

La Comunidad de Madrid está trabajando junto al Ayuntamiento de la capital en este nuevo organismo

---

## Díaz Ayuso anuncia la inversión de 30 millones en la creación de un ente público privado para promocionar el turismo de la Comunidad de Madrid

- “Tenemos que pensar en qué turismo queremos para Madrid, cómo queremos vender la marca Madrid en el mundo y para que perdure en el tiempo”, ha señalado la presidenta
- La gestión de este organismo se llevará a cabo por un equipo profesionalizado e independiente que operará bajo criterios de transparencia y buen gobierno
- El turismo es un sector estratégico y de alto valor añadido para la economía madrileña que supone el 6,5% del PIB de la región

**22 de julio de 2020.-** La presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, ha anunciado hoy la inversión de 30 millones de euros para la creación de un ente turístico de carácter público privado con el objetivo de contribuir a la reactivación del sector y reposicionar a la capital y a la región como destino preferente de turismo nacional e internacional. Se trata de una “primera piedra” para esta propuesta que hará el Gobierno autonómico “de manera conjunta con el Ayuntamiento de Madrid para reactivar el turismo y tener una estrategia de las dos administraciones trabajando juntas”, ha explicado.

La presidenta madrileña ha mantenido hoy, en la Real Casa de Correos, una reunión con los consejeros delegados de las principales empresas hoteleras, agencias y turoperadores, así como con representantes de entidades clave para la recuperación de los sectores Horeca, de consumo y cultural. En la misma, donde ha participado también la consejera de Cultura y Turismo, Marta Rivera de la Cruz, se ha abordado la puesta en marcha de este organismo para reforzar el trabajo reputacional y promocional con una estrategia a medio y largo plazo, en la que participe el sector privado y que esté gestionado por un equipo profesionalizado.

“Contaremos con los profesionales del sector. Es un primer paso para que este ente sea consistente, sirva para optimizar los resultados y unificar la estrategia”, ha indicado Díaz Ayuso, quien ha señalado que, aunque hay que pensar a corto plazo con medidas de choque por la situación provocada por el COVID-19, a largo



Comunidad  
de Madrid

# Medios de Comunicación

plazo hay que analizar “todo lo que nos une, qué turismo queremos para Madrid, cómo queremos vender la marca Madrid en el mundo y para que perdure en el tiempo”.

De este modo, el Ejecutivo regional destinará 30 millones de euros para la financiación del ente en cuya definición ya están trabajando equipos de la Comunidad de Madrid y del Consistorio, junto a representantes del sector. Tras la firma de un protocolo con el Ayuntamiento de Madrid, el Gobierno regional creará el ente y establecerá sus funciones, departamentos, personal, etcétera.

Habrà distintas áreas de trabajo, destacando la de promoción nacional e internacional, especializada por mercados, en base a un plan estratégico con viajes de familiarización con turoperadores y agencias de viaje, acuerdos comerciales con operadores estratégicos, aerolíneas y plataformas de reservas y asistencia y organización de Jornadas de comercialización y workshops.

El Área de marketing y comunicación se centrará en las acciones dirigidas al público final, enfocadas hacia un plan de cobertura integral para mercados prioritarios, dirigido al público objetivo impulsando acciones especiales de repercusión mediática en los mercados objetivo con la finalidad de posicionar la imagen de marca de destino.

También habrá innovación y un área de relaciones institucionales, que servirá como nexo con las instituciones y entidades implicadas con el fin de evitar la duplicidad de actividades, activar y liderar la comunicación entre todos los actores del sector turístico en la región y poner en marcha acciones concretas. Como ha recordado Díaz Ayuso, con esta dotación presupuestaria el Gobierno regional da respuesta a una demanda tradicional de la industria turística de la Comunidad de Madrid.

## **EL TURISMO, SECTOR ESTRATÉGICO DE LA COMUNIDAD DE MADRID**

El turismo es un sector estratégico y de alto valor añadido para la economía madrileña que supone el 6,5% del PIB de la región. Así, la Comunidad de Madrid como primer destino de interior recibió en el año 2019 un total de 7.638.375 turistas internacionales, lo que supuso el mejor dato en los últimos años, registrando un incremento del 7% sobre el año anterior, mientras que en el conjunto de España la media de crecimiento fue del 1,1%.

Además, en el mismo período de 2019 registró la cifra más elevada de toda España en cuanto a gasto medio por persona y gasto medio diario. De esta forma el gasto total de los turistas internacionales en la Comunidad de Madrid superó por primera vez los 10.000 millones de euros (10.452 millones), lo que supuso un crecimiento del 12,6% con respecto a 2018, mientras que el conjunto de España el gasto creció un 2,8%.