

En el marco del Día Internacional del Turismo, CentroCentro acoge hoy un encuentro que organiza la red de publicaciones turísticas WHERE

## Madrid analiza la influencia del turismo en la economía de las ciudades

- Durante el encuentro, se han tratado cuatro factores clave de la estrategia turística: la conectividad aérea, la relevancia del turismo de compras, la inclusión del turismo en ámbitos como el empresarial o el educativo y la importancia de generar grandes eventos recurrentes
- Luis Cueto ha recordado el compromiso de Madrid con el fenómeno turístico y su especial vinculación con la Organización Mundial del Turismo (OMT), de la que es sede permanente
- Entre enero y agosto de 2016, Madrid ha dado la bienvenida a 5,9 millones de turistas, una cifra que supone un incremento del 2,69% respecto al mismo periodo del año anterior

### **Madrid, 29-sept-'16**

Con motivo de las celebraciones por el Día Internacional del Turismo, WHERE, una de las redes de publicaciones de promoción turística más importante del mundo, ha organizado hoy un encuentro orientado al análisis de la evolución de los movimientos turísticos y su influencia en la economía de las grandes ciudades. El Ayuntamiento de Madrid, a través del Área de Turismo de Madrid Destino, ha colaborado en esta jornada, celebrada en el auditorio de CentroCentro Cibeles.

El encuentro ha contado con la participación de William S. Morris III, presidente mundial de esta compañía presente en 82 ciudades, y, desde enero de 2016, en Madrid, y Chris Manning, director para Europa, así como Luis Cueto, coordinador general de la alcaldía del Ayuntamiento de Madrid, y otros representantes de la industria turística española.

El análisis se ha enfocado a cuatro factores clave de la estrategia turística de la ciudad: la conectividad aérea, que es factor de competitividad internacional; la atracción de un perfil de visitantes inducidos por una oferta de compras, elemento de fidelización recurrente y dinamizador del comercio local; la inclusión del turismo en el marco de otras políticas de atracción hacia valores de la oferta, en lo empresarial, educativo, tecnológico y calidad social, con altos niveles de seguridad; y la importancia de generar grandes eventos

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN  
c/ Montalbán I, 3ª planta - 28014 Madrid - 915882240  
[www.madrid.es/prensa](http://www.madrid.es/prensa) [prensa@madrid.es](mailto:prensa@madrid.es)

Para conocer toda la actualidad del Ayuntamiento de Madrid puedes consultar:



Diario del  
Ayuntamiento



@madrid



VERSIÓN  
ORIGINAL



recurrentes, capaces de identificar oportunidades de visita a diferentes grupos de interés.

## **Madrid, comprometida con el turismo**

Luis Cueto ha recordado el compromiso de Madrid con el fenómeno turístico y la vinculación de la capital con la Organización Mundial del Turismo (OMT), de la que es sede permanente. El coordinador general de la alcaldía de Madrid ha destacado los valores que justifican el gran potencial turístico de la capital y la apuesta e interés de los gestores municipales por una colaboración activa con los agentes del sector, para incrementar el impacto del turismo en la economía de la ciudad y favorecer su crecimiento sostenible y sostenido.

Hasta el pasado mes de agosto, Madrid ha dado la bienvenida a 5,9 millones de turistas, una cifra que supone un incremento del 2,69% respecto al mismo periodo del año anterior. En cuanto al gasto turístico, el primer semestre de 2016, la región ha tenido 4.388 millones de euros (+ 12,61%) y un gasto medio diario de 207 euros (+11,54%).

## **Conectividad y turismo de compras**

Juan Cierco, de Iberia, ha referido el importante crecimiento del tráfico hacia Madrid, inducido por la planificación de nuevas rutas y la implantación de conexiones directas entre países con nuevas corrientes emisoras y Madrid; las iniciativas con Shanghái, Tokio, Johannesburgo, Iberoamérica y algunas ciudades de Europa son ejemplos relevantes. Otras compañías que participan en un proceso de competencia abierta han impulsado igualmente el destino Madrid, que supone una referencia histórica de acceso a Europa para la comunidad iberoamericana. El tráfico con destino Madrid en los ocho primeros meses de 2016, ha tenido un crecimiento muy significativo del 9%.

Javier Fernández Andrino, de El Corte Inglés, ha ofrecido un análisis de la posición de Madrid, en el contexto de las grandes ciudades europeas, con relación al turismo de compras. La estrategia de fomento de los valores del comercio local, su contribución a la difusión de la moda y el atractivo de las marcas internacionales que ofrecen sus productos en Madrid a mejores precios, es una ventaja inexplorada por la ciudad. El centro comercial de la Castellana es valorado como una referencia europea y el fomento de grupos de visitantes chinos representa una experiencia de éxito en la que las nuevas conexiones aéreas han tenido un papel decisivo.

## **Madrid, ciudad plural**

Miguel Sanz, de la empresa municipal Madrid Destino, contempla las nuevas tendencias en gestión de destinos urbanos, apostando por la internacionalización y diversificación de mercados emisores, la descentralización del flujo turístico y diversificación del gasto, así como la innovación en la promoción del destino, pasando del marketing offline al online.





# MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Juan Carlos Alonso, de World Pride Madrid 2017, ha profundizado en la capacidad de acogida de la ciudad como consecuencia de una actitud abierta de sus ciudadanos que es muy amigable con todo lo exterior. La celebración de actos previos que han generado un clima de inclusión ha sido un valor relevante en la organización de la convocatoria anual "World Pride" en Madrid para junio del próximo año. Otras convocatorias muy atractivas para segmentos numerosos de visitantes internacionales son verdaderas oportunidades que pueden contribuir a una mejor posición de la ciudad en su competitividad internacional.

El debate ha sido moderado por César Vacchiano, socio fundador de la editora de WHERE en Madrid. Además, el presidente del Grupo Morris Visitors Publications dirigió unas palabras sobre su experiencia editorial en las ciudades de su red mundial, iniciada en 1936, que gestiona desde Atlanta, cinco millones de ejemplares cada mes./

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN  
c/ Montalbán I, 3ª planta - 28014 Madrid - 915882240  
[www.madrid.es/prensa](http://www.madrid.es/prensa) [prensa@madrid.es](mailto:prensa@madrid.es)

Para conocer toda la actualidad del Ayuntamiento de Madrid puedes consultar:



Diario del  
Ayuntamiento



@madrid



VERSIÓN  
ORIGINAL