

► Entrevista a Ana Larrañaga directora de Fitur 2004

# FITUR representa el mejor escaparate del turismo español

«Para la industria del turismo, FITUR representa una plataforma de comercialización y promoción de los productos y servicios turísticos de elevada rentabilidad y eficacia para sus participantes. Ése es el papel fundamental del salón, pero no hay que olvidar que en FITUR se desarrolla una intensa actividad paralela de jornadas y encuentros profesionales de todo tipo, en donde los agentes del turismo cambian impresiones, analizan los temas que más preocupan a este sector y acuerdan proyectos de futuro. En definitiva, un excelente punto de encuentro para el sector turístico y su primera cita anual»

**Pregunta: ¿Qué novedades presenta Fitur en su edición de 2004?**

FITUR convoca un año más a la industria turística mundial, los días 28 de enero al 1 de febrero de 2004. El certamen vuelve a crecer, sobre todo, en el área internacional. Este crecimiento nos ha permitido ocupar, por primera vez, todo el recinto del Parque Ferial Juan Carlos I de Madrid. Hablamos de diez pabellones y una superficie bruta de 150.000 metros cuadrados. Sin duda, este es el mejor ejemplo de la confianza que las empresas e instituciones expositoras depositan en este salón.

Estas instalaciones, además, incorporan novedades como los pasillos rodantes de la Avenida Central, recién estrenados y que facilitarán la visita del certamen. La organización de FITUR, por su parte, ha realizado también un importante esfuerzo de mejora en los servicios que prestamos, destacando especialmente las de nuestra web FITURONLINE.COM, que se ha revelado como una útil herramienta de trabajo.

**P.- ¿Se han cubierto las perspectivas en lo referente a las cifras de participación?**

FITUR 2004 alcanzará unos parámetros de participación que confirman su posicionamiento como la segunda feria del mundo de turismo. Más de 11.000 empresas, de 170 países, mostrarán su oferta en Madrid, en los 150.000 metros cuadrados brutos de que disponen los diez pabellones del Parque Ferial Juan Carlos I, y con una superficie contratada de más de 78.000 metros cuadrados. Quiero resaltar el crecimiento del área internacional en un 19'4 por ciento, lo que ha posibilitado el desarrollo de esta edición, así como el incremento en alrededor de un 1,5 por ciento de la superficie neta.



Las áreas especializadas de la feria también han registrado significativos datos, FITUR KNOW HOW, con 217 empresas; FITUR ACTIVO, con 1.438 firmas -313 más que en la anterior convocatoria-, y FITUR RESIDENCIAL, con un total de 71.

Por su parte, en FITUR CONGRESOS habrá 158 vendedores españoles y 200 compradores del mercado de reuniones, procedentes de 25 países. En esta ocasión, se ha primado todavía más la calidad, destacando el elevado poder decisorio de los compradores. Asimismo, se vuelve a habilitar una zona expositiva, con 38 stands, que acogerán a 50 empresas españolas relacionadas con este sector.

**P.-¿Qué áreas han sido las de mayor crecimiento?**

La participación española en FITUR mantiene su fuerte presencia. Por su parte, el área

internacional ha experimentado un crecimiento del 19'4 por ciento, reafirmando así la destacada proyección internacional de la feria. Un aumento que precisamente ha permitido el que, por primera vez, podamos hablar de la total ocupación del recinto ferial de IFEMA.

Un total de 170 países estarán presentes en FITUR 2004, bien directamente o a través de empresas. Hay cinco nuevos países con presencia oficial, caso de Benin, Costa de Marfil, Jamaica, Letonia y Malta; mientras que Eslovenia estará representada por primera vez en el certamen.

En cuanto a los sectores con mayor presencia en la feria, destacan el de Hostelería, con un 46 por ciento; el de Organismos y asociaciones, con un 24 por ciento, y el de Agencias y touroperadores, con un 14 por ciento.

**P.- ¿De qué manera se distribuye la oferta del salón?**

Una de las principales novedades de esta edición es que el crecimiento del área internacional ha motivado la incorporación de un pabellón más, posibilitando así una aún mejor redistribución de la oferta. Por primera vez, FITUR va a ocupar todo el recinto ferial de IFEMA, con una superficie bruta total de 150.000 metros cuadrados.

Respecto al área internacional, el Pabellón 6 sigue acogiendo, como hasta ahora, las propuestas de Iberoamérica, Canadá y Estados Unidos; el 4 a los expositores de Europa, Norte de África y Oriente Próximo, y el 2 a los de Asia, Pacífico y el resto de África.

FITUR CONGRESOS 2004 ocupará el Pabellón 1. En cuanto al resto de la oferta, continúa como en anteriores ocasiones. Los pabellones 8 y 10 acogen a las empresas

españolas, incluidas compañías de transporte, mayoristas y touroperadores y hoteles; el 8 también está destinado a las cadenas hoteleras internacionales y a las asociaciones profesionales. El 3, el 5, el 7 y el 9 albergan a las entidades y organismos oficiales españoles.

**P.- Mejoras en los servicios que presta el certamen**

Nuestro esfuerzo por mejorar el servicio que prestamos a nuestros clientes es constante. Una de las principales herramientas que ponemos en sus manos es la página web FITURONLINE.COM que, en la pasada edición, registró más de 12 millones de accesos. En esta ocasión, la hemos mejorado con la posibilidad que ofrecemos a los expositores de potenciar su imagen antes, durante y después de la feria, mediante un link gratuito a la web de la empresa a través del buscador de expositores, así como la inclusión de banners en la propia web de FITUR. También hemos creado un enlace con la Sala de Prensa Virtual, [www.prensa.ifema.es](http://www.prensa.ifema.es), en donde las empresas pueden volcar la información sobre su oferta, que estará por primera vez a disposición también de los profesionales del turismo. El prerregistro es otra de las opciones más utilizadas y que ayuda a preparar con antelación la visita al salón.

Asimismo, se va a potenciar la divulgación del Catálogo de la feria, a través de una mayor tirada y mediante la distribución gratuita, en formato cederróm, a todos los profesionales participantes en la próxima edición. De esta forma, se potencia una herramienta de trabajo de gran utilidad, durante todo el año, para los profesionales del turismo.

Finalmente, quiero destacar la remodelación del Área central del

