

# La Feria española del Turismo se hace 'glocal'

Un cuarto de siglo cambia muchas cosas. FITUR, que nació para dinamizar la industria local, es hoy un estandarte de la dimensión global de nuestro sector turístico. Cada año convoca a más vendedores y compradores de servicios turísticos y la industria mundial del ocio y los viajes tiene en Madrid cita ineludible para lanzar sus ofertas al comienzo de cada año

**N**o demasiado grande, así queríamos que fuese FITUR". Para Juan Careaga, vicepresidente del comité organizador de la institución, 25 años después de su puesta en marcha, la realidad ha rebasado con creces todas las expectativas albergadas en torno a la que es hoy la segunda feria de turismo más importante del mundo, tras la ITB de Berlín, y la primera en el ámbito iberoamericano. FITUR cumple un cuarto de siglo. Para celebrarlo prepara una edición especial del 26 al 30 de enero que pretende ser una renovación del compromiso con el sector a través de la mejora de su página web y la potenciación de su dimensión internacional y profesionalización.

Lejos quedan ya los tiempos en que un primer y recién nombrado

director de FITUR, Manuel Ortuño, pasara a ocupar el puesto de director del Patronato Municipal de Turismo del Ayuntamiento de Madrid, antes de que tuviera lugar la primera edición en 1981 y fuera el secretario general de la feria, Alfonso Seoane, quien recogiera el testigo. Lejos quedan también los tiempos en que FITUR, ubicada en los antiguos recintos feriales de la Casa de Campo, fuera inaugurada por el entonces ministro de Transportes y Comunicaciones, José Luis Álvarez, en un Madrid cuya alcaldía era ocupada por Enrique Tierno Galván. "Ya en aquellos años España se manifestaba como un país eminentemente turístico, más receptor que emisor, y, por eso, desde el comité organizador consideramos la necesidad de crear

#### APOYO DE LAS INSTITUCIONES

Juan Careaga, uno de los fundadores de FITUR, señala el gran apoyo de todas las instituciones como una de las claves para que la cita española logre hoy atraer a expositores de todo el mundo.

una feria de turismo parecida a la de Berlín, la de Londres o la de París; eso sí, salvando las distancias. En esos primeros pasos resultó fundamental el papel de Javier Gómez Navarro al frente de la secretaría técnica, sobre todo a la hora de reunir a todos los organismos turísticos implicados", explica Careaga.

Durante los primeros diez años la feria evolucionó de forma muy positiva implantando las bases que más tarde le otorgarían el prestigio del que disfruta hoy en día. Estas históricas ediciones se celebraron en la Casa de Campo, incluida la de 1991, momento a partir del cual el salón se traslada al recinto Ferial Juan Carlos I. "Junto a la falta de tecnología, uno de mis principales recuerdos es lo incómodo que resultaba llegar al Palacio de Cris-



tal y al de la Pipa; nada que ver con los accesos que tiene hoy en día IFE-MA", apunta el representante de la feria de turismo. Precisamente ese año 91 FITUR superó una prueba de fuego al desarrollarse en un contexto especialmente difícil desencadenado por la Guerra del Golfo. Careaga asegura haber atravesado momentos de incertidumbre "en los que temíamos por las repercusiones que pudiesen

tener en el turismo circunstancias exteriores como la Guerra del Golfo, la mala situación de Medio Oriente o los distintos atentados terroristas. Contra todo pronóstico, esas situaciones han servido para afianzarnos, pues el afán de superación demostrado por el sector siempre se ha traducido en un aumento de participación”.

### Expansión creciente

Desde 1992 hasta 2004 la feria de turismo ha estado marcada por un proceso expansivo que ha venido determinado por una creciente demanda de los participantes. Este desarrollo ha sido posible gracias a las sucesivas ampliaciones de los recintos, unido al gran apoyo de las autoridades, administraciones e instituciones. “Nadie ignora que FITUR es un arma importante para el sector turístico español y, poco a poco, ha ido ganando la confianza de autoridades madrileñas del Ayuntamiento, de la Comunidad y de la Cámara de Comercio, así como de las diecisiete CC AA y del Gobierno central, sobre todo por parte de la Secretaría de Turismo”, afirma Careaga. Si en la primera edición hubo 1.500 expositores, 37 países y 3.000 visitantes profesionales, en la vigésimo cuarta edición se alcanzó un récord de participación, con 11.028 expositores procedentes de 170 países y 100.195 visitantes profesionales.

### Internacionalización y rentabilidad, metas permanentes

Pero no todo son cifras. Ana Larrañaga, directora de FITUR 2005, está convencida de que el prestigio y la credibilidad generadas a lo largo de todo este tiempo dentro del sector se traduce en la fidelidad de los expositores y visitantes profesionales, que ven en esta feria una privilegiada plataforma de intercambio comercial: “La base de nuestro éxito, por encima de las cifras de participación -que son muy importantes-, está en la prestación de un servicio de calidad”.

En la celebración de su 25 aniversario, FITUR continuará profundizando en sus estrategias de mejora de los servicios y en potenciar su rentabilidad comercial y su internacionalización. Para ello se está intensificando su promoción, con es-

LA HISTORIA DE FITUR EN CIFRAS					
EDICIÓN	EMPRESAS CON STAND	EXPOSITORES	PAISES PARTICIPANTES	VISITANTES PROFESIONALES	PERIODISTAS ACREDITADOS
1981	-	1.500	37	3.000	358
1982	-	1.750	47	5.380	549
1983	-	1.950	53	6.123	560
1984	190	2.005	61	8.063	720
1985	238	2.500	66	10.025	1.067
1986	272	2.698	106	12.230	1.386
1987	303	3.000	112	17.333	1.406
1988	353	3.125	125	24.182	1.403
1989	364	3.250	135	28.507	1.606
1990	364	3.257	134	30.032	1.729
1991	431	3.095	128	28.287	1.330
1992	450	3.090	130	31.200	1.538
1993	469	3.420	136	32.000	1.700
1994	490	3.850	137	34.246	1.666
1995	490	4.250	158	41.850	1.379
1996	550	4.580	174	44.977	2.824
1997	580	5.768	162	46.458	3.345
1998	620	6.568	160	55.332	4.039
1999	670	7.056	161	40.287	5.034
2000	702	7.933	170	71.331	6.283
2001	612	8.296	170	84.923	6.152
2002	642	9.564	170	94.808	6.448
2003	703	10.015	170	97.570	7.413
2004	749	11.028	170	100.195	7.674
2005*	789	+11.000	170	---	---

\* DATOS a 02.12.2004. Los visitantes y medios, pendientes de la celebración de la feria.



pecial incidencia en la penetración en nuevos mercados. En este sentido, el salón participa en los principales foros turísticos para revalorizar, ante las instituciones y empresas extranjeras, la oportunidad de dar a conocer sus propuestas a un mercado, el español, en claro crecimiento. Dentro de esta campaña se enmarca la presencia de FITUR en la *Arabian Travel Market* (Dubai), la feria de turis-

**ÚLTIMA TECNOLOGÍA**  
SAVIA Amadeus y todos los principales proveedores de la última tecnología al servicio del turismo estarán en la XXV edición.

mo más representativa para Oriente Próximo y Norte de África. Igualmente, el pasado mes de septiembre, el Capítulo PATA India (siglas en inglés de la Asociación de Viajes del Pacífico y Asia) y FITUR convocaron en Nueva Delhi a 175 de los principales profesionales de turismo de aquel país a la conferencia sobre ‘Optimización de la participación en Ferias de Turismo’.

### Asia y Pacífico, protagonistas

En esta 25ª edición destaca el crecimiento en un 30% de los expositores directos procedentes de Asia y Pacífico, así como el aumento del área africana, con la incorporación de países como Gabón o Namibia, entre otros. El número de expositores que ha solicitado espacio procedentes del Norte de África y Oriente Próximo ha crecido un 45% respecto a 2004.

Junto a las intensas campañas promocionales en los principales medios de comunicación internacionales, una de las principales novedades es el ‘Punto de Encuentro de Profesionales’. Se trata de una nueva herramienta de comunicación *on line*, gratuita, que permite una relación fluida entre visitantes y expositores, facilitándoles una mayor rentabilización de su participación en la feria. Otra mejora que traerá FITUR 2005 es la puesta en marcha de un nuevo sistema que garantizará un control más estricto en el acceso al recinto de los profesionales. Y en el capítulo de jornadas técnicas, se habilitará un espacio con el nombre de ‘Foro de dinamización turística’, donde las comunidades autónomas podrán realizar presentaciones de su oferta. “Todas estas actuaciones se encaminan a prestar el mejor servicio a la que se prevé será la más elevada participación, empresarial e institucional de la historia. Además de superar las cifras del pasado año, donde por primera vez FITUR ocupó los diez pabellones de la Feria de Madrid, con una superficie de 150.000 m<sup>2</sup>, trabajamos por seguir mejorando el nivel de la convocatoria, reuniendo la mejor y más representativa oferta turística, y brindar a este sector el mejor escenario de comercialización y promoción posible”, concluye Larrañaga. ●