

“En la Feria se han podido apreciar los esfuerzos que está realizando el sector por integrar el turismo sostenible en sus estándares de calidad”, señala a EL NUEVO LUNES, la directora de Fitur, Feria Internacional de Turismo que cada año se convierte en el mayor escaparate internacional del turismo mundial y en la mejor plataforma de negocio para los operadores de esta industria. “Este

año hemos vuelto a batir récords, con la llegada de 244.972 visitantes, un 6% más”, señala Larrañaga que destaca, además, cómo “entre las actuaciones que el sector realiza se encuentra la profundización en nuevas propuestas, en la segmentación y en la desestacionalización, en la ayuda a las comunidades locales y en el aumento de la colaboración público-privada”.

Ana Larrañaga, directora de Fitur

“Los viajeros optan por destinos ‘eco-friendly’ cada vez más”

■ Ana Sánchez Arjona

— La cifras record que ha alcanzado el turismo en nuestro país, ¿se han visto reflejadas de alguna manera en la edición de FITUR del pasado enero?

— Por supuesto que sí. FITUR 2017 ha vuelto a batir récords, con la llegada de 244.972 visitantes, un 6% más que en la edición de 2016. De esta cifra, destaca además la gran asistencia de profesionales que ha ascendido a 135.838 personas, con un aumento del 9%. El certamen ha contado también con la presencia de cerca de 7.542 periodistas y bloggers, es decir, un 5% más, de 5.018 medios, un 18% más, procedentes de 58 países. Y con 171 autoridades, muchos de ellos ministros y otros altos cargos llegados de todo el mundo.

Uno de los crecimientos más destacados ha sido el de la participación internacional, que se ha visto incrementada en un 9% más de expositores, destacando los destinos de América, con un incremento del 17%; seguido de Asia - Pacífico, con un 12%, y Europa (incluido Israel), con un 9% más en relación con el año pasado. Además, se han incorporado destinos como Aruba, Nassau y Pakistán. En total, han sido 9.893 empresas, un 3% más con respecto a la edición anterior, que han participado en la Feria, procedentes de 165 países. Otro de los crecimientos que más ha destacado es el de las empresas de tecnología que desarrollan productos para el turismo, cuyo número ha aumentado un 23%.

— El turismo sostenible ha sido el tema central de este año. ¿La sostenibilidad de un sector, en crecimiento continuo, tal y como estamos viendo en España, es vital para mantener unos estándares de calidad?

— Sin duda. Según señalan las encuestas, en 2017 un tercio de los viajeros escogerán destinos más eco-friendly que en 2016; el 39% se muestra interesado en probar un eco-tour, y el 79% considera importante reservar un hotel que implemente prácticas ecológicas y sostenibles. El protagonismo del turismo sostenible ha estado muy presente en la Feria, sobre todo teniendo en cuenta su elección por parte de la Organización Mundial del Turismo como sede de la inauguración del Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo. Esta ha sido una de las principales novedades de esta edición, junto a la presencia de Argentina como socio principal de la Feria.

— En este sentido, ¿cuáles son los grandes retos que el turismo tiene por delante y cómo ha ayudado la Feria a conseguirlos?

— En la Feria, se han podido apreciar los esfuerzos que está realizando el sector turístico por integrar el turismo sostenible en sus estándares



F. MORENO

AL TIMÓN

Ana Larrañaga, directora de FITUR, es guipuzcoana, natural de Zumaya. Diplomada en Marketing, está vinculada a IFEMA desde hace treinta años -noviembre de 1986- y desde 1990 ha dirigido diferentes ferias. Hasta el 2000 era responsable de SICUR, CLIMATIZACION, COGENERACION, PIEDRA,

EXPOOPTICA y EXPODENTAL. Desde el año 2001 es directora de FITUR. Actualmente, simultanea la dirección de la Feria Internacional de Turismo con las tres convocatorias del mundo de las antigüedades que organiza IFEMA: FERIARTE, ALMONEDA y ALMONEDA NAVIDAD que también venía ya

dirigiendo. Larrañaga cuenta con el Premio Nacional de Hostelería 2016 “José Luis Fernández Noriega”, concedido por la Federación Española de Hostelería, FEHR, y con el IV Distintivo Turístico Matilde Torres 2016, de la Confederación Española de Agencias de Viajes, CEAV, entre otras distinciones.

res de calidad, contribuyendo al desarrollo de un nuevo modelo de sostenibilidad turística en tres ejes fundamentales, que constituyen los grandes retos en este momento: el

económico, el sociocultural y el medioambiental. Entre las actuaciones que el sector ya está realizando se encuentra la profundización en nuevas propuestas, en la seg-

mentación y en la desestacionalización, en la promoción de nuevos territorios y segmentos, en la ayuda a las comunidades locales, en el aumento de la colaboración público-privada, en la defensa del medio ambiente, etc.

— ¿Podría traducirme a cifras el FITUR 2017?

— Además de las que le indicaba al principio, la superficie de exposición de la Feria ha crecido un 9% con respecto a la edición anterior, alcanzando los 62.713 metros cuadrados, distribuidos en 8 pabellones, en los que se han ubicado los 755 expositores titulares de stand, un 6% por encima de los participantes en 2016.

“La recuperación del mercado nacional se ha unido también al aumento de visitantes internacionales, y todo ello se ha visto reflejado en la Feria con propuestas renovadas e importantes novedades”

En cuanto a la participación en la Feria por sectores, han destacado la hostelería, con un 28,6%, seguida de los organismos oficiales con el 26,7%. A continuación, se sitúan los mayoristas, agencias de viaje y receptivos con el 13,9%; seguido de las asociaciones profesionales con el 7,6%; ocio y cultura con el 7,4%; empresas de servicios con el 5,5%; transporte con el 2,7%, igual que know-how y tecnología; incentivos, reuniones y congresos con el 2,3%; turismo de salud con el 1,7%; medios de comunicación con el 0,7%; y turismo residencial con el 0,2%.

Entre los visitantes profesionales, han destacado los mayoristas, agencias de viaje y receptivos con un 24,6% del total, y la hostelería con un 14,6%. A continuación, se sitúan las empresas de servicios con un 11,8%; ocio y cultura con el 7,9%; transporte con el 6,9%; organismos oficiales españoles con un 6,3%; incentivos, reuniones y congresos con un 5%; oficinas nacionales de turismo y organismos de promoción extranjeros con el 4,8%; asociaciones profesionales con el 4,2%; know-how y tecnología con el 4%; medios de comunicación con el 3,6%; turismo de salud con el 3,2%; y turismo residencial con un 3,1%.

Otra magnitud que constata la creciente importancia del Certamen es el impacto de la Feria en redes sociales, que ha sido de más de 160.000 seguidores internacionales en las principales plataformas sociales, 65.000 usuarios en twitter, más de 98.000 tuits con los hashtags #FITUR2017 y #FITUR y trending topic.

— Los objetivos que se había marcado para esta edición, ¿se han cumplido?

— Las cifras apuntadas ya lo corroboran. Pero, además, lo constata también la consolidación de la Feria como el mejor foro de operaciones internacionales, con miles de citas bilaterales celebradas. Sólo los encuentros organizados por FITUR con su programa de Compradores Internacionales han generado 6.800 encuentros de negocio, un 10% más que en la edición anterior.

— FITUR es la cita de referencia para el turismo de negocios en Madrid. ¿Cuál ha sido el impacto económico?

— Efectivamente, FITUR se ha situado una vez más como el evento de referencia para el turismo de negocios en Madrid. En esta edición, el impacto económico que ha generado en la capital de España supera los 240 millones de euros.

— De todas las actividades desarrolladas, ¿cuáles han sido las que mayor acogida han tenido por parte no solo de los visitantes, sino también de los participantes?

— Todas las actividades y secciones especializadas han conseguido resultados muy positivos. Tanto FITUR KNOW HOW & EXPORT como la renovada FITURTECH Y han constituido un gran éxito, y FITUR GAY (LGBT) ha tenido que duplicar sus stands ante el gran interés despertado. Por FiturtechY han pasado más de 27.000 personas y más de 2.800 han participado en los cuatro foros profesionales organizados. Además, la celebración del Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo ha sido un tema imperante en todos los encuentros.

INVESTOUR, el Foro de Inversiones y Negocios Turísticos de África, celebró su octava edición. El foro ha reunido este año a más de 300 participantes, un centenar de proyectos y 21 ministros y 26 delegaciones del sector turístico en un continente en el que hay 54 países. Además, ha acogido a otros territorios, como Jordania, y a uno de los grandes socios comerciales de África, China.

En FITUR SALUD han participado 16 expositores, que representan a más de 130 centros sanitarios y empresas del sector; y ha contado con una zona dedicada a la negociación (B2B) con 13 compradores internacionales; ha celebrado 11 conferencias y mesas redondas; y ha dispuesto de un espacio central B2C, donde se han aplicado tratamientos médicos y terapéuticos a los visitantes. Y FITUR SHOPPING ha cerrado su tercera edición con un notable crecimiento del 30% en el número de asistentes al programa de conferencias.

— La recuperación del mercado nacional ¿se ha reflejado en esta edición?

— Efectivamente, la recuperación del mercado nacional se ha unido también al aumento de visitantes internacionales, y todo ello se ha visto reflejado en la Feria, con propuestas renovadas e importantes novedades en todos los segmentos turísticos.

— ¿Qué tiene FITUR para ser considerada como la gran cita turística mundial con respecto a otras?

— El certamen reúne a la industria turística mundial en una convocatoria que, cada año, bate récords de participación y que atrae a los principales destinos nacionales e internacionales, agencias, turoperadores, hoteles y empresas de transporte y servicios. Durante los días en que se celebra el Salón, Madrid se convierte en el mayor escaparate internacional del turismo mundial y en la mejor plataforma de negocio para los operadores del sector. Además, la Feria inaugura el calendario internacional de ferias de turismo.