

(Fitur) 2009 En portada

11.100 empresas y organismos públicos se reúnen en la Feria Internacional de Turismo para sumar esfuerzos frente a la caída de las ventas en el sector

M. P. L. Madrid

Escapar de la rutina, descubrir nuevos horizontes o, simplemente, disfrutar de un merecido descanso. Son muchas las motivaciones que inspiran un viaje y diversos los tipos de turistas. Para todos ellos promete haber respuestas en la vigésima novena edición de Fitur, la Feria Internacional de Turismo, que arranca hoy en Ifema. Hasta el próximo 1 de febrero, la convocatoria acogerá a 727 expositores directos en los 12 pabellones de la Feria de Madrid -87.520 metros cuadrados-. Un amplio catálogo con la oferta de 11.137 empresas y organismos públicos procedentes de más de 170 países y regiones de los cinco continentes.

Bajo estos parámetros, el salón se reafirma como una de las más importantes plataformas comerciales de la industria del viaje internacional. El principal objetivo del evento es crear un marco propicio donde los agentes del negocio puedan establecer contactos y fortalecer sus relaciones, mostrar las novedades, exhibir los reclamos y, en definitiva, tomarle el pulso al mercado.

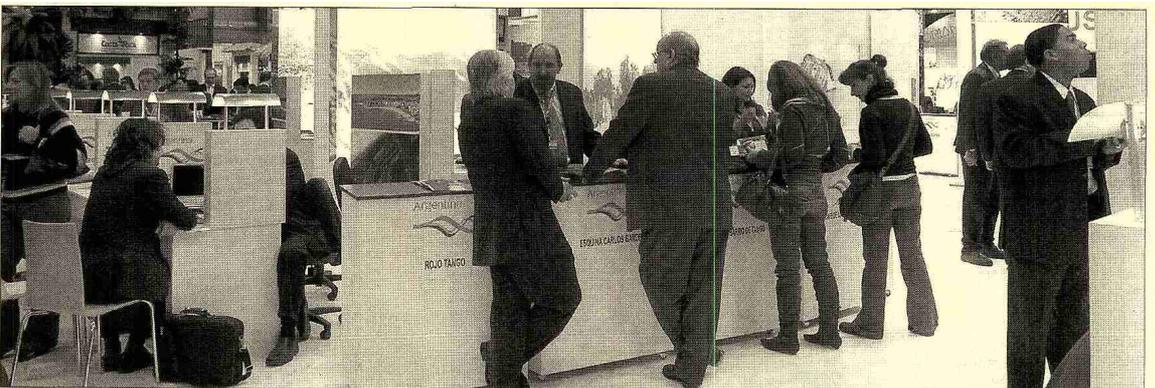
Este año la pujanza del certamen será más necesaria que nunca, puesto que la crisis ha calado hondamente en la tendencia del sector y empieza a causar estragos. Según las cifras oficiales del Instituto de Estudios Turísticos, el número de desplazamientos realizados por los españoles en los primeros nueve meses de 2008 descendió hasta los 117,7 millones, frente a los 119,7 millones efectuados en el mismo período del ejercicio anterior. De este total, 109,9 millones se corresponden con el turismo interno y 7,8 millones con los viajes fuera de nuestras fronteras.

La llegada de turistas internacionales tampoco resiste la crisis y frena la evolución de los últimos tiempos. El año pasado visitaron España 57,4 millones de turistas, un 2,6% menos que en el año 2007, siendo Cataluña, Andalucía y Canarias las comunidades autónomas más afectadas.

Si el conjunto de los indicadores que miden la actividad turística describen un contexto de contención, las perspectivas de futuro no son mucho más optimistas. Exceltur, la asociación sin ánimo de lucro que engloba a los 25 grandes grupos del negocio español (transporte, alojamiento, agencias de viajes, touroperadores y centrales de reservas, entre otros), publicaba el 14 de enero sus previsiones para los próximos doce meses, para los cuales anticipa "un entorno aún desfavorable", en el que se producirán "nuevas caídas de ventas y beneficios en porcentaje similar a 2008" y un desplome del PIB turístico cercano al 3%.



Se buscan trotas



La ralentización del sector también tiene reflejo en Fitur, donde la superficie contratada dentro de la feria cae un 13% respecto a la de la pasada edición y la presencia de las compañías será un 9% inferior, con notables ausencias, como la de Iberia, Globalia, Barceló o Amadeus, que se justifican por razones funcionales y "hay que respetar", afirmaba Luis Eduardo Cortés, presidente del Comité Ejecutivo de Ifema, durante la presentación del evento.

Productos competitivos

Destinos y productos competitivos se citan en la Feria Internacional de Turismo para ejercer como revulsivo. Se congrega, así, el mapamundi en un único escenario, proponiendo al visitante un insólito recorrido por el exotismo del área Asia-Pacífico y de África -actuales motores de la industria-,

La participación internacional representa un 50% de la oferta global dentro de la muestra

la multiculturalidad de América y los tradicionales atractivos de Europa -un mercado más maduro, pero firmemente acreditado-.

La participación foránea, que supone este año un 50% de la oferta total, contará con el debut de cuatro países: Bosnia Herzegovina, Gabón, Kuwait y Nigeria (que vuelve tras su ausencia en 2008). Asimismo, por primera vez acudirán al salón los organismos oficiales de Myanmar, Camboya, Filipinas, Botsuana, Isla Reunión e Islas Virgenes Británicas.

En cuanto a la concurrencia patria, todas las comunidades autónomas han confirmado su asistencia. Andalucía, Asturias y Extremadura harán especial hincapié en la excelencia de su gastronomía y en los productos con denominación de origen. Mientras, La Rioja explotará la riqueza de sus cal-

dos y bodegas, además de promocionar el municipio de Santo Domingo de la Calzada, que en 2009 alberga el Año Jubilar.

La simbiosis de turismo y naturaleza marcará la presencia de un buen número de regiones: Navarra propone múltiples actividades al aire libre, a través de las cuales conocer la riqueza de sus parajes, y Baleares exhibe, como uno de sus mejores alicientes, el Parque Nordic Walking de Alcúdia, en Mallorca, con dos rutas de senderismo de montaña y una de costa.

El interés cultural es una buena excusa para hacer la maleta. De ahí que Castilla y León defienda, dentro de la feria, la candidatura de Segovia y Burgos para convertirse en Capital Europea de la Cultura en 2016. Igualmente, acudirán con ese objetivo Málaga, Córdoba, Cáceres, Pamplona, Santan-



mundos



der, etcétera, hasta un total de 13 ciudades españolas, que aspiran a obtener ese mismo título. Por su parte, la Agencia de Promoción de la Cultura y las Artes de Murcia fomentará el programa de la región para atraer visitantes.

Canarias estrenará el nuevo sello turístico del archipiélago. Con el eslogan *Canarias 360°* se busca trasladar al viajero la intensa experiencia que supone la estancia en cualquiera de sus islas. Del mismo modo, el País Vasco ha perfilado una nueva estrategia de marketing turístico, bajo el lema *Hor Dago*, que será el centro de su campaña promocional hasta 2012, y que pretende resaltar la identidad propia de la región. En otro orden, Cataluña celebra este año el centenario de su marca turística *Costa Brava*, una conmemoración que no pasará desapercibida dentro del salón.

Castilla-La Mancha participa con la edición de una guía que propone 25 escapadas para realizar con niños por algunos de sus pueblos con más encanto. La apuesta de Cantabria ensalza las diez cuevas con arte paleolítico distinguidas por Patrimonio de la Humanidad y El Soplao, en cuyas proximidades se ha descubierto recientemente el yacimiento de ámbar más importante del mundo.

Los eventos deportivos no podían quedar al margen de la cita. Madrid pretende ser la sede de los Juegos Olímpicos en 2016. Valencia pone el acento en el Gran Premio de Fórmula 1 que, en 2010, transformará las calles de la capital del Turia en un circuito urbano. Y Aragón promueve su oferta de nieve, que este año goza de una vigorosa salud.