



Feria Internacional de Turismo Cultural en Málaga



Feria Internacional del Turismo Cultural
International Cultural Tourism Trade Fair

El Turismo Cultural escapa a la crisis

La Feria Internacional de Turismo Cultural de Málaga ha añadido este año una novedad particular con la incorporación del segmento de *City Break* en su afán por adaptarse a las últimas tendencias del mercado. La cultura se ha convertido en una fortaleza para el turismo. Los viajeros que programaron sus vacaciones o desplazamientos cortos motivados por la oferta de patrimonio o museos, generaron un gasto de 6.000 millones de euros en 2008, un 4% más que en 2007, atrajo a 7,5 millones de turistas extranjeros y, para este ejercicio, se prevé mantener la facturación, a pesar del fuerte impacto de la recesión en el sector, según afirmó el subdirector general de Planificación





y Coordinación de Turespaña, Álvaro Blanco.

La mayoría de los asistentes a la Feria han coincidido en que ésta ha dado un salto cualitativo, pese a haber reducido notablemente el número de expositores, cuarenta ciudades, ocho Comunidades Autónomas, seis países –Alemania, Egipto, México, Portugal, República Dominicana y Túnez– y los productos turísticos de 93 empresas. La mayor actividad como punto fuerte para los visitantes profesionales se ha concentrado en las jornadas de turismo cultural, urbano y *city break*, con referencia al viaje de dos a cuatro días de duración, generalmente, en fin de semana. El ponente y director de la jornada sobre Marketing Experiencial, José Cantero, profesor de Marketing de I-Art, señaló las diez claves para conectar con los clientes que adquieren un producto no sólo por el coste-beneficio sino por la vivencia que obtiene durante y después de su consumo. Sobre la industria de los musicales intervino Julia Gómez Cora, directora general de Stage Entertainment, líder del entretenimiento en Europa, cuyos musicales han presenciado más de nueve millones de espectadores en más de 30 ciudades españolas, con un porcentaje emocional y de satisfacción muy alto. En la mesa redonda sobre nuevas tendencias en el sector hotelero urbano intervinieron Antonio Catalán, presidente de AC Hoteles, Mauricio Carballada, marketing strategy de Sol Meliá y Joan Gaspart, presidente de Husa Hoteles.

En una de las mesas redondas sobre comercialización de productos *City Break* participaron Juan Carlos Iglesias, director de ventas de Vueling, Víctor Bañares, director de Alta Velocidad de Renfe e Ignacio Martos, consejero delegado de Opodo, agencia *online* líder en el mercado europeo, y en otra, Mercedes Rodríguez Larrauri, directora general de Bilbao Turismo, José

Salinas, director general de Turismo de Valencia, Pere Durán, director del Consorcio Turismo de Barcelona y Arturo Bernal, director del Área Turismo del ayuntamiento de Málaga. La gran afluencia de público asistente a las jornadas y mesas redondas, ha sido el contrapunto al menor número de visitantes de la Feria, en particular, durante los dos días dedicados a los visitantes profesionales, aunque compensada con la mayor afluencia

durante el fin de semana. Otras actividades interesantes y con gran éxito, fueron el *workshop* de turismo idiomático, el *workshop* de empleo y formación turística de Andalucía y otros atractivos lúdicos como concursos, sorteos de viajes, talleres de danza, cata de vinos y degustaciones gastronómicas. ☺

**José Antonio
Fernández Cuesta**

