

El turismo tira del tren

La concentración empresarial, el desarrollo tecnológico y los cambios en la distribución invitan a las empresas a no perder ni un detalle en esta nueva edición del certamen.

Cinco Días - Madrid - 19/01/2011

El calendario ferial despegó en 2011 con un plato fuerte y, al mismo tiempo, alentador. La Feria Internacional de Turismo (Fitur), la gran cita internacional para esta industria, comienza hoy en Ifema su trigésimo primera edición, en medio de un optimismo moderado. Por una parte, los organizadores de la feria turística han conseguido aumentar la participación de los expositores empresariales respecto a la edición del año pasado, gracias a una política comercial acertada, basada en el mantenimiento de los precios por tercera edición consecutiva y en descuentos a los expositores por pronto pago.

A ello debemos sumarle la ligera mejoría de los resultados de laLa incipiente recuperación viene acompañada de transformaciones radicales. Por un lado, como apunta el vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, la sobreoferta que la crisis puso en evidencia en algunos segmentos de la industria turística, como el transporte aéreo, las agencias de viajes y la hostelería, ha dado pie a un proceso de concentración empresarial. Este tiene su imagen más evidente en operaciones como la fusión de Iberia con British Airways o la de Vueling con Clickair. También en la alianza de AC Hoteles con Marriot y en la desintegración del grupo Marsans, que agrupaba a un 20% de las agencias de viajes del mercado español.

Otro de los cambios relevantes se ha producido en los canales de distribución y las estrategias de comercialización. El director general de Amadeus España, Paul de Villiers, resalta la importancia progresiva del concepto de experiencia integral. "El viaje comienza en el momento en que alguien empieza a buscar. Sigue con la compra, con el disfrute de sus vacaciones y acaba cuando lo comparte en las redes sociales con sus conocidos".

Los organizadores de Fitur son conscientes de que la industria se encuentra en un punto de inflexión. De cara al inicio de la feria, el presidente del comité ejecutivo de Ifema, Luis Eduardo Cortés, afirmó que la participación empresarial ha crecido en esta edición un 2% respecto a 2010, hasta las 10.500 empresas. Añadió que el número de expositores institucionales se había reducido debido a las restricciones de presupuesto en las Administraciones españolas. Prevé una afluencia de 200.000 visitantes.

La superficie de exhibición se ha mantenido en términos similares a los del año anterior, unos 75.000 metros cuadrados. La feria, que se celebra hasta el 23 de enero, será inaugurada por la reina Sofía.

Los organizadores han puesto a disposición de los invitados a la feria herramientas que les ayuden a hacer frente a las transformaciones del sector. Con Fiturtech, pretenden dar a conocer las innovaciones tecnológicas. Y con Fitur LGBT han creado un espacio para que se conozcan las posibilidades de un segmento con alto potencial de desarrollo: el dirigido al colectivo de gays, lesbianas, bisexuales y transexuales. El intenso programa de actividades paralelas se completa con el taller Fitur Meetings & Events, dedicado al turismo de incentivos y congresos, y el foro Investour, para favorecer la inversión de empresas españolas en destinos africanos.

Durante el fin de semana el turista volverá a ser el protagonista de Fitur. Para comunicar las ventajas de cada destino se han organizado yincanas, talleres folclóricos y otras actividades. industria en España, que en 2010 consignó un aumento de los ingresos del 1%, según los datos publicados ayer por la Alianza para la Excelencia Turística (Excelltur). La organización reconoció que estos avances se han logrado gracias al empuje de la demanda internacional. En este sentido, otro de los datos que empuja a la esperanza son las previsiones de la Organización Mundial de Turismo (OMT), que espera un incremento de la cifra de llegadas de turistas de entre el 4% y el 5% en 2011 respecto a 2010, según un informe distribuido por la institución.

Las cifras

10.500 empresas estarán presentes en esta edición de Fitur, con un aumento de la participación empresarial del 2%.

1% es el aumento de los ingresos de las actividades turísticas en 2010, según datos de Excelltur.

"Buscamos al cliente profesional"

Una de las noticias que han dado pie al optimismo en las vísperas de la celebración de Fitur ha sido la decisión de varias compañías de volver a estar presentes en la feria después de, en ocasiones, varios años de ausencias. Entre ellas destacan los casos de Iberia, Amadeus, Accor y National Atesa, por tratarse de firmas casi icónicas en esta industria.

El director general de Amadeus España, Paul de Villiers, asegura que su presencia en el certamen se enmarca dentro de su plan comercial y de marketing para el ejercicio 2011. "Este año el enfoque se ha puesto más en el profesional", afirma Villiers, quien valora Fitur como una oportunidad para acelerar las tareas de promoción y de contacto con sus clientes. "El esfuerzo que nos costaría encontrarnos con cada uno de los clientes que vemos en Fitur es incalculable", reconoce Villiers.

Respecto a la relevancia de la feria en el negocio turístico mundial, no tiene dudas. "Para mí Fitur, en la industria de viajes en España, es lo que el salón del automóvil a la industria de la automoción en Detroit. Es un clásico histórico", apostilla.