

DENOMINACIÓN:

Acuerdo de 4 de febrero de 2025, del Consejo de Gobierno por el que se toma conocimiento del balance de la Junta de Andalucía en la Feria Internacional de Turismo FITUR 2025.

El Estatuto de Autonomía para Andalucía, en su artículo 37.1.14º, establece como uno de los principios rectores de las políticas públicas de la Comunidad Autónoma el fomento del sector turístico, como elemento económico estratégico de Andalucía. Asimismo, en su artículo 71, atribuye a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de turismo que incluye, en todo caso, la ordenación, la planificación y la promoción interior y exterior de Andalucía como destino turístico, funciones que conforme a lo previsto en el Decreto del Presidente 6/2024, de 29 de julio, sobre reestructuración de Consejerías, desempeña la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior, de acuerdo con el Decreto 166/2024, de 26 de agosto, por el que se establece su estructura orgánica.

La Feria Internacional de Turismo FITUR 2025, celebrada en Madrid entre los días 22 y 26 de enero, es el punto de encuentro global para los profesionales del turismo y la feria líder para los mercados receptivos y emisores de Iberoamérica, feria que se ha convertido en cita imprescindible para los profesionales del turismo mundial.

En esta 45ª edición de FITUR, Andalucía se ha consolidado como líder indiscutible del mercado turístico nacional y uno de los referentes más singulares para el turismo internacional. Para ello, se acudió a la relevante cita -una de las tres más importantes del mundo para el sector -con un stand innovador y ambicioso que ocupó 7.200 metros cuadrados, 700 más que en la edición de 2024, abarcando la mayor superficie dispuesta hasta la fecha y ocupando la totalidad del Pabellón 5 del recinto ferial madrileño. Con una estructura a doble planta, el stand se diseñó para reflejar la identidad única de cada destino de la Comunidad dentro de la marca común de Andalucía, destacando por su plaza central rodeada de los reconocidos *skylines* de monumentos, paisajes y elementos culturales andaluces.

Bajo el lema de la nueva campaña de comunicación andaluza “Surrender to the Andalusian Crush”, la decoración del pabellón combinó tecnología, tradición y sostenibilidad en torno a tres zonas principales:

1. Zona de impacto y bienvenida, diseñada para una primera impresión memorable que incluyó puntos de información, pulseras inteligentes para personalizar la visita, espacios personalizados como el dedicado a las ciudades andaluzas Patrimonio Mundial y el impactante mapa de Andalucía en *Minecraft*, para destacar las nuevas formas de hacer promoción de Andalucía destinadas a la Generación Z.
2. Zona de destinos y experiencias, en el corazón del stand, donde cada provincia contó con espacio propio para su promoción junto a otros destinos destacados, así como con mesas de trabajo y espacio específico para presentaciones y actividades.
3. Zona de negocio y desarrollo profesional, *Business Area*, destinada exclusivamente a la generación de negocio, con espacios sectorizados para las empresas asistentes.

Durante los tres primeros días de la feria, dedicados a los profesionales turísticos, el stand presentó innovaciones como una *Web App* que conectó a los asistentes y permitió personalizar la visita, facilitando la programación de actividades, como la de “Latir de Andalucía”, consistente en un mapa interactivo que reflejaba en tiempo real las emociones generadas en cada espacio del stand. También contó con espacios para demostraciones gastronómicas, zona de artesanos, simuladores deportivos y, durante el fin de semana, actividades y talleres para todo tipo de públicos.

En los dos días de apertura al público general, el pabellón se transformó para atraer a los visitantes y potenciales turistas, ofreciendo actuaciones, actividades culturales, cine de verano con proyección de cortos y

documentales andaluces y talleres interactivos.

El stand de Andalucía ha destacado como punto de encuentro clave para impulsar la internacionalización del turismo regional, ofreciendo numerosas oportunidades de captación de inversiones y generación de contactos comerciales, posicionando a la comunidad como destino global.

La participación de empresas andaluzas en la *Business Area* del stand fue especialmente relevante, toda vez que la Consejería de Turismo y Andalucía exterior situó el foco en reforzar la generación de negocio, para lo cual se amplió en esta edición la zona de trabajo profesional hasta los 953 metros cuadrados, un 27% más que en 2024, permitiendo la participación de 240 empresas andaluzas. La mayor cifra registrada hasta la fecha.

Los resultados obtenidos reflejan una alta aceptación de la muestra andaluza.

Según los datos del sistema de conteo inteligente que la Consejería instaló en el stand, y que tiene en cuenta la visita recurrente, se contabilizaron más de 222.700 visitas de personas que interactuaron y permanecieron en el espacio de Andalucía durante la feria, un 5,5% más que en la anterior edición.

El stand desplegado por Andalucía en FITUR 2025 registró más de 141.000 visitantes, similar al año anterior, de los que 93.000 fueron profesionales asistentes en los tres primeros días del evento ferial (+8,5%) y 48.100 corresponden a público general durante el fin de semana.

Por su parte, en la *Business Area*, las 240 empresas asistentes celebraron 6.760 reuniones, un 12% más que en la pasada edición. Según la encuesta realizada por la Consejería, estos profesionales realizaron una media de 15,3 encuentros cada uno (9,3 de ellos, nuevos) y cerca del 70% tienen buenas expectativas de cerrar negocios fruto de las citas mantenidas en el pabellón de la Comunidad. La práctica totalidad de ellos (99,5%) destaca la incidencia positiva de FITUR para el turismo de Andalucía, mientras que el 96,3% consideró que es rentable para los asistentes, alcanzando al 64% los que finalizaron el encuentro con mejores expectativas de negocio que el año anterior.

En cuanto a las salas dispuestas en el stand, incluyendo las destinadas a los patronatos y agencias de turismo de las Diputaciones provinciales, cabe destacar que se realizaron más de 500 presentaciones profesionales. Entre estas, destacó la rueda de prensa de inauguración realizada por el presidente de la Junta de Andalucía, en la cual reveló los buenos resultados de la industria turística andaluza en 2024 y, en particular, los cerca de 30.000 millones de euros de impacto generado por el turismo en la producción andaluza (un 13,3% nominal más que en 2023, duplicando el crecimiento de turistas recibidos).

La Consejería de Turismo y Andalucía Exterior también protagonizó varias presentaciones, destacando la realizada para dar a conocer la nueva estrategia emprendida para situar a Andalucía como destino mundial de referencia en sostenibilidad. Una estrategia que se centra en el fomento del empleo y el desarrollo local, la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos a través del turismo y la protección y conservación de los recursos. Y que se basa en tres pilares: innovación, promoción y comunicación.

En cuanto a innovación, la Consejería está elaborando la nueva Ley del Turismo Sostenible de Andalucía, con objeto de modernizar el sector, así como el primer Plan de Acción Climática para el turismo y el proyecto "Nexus", que utilizará inteligencia artificial para transformar datos en información estratégica e impulsará la formación especializada. Por lo que respecta a la promoción, se detallaron las medidas adoptadas para una distribución más equilibrada del turismo en el tiempo y el territorio, favoreciendo la realización de eventos y rutas ecoturísticas y culturales de bajo impacto ambiental y los acuerdos que mejoren la conectividad. Finalmente, en comunicación, se dio a conocer que se diseñarán campañas de sensibilización para turistas y residentes, estando ya en elaboración el primer Código Ético del Turismo en Andalucía.

Durante esa presentación, acompañaron al Consejero de Turismo y Andalucía Exterior representantes de relevantes empresas tecnológicas que participan en el desarrollo de dicha estrategia, como el responsable global de turismo de *Microsoft*, quien anunció que Andalucía albergará su primer centro de innovación turística a

nivel mundial, donde implementarán sus tecnologías turísticas y estrenarán el primer curso de Inteligencia Artificial para el Turismo que ha elaborado el gigante tecnológico. Asimismo, el responsable de sector público de *LinkedIn* comentó que su plataforma ayudará a mejorar la empleabilidad y capacitación del sector turístico andaluz. Por su parte, el director para Europa de *Simpleview* avanzó que proporcionarán su experiencia en materia de gestión, marketing, sostenibilidad y regeneración turística de los destinos. Y, por último, el responsable de turismo de *Amazon Ads* recordó el trabajo realizado con la campaña *Andalusian Crush* en la plataforma *Amazon* y su carácter transgresor, que supuso, por primera vez en España, que se uniesen todas las unidades de negocio de la multinacional estadounidense para alcanzar el objetivo perseguido por la Consejería (captar turistas segmentados).

Otras presentaciones de interés fueron las realizadas en torno a la marca "Parque Natural", para promover el turismo sostenible en espacios protegidos; la inclusión de la Geoda de Pulpí en la lista indicativa de Patrimonio Mundial; el apoyo a la Gran Procesión del Jubileo en Roma como atractivo turístico internacional; o las vinculadas con el turismo deportivo y la amplia variedad de eventos que tendrán lugar en la comunidad.

En consecuencia, FITUR 2025 reafirmó el liderazgo de Andalucía como referente turístico, destacando su capacidad de innovación, sostenibilidad y promoción y cumpliendo las expectativas de la Consejería, especialmente en lo relacionado con la actividad empresarial desarrollada en el stand, objetivo marcado específicamente para esta edición.

Así, teniendo en cuenta la repercusión de FITUR 2025 y su incidencia en el desarrollo del turismo en Andalucía, que constituye uno de los sectores estratégicos de su economía, se considera oportuno que el balance de la participación en la misma sea conocido en el seno del Consejo de Gobierno.

En su virtud, de conformidad con el artículo 27.22 de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía, a propuesta del Consejero de Turismo y Andalucía Exterior y previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión del día 4 de febrero de 2025, se adopta el siguiente

ACUERDO

Tomar conocimiento del balance de la Junta de Andalucía en la Feria Internacional de Turismo FITUR 2025.

Sevilla, 4 de febrero de 2025.

Juan Manuel Moreno Bonilla
PRESIDENTE DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Carlos Arturo Bernal Bergua
CONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR