

Rivera ha explicado en el Pleno de la Asamblea que el objetivo es diversificar y descentralizar el flujo de turistas

La Comunidad creará una 'Marca Madrid' para promover el turismo en los 179 municipios de la región

- Se pretende dotar de mayor competitividad a la industria turística y prepararla ante posibles situaciones de crisis
- Entre enero y agosto de 2019 visitaron nuestra región 5,02 millones de turistas extranjeros, un 9,2% más que en el mismo periodo del año anterior

10 de octubre de 2019.- La Comunidad de Madrid trabaja ya en la creación de una nueva marca turística que potencie los valores de la región como destino, teniendo en cuenta sus 179 municipios. Así lo ha manifestado hoy la consejera de Cultura y Turismo, Marta Rivera, en el Pleno de la Asamblea de Madrid.

De este modo, el Gobierno regional pretende impulsar la descentralización del turismo y diversificar el flujo de visitantes llevándoles “más allá de la M30”. Rivera ha explicado, asimismo, que esta estrategia permitirá el posicionamiento de la Comunidad ante un mercado turístico “cada vez más exigente”, sujeto a rápidos cambios en la demanda y con una oferta creciente de destinos competidores.

“Ya está en marcha un minucioso estudio que, efectivamente, no va a fiar nada a la improvisación”, ha señalado Rivera. Y es que, desde la Consejería de Cultura y Turismo se es consciente de que el “valor emocional” que genera la imagen de marca de los destinos turísticos se está convirtiendo en un factor clave a la hora de tomar una decisión por parte de los viajeros.

Así, Marta Rivera ha seguido desglosando las bases de este “ambicioso” proyecto, en el que se planea desarrollar una línea de actuación que sienta “las bases propias de la estrategia de marca, es decir, siendo originales y comunicando el destino de una forma totalmente novedosa”, ha destacado.

La consejera ha indicado que “en un mundo en que también el turismo está globalizado y los lugares se parecen cada vez más unos a otros, la Comunidad de Madrid es única”. En este sentido, Rivera ha resaltado que “defender esa identidad es lo que pretendemos con esta nueva marca”.

Por otro lado, Marta Rivera ha continuado explicando que uno de los retos a los que se enfrenta la región es la búsqueda de un turismo “desestacionalizado, cosmopolita y que sepa apreciar la oferta turística de nuestra Comunidad en

cuanto a cultura, patrimonio o gastronomía, pero que también valore la calidad de nuestras instalaciones hoteleras”.

“Además, contamos con una excelente conexión aérea que debemos aprovechar para que Madrid sea la puerta de entrada a Europa de los turistas americanos”, ha señalado la consejera.

LA COMUNIDAD DE MADRID, DESTINO DE REFERENCIA INTERNACIONAL

La Comunidad de Madrid recibió un total de 7,1 millones de turistas internacionales a lo largo de 2018, lo que supuso un incremento del 6,3% con respecto al año anterior. Nuestra región también fue el principal destino de turismo de interior de España con otros 7 millones de turistas nacionales.

Esta tendencia positiva ha continuado en 2019. De enero a agosto se han recibido un total de 5,02 millones de turistas internacionales, lo que supone un incremento del 9,2% respecto al mismo periodo de 2018. Este dato sitúa a la Comunidad de Madrid como la región española con mayor aumento en la llegada de turistas internacionales en este período, muy por encima del 1,5% alcanzado de media en el territorio nacional.

Sin embargo, según ha señalado Rivera, “esta Consejería nunca apostará por posturas cómodas y conformistas, a pesar de que la coyuntura actual sea de bonanza turística”. En este sentido, la consejera ha destacado que los datos “nos deben servir para aprovechar el impulso del momento presente, y seguir luchando por un mejor posicionamiento turístico de la Comunidad”.

Así, la consejera de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid ha explicado que esta iniciativa “dotará de mayor competitividad a nuestra industria turística, y, al mismo tiempo, nos permitirá estar mejor preparados para poder afrontar posibles situaciones de crisis”.

La Comunidad de Madrid continúa a la cabeza de España en cuanto a gasto medio diario de los turistas internacionales que nos visitan. El gasto medio diario en nuestra región en agosto ascendió a 274 euros, lo que supone un aumento del 21,5% respecto al mismo periodo en 2018. Una cifra que supera ampliamente la media nacional, situada en el 4,7%.

La mayoría de los turistas que eligen la región lo hacen por motivos de ocio, recreo y vacaciones, siendo Estados Unidos el principal país emisor de viajeros con destino a la Comunidad de Madrid, con el 13,7% de las llegadas en agosto. Un mercado que crece un 63,6% respecto a agosto de 2018.