

TURISMO GASTRONÓMICO Y SU ACTUAR EN LA REACTIVACIÓN



La actividad turística se caracteriza en la actualidad por grandes cambios motivados por la necesidad de adaptarse a una demanda cada vez más exigente y activa. Así, y entre otros cambios, nos encontramos con que los viajeros suelen realizar más viajes a lo largo del año, aunque de menor duración, están más informados tanto del destino como del producto (fundamentalmente a través de Internet) o buscan nuevos tipos de recursos turísticos. Fruto de todos estos cambios, aparece un turismo temático entre el cuál destaca lo relacionado con la recuperación de la herencia cultural y social de las áreas geográficas, el contacto con la naturaleza y el conocimiento de las costumbres de la propia comunidad local.

Así, en los últimos años se está produciendo una apuesta decidida por todo lo asociado con la gastronomía, como reflejo de la identidad cultural propia de una zona geográfica. En este sentido, gastronomía y turismo (y engarzado con la cultura local) aparece como una simbiosis perfecta para que los visitantes puedan adquirir un producto distinto y conocer un destino diferente, propiciando, de esta manera, el desarrollo económico de determinadas áreas y basado todo ello en el concepto de desarrollo sostenible

Por tanto, el turismo gastronómico se puede definir como un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculado con la comida y con productos y actividades afines. Además de experiencias gastronómicas auténticas tradicionales y o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades afines tales como la visita a productores, locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina (OMT. 2017).

Todo este desarrollo venía produciéndose hasta el año 2020, el cual se detuvo producto de la pandemia causada por el Covid 19, donde el mundo se detuvo por unos meses, los restaurantes cerraron, los viajes se restringieron. Pero ahora que ya existen los protocolos sanitarios y la actividad turística comienza a reactivarse, las personas comienzan a desplazarse, se abren las fronteras áreas. Es el momento de recomenzar con nuevas energías y para ello la actividad gastronómica debe buscar nuevos elementos para capturar el interés del visitante y que mejor que a través de la comida para ello lo ideal es

que busque un elemento diferenciador y se apegue a su cultura a lo típico a sus raíces y a lo local.

De ahí que las palabras claves es esta reactivación se han Reinventarse, Adaptarse y volver a lo local serían los elementos importantes que nos ayudarían a obtener mejores resultados todo esto acompañado de un servicio de excelencia y siempre mostrando preocupación y estima por el turista lo que se traduce en mostrar una genuina hospitalidad.

Esto se puede apreciar en las palabras del Subsecretario de Turismo, José Luis Uriarte, señalando que “la gastronomía es una aliada fundamental del turismo y es parte importante de la experiencia del turista Es un elemento indispensable para conocer la cultura y el modo de vida de un territorio, por lo que potenciarla será fundamental para el posicionamiento de los destinos que volverán a recibir visitantes una vez que la situación sanitaria lo permita, dependiendo en la fase que este cada localidad.

Dentro de esta reactivación hay voces especializadas que dan luces de esperanzas al sector gastronómico como la periodista Dalma Díaz Pinto, quien es embajadora certificada de World Food Travel Association (WFTA), quien expuso recientemente en una conferencia del 18 de noviembre “ Turismo Gastronómico, una manera innovadora, sabrosa y sostenible de viajar “. Quien plantea que el turismo gastronómico es un práctica, una herramienta un actor clave para la reconstrucción del turismo en Chile.

“El turismo gastronómico no es comida y bebida. Es el acto de viajar, para buscar el sabor de un lugar, y llevarse a través de éste, un sentido del destino. Es una experiencia integrada donde participa lo que desde la Asociación Mundial de Turismo Gastronómico WFTA, quien fundó y lidera esta industria a nivel internacional, se denomina clúster del turismo Gastronómico, conformado por negocios de comida y bebida, negocios de viaje y de hospitalidad” indico Dalma Díaz Pinto.

En esta seminario se destacaron cifras que representan oportunidades para la industria del turismo gastronómico para mover las economías locales 7,2 de 10 pasajeros, elige un destino por su comida y bebida; 49% de los viajeros son viajeros de bebidas; 53% de los viajeros de ocio, son viajeros gastronómicos; los viajeros gastronómicos, gastan un 24% más que los otros viajeros en un destino, lo que implica que el turismo gastronómico entrega en promedio, un 25% de beneficio económico a un destino.

Fuente: Subsecretario de Turismo y Aptur (Asociación de Periodista de Turismo) Específicamente artículo de la periodista Dalma Díaz Pinto.