



La directora de la Oficina de Cultura y Turismo, Anunciada Fernández de Córdoba, ha sido la encargada de la clausura

La Comunidad de Madrid celebra la I Jornada de Turismo y Marketing

- El sector del turismo tiene un impacto económico para la región de 6.000 millones de euros
- Más de 100 agencias se han interesado en el concurso para crear la marca única para Madrid como destino turístico
- La región fue visitada en 2015 por más de 11 millones de personas, lo que supone un 8,6 por ciento más que en 2014

27 de abril de 2016.- La Oficina de Cultura y Turismo ha celebrado la I Jornada de Turismo y Marketing de la Comunidad de Madrid con la finalidad de aunar los esfuerzos de todos los sectores implicados para hacer de la región un destino turístico mundial de primer orden y, además, que las administraciones locales aprovechen la oportunidad de reactivar la economía de sus municipios.

La jornada, organizada junto con la Asociación de Marketing de España, y clausurada por la directora de la Oficina, Anunciada Fernández de Córdoba, ha reunido a representantes de los municipios, asociaciones territoriales, organizaciones relacionadas con el turismo y personal de la Oficina de Cultura y Turismo, y en ella se han abordado los retos del turismo en la región.

En este sentido, Fernández de Córdoba ha recordado que los datos son muy favorables para la Comunidad de Madrid, que durante el pasado año recibió más de 11 millones de visitantes, lo que supone un incremento del 8,6 por ciento respecto al año anterior, además de un impacto económico de más de 6.000 millones de euros, unas cifras que se espera mejorar este año.

UNA NUEVA ETAPA, UN NUEVO MODELO

La directora ha subrayado que estos datos apuntan a que el sector turístico es el principal motor económico y de creación de empleo en España y en la Comunidad de Madrid. “Estamos en un momento en el que se abre una nueva etapa en nuestra región en la que debemos propiciar un cambio de modelo y de actitud, y estas jornadas nos han dado claves para mejorar”, ha añadido.



No obstante, Fernández de Córdoba ha señalado que el objetivo del Gobierno regional es ayudar a crecer, pero no de cualquier manera, “pues priorizamos un modelo sostenible que genere bienestar para aquellos que nos visitan y con una oferta de calidad en los diferentes sectores y segmentos turísticos: compras, ocio, deporte, gastronomía, naturaleza, idiomas, ferias y congresos”.

La directora ha afirmado que el reto está en conocer el nuevo horizonte digital, la orientación del marketing en este entorno y potenciar la competitividad turística de los recursos territoriales. “Debemos ser capaces de poner en valor aquellos elementos que nos diferencian y sirvan de reclamo a los turistas tradicionales y a los que buscan nuevas experiencias”, ha aseverado.

Por ello, Fernández de Córdoba ha abogado por la modernización, la colaboración y la innovación, “que sin duda exigen un salto hacia delante que estoy segura de que vamos a dar”, y ha animado a los asistentes a la jornada a seguir trabajando por la “buena línea, pero siendo conscientes de que todavía es mucho lo que podemos ofrecer a quien visite la Comunidad de Madrid”.

CONCURSO MARCA ÚNICA MADRID

En este sentido, el director general de Turismo, Carlos Chaguaceda, que ha inaugurado la jornada, ha incidido en la necesidad de que la región y la ciudad de Madrid se beneficien de tener una marca única que aúne todos los atractivos turísticos “con el fin de hacer llegar al mayor número de personas que Madrid es un destino imprescindible, lleno de propuestas y en un entorno acogedor”.

Chaguaceda ha recordado que el pasado 18 de abril se ha cerrado el primer plazo para la presentación de candidaturas para el concurso de la marca única Madrid y más de cien agencias se han interesado. “Queremos que quienes nos visitan conozcan la oferta cultural, patrimonial, de ocio, medioambiental y deportiva y para ello queremos ofrecer un turismo de calidad”, ha concluido.