

Botella destaca que el Ayuntamiento trabaja para consolidar la capital como un referente indiscutible del creciente turismo urbano

Madrid, destino cinco estrellas

- La alcaldesa anunció que la hoja de ruta del Plan Estratégico para potenciar el turismo en los próximos años se presentará al sector especializado los días 24 y 25 de abril
- Las líneas principales de este Plan son: el diagnóstico de la situación turística, el estudio de aplicación de buenas prácticas de otras ciudades para atraer turismo internacional y definir el turismo que se va a desarrollar para el periodo 2014-2019
- Los datos de noviembre de 2013 en la capital marcaron un positivo cambio de tendencia en el sector turístico, que se confirmó con el aumento del 9% interanual con que se cerró febrero y la subida del 10,3% en enero de este año
- Esta cumbre global de los líderes internacionales de la industria de viajes y turismo se celebrará en abril de 2015

Madrid, 11-abr-'14

"Madrid es un destino cinco estrellas al alcance de la mano". Así definió la alcaldesa de la ciudad, Ana Botella, a la capital de España anfitriona, en esta ocasión, del World Travel & Tourism Council, la cumbre global de los líderes internacionales de la industria de viajes y turismo, que se celebrará en abril de 2015. "Una cita en la que nuestra ciudad volverá a concentrar la mirada de personalidades, empresas e instituciones públicas y privadas ligadas al sector turístico de los cinco continentes".

Botella destacó que desde el Ayuntamiento se trabaja para consolidar la ciudad de Madrid "como un referente indiscutible del creciente turismo urbano en un mundo global, que es un mundo de ciudades", entendiendo que el turismo es imprescindible para dinamizar la economía, puesto que su efecto positivo incide en otros sectores creando así riqueza y empleo.

En la actualidad, Madrid es el principal destino urbano de España y ahora desde el Consistorio se trabaja en su proyección internacional con un cambio de modelo de gestión en la promoción turística. El Ayuntamiento está diseñando un Plan Estratégico de cara a los próximos cinco años en el que se profundiza en la colaboración entre las administraciones y "que tiene como guía una interlocución directa con el sector, con las empresas que son quienes mejor conocen sobre el terreno la situación del turismo, sus desafíos, dificultades y posibles soluciones", señaló la alcaldesa.

"Los buenos datos del sector turístico en noviembre -añadió- marcaron un positivo cambio de tendencia, que se confirmó con el aumento del 9% interanual con que se cerró febrero y la subida del 10,3% en enero".

Líneas de trabajo

La alcaldesa resumió alguna de las líneas estratégicas de este plan: diagnóstico de la situación turística de Madrid para identificar los factores claves a gestionar; estudio de aplicación de buenas prácticas de otras ciudades para atraer turismo internacional y adaptarlas a la capital de España; definir, para el período 2014-2019, qué tipos de turismo se van a desarrollar, detallando el valor diferencial de cada tipo, los mercados y públicos más interesantes y los mecanismos para su desarrollo.

Botella anunció que la hoja de ruta del Plan Estratégico se presentará al sector turístico los días 24 y 25 de abril.

Destino Madrid

El Plan de Internacionalización del Destino Madrid ha centrado su estrategia de promoción exterior, desde el pasado mes de enero, en sus principales mercados objetivos, como son Francia y Alemania, así como emergentes (India, Rusia, Países Nórdicos y Oriente Medio), de cara a recuperar el flujo de visitantes.

Botella destacó que Madrid ha estado presente en destacados encuentros del sector turístico internacional, como la feria SATTE de Nueva Delhi (India), la MITT de Moscú (Rusia), el Salon des Vacances de Bruselas, la feria Mahana de Tolouse (Francia), el Día de España en Oslo y en Reikiavik (Países Nórdicos) o la feria Reisen de Hamburgo y la ITB de Berlín (Alemania).

En este último encuentro, la alcaldesa presentó el proyecto Madrid Precious Time, "cuyo fin es el uso de tecnologías portátiles, como los smart phone o las google glass, para atraer a la ciudad -dijo- turistas de alto poder adquisitivo, interesados en experiencias singulares". Botella añadió que con esta iniciativa, que se comercializará en el último trimestre del año, "la capital se suma a la innovación para el desarrollo del turismo".

La ciudad de Madrid también se ha promocionado para el turismo de negocios con la participación, por segundo año consecutivo, en The Gulf Incentive, Business Travel & Meetings Exhibition (GIBTM), un encuentro clave del sector turístico MICE (Meetings, Incentives, Congress and Exhibitions) en los Emiratos Árabes Unidos, y en el Meeting & Incentive Summit celebrado en la capital.

Paralelamente, se ha continuado trabajando en la captación de nuevos congresos y eventos profesionales, presentando nuevas candidaturas, y confirmando la celebración de importantes encuentros./