

La FEMP apuesta por la digitalización y la sostenibilidad para mantener el liderazgo turístico

Asegurar la “actualización, diversificación y mejora constante de la oferta turística de nuestros municipios” exige apostar por la sostenibilidad desde todos los frentes, por la digitalización y también por la calidad. Así lo manifestó la Presidenta de la FEMP, María José García-Pelayo, ante el aforo de participantes en la Jornada sobre Turismo organizada por Europa Press.



Redacción

María José García-Pelayo, aseguró que *“en la FEMP tenemos muy claro que es el momento de seguir apostando por la actualización, la diversificación y la mejora constante de la oferta turística de nuestros municipios, que pasan ineludiblemente por avanzar hacia la digitalización y la sostenibilidad medioambiental, social y económica de los destinos como única vía para seguir siendo competitivos y mantener un liderazgo internacional”*. En España, añadió, *“el turismo es más que una industria”*, forma parte de la identidad y de la economía del país y *“debemos avanzar con una visión clara y sostenible que permita el crecimiento económico sin sacrificar lo que hace de España un destino tan especial”*.

La Presidenta de la FEMP abrió con su intervención la Jornada sobre Turismo, organizada por Europa Press, se refirió también a la Marca España subrayando que *“los municipios y provincias sumamos para hacerla fuerte, porque Marca España somos todos, desde el municipio más pequeño a las capitales más grandes”*. Con ello animó a trabajar unidos *“para que nuestro territorio siga siendo un gran receptor de turismo de calidad”*.

Prioridades de la FEMP

La Presidenta hizo referencia a la evolución de los datos del sector turístico, fuertemente afectado en la pandemia, y a su recuperación, destacando que los buenos resultados de 2022 ya habían sido superados por los de 2023 antes de finalizar en año: en 2023 el número de turistas internacionales acumulado de enero a octubre superó los 74,7 millones de personas, frente a los 71,6 que visitaron nuestro país en los doce meses de 2022; en gasto, estos turistas hicieron casi 95.000 millones de euros en los diez primeros meses de 2023, superando con amplitud los 87.100 del año 2022 completo.

En cuanto a las actuaciones de la FEMP en el ámbito turístico, explicó que las prioridades quedaron marcadas en las resoluciones aprobadas en el XIII Pleno de la Federación, en septiembre pasado, diez resoluciones *“que son la hoja de ruta de la Comisión de Turismo”* y que incluyen también



líneas a seguir en el ámbito del turismo de reuniones (MICE) o el turismo termal. En estas dos líneas concretas (el MICE, a través de la actividad e impulso marcados desde el Spain Convention Bureau, SCB, y el termal a través de Villas Termal), la FEMP está potenciando la innovación, digitalización y sostenibilidad a través del *“Programa de Experiencias Turismo de España”*, vinculado al Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Se refirió también a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes y subrayó la relevancia de la transformación digital, fundamental para mejorar la experiencia turística y optimizar la gestión de los municipios. La digitalización es, a juicio de la Presidenta de la FEMP, igualmente relevante para actuar frente al reto demográfico con la captación de nómadas digitales también en áreas rurales.

En materia de calidad, María José García-Pelayo recordó que los Gobiernos Locales llevan mucho tiempo comprometidos con la mejora de la calidad en los servicios turísticos de sus territorios y subrayó el compromiso local con el Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos, SICTED, que ha contribuido a impulsar modelos más formados y profesionales en el sector.