

XXIX EDICIÓN DE FITUR



Luciano Alonso, Manuel Chaves y Martín Soler posan con los chefs Michelin ayer en Madrid.

JOSÉ RAMÓN LADRA

Andalucía lleva su gastronomía a Madrid

Chaves, acompañado de tres chefs con estrellas Michelin, presenta la cocina regional pasada, presente y futura ante medio centenar de agentes de viaje y expertos

Ángel Recio / MADRID

Andalucía no sólo atrae a millones de turistas cada año por sus playas, sus monumentos o su naturaleza. Una actividad fundamental, de las que se quedan para siempre en la retina de los viajeros, es la gastronomía. Parece pasar inadvertida ante los grandes segmentos turísticos pero hay que señalar que 400.000 personas al año eligen Andalucía como destino turístico sólo por su comida y sus vinos, siendo en su mayoría alemanes, franceses, italianos y

norteamericanos. Además, los más de 25 millones de turistas que visitan la comunidad anualmente dedican casi la mitad de su gasto precisamente a restauración, compra de alimentos y bebidas, el doble que lo que destinan a alojamiento.

Estos datos fueron aportados anoche por el presidente de la Junta de Andalucía, Manuel Chaves, en un encuentro gastronómico que tuvo lugar en el Casino de Madrid y al que acudieron medio centenar de *tour operadores* y expertos en gastronomía de medios

de comunicación nacionales e internacionales.

El objetivo no era otro que, en el día previo al comienzo de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) que hoy arranca en Madrid, hacer ver la importancia gastronómica de la región y el ingente esfuerzo que están haciendo los profesionales en este segmento por hacerse un hueco en el mercado nacional e internacional. De hecho, en el encuentro participaron tres chefs andaluces que tienen la estrella Michelin en su establecimiento -Julio Fernán-

dez del restaurante Abantal en Sevilla, Diego del Río de El Lago en Marbella, y Pedro Berrogui de La Costa en El Ejido (Almería)- que, a su vez, estuvieron acompañados por otros restauradores que representaron a todas las provincias andaluzas.

El menú elegido para la ocasión fue apropiado ya que intentó combinar algunos productos tradicionales andaluces con la cocina de vanguardia. Cada uno de los tres chefs andaluces prepararon un primero y un segundo. Julio Fernández apostó por las Na-

vajas cocidas con velo de aceite de oliva virgen extra y brotes tiernos de acelgas de primero y Papada de ibérico con milhojas de orejones y manzanas. Diego del Río prefirió el Huevo pasado por agua con chipirones y hongos, seguido de Crema de chirimoya con merengue seco, sorbete de coco y piel de limón. Por último, Pedro Berrogui hizo Róballo salvaje con esencias de mar y crujiente de migas y Manzana asada con crema de queso y helado de miel de caña. Todo regado con vinos de Málaga, Cádiz, Córdoba y Brandy Gran Reserva de Jerez.

Tras unas palabras de los cocineros, Chaves dio un pequeño discurso a los asistentes en el que destacó que "el comer, esta nece-

NUEVO SEGMENTO

Casi medio millón de turistas llega a Andalucía al año sólo por su comida

sidad convertida en placer, es también motor de nuestro desarrollo y una oportunidad para ser más apreciados en el mercado internacional". Hizo hincapié en su sinergia con otros segmentos económicos como el comercio o la artesanía y aseguró que la marca Calidad Certificada ya agrupa a más de 1.400 productos andaluces.

Chaves, que estuvo acompañado por el consejero de Turismo, Comercio y Deporte, Luciano Alonso, afirmó que el sector agroalimentario andaluz "ha experimentado un crecimiento constante y sostenido en los últimos años que le ha permitido alcanzar los estándares de calidad y niveles de internacionalización necesarios para competir con los mejores del mundo y ocupar, hoy sí, un destacado lugar en los mercados internacionales".

La gastronomía es otro activo turístico y cultural y como tal hay que tratarlo, para cuidar a ese casi medio millón de personas que llegan a Andalucía atraídos por el olor de las cocinas y a los millones de turistas potenciales que aprecian el buen comer. Ayer la Junta de Andalucía dio un importante paso.

Alta cocina en un lugar emblemático

El Casino de Madrid, ubicado en plena calle Alcalá, fue el escenario escogido por la Junta de para un encuentro gastronómico en el que medio centenar de expertos pudo catar de primera mano la nueva cocina de la comunidad. Manuel Chaves, el consejero de Turismo, Luciano Alonso, y el consejero de Agricultura, Martín Soler, fueron puntuales -el acto estaba

previsto para las 20:30- y nada más llegar se fotografiaron con los cocineros andaluces desplazados para la ocasión, así como con otros destacados invitados entre los que se encontraban, por ejemplo, el presidente del Grupo Globalia, Juan José Hidalgo, el director general de Barceló Viajes, Tony Cursach, el director general de Viagens Abreu, Diamantino Pereira, Javier Muñoz, presidente de Tra-

vel Advisor o Rafael Ansón, presidente de la Real Academia Española de Gastronomía y director de la Guía Campsa-Rep-sol. Entre el empresariado andaluz se pudo ver a Miguel Sánchez, empresario hotelero en la Costa del Sol y representante turístico de la Confederación de Empresarios de Andalucía. La cena se celebró en uno de los salones clásicos y elegantes del Casino y contó con una destacada asistencia de representantes de medios de comunicación especializados.



Cena de productos andaluces en el Casino de Madrid.

J.R.L.

El turismo mundial se enfrenta a su tercera recesión

Por primera vez la causa es una crisis económica y no la inestabilidad política

Tomás Monago

Desde que en 1950 comenzaron a elaborarse estadísticas sobre turismo en un plano global, sólo dos veces, en 1982 y en 2002/3, bajó el número de turistas. Y en ello no tuvo nada que ver la economía: fue el terrorismo, la inestabilidad política y el riesgo de epidemias lo que hizo daño al sector. Ahora, por primera vez desde la Segunda Guerra Mundial, el turismo se enfrenta a su primera recesión por causas económicas. Hay una crisis mundial y el turista viaja menos o no gasta tanto dinero en el destino.

Ello se produce después de que entre 2004 y 2007 el turismo hubiera crecido a un ritmo del 7%, sin precedentes en el planeta, y de que la primera mitad de 2008 haya sido buena, con un alza del 5%. Sin embargo, a partir de julio llegó el batacazo, con un declive del 1% en los últimos seis meses del año. Y para 2009 la Organización Mundial del Turismo (OMT) prevé que los resultados del turismo internacional se muevan en una horquilla de entre el 0 y el -2%.

El informe *La crisis global y el turismo*, elaborado por el ex secretario general de Turismo, Germán Porras, y presentado en la última reunión del Observatorio Económico de Andalucía, expone algunas de las consecuencias del nuevo escenario. Así, el turismo de negocios se verá seriamente afectado, ante la reducción de costes de las empresas farmacéuticas y automovilísticas. El turista preferirá el destino próximo y barato, y con tasas de cambio favorable. Un ejemplo de esto último es la preferencia de los británicos por Egipto y Turquía, países ajenos a la eurozona, para contrarrestar la debilidad de la libra frente al euro. Otras variantes del nuevo com-



Visitas turísticas al templo de Kom Ombo, en Egipto.

KHALED EL-FICI / EFE

Europa en declive y África y Oriente Medio aún al alza

Aunque la tendencia apunte a ello, el turismo no está aún en crisis. En 2008 el número de viajeros subió un 2%, gracias al buen comportamiento de la primera parte del año. De hecho, casi todas las regiones, excepto Europa, que se estancó, registraron alzas en ese periodo, especialmente Oriente Medio (11%), África (5%) y América (4%). En el segundo semestre, la caída ha sido considerable en Europa (-3%) y muy significativa en Asia (-3%). América (1%), África (4%) y Oriente Medio (5%) aguantaron el bajón y registraron resultados positivos.

portamiento del turista son las visitas a parientes y amigos en detrimento de hoteles, la tendencia a repetir alojamiento, el viaje al margen de operadores turísticos y la disminución de la duración de las estancias.

La contracción de la demanda está afectando y seguirá afectando, como es lógico, a la oferta. La disminución del número de pasajeros en el sector aéreo —un 8% menos en noviembre que respecto al mismo mes del año anterior— y de carga, ha traído como consecuencia la quiebra de hasta treinta compañías aéreas en 2008. Un ejemplo. En España, Ryanair ha cancelado todas sus operaciones con Fuerteventura. Son 23 vuelos semanales, con un tráfico estimado de 250.000 pasajeros.

En el sector hostelero se ha producido ya, y continúa esta ten-

dencia, una fuerte reducción de la ocupación y una caída generalizada de precios. El parón es tan evidente que en noviembre de 2008 aumentó un 75% el número de proyectos paralizados de nuevos hoteles. El empresario, además de poner freno a sus inversiones futuras, está vendiendo sus activos. Las grandes cadenas hoteleras españolas han emprendido ya un plan de ahorro de costes.

Por su lado, los grandes operadores turísticos han decidido reducir su mercado para así evitar riesgos y mantener los precios actuales. Esto afectará muy especialmente a España, y ya hay expertos que auguran que la reducción de ingresos hoteleros en 2009 podría alcanzar hasta un 20%. De hecho, las agencias importantes ya están negociando con los lugares de destino una reducción de los precios.

ANDALUCÍA EN FITUR

RURAL

Un libro recoge la oferta de haciendas y cortijos

La Asociación de Haciendas y Cortijos de Andalucía, Premio de Turismo Andalucía 2008, presentó ayer la obra 'La luz del sur', que recoge gran parte de la oferta de los cortijos y haciendas de la región. En el proyecto han participado 53 asociados.

GRANADA

Jornadas culinarias y candidatura en baloncesto

El Ayuntamiento de Granada organizó una jornada culinaria a las que invitó a una veintena de críticos. Éstos degustarán platos típicos de la provincia. Hoy, el alcalde, José Torres Hurtado, presentará oficialmente a la ciudad como candidata sede del Mundial 2014 de baloncesto.

MÁLAGA

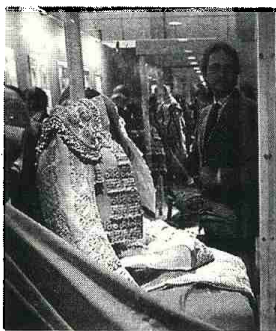
La ciudad se presenta como destino cultural

El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, apostó, ante 250 representantes del sector turístico, por "la diversificación de las posibilidades urbanas, culturales y de ocio". Según los datos de Exceltur, Málaga está entre las tres capitales españolas con más proyección turística.

SEVILLA

La Feria Mundial del Toro reduce su presupuesto

La Feria Mundial del Toro, que se celebrará en Sevilla del 19 al 22 de febrero, reducirá su presupuesto en 300.000 euros. Aun así, el presidente del certamen, Felipe Luis Maestro, espera que la calidad no baje e incluso aumente.



Una feria marcada por la incertidumbre

Empresarios andaluces acuden a Fitur con la convicción de que este año será más difícil que otros

Á. Reico / MADRID

La crisis económica afecta a todos los sectores productivos a escala mundial y, aunque por el turismo pasa algo más de puntillas, la incertidumbre también está instalada en uno de los principales mo-

tores económicos de la comunidad andaluza.

Los empresarios de la región que este año acuden a Fitur tienen claro que no hay nada claro, es decir, que el 2009 se presenta casi como una hoja en blanco. Si en los próximos meses aumenta la confianza de los consumidores —sobre todo en los mercados británico y alemán—, Andalucía podría salvar el presente año con cierta

holgura, toda vez que el pasado ejercicio —cuyos datos oficiales dará a conocer hoy Manuel Chaves en una rueda de prensa— fue satisfactorio teniendo en cuenta la tormenta exterior y que el año 2007 fue un récord absoluto de turistas en la región.

El principal cliente andaluz es el nacional y, dentro de él, el propio andaluz. La crisis económica ayuda además a que los turistas

busquen destinos más cercanos para gastar menos dinero. Y los empresarios van en esa dirección. Están apostando por campañas directas que atraigan al turista a unos precios asequibles y, dentro de la incertidumbre, tienen claro que la única forma de diferenciarse es con la calidad, tanto en las instalaciones como en el servicio. En este sentido, por ejemplo en la Costa del Sol, el principal expo-

nente turístico de la comunidad con el 40% de las pernoctaciones, los empresarios, a pesar de la crisis, crearon cerca de 5.000 nuevas plazas hoteleras el año pasado, lo que muestra el índice de confianza en este destino.

La llegada del AVE a Málaga y Sevilla, y por extensión a otras provincias andaluzas, también está siendo aprovechada por los expertos para crear paquetes especializados que capten no sólo a turistas madrileños sino también a catalanes, aragoneses o de Castilla León.