



ENTREVISTA A

MARÍA VALCARCE

DIRECTORA DE FITUR

María Valcarce es licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid y tiene además la Licenciatura Especial en Economía Europea por la Universidad Libre de Bruselas. Nativa española, habla también inglés y francés. Ha desarrollado toda su carrera profesional en la Institución Ferial de Madrid –IFEMA –, donde, desde 1997, ha venido dirigiendo distintas ferias para diversos sectores económicos como el del automóvil, las energías renovables y las TIC, entre otros; desde enero de 2019 es la directora de la Feria Internacional de Turismo, FITUR, además de la Feria Internacional de Seguridad, SICUR, la Feria de Puertas y Automatismos, SMART DOORS y el Salón Internacional de Climatización y Refrigeración C&R. Hemos hablado con ella y nos ha dado sus impresiones acerca del pasado y futuro de FITUR.

1

La edición del año pasado fue quizá una de las más especiales. El objetivo era marcar un punto de inflexión en el relanzamiento del turismo. ¿Qué valoración haces de aquella edición?

Yo la llamo la edición heroica de FITUR porque fue extraordinaria y exigió enormes esfuerzos por parte de IFEMA Madrid, pero también, y sobre todo, por parte de todos sus participantes. La preparamos en un tiempo de enormes incertidumbres y cada paso era complicado, pero, efectivamente, la llevamos a buen término en una operación caracterizada por la colaboración y que conduce a un éxito colectivo. Supuso una demostración al mundo de muchas cosas: que se podían hacer eventos y hacerlos de modo seguro, que el contacto cara a cara marca una diferencia cuando se trata de generar negocio, que España estaba preparada para recibir turistas de un modo controlado y seguro...

FITUR 2021 fue la primera de las grandes ferias mundiales de turismo que se desarrolló de forma presencial tras la crisis sanitaria y significó un hito

por esto y por lo que representó en términos de dinamización, generación de confianza y recuperación para todos los agentes que componen la cadena de valor de la industria turística. La feria se “hibridó” al desarrollar un complemento online innovador LIVE CONNECT que extendía el alcance geográfico y temporal de FITUR y generaba una comunidad profesional del turismo en nuestra plataforma. FITUR 2021 marcó ese primer paso hacia la reactivación, y esto fue posible gracias a todas las empresas, países y regiones que participaron, a la apuesta de los profesionales que nos visitaron en esta especial edición y, muy importante, a la gran industria turística española, al apoyo de todas las Comunidades y Ciudades Autónomas, que siempre brindaron un sólido respaldo a la feria expresado con su firme decisión de participar, y al respaldo del Ministerio de Turismo que nos reforzó con mensajes claros que despejaban dudas y que facilitó el especial tratamiento de viaje esencial para las asistencias a FITUR y la declaración de FITUR como Acontecimiento de Excepcional Interés Público.



María Valcarce, directora de FITUR.

2 ¿Y qué se espera de esta? ¿Cuáles serán las principales diferencias?

Esperamos un gran FITUR, ya dimensionado en línea con la feria líder que siempre ha sido y recuperando la normalidad en ese sentido. Todo apunta a que FITUR 2022 va a ser una gran edición, ocuparemos los ocho pabellones a ambos lados de la avenida central de nuestro recinto ferial, tendremos un gran despliegue de los destinos españoles, volvemos a reunir a todas las empresas habituales y alguna nueva que se suma, tendremos un pabellón de América a tope, con nuestro socio República Dominicana en un papel protagonista y, en general, una participación internacional muchísimo mayor que en 2021 y muy cercana a la que FITUR nos tiene acostumbrados. Contamos nuevamente con el apoyo imprescindible de toda la cadena de valor de esta industria, y, en definitiva, las previsiones de participación son muy buenas. Nuestro objetivo es que FITUR contribuya a la recuperación y al crecimiento del sector, proyecte la gran potencia turística que es España, sirva de dinamizador del mercado y del turismo mundial y que todos sus participantes cumplan los objetivos individuales que les traen a la feria.

3 ¿Qué novedades tendremos este año?

Volvemos a celebrar todas las secciones de la feria y cada una de ellas traerá contenidos renovados. Por ejemplo, en el caso de FITURNEXT, nuestro observatorio de sostenibilidad, vamos a poner el foco en la accesibilidad este año. Estrenaremos además una sección nueva, FITUR CRUISES, que va a constituir una gran atracción para el público del fin de semana. Haremos estas y todas las secciones FITUR MICE, FITUR TECHY, FITUR KNOW HOW & EXPORT, FITUR SCREEN, FITUR HEALTH, FITUR ENTERTAINMENT, FITUR LGBT+, FITUR TALENT, FITUR WOMAN y FITUR LINGUA.



NUESTRO OBJETIVO ES QUE FITUR CONTRIBUYA A LA RECUPERACIÓN Y AL CRECIMIENTO DEL SECTOR

4

¿Cuáles son las expectativas de participación para esta nueva edición?

Como decía antes, la respuesta de destinos nacionales, de empresas y de destinos internacionales es muy buena y marcadamente superior a la de 2021, muy cercana a 2019 o 2020; nos situaremos en un nivel de participación que estimamos será entre el 80 y el 85% de la edición récord de FITUR. Tenemos confirmado al máximo nivel de representación en destinos de España y también en el área de empresas tenemos todo prácticamente lleno. En el capítulo internacional ya estamos en aproximadamente un 73% del nivel récord de representaciones oficiales de países, alcanzado en la mejor edición de FITUR.

5

¿Cuál calcula que será el impacto económico para Madrid?

Este es un dato que estimamos una vez que conocemos los datos de visita y resulta prematuro aventurarse en ese cálculo. Espero que se acerque a los 300 millones de euros que generaban las ediciones pre-pandemia, pero hay que esperar un poco más para pronunciarse en esto.

6

Una última pregunta más general para acabar. En estos momentos, ¿cuál es el mayor reto que debe enfrentar la industria del turismo de España?

Estoy segura de que nuestra industria turística nos va a volver a demostrar su capacidad generadora de riqueza y empleo y su liderazgo mundial. Diría que hay dos retos fundamentales que son complementarios en cierto modo: ser capaces de pasar de la cantidad a la calidad, es decir, atraer viajeros de gasto medio elevado con una oferta de mayor valor añadido y, por otra parte, el reto de la sostenibilidad medioambiental y también social. Por otra parte, como otros sectores económicos, el turismo entrará a la era de los datos y enfrentará otros retos de transformación digital que prometen avances en gobernanza y competitividad.