



NOTA DE PRENSA

La capital espera alcanzar más de 9,3 millones de visitantes este 2017, el 54% será de procedencia internacional

Madrid apuesta por el desarrollo de un modelo turístico sostenible

- La capital ha incrementado su tráfico aéreo con Asia un 198% en el periodo enero-junio 2017, respecto al mismo periodo del año anterior (enero-junio 2016)
- Madrid está abordando la digitalización de las herramientas de promoción con nuevas campañas programáticas de marketing *online* y a través de redes sociales
- Este año Madrid acogerá 25 congresos de más de 2.000 personas, que generarán un impacto económico de 253.920 millones de euros
- Una de las grandes novedades es la puesta en marcha de “Vuelve a Madrid”, un programa de fidelización del destino que incentiva la repetición de la visita a la ciudad
- Madrid ha renovado la Q de Calidad Turística en su centro y puntos de información turística y cuenta con un programa de turismo accesible “Madrid para todas y todos”, que cuenta con más de 5.000 usuarios anuales

Madrid, 23-oct-'17

La alcaldesa de Madrid, Manuela Carmena, ha explicado esta mañana en la Comisión de Cultura y Deportes, las principales actuaciones realizadas en materia turística por el Ayuntamiento, a través del Área de Turismo de Madrid Destino. Iniciativas que apuestan por el desarrollo de un modelo turístico sostenible para la capital, tanto en el ámbito social, medioambiental y económico.

La apuesta por la digitalización de las herramientas de promoción turística es otra de las claves de la estrategia de la capital. Una ciudad que cuenta con un mayor porcentaje de turismo internacional y que ha logrado recientemente incrementar sus conexiones aéreas especialmente con Asia.

Madrid Destino

Dirección de Comunicación
Señores de Luzón, 10, 1ª planta
28013 Madrid

Tel: +34 91 578 77 58
email: comunicacion@esmadrid.com



NOTA DE PRENSA

Sostenibilidad social, medioambiental y económica en el turismo

Con el objetivo de lograr una distribución más eficiente de los efectos positivos del turismo al conjunto de la ciudad, se ha desarrollado la campaña “Madrid, 21 destinos”, que identifica iconos de los 21 distritos de la capital con el objetivo de distribuir el flujo de visitantes y descentralizar la actividad turística. Además, desde el MCB, se incentiva a que los organizadores de congresos dejen legado en la ciudad cuando se celebra un evento. Por ejemplo, el congreso de Cardiología organizado este año habilitó un estand para pruebas médicas a los ciudadanos.

Coincidiendo con la celebración del Día Mundial del Turismo, también se lanzó la campaña “Madrid, Destino sostenible”, que incluyó acciones de sensibilización, información y concienciación ciudadana. Además, se ha firmado un convenio con la ONG Equoevento para la recogida de alimentos sobrantes en eventos que transcurren en NH Hoteles y su posterior distribución a comedores sociales de la ciudad. Entre este tipo de iniciativas destaca también el uso de una unidad móvil para la atención e información al visitante equipada con placas solares.

El Área de Turismo de Madrid Destino también trabaja en la dinamización de sectores como el ocio, la cultura la gastronomía o las compras. Es el caso de iniciativas como la celebración de Gastrofestival o la puesta en marcha de puntos de información especializados en compras y gastronomía, donde se da protagonismo al comercio tradicional y a la gastronomía local. Con el objetivo de apoyar el emprendimiento, la innovación e internacionalización de la capital se ha realizado la campaña “Hecho en Madrid”, en colaboración con Iberia Express para promocionar el comercio madrileño y los productos “Made in Madrid”.

Internacionalización del turismo

Este 2017, se prevé que Madrid registre la llegada de 9,3 millones de viajeros, de los que un 54% será internacional.

En cuanto a los datos de gasto, el año pasado se registró un gasto de 7.600 millones de euros en la región de Madrid. En total, el segmento de compras representa el 42% del gasto de visitante extranjero en Madrid. China y Estados Unidos concentra el 40% del gasto de compras en la capital, siendo la transacción media del visitante chino de 563 euros, cinco veces superior a la de EE.UU. Los cinco barrios que concentran casi el 90% del gasto de compras en la ciudad de Madrid son el barrio de Salamanca, Sol, Castellana, Malasaña y Chueca. Este año, se prevé una facturación total cercana a los 8,8 millones de euros.

Incremento de la conectividad con Asia

La conectividad aérea es un factor determinante para la mejora de la capacidad turística de un destino. Por ello, desde el Área de Turismo de Madrid Destino se apoya la puesta en marcha de todas las nuevas rutas con campañas de promoción y

Madrid Destino

Dirección de Comunicación
Señores de Luzón, 10, 1ª planta
28013 Madrid

Tel: +34 91 578 77 58
email: comunicacion@esmadrid.com



NOTA DE PRENSA

difusión.

Madrid ha incrementado su tráfico aéreo con Asia un 198% en el periodo enero-junio 2017, respecto al mismo periodo del año anterior (enero-junio 2016). En diciembre de 2016 se inauguró la línea Madrid-Madrid-Delhi, una conexión directa que acortaba distancias entre dos ciudades y entre dos países. Una de las primeras acciones del Ayuntamiento de Madrid para cooperar y acercarse a India fue acoger la celebración de los premios de la academia cinematográfica hindú (IIFA). Madrid logró que, después de nueve años, una ciudad europea acogiera este evento y además promocionó de una manera especial a Madrid en la India.

Digitalización de la promoción turística

Para mejorar el posicionamiento de la ciudad de Madrid como destino turístico en los mercados estratégicos y seguir reforzando la marca Madrid, se ha incrementado el desarrollo de campañas *online* y nuevas herramientas digitales que ayudan a dinamizar la imagen del destino Madrid. En este sentido, destaca también la puesta en marcha de iniciativas como la App Paseo del Arte Imprescindible. Esta herramienta desarrollada en colaboración con los museos del Prado, Thyssen-Bornemisza y Reina Sofía para dar a conocer este enclave único de la capital, ha recibido más de 17.000 descargas. China es el mercado con mayor número de descargas, respecto a otros mercados.

El portal oficial de turismo de la ciudad de Madrid, esMADRID.com (www.esmadrid.com), que ofrece información sobre la capital en nuevo idiomas y cuenta con casi 4.000 recursos turísticos, ha registrado más de 15.100 millones de páginas vistas de enero a septiembre de 2017, un 21,3% más que en el mismo periodo del año pasado, y 12.065.795 de páginas vistas únicas.

Madrid, sede congresual

En el ámbito del turismo de reuniones, gracias al trabajo de Madrid Convention Bureau, se han incrementado los congresos de más de 2.000 participantes que eligen Madrid como sede. Este año, Madrid acogerá 25 congresos de más de 2.000 personas que generarán un impacto económico de 253.920 millones de euros y que congregarán en la capital a 151.953 delegados.

Actuaciones de *citymarketing* y fidelización

Entre las actuaciones de *citymarketing* destaca la participación en grandes eventos de interés turístico como Gastrofestival, Madrid Fusión y World Pride Madrid, así como el apoyo a otras importantes citas culturales y de ocio dinamizadoras de la actividad turística de la ciudad. También se han desarrollado nuevas herramientas de promoción, como guías inspiracionales de gastronomía, compras y literatura, así como guías promocionales, como la nueva Guía del Estudiante o *Save the Date*.

Madrid Destino

Dirección de Comunicación
Señores de Luzón, 10, 1ª planta
28013 Madrid

Tel: +34 91 578 77 58
email: comunicacion@esmadrid.com



Madrid Destino

NOTA DE PRENSA

Una de las grandes novedades es la puesta en marcha de “Vuelve a Madrid”, un programa de fidelización del destino que incentiva la repetición de la visita a la ciudad con la mejor oferta de ocio, entretenimiento, cultura, gastronomía y compras, a través de ventajas para los visitantes.

Atención de calidad

El destino Madrid ha renovado la “Q de Calidad Turística”, que concede el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), en su centro y puntos de información turística. Una certificación que ostenta desde 2010 y en la que ha aumentado su puntuación hasta un 8,20 (año 2016). En materia de accesibilidad, el programa de turismo accesible “Madrid para todas y todos”, que ofrece recorridos turísticos para todas las personas, cuenta con 5.000 usuarios anuales, con más de un 90% de ocupación de las visitas. Destaca la edición de los materiales especiales orientados a personas con discapacidad, como la Guía anual con los recursos turísticos accesibles y el mapa accesible de Madrid en braille./

Madrid Destino

Dirección de Comunicación
Señores de Luzón, 10, 1ª planta
28013 Madrid

Tel: +34 91 578 77 58
email: comunicacion@esmadrid.com