

El Gobierno regional y la Organización Mundial del Turismo han presentado unas guías relacionadas con esta actividad

La Comunidad de Madrid analiza en FITUR las tendencias en turismo cultural para impulsar el crecimiento sostenible

- En un contexto de expansión del sector, es uno de los segmentos que mayor auge está experimentando
- Entre las propuestas figura la atracción de viajeros de calidad, la gastronomía como vehículo de valores culturales y promocionar espacios como escenario de series o películas

18 de enero de 2023.- La Comunidad de Madrid ha presentado hoy, en el marco de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), las conclusiones del informe sobre turismo cultural que analiza las tendencias que se vienen registrando en este segmento en auge, donde se incluyen unas guías de actuación para impulsar el crecimiento sostenible.

Este documento supone para la región, según el viceconsejero de Cultura y Turismo, Daniel Martínez, “una gran oportunidad para reflexionar con el fin de conocer las tendencias del modelo, propiciando la generación de empleo y atracción de inversiones”.

“Nuestro objetivo es anticipar necesidades globales para entender cómo será el futuro de la gestión turística de destinos como el nuestro, y poder compartir estas conclusiones con todos aquellos que lo deseen”, ha apostillado. Con el apoyo de un grupo de expertos, se han identificado los retos en esta materia, como la necesidad de una gestión sostenible tanto de los destinos como de los recursos, así como promover esta actividad en áreas rurales y con baja demanda.

En estas guías, elaboradas por el Gobierno regional y la Organización Mundial del Turismo (OMT), también se han abordado cuestiones como el papel de la promoción, la colaboración público-privada, el riesgo de la cohesión social en los centros urbanos o las consecuencias medioambientales de este tipo de actividad.

Entre las propuestas figura también la atracción de viajeros de calidad, que no implica necesariamente un alto poder adquisitivo. Asimismo, se plantea la necesidad de estudiar con mayor profundidad cómo se produce el impacto económico en los destinos, conocer mejor al visitante y educar en sostenibilidad

turístico-cultural como salvaguarda de los valores tangibles e intangibles de los destinos.

En particular, se insta a los destinos a implementar estrategias a largo plazo, utilizar la gastronomía como vehículo de valores culturales y a promocionarse convirtiéndose en escenario de series o películas.

Con respecto al papel de las instituciones y de las empresas, se aconseja que ejerzan un rol proactivo en la promoción y comercialización de los recursos que gestionen; que desarrollen nuevas herramientas de comunicación; se comprometan con la calidad del empleo, así como que conciencien a los turistas en materia de conservación.