

Anexo II (b)

**Acuerdo del Consejo de Gobierno, por el que se toma conocimiento del balance de la Junta de Andalucía
en la Feria Internacional de Turismo FITUR 2026**

RELACIÓN DE DOCUMENTOS

TODOS DOCUMENTOS DEL EXPEDIENTE SON ACCESIBLES

N.º ORDEN	DENOMINACIÓN DEL DOCUMENTO
1	Memoria Justificativa de la Secretaría General para el Turismo (04.02.2026)

En virtud de lo establecido en el Acuerdo de 17 de diciembre de 2013, del Consejo de Gobierno, por el que se adoptan medidas para la transparencia del Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía, y dando cumplimiento a las Instrucciones de coordinación para asegurar la homogeneidad en el tratamiento de la información en cumplimiento de lo establecido en el citado Acuerdo, se emite la presente propuesta sobre la aplicación de los límites de acceso de los documentos que integran el expediente relativo al asunto indicado.

EL VICECONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

C/ San José, 13.
41004 Sevilla
Telf: 955064171
Correo-e: coordinacion.vice.ctae@juntadeandalucia.es



Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	VICTOR MANUEL GONZALEZ GARCIA	12/02/2026	
VERIFICACIÓN	Pk2jmRU4JZL3WCJ3GZGLXQ3VAM53LK	PÁG. 1/1	

Memoria justificativa del Acuerdo del Consejo de Gobierno del balance de la Junta de Andalucía en la Feria Internacional de Turismo FITUR 2026.

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 interna y externa de Andalucía, funciones que corresponde desempeñar a la Consejería que, en cada momento, tenga atribuidas las competencias en materia de turismo.

A su vez, el artículo 3 de la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía señala que corresponde a la Administración de la Junta de Andalucía la promoción interna y externa de la imagen turística de Andalucía, estableciéndose, asimismo, en el artículo 56 como uno de los principios de actuación en la materia, la consideración de Andalucía en su conjunto como destino turístico global con tratamiento unitario en su promoción fuera de su territorio, así como la potenciación del destino turístico de Andalucía en el mercado nacional e internacional, favoreciendo el ajuste adecuado entre las acciones promocionales a desarrollar y las demandas del mercado.

La Feria Internacional de Turismo FITUR, que celebró en Madrid su 46ª edición durante los pasados días 21 a 25 de enero, constituye el principal punto de encuentro para los profesionales nacionales e internacionales del sector turístico y una de las citas de referencia para los mercados receptores y emisores a nivel mundial, configurándose en foro imprescindible para la promoción, comercialización y posicionamiento de los destinos turísticos ante el creciente escenario de competencia global.

FITUR 2026 tuvo lugar en un contexto social y humano especialmente sensible para Andalucía, marcado por el grave accidente ferroviario ocurrido en Adamuz en fechas inmediatamente anteriores al inicio de la feria. En señal de respeto y solidaridad con las víctimas, sus familias y el conjunto de la sociedad, la Junta de Andalucía tomó la decisión de suspender la agenda y la presencia institucionales de alto nivel previstas en el evento, manteniéndose la actividad técnica y profesional necesaria para garantizar el adecuado desarrollo de la participación andaluza y el cumplimiento de los compromisos adquiridos con el sector y los operadores turísticos.

Andalucía mostró su oferta en la feria con el mayor stand de su historia, distribuido sobre una superficie superior de unos 7.200 metros cuadrados y diseñado como un espacio integral de promoción, experiencia y negocio. El stand acogió la presencia de más de 200 empresas turísticas andaluzas y la representación de 20 destinos de la Comunidad, incluyendo las ocho provincias e integrando la oferta regional en sus diferentes segmentos y tipologías.

La propuesta andaluza, dotada con un presupuesto de 4,4 millones de euros, se estructuró a partir de la singularidad de Andalucía como destino, a través de las campañas “Surrender to the Andalusian Crush” y “El Trato Andaluz”, combinando tecnología, tradición e innovación, y concibiendo el pabellón no solo como un espacio de exhibición, sino como una herramienta estratégica al servicio del sector turístico andaluz y de su proyección internacional.

El volumen de visitas recibidas en el stand regional se situó en torno al 23% de los asistentes al recinto ferial, cifra inferior a la registrada el año anterior, condicionada por las extraordinarias y trágicas circunstancias ya conocidas.



Avda. de la Guardia Civil, 1
41013, Sevilla.

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	YOLANDA DE AGUILAR ROSELL	04/02/2026	
VERIFICACIÓN		PÁG. 1/3	



En el ámbito exclusivamente técnico, el análisis comparativo de los resultados profesionales alcanzados en FITUR 2026 pone de manifiesto una evolución claramente positiva. En particular, se observa una mejora sustancial en la calidad de los contactos generados en el stand, en la intensidad de la actividad comercial y en las expectativas de negocio asociadas a la presencia en la feria, aspectos que constituyen indicadores clave del rendimiento de la participación.

Profundizando en los resultados profesionales, los datos reflejan un incremento notable de actividad en la zona de trabajo del stand. Así, se contabilizaron 8.542 reuniones, un 26,4% más, situando el volumen de contactos realizados por los profesionales andaluces en una media de 19,2, lo que supone un 25,5% más que el año anterior. De estos, una parte significativa correspondió a nuevos contactos, evidenciando la capacidad del espacio para generar nuevas oportunidades comerciales. Igualmente, el 76,9% de los profesionales andaluces manifestó tener buenas expectativas de firmar contratos como resultado de su participación en FITUR 2026, frente al 68,1% registrado en la edición anterior, lo que supone, con casi 9 puntos porcentuales más, un impulso significativo en términos de rentabilidad percibida y proyección de negocio. La valoración global del stand de Andalucía por parte de los profesionales asistentes aumentó hasta los 7,9 puntos sobre 10, destacando especialmente aspectos como la capacidad de generación de negocio y el fortalecimiento de contactos existentes.

En el caso de los profesionales no andaluces que visitaron el stand, los resultados muestran igualmente una evolución favorable, pasando el número medio de contactos realizados de 4,7 a 11,8, y mostrando una buena valoración de la calidad de las relaciones establecidas. La incidencia positiva de FITUR para el turismo de Andalucía fue reconocida por la práctica totalidad de los profesionales encuestados, confirmando la percepción de la Comunidad como un destino atractivo, competitivo y fiable desde el punto de vista empresarial.

Por lo que respecta al público general, el stand de Andalucía obtuvo una valoración media de 8,4 puntos sobre 10, destacando especialmente el diseño, la organización del espacio, la calidad de la información disponible y la atención recibida. Más de la mitad de los visitantes manifestó su intención clara de visitar Andalucía tras su paso por el pabellón, siendo los segmentos de litoral, turismo cultural y naturaleza los que despertaron un mayor interés, reforzando el peso promocional de la participación andaluza en la feria también en términos de demanda potencial.

La programación desarrollada en el pabellón, que combinó actividades experienciales, culturales, gastronómicas y deportivas, contribuyó a dinamizar el espacio y a ofrecer una imagen diversa y atractiva del destino, si bien el eje central de la participación se mantuvo claramente orientado a la actividad profesional y a la generación de negocio, en coherencia con los objetivos estratégicos definidos por la Consejería.

En conjunto, los resultados obtenidos en FITUR 2026 evidencian la consolidación del nuevo modelo iniciado durante la presente legislatura, basado en el crecimiento sin la pérdida de identidad, en “atraer sin invadir y emocionar sin desgastar” a partir de la mejora de la sostenibilidad del destino, la defensa de la calidad frente a la cantidad, del valor añadido frente al mero impacto numérico y de la profesionalización de la promoción turística como palanca de desarrollo económico y territorial. La evolución positiva de los indicadores profesionales y de negocio, incluso en un contexto excepcional y doloroso para Andalucía como el de esta pasada edición, puso de manifiesto la capacidad de adaptación de la estrategia turística andaluza y la fortaleza del sector para mantener su resiliencia y competitividad en escenarios complejos.

En consecuencia, y a la vista de la información expuesta, se considera oportuno que el Consejo de Gobierno tome conocimiento de este balance, que refuerza el posicionamiento de Andalucía como destino turístico de

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	YOLANDA DE AGUILAR ROSELL	04/02/2026	
VERIFICACIÓN		PÁG. 2/3	



referencia y consolida la orientación estratégica hacia un turismo más sostenible, profesional y generador de valor.

LA SECRETARIA GENERAL PARA EL TURISMO

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	YOLANDA DE AGUILAR ROSELL	04/02/2026	
VERIFICACIÓN		PÁG. 3/3	