



Madrid, 9 de abril de 2024

La concejala de Turismo ha presentado el informe realizado por Forward_MAD by Kleber Group para el Ayuntamiento sobre este segmento turístico en la capital

Maílló: “Madrid es reconocida como un destino sorprendente para el viajero de alto impacto”

- La ciudad de Madrid supera las expectativas de este perfil de visitante, hasta en un 45 % en el caso del mercado norteamericano y un 24 % en el chino
- El patrimonio y los recursos turísticos de la ciudad son los grandes elementos diferenciadores del destino Madrid, según el estudio, que señala a la gastronomía, el deporte y la artesanía como los atractivos que pueden contribuir a diversificar la oferta para este segmento
- También se ha dado a conocer las tendencias del turista de alto impacto alemán, que representa un 8 % del total de este mercado y cuyo gasto oscila entre los 3.100 y 10.000 euros por viaje

La ciudad de Madrid se ha situado como una gran novedad en la mente de los visitantes de alto impacto internacionales y supera todas sus expectativas. Ésta es una de las principales conclusiones del informe *Traveller Persona: Perfiles del Turismo de Alto impacto* elaborado por Forward_Mad by Kleber Group para el Ayuntamiento y que ha sido presentado esta mañana por la concejala delegada de Turismo, Almudena Maílló.

Maílló ha destacado que “Madrid es reconocida como un destino sorprendente para el viajero de alto impacto y comienza a recoger los frutos derivados del cambio de su estrategia turística y de la apuesta por un turismo de calidad”. “Este avance en el posicionamiento de nuestra ciudad como destino urbano prémium de primer orden supone una oportunidad única para seguir mejorando e incrementando la llegada de este perfil de visitante, su estancia y gasto en la capital”, ha señalado.

Este estudio recoge sus tendencias de consumo a través de encuestas realizadas en la ciudad a turistas procedentes de Estados Unidos, América Latina y China. Un análisis que ayuda a comprender su comportamiento, las particularidades o motivaciones de este viajero que, al margen de su gran poder adquisitivo, se caracteriza por su acercamiento a la cultura local y por su interés en la autenticidad de destino, su artesanía, su gastronomía o sus experiencias personalizadas.

Claves del viajero de alto impacto en Madrid

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



El informe arroja varias claves sobre el turismo de alto impacto en Madrid y una de las más relevantes es que la ciudad supera con creces las perspectivas de este tipo de visitantes. Para los viajeros norteamericanos, la estancia en la capital supera en un 45 % las expectativas previas a su llegada, mientras que en el caso de los viajeros de origen chino es un 24 % superior mientras que el latinoamericano encuentra un equilibrio entre sus experiencias y las expectativas del destino.

El patrimonio y los recursos turísticos madrileños son uno de los elementos diferenciadores del destino Madrid, según este informe. La excelente planta hotelera de lujo de la ciudad es el aspecto más valorado por los estadounidenses, seguida por su oferta cultural y gastronómica. Los chinos aprecian el patrimonio cultural de la capital, en primer lugar, y, en segundo lugar, su gastronomía, seguida de cerca por la oferta de compras. Los turistas latinoamericanos dan más importancia a los lazos culturales y la gastronomía.

El estudio señala tres de los atractivos con gran capacidad para diversificar la oferta de alto impacto en Madrid. Son la gastronomía, un activo pujante y de gran diversidad en la ciudad; el deporte y otras formas de ocio y entretenimiento, como los conciertos, los musicales, los festivales; y la artesanía, seña de identidad del destino.

Este análisis apunta, además, que los altos índices de satisfacción son claves para fidelizar a este segmento y que deben mantenerse durante todo el proceso del viaje, señalando la necesidad de articular por un modelo que permita desarrollar este aspecto y mejorar frente a los destinos competidores.

Demanda de alto impacto alemana

Durante el encuentro, se ha dado a conocer también los datos del *German Travel Trends*, un estudio global sobre el turismo alemán que revela la importancia de este mercado emisor europeo y las claves para atraer a estos viajeros a Madrid.

El alto impacto representa a un 8 % de todo el mercado alemán. El gasto de este visitante oscila entre 3.100 y 10.000 euros por viaje, para estancias de una media de 11 días y un promedio de 3,2 viajes al año. La personalización del viaje es uno de los aspectos que más valoran, por ello las propuestas novedosas son fundamentales a la hora de atraer al turista de alto impacto alemán, pero también para alargar sus estancias y, sobre todo, para incrementar su gasto. En este sentido, más de un 55 % está dispuesto a aumentar su gasto si se trata de un viaje sostenible y un 5 % de estos, lo incrementarían por encima del gasto medio./

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