



Madrid, 7 de junio de 2021

La concejala delegada de Turismo ha presentado el Plan Estratégico de Turismo 2020-2023 de la Ciudad de Madrid a la Asociación de Empresas Hoteleras

Madrid quiere incrementar un 40 % el gasto medio por turista en los próximos tres años

- La estrategia turística de la capital pasa por el refuerzo de la colaboración público-privada, con alianzas con las empresas de mayor experiencia en acciones relevantes
- El Consistorio cerrará acuerdos sectoriales con las asociaciones más representativas y reforzará la capacitación y la formación de los profesionales para ganar en competitividad
- El sector hotelero es clave para elevar la experiencia de los visitantes a través de la creación de vivencias exclusivas

La concejala delegada de Turismo, Almudena Maíllo, ha presentado hoy a la Asociación de Empresas Hoteleras de Madrid el Plan Estratégico de Turismo 2020-2023, en el que los hoteles también tienen un papel fundamental. Con la vista puesta en los próximos tres años, Madrid quiere incrementar el gasto medio diario por turista en un 40%, pasando de los 270 euros de gasto antes de la pandemia hasta los 375 euros, así como elevar la estancia media turística en la ciudad hasta las tres noches antes de 2030.

Maíllo ha explicado a los empresarios hoteleros que la crisis provocada por la COVID-19 debe servir al sector para replantear el turismo del mañana y, por ello, desde el Ayuntamiento de Madrid “queremos ofreceros todo nuestro apoyo, conocimiento y recursos. Vamos a apostar por la transformación digital para liderar el futuro y dar respuesta a las preguntas fundamentales para atraer turismo de mayor calidad y de mayor impacto económico, al tiempo que lo hacemos de una forma segura y sostenible, convirtiendo a la ciudad en un destino turístico con huella neutra de carbono”.

Los ejes de actuación recogidos en el plan estratégico son posicionar a la capital en entre los mejores destinos urbanos del mundo; trabajar especialmente con mercados de Asia, Norteamérica, Latinoamérica y Oriente Medio, potenciando la conectividad aérea con Oriente; así como reforzar los productos turísticos como gastronomía, cultura, patrimonio y compras. Para lograrlo, el Ayuntamiento de Madrid contempla planes de acción público-privados que incluyan alianzas con las empresas que cuentan con mayor experiencia en acciones relevantes; convenios sectoriales con las asociaciones más representativas de los productos turísticos; creación de experiencias únicas y diferenciadoras respecto a los destinos competidores; desarrollo de rutas inspiradoras

Dirección General de Comunicación

Calle Montalbán nº1 Planta 3
Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es

twitter: [@MADRID](https://twitter.com/MADRID)

facebook: [@ayuntamientodemadrid](https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid)

teléfono: +34 91 588 22 40

mail: prensa@madrid.es

web: madrid.es



por todos los rincones de la ciudad; impulso de una transformación cultural y una adaptación a las nuevas necesidades del turista y apuesta por la formación y la capacitación de los profesionales del sector.

Servicios de alto impacto

Almudena Maíllo ha asegurado que su área va a liderar algunos de los servicios que mayor repercusión tienen en la ciudad y que proporcionarán una gran exposición en el mercado internacional, servicios ya líderes y consolidados como Madrid Convention Bureau, otros que deben facilitar la información más precisa y útil a la industria de nuestra ciudad como el Centro de Inteligencia Turístico, también Madrid Film Office, que proporcionará una proyección internacional de la ciudad haciendo de ella un destino aspiracional para un nuevo perfil de turista o los centros de información al visitante, que serán más experienciales y tecnológicos y contribuirán al impulso del comercio y de los recursos turísticos de las áreas de influencia donde están ubicados.

Por último, la concejala delegada ha explicado la importancia de crear experiencias exclusivas para los turistas como factor diferenciador de Madrid en todos los mercados. “Serán experiencias pensadas para cada perfil -ha asegurado- y adaptadas a las necesidades, preferencias, gustos y motivaciones de nuestros visitantes”. Estarán comercializadas y distribuidas tanto por el departamento de turismo como por el propio sector a través de todo tipo de plataformas./

Dirección General de Comunicación

Calle Montalbán nº1 Planta 3

Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es

twitter: [@MADRID](https://twitter.com/MADRID)

facebook: [@ayuntamientodemadrid](https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid)

teléfono: +34 91 588 22 40

mail: prensa@madrid.es

web: madrid.es