



**ANA LARRAÑAGA**

“TODO EL SECTOR TURÍSTICO ES CONSCIENTE DE SU IMPORTANCIA EN LA ECONOMÍA NACIONAL Y DE QUE NO CABE VIVIR DE LAS RENTAS”

Profesionales del sector turístico, procedentes de todos los puntos del planeta, llegarán a Madrid a finales de enero para asistir a Fitur, un certamen que tras veintidós ediciones se ha proclamado como uno de los más importantes del panorama ferial internacional en este decisivo sector económico. La guipuzcoana Ana Larrañaga, diplomada en marketing, es quien dirige el destino de este encuentro global en el que España tiene mucho que decir.

**Fitur es uno de los grandes certámenes internacionales del turismo, ¿pueden darnos un avance de las novedades que se presentarán en la próxima edición?**

Las novedades que realmente interesan son las que presentarán los propios expositores y que volverán a mostrar, estoy segura, el perfil de una industria en constante evolución. Por nuestra parte, quiero destacar la creación de una nueva sección especializada, el salón del turismo residencial, Fitur Residencial, que acogerá en el pabellón 3 la creciente oferta en este ámbito. Además, el crecimiento de la feria, que ocupa la práctica totalidad del recinto ferial de Ifema, así como una mejorada web ([www.fituronline.com](http://www.fituronline.com)) y otros servicios destinados a nuestros clientes, constituirán las mejores señas de identidad de Fitur 2003.

**Al igual que la climatología, el turismo ha registrado bajas temperaturas el pasado verano en nuestro país ¿Cómo se afronta este hecho desde Fitur y qué actuaciones se realizan para relanzar al sector turístico?**

Las ferias son un instrumento importante para la promoción comercial. Esta afirmación, válida en cualquier momento, es especialmente necesaria en momentos delicados. En este sentido, Fitur, que no en vano está considerado como el segundo certamen mundial de turismo, constituye una plataforma de negocio y foro de encuentro para el sector de primer orden. Aquí encuentran los profesionales del turismo el escenario idóneo para intercambiar puntos de vista, definir estrategias o conocer hacia dónde camina el sector.

**Recientemente, el secretario de Estado de Comercio y Turismo, Juan Costa ha señalado que el sector turístico debe moderar precios, mejorar la oferta y hacer un esfuerzo por garantizar la competitividad. ¿Quiere esto decir que no existe una buena relación calidad-precio?**

La oferta española es competitiva, entre otras razones precisamente por su buena relación calidad-precio, y así lo acredita nuestro posicionamiento desde hace años como el segundo país receptor de turismo. Incluso en una situación como la actual, hasta el pasado mes de agosto, se ha registrado un leve incremento del tres por ciento en la entrada de turistas. Sin embargo, debido a la creciente competitividad de la economía mundial y, en particular, de este sector, el turismo español, tanto la Administración como el

empresariado, deben seguir trabajando en la línea que ya lo vienen haciendo, y que no es otra que la diversificación, la profesionalización y la calidad.

**España se ha vendido tradicionalmente como destino turístico de sol y playa. En estos momentos, ¿cómo se potencia el turismo de naturaleza, cultural, de ocio, de congresos, rural... del que es tan rico nuestro país?**

La industria turística española ya está trabajando, siguiendo las directrices definidas por la Administración, en el cada vez mejor aprovechamiento del patrimonio de naturaleza y monumental de nuestro país que, efectivamente, es muy rico. Un esfuerzo dirigido a la diversificación de nuestra oferta, que permitirá paulatinamente romper con el problema de la estacionalidad. Aquí quiero resaltar la labor que Fitur viene desempeñando desde hace varias ediciones para contribuir, en sintonía con las nuevas tendencias del turismo, a ese esfuerzo. Fitur Activo, en sus diferentes formas de turismo de naturaleza, cultural y de aventura, o Fitur Congresos, que atiende a un mercado en auge y a unos clientes de elevado poder adquisitivo, son los mejores exponentes.

**El turismo rural parece estar en auge. ¿Cree que los alojamientos y servicios que se están creando en gran parte de los pueblos de España se están haciendo con el debido respeto al medio ambiente, y que servirán para repoblar lugares que se estaban quedando desiertos?**

El turismo rural no es la panacea que por sí sola evite el proceso de despoblamiento de nuestros pueblos, pero bien gestionado puede constituir, qué duda cabe, un buen instrumento para la revitalización de las áreas más deprimidas, que suelen ser los entornos rurales.

**¿Nuestro país cuenta con la infraestructura necesaria para atender la demanda de segmentos concretos como las vacaciones de los mayores, los congresos o el termalismo?**

España es una potencia turística y el hecho de que cada año superemos nuestras cifras de visitantes, hasta situarnos como el segundo país receptor de turistas, no es una circunstancia fortuita, sino el fruto de un esfuerzo colectivo por dotarnos de un personal cada vez más cualificado y unas infraestructuras adecuadas a la creciente especialización del

turismo. Y ésto es así porque el turista es, cada vez más viajero en el mejor sentido de la palabra y, desde luego, muy exigente, demandando un servicio de calidad.

**Calidad y profesionalidad son factores de competitividad que no se pueden improvisar. ¿Cómo calificaría a los profesionales del sector del turismo en España? ¿Tendríamos que copiar en algo a los países de nuestro entorno europeo?**

Como ya apuntaba antes, el personal dedicado a este sector está cada vez más preparado. Naturalmente, siempre hay cosas que aprender y mejorar, pero sinceramente creo que los profesionales españoles pueden servir de ejemplo, en líneas generales, del buen hacer en el turismo, gracias al esfuerzo compartido de todos los agentes implicados y así lo demuestran exportando *know how*.

**El turismo es la primera industria de nuestro país. ¿Piensa que se cuida debidamente?**

Todo el sector es consciente de su importancia dentro de la economía nacional, así como de que para mantener ese papel preponderante no cabe vivir de las rentas, sino que hay que ir siempre un paso por delante del resto, para mantener nuestro nivel de calidad y competitividad.

**¿Qué ha supuesto la llegada de internet para el sector turístico?**

Para el turismo, como para cualquier otro ámbito de la economía, internet ha supuesto toda una revolución que ha facilitado de forma extraordinaria la intercomunicación entre los agentes de uno al otro extremo del mundo. No se puede resumir en unas líneas las ventajas que aporta este medio rápido y eficaz, pero pienso que no es necesario ya que están en la mente de todos. Además, particularmente el turismo es uno de los sectores que mejor está sabiendo aprovechar esta herramienta.

**Folletos, carteles, pins.... ¿sobrevivirán al creciente uso de internet?**

No creo que sean incompatibles. Del mismo modo que los libros en soporte papel dudo que desaparezcan, los medios tradicionales de promoción seguirán ahí.

**¿Cuáles son las claves del éxito que han convertido a Fitur en la segunda feria internacional del turismo?**

La clave más importante de que Fitur

ocupe su posición actual dentro del panorama ferial internacional es saber estar, en todo momento, atenta a la evolución del turismo y a sus necesidades, con el fin de ofrecer los servicios que se merece una industria como ésta. También quiero resaltar que el certamen se celebra en una potencia turística como España, que además tiene unos fuertes vínculos con Iberoamérica, área muy bien representada en Fitur. Además, Madrid, principal puerta de entrada a nuestro país, acoge a Ifema, uno de los mejores recintos feriales del mundo.

**¿Cuántos países estarán presentes en esta nueva edición de Fitur? ¿Qué actuaciones se realizan desde esta feria para ampliar y diversificar los mercados emisores?**

Es difícil que Fitur acoja a nuevos países ya que en la pasada edición estuvieron representados nada menos que 170. Lo que sí podemos incrementar son los *stands* con representación oficial y, en este capítulo, fruto de nuestras acciones de promoción y comercialización, las novedades de momento serán Suiza, Eslovaquia, Macao y Kenya.

**Durante su celebración, Fitur abre sus puertas tanto a los profesionales como al público en general. ¿Qué aporta a unos y otros?**

Se trata de visitantes bien diferentes, con necesidades distintas, razón por la que cada cual tiene sus días de visita. Para los profesionales, es un momento de encuentro, de establecer provechosos negocios, cambiar impresiones sobre el momento actual del turismo o de tener un contacto directo con sus clientes, una oportunidad en definitiva de negocios, de información y de formación. Por su parte, el público tiene la oportunidad de encontrar, en un único espacio, la más completa y novedosa oferta turística mundial y recabar cuanta información precisen para una toma de decisiones.

**Díganos tres buenas razones para visitar España.**

¿Sólo tres? Bueno, realmente se me ocurren un buen montón de razones para visitar a España y, limitarlas a tres sería dar una imagen muy pobre y alejada de la realidad de nuestro país. Tal vez la más destacada, desde mi punto de vista, sería la cálida acogida con que recibimos a todos los turistas.