; una accesibilidad sostenible -peatonalización, carriles bici, transporte público-; el aprovechamiento de las TICs para convertirlas en smart cities -wifi gratuito, apps para móviles, webs avanzadas-; la puesta en valor de su "escenografía urbana": la combinación de paisaje natural, arquitectura y espacios públicos; la organización de eventos de proyección internacional y la sensibilidad social e implicación de la ciudadanía en la actividad turística.

"Los turistas nos demandan festivales y espectáculos", asegura una empresaria

Los visitantes reclaman cultura, buenos paseos, gastronomía y wifi gratuita

Según estos criterios, la capital gran Canaria cuenta con grandes activos para aspirar a un lugar destacado en el turismo urbano. Y también otras ciudades canarias como Puerto de la Cruz, Santa Cruz de Tenerife o La Laguna, por citar solo las principales. "Lo que tenemos que hacer es dar al turista lo que el turista pide", reflexionaba ayer en Fitur la empresaria Maru Herrera Morilla.

La propietaria de los Apartamentos Tinoca explicó que "lo que nos piden es visitar Vegueta y ver nuestros museos. Pero sobre todo más festivales y más espectáculos. Perder el Womad, por ejemplo, significó mucho para los empresarios de Las Canteras. Habría que recuperar eventos de esa índole, al igual que los congresos, que también cayeron con la crisis". Y concluyó: "Y luego, por supuesto, saber vender todo esto en ferias como esta".

Más datos del sector

► OCUPACIÓN HOTELERA

Crecen las pernoctaciones en las Islas un 0,6% en 2015

Las pernoctaciones hoteleras crecieron un 0,6% en Canarias en 2015, con respecto al año anterior, hasta superar los 63,9 millones, según datos del Instituto Nacional de Estadística. Canarias también lideró las pernoctaciones de extranjeros con una subida del 1,6% hasta representar el 28,4% del total del mercado y 56,1 millones, mientras que las de los residentes ascendieron a un total de 7,7 millones, lo que representa el 7% del conjunto nacional. En el Archipiélago hubo una ocupación hotelera del 74,4% y una estancia media de 7,40 días, y por provincias, la de Las Palmas tuvo 39,3 millones de pernoctaciones y la de Santa Cruz de Tenerife, 24,5 millones. Por islas, Tenerife lidera en el Archipiélago con más de 23,3 millones y una ocupación del 74,9%, seguida de Gran Canaria con más de 16,7 millones, Fuerteventura (12,2 millones) y Lanzarote (10,2 millones). Por núcleos, encabeza San Bartolomé de Tirajana (Gran Canaria) con más de 11,5 millones de pernoctaciones, si bien Arona (Tenerife) tiene la ocupación más alta con 81,1 millones. En el conjunto del país, los hoteles españoles registraron 308,1 millones de pernoctaciones durante el pasado año.



Una de las azafates del recinto ferial pasea con su maleta-patín. | CARLOS BOUZÁ

► FUERTEVENTURA

Vuelos directos al norte de Dinamarca

El Patronato de Turismo de Fuerteventura negocia con el operador danés Suncharter la posibilidad de contar con un vuelo directo semanal entre la Isla y el aeropuerto de Aalborg Lufthavn, al norte de Dinamarca, durante la próxima temporada de invierno. Las negociaciones para que opere por primera vez esta aerolínea con el destino Fuerteventura se han llevado a cabo en el marco de la Feria Internacional de Turismo. El vuelo estaría en funcionamiento desde este octubre hasta abril de 2017. El gerente del Patronato de Turismo de Fuerteventura, Moisés Jorge, mantuvo ayer, de otra parte, distintos encuentros con operadores y aerolíneas dentro de la agenda que el Patronato desarrolla estos días en Fitur. Tras el encuentro con Logitravel, Rumbo Viajes y muchoviaje.com, las previsiones de crecimiento de venta en la isla se sitúan en torno a un 30 % para el verano, ya que la demanda a Fuerteventura del mercado nacional, tras el aumento de plazas aéreas para el periodo estival, hacen posible un incremento en venta y capacidad. Además, se abre la posibilidad de que Viajes Barceló, que creció en la isla un 18 % en 2015 y durante el pasado verano transportó hasta la isla a 13.123 clientes, flete en exclusiva un vuelo charter desde Bilbao para el verano.

► CANARIAS

De vacaciones con la familia

Canarias cierró ayer su presencia profesional en Fitur potenciando el turismo familiar con una campaña a nivel nacional que comenzará en los próximos días en blogs específicos de padres y madres. En todos ellos se escribirá un post contando las ventajas de viajar al Archipiélago con niños, con un vídeo que recomienda visitar el site www.lagranaventurajuntos.com para ampliar información. "Una acción de refuerzo de cara a planificar las vacaciones de invierno y anticipar las de verano", explicó la consejera de Turismo, Teresa Lorenzo.