



Madrid, 14 de junio de 2022

Almudena Maíllo participa en la presentación del primer informe europeo de turismo prémium promovido por la Alianza Europea de Industrias Creativas y Culturales

El turismo de alto impacto, gran impulsor de la industria turística madrileña

- Madrid es la ciudad española que registra un mayor gasto medio diario realizado por los visitantes de este segmento con 272 euros
- La capital es la tercera ciudad europea donde más se han recuperado las ventas del turismo de compras de enero a junio respecto al mismo periodo de 2021
- El potencial cultural de la capital, su oferta gastronómica y de compras son los valores diferenciales de Madrid en este ámbito frente al resto de destinos
- El Ayuntamiento apuesta por la formación y capacitación del sector como herramienta clave para impulsar el turismo de alto impacto en la capital

El turismo de alto impacto es uno de los segmentos con más relevancia y capacidad de crecimiento en la industria turística de toda Europa y un eje clave en la estrategia turística de la capital. Así lo ha asegurado hoy la concejala delegada de Turismo, Almudena Maíllo, durante el acto de presentación del primer Informe Europeo de Turismo de Alto Impacto, un estudio promovido por la asociación española Circulo Fortuny y realizado en colaboración con la consultora Bain & Company bajo el impulso de la Asociación de Industrias Culturales y Creativas (ECCIA). Esta cita ha supuesto un nuevo punto de encuentro con el sector turístico madrileño en la que se ha analizado el gran potencial de este segmento para situar a la capital como referente del turismo de alta gama.

Según ECCIA, en España el turismo de alto impacto tiene un valor aproximado de entre 20.000 y 25.000 millones de euros, procedente en su mayoría de visitantes extranjeros. Cerca del 50 % del gasto de estos turistas se realiza en cultura, entretenimiento y compras y casi el 30 % en alojamiento. El gasto del turista de alto impacto en España es cuatro veces mayor que el del resto de viajeros y Madrid es la ciudad española que registra un mayor gasto medio diario por parte de estos visitantes, con 272 euros. Además de esta notable repercusión económica, este

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



segmento aporta otros beneficios directos e indirectos que van desde la creación de empleo a la mejora de la percepción de la oferta turística global o la atracción de inversión.

Incremento de las ventas 'tax free'

Otro de los indicadores de la recuperación del turismo de impacto en Madrid es la recuperación de las compras de turistas de productos libres de impuestos. Según el informe de ECCIA, Madrid es la tercera ciudad europea donde más se han recuperado las ventas 'sin IVA'. De enero a mayo crecieron un 100 %, solo por detrás de París (335 %) y Milán (109 %). Por países de procedencia, la recuperación del turismo de compras en Madrid se ha visto impulsada por el gasto de los visitantes del Golfo Pérsico (403 %); los viajeros del sudeste asiático (153 %), que son los que más gastan de media (1.070 euros), y los de Estados Unidos (151 %).

Por último, el viajero de élite -aquel que ha gastado al menos 40.000 euros en los últimos 24 meses- constituye sólo un 1 % del total de los turistas de alta gama que recibe Madrid, pero el gasto que realiza representa nada menos que el 18 % de las ventas. Los viajeros frecuentes (los que han realizado más de tres viajes en los últimos 24 meses) constituyen el 21 % del total y el porcentaje de gasto que realizan en compras es el 28 % del total.

Cultura, arte o gastronomía, valores añadidos de Madrid

El valor añadido que aporta Madrid a los viajeros de alto impacto reside en su potente oferta artística y cultural, siendo la ciudad española que más eventos culturales y de ocio acoge al año, con el valor añadido de poseer museos de prestigio internacional con el Reina Sofía a la cabeza como uno de los diez museos más visitados del mundo. Es uno de los grandes alicientes que motivan la visita a la capital junto a su brillante gastronomía o su excelente oferta de compras.

Las últimas y próximas aperturas de establecimientos hoteleros de grandes cadenas internacionales o haberse consolidado como el mejor destino para la celebración de encuentros profesionales son otros de los puntos a favor de la capital. Un gran potencial que contribuye a posicionar a Madrid como gran destino de turismo de alto impacto en España y también en Europa.

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



Las conclusiones derivadas de este estudio permitirán al sector turístico madrileño disponer de nuevos conocimientos y herramientas para desarrollar al máximo el potencial del sector, otorgándole también una valiosa información sobre cómo se posicionan otros destinos competidores. Una palanca clave en el nuevo modelo turístico en el que trabaja el Ayuntamiento, donde la colaboración con expertos del sector y la formación y capacitación del conjunto de la industria turística madrileña es fundamental a la hora de impulsar también la llegada de turistas de alta gama a la capital. /

Dirección General de Comunicación
Calle Montalbán nº1 Planta 3
Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es
twitter: @MADRID
facebook: @ayuntamientodemadrid

teléfono: +34 91 588 22 40
mail: prensa@madrid.es
web: madrid.es