

CITA CON EL TURISMO



EL MUNDO, A UN PASO

Entre el 29 de enero y el 2 de febrero, la Feria Internacional de Turismo Fitur abre sus puertas en Madrid para mostrar la oferta turística mundial del año 2003. El fomento de la calidad es la respuesta de la industria turística a una temporada llena de incertidumbre por la amenaza de la crisis económica y el terrorismo.

ENTREVISTA

La directora de Fitur destaca los más importantes de la feria turística.

DESTINOS

Los lugares que serán más visitados durante la temporada 2003.

ESPAÑA

La oferta presentada por las 17 comunidades autónomas.

TURISMO RESIDENCIAL

La compra de una segunda vivienda vacacional cobra fuerza.

CULTURA

Viajar descubriendo las maravillas del patrimonio histórico español.

FITUR

Feria Internacional de Turismo

FICHA TÉCNICA

- ▷ **Fechas:** del 29 de enero al 2 de febrero
- ▷ **Lugar:** Parque Ferial Juan Carlos I, Madrid
- ▷ **Carácter:** Profesional (abierto al público: sábado y domingo)
- ▷ **Edición:** Vigésimo tercera
- ▷ **Ámbitos:** Internacional
- ▷ **Horarios:** 29,30,31 de enero de 10.00 a 19,00 h. 1 y 2 de febrero de 10.00 a 20.00 h.

Entidades y organismos oficiales españoles

- Comunidades Autónomas
- Patronatos, Ayuntamientos, Diputaciones
- Otros organismos y asociaciones de turismo

Internacional

- Organismos oficiales y empresas del área
- Pabellón 4: Europa, Asia, África y Oceanía
- Pabellón 6: América del Norte, Latinoamérica y Caribe

Empresas españolas

- Compañías de transportes
- Mayoristas y operadores turísticos
- Hoteles

Cadenas Hoteleras Internacionales

Fitur Residencial

- Empresas Promotoras, Constructoras e Inmobiliarias
- Entidades Financieras, de Promoción y Comercialización

Fitur Congresos

Punto de Encuentro de Asociados

Colaboradores de Prensa Turística Internacional

Fitur Activo

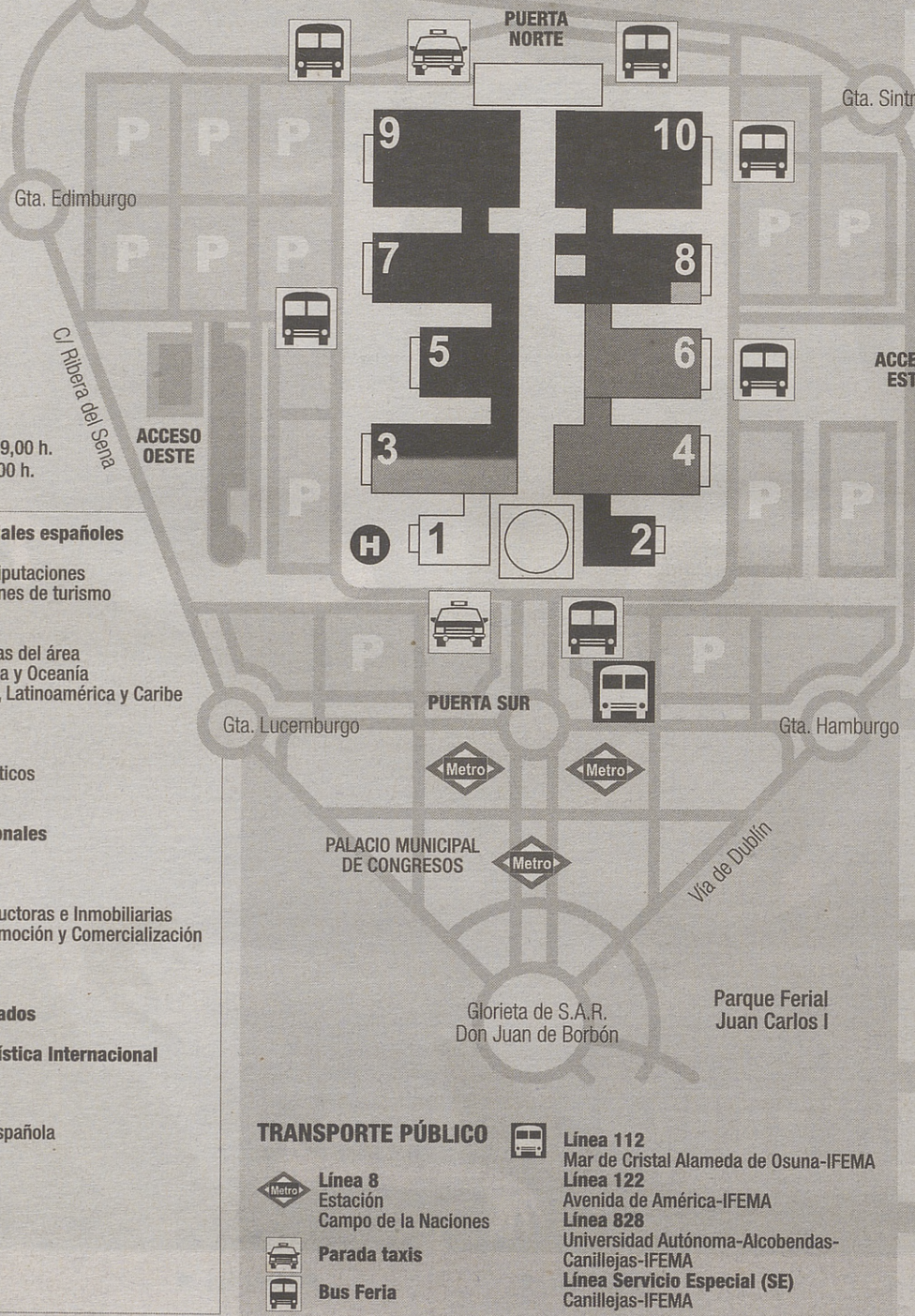
En todos los pabellones de oferta española

Fitur Know-How

En todos los pabellones

Prensa

En todos los pabellones



LAS ACTIVIDADES

28 DE ENERO

9.30 a 14.30h VI conferencia americana de ministros y empresarios de turismo.

29 DE ENERO

9.30h Reunión de la comisión consultiva de turismo, ferias y exposiciones.
 10.00h Reunión de la confederación española de hoteles y apartamentos turísticos.
 10.30h Asamblea del gremio empresarial y profesional de agencias de viaje.
 12.00h Inauguración oficial Fitur 2003.
 17.00 a 19.00h III foro euromediterráneo
 17.00h Comisión de turismo de FEMP
 17.30h Junta directiva Asociación de Expertos Científicos de Turismo.

30 DE ENERO

12.00 a 13.00h Calidad ambiental en empresas turísticas.
 Nuevos sistemas de calidad turística.
 9.00h Turismo e innovación.
 9.30 a 13.30h Seminario "La cooperación publicoprivada después del 11 de septiembre y la situación turística actual".
 10.00 a 19.00h "Avances en educación y formación en turismo. Una visión panorámica". "Nuevos instrumentos para la competitividad de destinos turísticos: el papel de la formación, la educación y la investigación en turismo".

31 DE ENERO

10.00 a 11.30h Mesa redonda "la promoción de la península Ibérica como sede de congresos y reuniones".
 10.00h El turismo residencial como producto turístico. Aspectos relevantes del turismo residencial en España.
 11.00 a 14.00h Reunión de técnicos de calidad de las comunidades autónomas.

1 DE FEBRERO

11.30 a 20.00h XXIII Festival folclórico de los pueblos del mundo.
 12.00h Jornada "El futuro del turismo y las nuevas tecnologías -sólo para estudiantes-".

2 DE FEBRERO

11.30 a 20.00h XXIII Festival folclórico de los pueblos del mundo.
 13.00h Fallo del VIII concurso del mejor producto de turismo activo.

TODOS LOS DÍAS

Pasajes españoles de ayer y de hoy
 VIII concurso del mejor producto de turismo activo.

La calidad como respuesta

La industria turística se concentra en Fitur aportando excelencia frente a la crisis económica y la amenaza terrorista

Entre el 29 de enero y el 2 de febrero el palacio Juan Carlos I de Madrid se convierte en el centro mundial de la oferta turística. La Feria Internacional de Turismo, Fitur, cumple 23 años rompiendo récords de participantes y ofertas. 170 países se presentarán como destino. La gran novedad es el turismo residencial. Otras secciones serán las de turismo activo, de congresos y la de las nuevas tecnologías aplicadas a la empresa turística.

Otro año con incertidumbres. 2003 nace marcado por la amenaza de la guerra en Irak y sus consecuencias económicas. Sin embargo, la industria turística quiere empezar el año con moderado optimismo y con ganas de demostrar que el sector tiene en su oferta una respuesta tras los atentados del 11-S y Bali y la crisis económica. Esta es la pauta en la vigesi-

motercera edición de Fitur, la Feria Internacional de Turismo, que se celebra entre los días 29 de enero y 2 de febrero de 2003 en Madrid. ¿Crisis? Los números de participación en la feria parecen desmentir la complicada situación del sector: 9.970 empresas y 752 expositores directos, pertenecientes a 170 países, dan a conocer su oferta en una superficie de 75.088 metros cuadrados. Un

15% más de expositores directos que en la anterior edición. Además de la oferta turística, Fitur se compone de secciones especializadas. La gran novedad de este año es Fitur Residencial. Debido al importante crecimiento de este sector la Feria contará con un pabellón donde 61 empresas expositoras mostrarán las principales novedades. Otra sección es Fitur Activo,

que cumple su décima edición, y presenta la oferta de 1.215 empresas e instituciones españolas de turismo de naturaleza, aventura y cultura recogidas en *La guía de turismo activo*, coeditada por la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo y la revista *Aire Libre*. El Salón del Conocimiento Turístico expone las referencias del *know-how* turístico y de las nuevas tecnologías aplicadas a

este sector económico. La oferta en este terreno queda recogida en *La guía de la tecnología turística española 2003* con 658 productos de 200 empresas. Finalmente Fitur Congresos, que comienza antes (27 y 28 de enero) reúne a 166 vendedores y 258 compradores y presenta los servicios de 52 empresas. Fitur descubre todas las opciones para pasearse por el mundo.

Ana Larrañaga Directora de FITUR

“Sol y playa sigue siendo la oferta reina”



FITUR

Confianza. Esta es la idea que la directora de Fitur, Ana Larrañaga, expone constantemente sobre las expectativas del sector turístico.

► **El año pasado Fitur estuvo protagonizado por el ecoturismo ¿Cuál es motivo principal de este año?**

► La edición pasada coincidió con el año del ecoturismo, pero había una oferta muy amplia. Este año no hay ningún motivo concreto salvo la clara intención de la industria de mejorar los parámetros cualitativos de los productos. Además, se mantiene la diversificación para atender a una demanda en expansión que ya no se conforma con el sol y playa. Se incluye una oferta sectorizada de turismo activo, de congresos, residencial y el Salón del Conocimiento Turístico.

► **¿Se ha superado ya la crisis del 11-S? ¿Cómo pueden afectar al turismo los atentados de Túnez, Kenia e Indonesia?**

► España cierra el ejercicio 2002 con un superávit de tres puntos y superando los 42 millones de turistas. Son datos positivos con una situación internacional delicada, tras el 11-S y la crisis económica. Ahora hay cierta incertidumbre debido a la amenaza de guerra en Irak, pero la Organización Mundial del Turismo ha expresado su confianza en mantener un crecimiento basado en la calidad.

► **¿Cuáles serán los destinos estrellas de la temporada 2003?**

► Sol y playa va a seguir siendo la oferta reina, pero ahora el turista busca un descanso más activo, querrá enriquecerse con otras actividades. Los destinos serán más cortos, tanto en distancia como en el tiempo de estancia.

► **La gran novedad de 2003 es el turismo residencial, ¿a qué se debe?**

► Hay un cambio de hábitos en las preferencias de los turistas. Hay una tendencia a tener una segunda residencia en un lugar de veraneo y esto se ha notado con un descenso de la ocupación hotelera. El turismo residencial ofrece una gran cantidad de productos: apartamentos, bungalós, chalés... por lo que en Fitur decidimos que este sector debería ocupar un puesto destacado y diferenciado.

► **Turismo activo, de congresos, aventuras... ¿Se ha agotado la oferta tradicional de sol y playa?**

► Soy y playa mandan, pero, a la vez, en España se está desarrollando una mayor oferta de productos turísticos adecuados a una demanda que responde a un interés que va más allá del sol y

playa. Progresivamente estos productos se están poniendo en valor y se están lanzando al mercado.

► **¿Cuál es el nivel de tecnológico y de formación de la industria española?**

► Hay una necesidad funda-

mental de implantar las nuevas tecnologías en las empresas turísticas y, así, recortar los costes de los procesos de gestión y aumentar la competitividad del sector. Esto exige que las empresas inviertan en formación continua para los profesionales. En Fitur

se dan cita las últimas novedades de nuevas tecnologías aplicadas al turismo.

► **¿Cuál es la actitud del sector frente al futuro?**

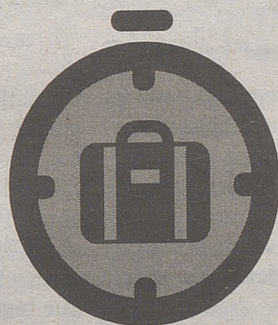
► De confianza. La industria turística está dando muestras de flexibilidad y capacidad de adap-

tación a los nuevos tiempos. Las ofertas se están adecuando a un nuevo escenario de demandas, hay mucha confianza en la recuperación del sector. También hay incertidumbre ya que la guerra en Irak puede retrasar la recuperación económica.

Tiempo límite para facturar y embarcar.

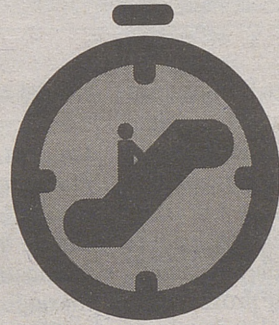
Queremos ganar en puntualidad. Por eso, ahora, la facturación se cierra 30 minutos antes de la salida programada del vuelo y la presentación en la Puerta de Embarque 20 minutos antes. Recuerde, es por su puntualidad.

Nuestro objetivo es la puntualidad. Gana usted. Ganamos todos.



Facturación

30 minutos antes de la salida programada de su vuelo. No serán aceptados pasajeros después de este tiempo.



Embarque

20 minutos antes de la salida de su vuelo. Si se presenta después de este tiempo, su asiento será asignado a otro pasajero.



www.iberia.com



Nuestro objetivo es la puntualidad. Gana usted. Ganamos todos.

IBERIA



Un turista abandona Bali tras un atentado en una discoteca.

Entre la seguridad y la búsqueda de ocio

Fitur recoge la oferta de 170 países para perderse por el mundo

El terrorismo ha cambiado los hábitos del viajero, pero no ha parado la necesidad de descubrir nuevos parajes. La oferta internacional en 2003 va desde los destinos tradicionales europeos a los más novedosos como Nueva Zelanda o China.

Hay miedo pero la necesidad de viajar es mayor. Los atentados del 11-S supusieron un duro golpe al sector turístico que supo aclimatarse a la crisis con una remodelación de la oferta de la que salieron beneficiados el turismo de proximidad, el social, el rural y los desplazamientos en tren y por carretera. El golpe a la cuenta de resultados no ha sido tan grande y 2002 terminó con beneficios moderados.

Los últimos atentados en Túnez, Indonesia y Kenia no han supuesto un parón acusado del negocio pero sí han condicionado aún más las preferencias del cliente. La Organización Mundial de Turismo ha detectado cambios del comportamiento en la demanda: la tendencia a reducir el radio de los desplazamientos internacionales a favor de los viajes a países limítrofes; el crecimiento del turismo interior y una propensión a los viajes de estancias cortas.

La temporada 2003 de turismo internacional nace con la disyuntiva entre elegir destinos que garanticen al 100% la seguridad, pero más caros, o aventurarse con viajes más exóticos. Entre los 10 sitios más visitados están Francia, España, Estados Unidos, Italia, el Reino Unido, Rusia, México, Canadá, Austria y Alemania. Pero entre las ciudades más ca-

ras del mundo, según la revista *The Economist*, se encuentran Londres, París, Nueva York, San Francisco, Los Ángeles, Viena, Berlín, Madrid y Montreal. Ciudad de México es la más cara de Latinoamérica y además no es demasiado segura.

Fitur 2003 presenta como destinos más destacables la isla caribeña de Aruba, que aúna playas

TURISMO MUNDIAL

¿Crisis total o de algunos sectores?

El turismo mundial afronta la crisis "más significativa" desde la Segunda Guerra Mundial y la primera "depresión" desde hace 20 años, según el secretario general de la Organización Mundial del Turismo, Francesco Franguialli. Las cifras de negocio no son tan malas, se espera un "crecimiento moderado" general, apunta Franguialli, con "una incidencia de la crisis desigual": los peor parados serán los viajes de negocios y los cruceros, mientras que el turismo rural, de proximidad y el social tendrán buenos resultados.

fantásticas con excavaciones indígenas, la isla de Reunión y sus volcanes y el archipiélago de las Islas Maldivas con sus costas de coral. Panamá celebra el centenario de su independencia y ha centrado su oferta en el viajero que busca destinos no masificados y experiencias exóticas.

Dentro del turismo cultural las novedades de Fitur son Graz, la capital de Estiria, en el corazón verde de Austria, que será durante 2003 la Capital Europea de la Cultura; Bulgaria, con 160 monasterios, 330 museos y galerías y 30.000 monumentos históricos, siete de los cuales han sido declarados Patrimonio de la Humanidad; las diversas ferias regionales y festivales tradicionales de Chequia; y el V centenario del nacimiento del maestro del Renacimiento Parmigianino, en la ciudad italiana de Parma. Otro destino importante será China, que además de su patrimonio histórico y cultural en 2003 celebra el Año Gastronómico Chino.

Nueva Zelanda ha sido elegida por la guía turística internacional *Lonely Planet* como "el mejor lugar para ser visitado en el 2003" y uno de los más seguros del mundo. Don George, el editor de *Lonely Planet*, declaró que Nueva Zelanda se situó por delante de China, Camboya, Turquía y Cuba en la lista de la popular guía.

Enrique Martínez Tomás Director de ICTE

"Hay que poner en valor la oferta disponible"

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) es un organismo español, privado, independiente, sin ánimo de lucro y constituido por la principales organizaciones del sector para certificar la calidad de las empresas turísticas. El ICTE ya ha otorgado su sello de calidad, una Q, a más de 350 empresas. Enrique Martínez Tomás, director general del ICTE, destaca la calidad como una política estratégica del sector y apunta que el futuro pasa por "la diversificación de productos y la desestacionalización"

► ¿Qué significa que un establecimiento turístico haya obtenido la Q de ICTE?

► Significa que ha migrado su método tradicional a otro orientado a la mejora organizativa, a la optimización de los recursos, la implicación del personal y todo encaminado a alcanzar la plena satisfacción del cliente. Para ello, se deben adecuar el negocio, las instalaciones y equipamientos, se deben reforzar medidas relativas a medio ambiente, seguridad, higiene alimentaria... Una auditoría anual externa neutral y un comité de certificación independiente garantizan un alto nivel confianza-excelencia.

► ¿Cuáles son los problemas de las empresas españolas para obtener el distintivo?

► Básicamente, la escasez de recursos humanos que puedan dedicarse a esta tarea. Conscientes de ello, la Secretaría General de Turismo lleva años subvencionando servicios de consultoría. El ICTE está en fase de creación de delegaciones territoriales. La buena acogida por parte de las Comunidades Autónomas ha significado que se le diera reconocimiento y se crearan líneas de subvención. En algunos casos, y dado que las instalaciones y equipamientos son esenciales en la percepción del cliente, hay empresas que deben acometer inversiones en reforma y actualización para lograr el nivel que exigen las normas de calidad. Para ello cuentan con múltiples ayudas públicas.

► ¿Hay conciencia en el empresariado de la importancia de un servicio de calidad?

► El convencimiento es pleno. Hace ya algún tiempo que los

empresarios turísticos conocen el Sistema de Calidad Turística Española, saben no sólo de su valor en la gestión sino también de las nuevas condiciones del mercado. Asimismo, conocen el esfuerzo para su implantación. Al fin y al cabo se trata de la política estratégica del sector para competir en el medio y largo plazo, y no hay que olvidar que el mercado turístico va a crecer exponencialmente en los próximos años. Ahora el reto es transferir este conocimiento a las empresas. La calidad puede y debe ser para todos.

► ¿Sigue siendo la formación la asignatura pendiente?

► Se sigue reivindicando una formación de mayor nivel y con carácter práctico y especializado. Si hablamos de formación continua, el sector nutre a sus empresas de planes formativos adecuados. Resulta más problemática la indisponibilidad del personal de base cualificado en la hostelería. La alta estacionalidad de algunos destinos no ayuda a mantener plantillas estables, la desestacionalización es una línea de actuación clave.

► Hostelería y turismo han sido de los productos más inflacionistas en 2002, ¿pagamos buena calidad?

► Se han observado algunas prácticas en este sentido, pero llama la atención que ante la recesión, y por la presión de operadores internacionales y el retraso en las reservas, el sector se ha visto forzado a lanzar ofertas muy agresivas que redundan en escasa rentabilidad o pérdidas. Hay un gran potencial de mejora, pero en una experiencia turística internacional es fácil observar que disponemos de servicios turísticos de primer nivel.

► ¿Es buena la marca España como turismo de calidad o el fundamento de la oferta es el tradicional de sol y playa?

España se ha apoyado en estos atractivos durante décadas, y seguramente será el producto estrella durante muchas más. Los cambios no se producen en dos días. El futuro está en la diversificación de productos y en la desestacionalización; de ahí que se prime el turismo cultural, de interior y rural, el activo, el idiomático. Se trata de poner en valor la impresionante oferta disponible.



Enrique Martínez.

Destino España

España sigue siendo una amalgama de maravillas que descubrir. Estas son las principales ofertas turísticas que las Comunidades Autónomas van a mostrar en la próxima edición de Fitur.

ASTURIAS: VERDE, CULTA Y MARÍTIMA

La oferta de Asturias gira en torno al mar, la cultura y la naturaleza: Santa Cristina de Lena (joya del Prerrománico) o el Rosetón de la Catedral de Oviedo, junto con obras de arte contemporáneo y cuevas de arte rupestre; la belleza de sus espacios naturales, su costa y la gastronomía.

'ANDALUCÍA SÓLO HAY UNA'

Andalucía presenta la pluralidad de ofertas de sus ocho provincias centradas en sol y playa, turismo rural, ciudades monumentales, congresos,



San Vicente de la Barquera (Cantabria).

golf y turismo de salud. En esta edición se le dará una especial relevancia a la gastronomía, se presentará la tercera de las rutas que componen el Legado Andalusi, los Nazaríes y la Guía del Flamenco de Andalucía.

ARTES Y CIENCIA EN VALENCIA

La Ciudad de las Artes y las Ciencias es la gran apuesta de la Comunidad Valenciana en

Fitur 2003. El Palau de les Arts, que introducirá a Valencia en los circuitos de ópera y teatro, y el Oceanográfico, un parque marino de 110.000 metros cuadrados, son las últimas incorporaciones al proyecto. La propuesta valenciana incluye sus buenas playas.

'ARAGÓN, FUERZA INTERIOR'

Aragón está de enhorabuena. El AVE llega a Zaragoza y sus autoridades esperan una avalancha de viajeros. En 2003, su oferta turística se basa en el deporte de nieve, a través de la empresa Aramón, sus parques naturales, el turismo cultural con el Mudéjar aragonés, patrimonio de la Humanidad, y la red de Hospederías.

BALEARES BUSCA UN CAMBIO

Sol y playa ya no son suficientes. Baleares cambia su modelo turístico, diversifica la oferta y potencia la calidad. Gracias a la ecotasa se están recuperando espacios naturales y creando infraestructura cultural, deportiva...

EL ARCO IRIS DE CANARIAS

En esta edición de Fitur Canarias se convierte en un arco iris con el azul de sus aguas, el verde de su vegetación, el amarillo de las dunas doradas y los ocre de los volcanes. Canarias muestra una oferta con productos de turismo rural y activo, golf, y su tradicional oferta de sol y playa y naturaleza (un 42% de su territorio está protegido).

CANTABRIA Y LA PREHISTORIA

2003 es el año de la prehistoria en Cantabria. La oferta principal es Altamira, patrimonio de la Humanidad. Otras novedades son la nueva estación del teleférico de Fuente De y el Museo Marítimo del Cantábrico en Santander, los circuitos de golf y el Club de Calidad Cantabria Gran Reserva de alojamiento rural y la gastronomía.

DESCUBRIR LA MANCHA

Castilla-La Mancha se centra en el turismo de interior. Destaca la red Rocinante de corredores ecoturísticos y parques arqueológicos y en el terreno cultural: *La Lección del Tiempo*, en el Museo de Santa Cruz de Toledo, con 180 obras que recorren 5.000 años de historia.

TESOROS EN CASTILLA Y LEÓN

Patrimonio, gastronomía y espacios naturales son las señas de identidad de la comunidad de Castilla y León. Sus ofertas son las Posadas Reales, la exposición de las Edades del Hombre 2003 en la Catedral de Segovia, las rutas del Mudéjar, de las Juderías... Los Pueblos de pizarra y el Museo Patio Herreriano; la Exposición del V Centenario de la muerte de Berruguete o el Museo Etnográfico de Castilla y León.

CATALUÑA: DISEÑO Y DEPORTE

2003 será, sin lugar a dudas, el año de los Deportes y el Año del Diseño en Cataluña. Se celebrarán importantes competiciones como la Euroleague Final Four de Baloncesto, el Campeonato del Mundo de Natación o la Copa de Europa de Naciones de Hockey. El Año del Diseño contará en la comunidad catalana con exposiciones de Miquel Millà, Sybilla, Toshiyuki Kita...

EXTREMADURA SIN BARRERAS

En el Año Europeo Sin Barreras Extremadura presentará iniciativas para que todas las personas puedan visitarla, promoviendo un turismo accesible. Esta comunidad también potenciará la gastronomía local para que sea declarada Bien de Interés Cultural, y la ruta de la Plata, que aúna turismo rural, naturaleza, historia y cultura.



Monasterio de la virgen de Guadalupe (Extremadura).

GALICIA: DESTINO OBLIGADO

Además de los alicientes que tienen el patrimonio, la cultura y la diversidad de Galicia, a lo largo de 2003 se han preparado programas como la presentación de *Orense con otra mirada* y *La costa de la Muerte como destino turístico*. Se mantiene la oferta de turismo rural con una red de 381 establecimientos.

'LA RIOJA TE PONE A PUNTO'

La Rioja, punto de encuentro de actividades. Esta comunidad ha creado nuevos yacimientos turísticos de aventura y deportes en la naturaleza. La estación de esquí de Valdezcaray inaugura nuevas instalaciones y abrirán tres campos de golf. Otra de novedades del año son un proyecto de Turismo enológico y la apertura de bodegas.

MADRID SE ABRE A LA NATURALEZA

La Comunidad de Madrid amplía sus propuestas turísticas con sus parques de ocio y

Parques Naturales así como los 179 municipios que componen la región. Además, se centra en el turismo cultural y las enormes posibilidades que brinda la capital.

CARAVACA REINA EN MURCIA

Caravaca Año Santo 2003 será el eje turístico de Murcia. Esta ciudad es la quinta en tener el privilegio de un Año Santo a perpetuidad. En Caravaca los

visitantes podrán disfrutar del patrimonio artístico de su centro histórico y el Santuario de la Vera Cruz. También se potenciarán el centro histórico de Lorca y la Cartagena milenaria.

NAVARRA Y SUS SENSACIONES

Navarra se presenta en Fitur como *Universo de sensaciones*. Los dos productos principales que presenta son el parque de la naturaleza de Arguedas y el Palacio de Congresos y Auditorio Baluarte, coincidiendo con su inauguración en 2003, para fomentar Navarra como destino global de reuniones.

CALIDAD EN EL PAÍS VASCO

El País Vasco va a mostrar en Fitur 2003 los elementos más cualitativos de su oferta turística. Los tres productos relevantes son el museo Guggenheim-Bilbao, la casa museo de Chillida y el museo Artium de Vitoria. Además, tendrán preponderancia la oferta de turismo activo de Sobrón y la gastronomía.

PARQUE FIERAL JUAN CARLOS I MADRID

29 | 2
ENERO | FEBRERO

(Fitur) 2003

FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO

www.fituronline.com

EL PRESENTE Y EL FUTURO DEL TURISMO

- 9.000 EXPOSITORES DE 170 PAÍSES EN 75.000 M2 NETOS DE EXPOSICIÓN
- TODO UN VIAJE POR LA INDUSTRIA TURÍSTICA

Del 29 al 31 de enero
SÓLO PROFESIONALES
Horario: De 10 a 19 h.

1 y 2 de febrero
ABIERTO AL PÚBLICO
Horario: De 10 a 20 h.

Venta Anticipada etc.
El Comité Organizador
902 400 222



IFEMA
Feria de Madrid

INFOIFEMA:
Tel.: 91 722 51 80
91 722 50 00
Fax: 91 722 58 01
www.ifema.es

IBERIA
Transportista Oficial

AUTOBUSES.
Líneas permanentes:
112 y 122* EMT, SE y
828 del Consorcio

IFEMA
LINEA DIRECTA
Expansión TV

METRO: Línea 8
Estación: Campo
de las Naciones

*Puerta Sur y Puerta Norte

El turismo residencial emerge

En 2000 uno de cada cuatro turistas extranjeros que vinieron a España lo hicieron a una segunda residencia

En 2000 uno de cada cuatro turistas extranjeros que visitaron España lo hicieron a través de la compra o el alquiler de una segunda residencia. El turismo residencial está en pleno apogeo. Los altos precios del mercado inmobiliario no han parado la continua demanda de viviendas para las vacaciones. Un sector prometedor que mueve un volumen de negocio de más 21.000 millones de euros.

Un sector emergente. Hay tres millones de segundas residencias en nuestro país en un mercado que mueve un volumen de negocio de más de 21.000 millones de euros anuales. Los cálculos del sector apuntan a que el número de familias europeas que elegirán España para establecer su segunda residencia será de entre 800.000 y 1,7 millones en los próximos cinco años. Se trata del turismo residencial.

Este sector turístico no es nuevo. En 2000 uno de cada cuatro turistas extranjeros que visitaron España lo hicieron a través de la compra o el alquiler de una segunda residencia. Se trata de un mercado imparable, que ha subido en las últimas temporadas debido a las nuevas características del turismo: el viajero quiere decidir qué hacer y cuándo hacerlo, búsqueda de un destino que ofrezca seguridad y la rentabilidad de una inversión inmobiliaria.

El turismo residencial se ha convertido en un "valor refugio" en los momentos de incertidumbre bursátil, ya que es un producto "que todo el mundo sabe que no falla nunca", según afirma el presidente del *Marbella Meeting Point*, Enrique Lacalle.

Los estudios realizados por las administraciones públicas permiten definir las pautas más ha-



Conjunto residencial de pisos en Málaga.

bituales de los compradores, que como residentes, requieren servicios completos. Estos son los datos de comportamiento más habituales: las agencias inmobiliarias extranjeras generan una demanda en la que se observa una clara preferencia por el chalé por encima del piso, inclinación por viviendas que se encuentran integradas en urbanizaciones, con una buena dotación de servi-

cios, hay motivaciones fiscales para la compra y los factores externos más apreciados son la gastronomía, la cultura, el paisaje y la tranquilidad.

El 15% de los turistas extranjeros residenciales se alojan en una vivienda propia, mientras que el 6,9% lo hacen en una vivienda alquilada. En 2000, la estancia media de estos turistas se calculó en unos 17 días. España

es la segunda potencia mundial en aprovechamientos por turnos de una segunda vivienda, sólo por detrás de Estados Unidos.

El presidente de la Asociación Nacional de Urbanización y Turismo Residencial, Ricardo Arranz, ha solicitado al Gobierno la modificación del Impuesto de Bienes Inmuebles (IBI) para no "maltratar" al inversor de segundas viviendas vacacionales.

LOS DATOS

1,7

millones de familias europeas forman el mercado potencial de compradores de segunda residencia en España.

15%

de los turistas residenciales extranjeros se alojan en una vivienda propia, frente al 6,9% que lo hacen en una residencia alquilada.

17

días es la estancia media de los turistas residenciales en vacaciones.

Según Arranz, el propietario de segunda vivienda vacacional se ve obligado a pagar este impuesto cuando los ayuntamientos no les prestan servicios públicos. Arranz destacó que la estabilidad y reducción de los tipos de interés, sumados a las ventajas fiscales y la homogeneización de los sistemas legislativos en Europa "han favorecido al sector" en los últimos años.

Nuevas tecnologías

El futuro está en la innovación

Las nuevas tecnologías están revolucionando el negocio turístico. Internet le ha dado un vuelco a las agencias de viajes que operan a través de la Red. Las herramientas informáticas son fundamentales para lograr una gestión eficaz en un sector muy competitivo.

Los resultados son patentes: Las agencias de viaje en Internet constataron un significativo aumento en sus reservas de viajes para las vacaciones de navidad, que oscilan entre el 40 y el 50% registrado por eDreams y viajarbajoprecio.com, respectiva-

mente, hasta el 144% de aumento en las ventas obtenido por la agencia Rumbo.

Nadie se quiere quedar parado. Zontur, la patronal que engloba a los hoteles y apartamentos de las zonas turísticas españolas, ha puesto en marcha del Instituto Tecnológico Hotelero Español (ITHE), que a través de la consultora de nuevas tecnología Zoluziona, impulsará la competitividad del sector a través de la investigación, el desarrollo y la innovación, sobre la base de la cooperación empresarial.

Las últimas novedades de nue-

AYUDAS

Plan de implantación

El Ministerio de Economía presentará al sector turístico un plan para facilitar la renovación e implantación de nuevas tecnologías. El objetivo de este proyecto es conseguir en 2005 que el 75% de los establecimientos tengan ofrezcan en Internet información y reservas.

vas tecnologías aplicadas al turismo se podrán ver en Fitur Know How, Salón del Conocimiento Turístico. Dentro de la gestión informática este año se muestra la nueva Gestión de Salones, que se incorpora al módulo ya existente de Gestión de Hotel, y cuya combinación permite al hotelero controlar con el mismo programa el hotel al completo, y conseguir una integración total entre departamentos.

Otra de las líneas en las que se está trabajando es en la integración de todas las herramientas para que hoteles y las agencias de

viajes puedan realizar sus gestiones a través de la Red. Durante la celebración de la feria se presentará uno de los primeros *e-market place* o plataforma de mercados que operará en España y Portugal, con un sistema de reservas que permite a las agencias de viajes reservar directamente los productos ofertados por los operadores turísticos.

Asimismo, se mostrará el desarrollo de un nuevo *software* que permite los operadores turísticos gestionar todas sus operaciones con un único programa informático.

Principales rutas culturales españolas

España cuenta con uno de los mayores patrimonios culturales del mundo. Una de las maneras de descubrir sus maravillas históricas es recorrer sus principales rutas culturales. Más 1.800 edificios de gran valor arquitectónico en El Camino de Santiago; la herencia de tartessos y romanos en la ruta de la Vía de la Plata; El apogeo de la civilización musulmana en la Ruta del Califato, recordar los pasos de un escritor romántico estadounidense en la Ruta de Washington Irving; la cuna y la infancia del español en el Camino de la Lengua Castellana; la España judía en los Caminos de Sefarad; nueve tesoros del mundo convertidos en Ciudades Patrimonio de la Humanidad; una muralla natural de los Pirineos y la riqueza natural de la España verde. Cientos de posibilidades para llenarse el espíritu a través del viaje.



CAMINO DE SANTIAGO

Inscrito en 1993 como Patrimonio de la Humanidad. Este es el camino que, desde la frontera hispano francesa, siguieron y aún siguen los peregrinos que se dirigen a Santiago de Compostela. A lo largo del Camino se distribuyen alrededor de 1800 edificios, tanto religiosos como seculares, de gran valor histórico. El Camino desempeñó un papel fundamental en el intercambio cultural que la península Ibérica mantuvo con el resto de Europa durante la Edad Media. Sigue siendo un testimonio del poder de la fe cristiana en personas de todas las clases sociales y procedentes de toda Europa.

- San Sebastián
- Bilbao
- Santander
- Cuevas de Altamira
- Oviedo
- Ribadeo
- Lugo
- Melide
- Santiago de Compostela
- Roncesvalles
- Pamplona
- Pte. La Reina
- Estella
- Logroño
- Sto. Domingo de la Calzada
- Burgos
- Carrión de los Condes
- Sahagún
- León
- Astorga
- Villafranca del Bierzo
- Sarria
- Melida
- Santiago de Compostela

La cultura vende

El gasto medio del turista cultural dobla el desembolso de otros tipos de viajeros

A pesar del extenso patrimonio cultural español, el turismo de este segmento sólo significa un 11% de los visitantes y un 12% de los ingresos. 8.5 millones de turistas buscan cada año las maravillas culturales que se esconden en España. El Gobierno y las Comunidades Autónomas se han propuesto impulsar este tipo de turismo.

Siglos de historia han dejado un impresionante legado cultural en España. A pesar de la abundancia de maravillas monumentales y arquitectónicas, la importancia de los museos y la riqueza patrimonial España recibe 8.500.000 viajeros culturales cada año, sólo un 11% del total, según un estudio realizado por la European Association for Tourism and Leisure Education.

La oferta de sol y playa sigue siendo el elemento predominante del turismo español pese a que el turismo cultural ofrece unas cifras de negocio muy interesantes. El turista cultural tipo tiene menos de 50 años, viaja en pareja, y dispone de un poder adquisitivo medio o alto. El gasto medio diario es de unos 78 euros, casi el doble que el gasto medio del conjunto de visitantes. El valor económico que generan se apro-

Sólo un 10% de los turistas busca la oferta cultural

xima a los 5 millones de euros, de esta cantidad, casi 4 millones de euros es la aportación del turista extranjero. Una cuota que representa aproximadamente el 12,1% del total de ingresos turísticos.

Los españoles realizan unos 3,5 millones de viajes culturales internos al año, con un gasto medio de 318 euros por persona y una duración media de 4,4 días, según un estudio del Instituto de Turismo de España (Turespaña).

Este estudio también revela que la oferta no museística de Madrid apenas está valorada por el turista cultural, y que la oferta de flamenco en Sevilla está sobredimensionada; mientras que el conjunto histórico de Toledo es muy destacado por los visitantes, a pesar de que su inclusión en la oferta turística es muy reducida, algo que también ocurre con otros productos como la

Los españoles realizan 3,5 millones de viajes culturales

Ruta de la Plata, la Avenida del Arte de Madrid, las ciudades Patrimonio de la Humanidad, la Ruta de Arte Romano de Extremadura o el legado Andalusi.

Por este motivo, el vicepresidente segundo del Gobierno, Rodrigo Rato, ha anunciado que en el año 2003 se emprenderá una campaña internacional sobre destinos españoles turístico-culturales, con un coste de 20 millones de euros, con el fin de atraer turistas de otros países a este segmento.

Rato agregó que se intensificarán las acciones junto con las comunidades autónomas en itinerarios y marcas turístico-culturales, así como el desarrollo de programas de promoción internacional de los acontecimientos de 2004 (el año jacobeo, el Foro Universal de las Culturas en Barcelona, el año Dalí y el Quinto Centenario de Isabel la Católica).

IDIOMAS

Otra forma de aprender español

Cuatro semanas de estancia y un gasto medio por persona de 1.960 euros. Son las características de un tipo de turista cada vez más común en España, el idiomático. Cada año viajan a España 150.000 estudiantes extranjeros para aprender español.

El presidente de la Federación Española de Escuelas de Español para Extranjeros (FEDELE), Francisco Pérez Navarro destaca que este tipo de viajero "está muy por encima del turista convencional por su prolongada estancia". Pérez Navarro señala que el turismo idiomático proporciona ingresos anuales de 600 millones de euros.

El Ministerio de Economía ha firmado un convenio con el Instituto Cervantes para potenciar este tipo de turismo.

La demanda puede aumentar considerablemente. El estudio del español como segunda lengua se ha impuesto en Francia y Alemania.

Desde el 29 de Enero en
las Agencias de Viajes

nuevo

2003/2004

Talonnario

BANCOTEL

En 2003
planificate
VISITA GALICIA
al menos
UNA VEZ



HOTELES de 3, 4, 5*
Sólo **50** euros/noche

Dos personas
Habitación doble
(IVA no incluido)

*Dos o más talones en algunos Hoteles

Talonnario BANCOTEL.

El Talonnario líder desde hace 15 años.

Más de 1800 Hoteles en España y 56 países más.

Los mejores Hoteles Independientes.

Los Hoteles de las mejores Cadenas Hoteleras,

**(HOLIDAY INN, HUSA, MELIÁ, NH,
OCCIDENTAL, SANTOS, SERCOTEL,
SHERATON, ZENIT,...)**

Más de 400 excelentes Hoteles en exclusiva.

Los mejores Hoteles de 3, 4 y 5* al mejor precio.

Y muchas más ventajas que nos hacen diferentes.

www.bancotel.es



Sólo en las Agencias de Viajes