

El viceconsejero de Cultura y Turismo ha suscrito hoy un convenio con la Federación Madrileña en esta materia

La Comunidad de Madrid colaborará con las agencias de viaje para promocionar su oferta turística

- Los profesionales que trabajan en estos establecimientos promoverán sus destinos Patrimonio Mundial, las Villas y los entornos naturales
- Una encuesta del sector destaca que un 77% de los madrileños viajará en Semana Santa, y más del 80% considera hacer excursiones dentro de la región en estas fechas

28 de febrero de 2023.- La Comunidad de Madrid ha suscrito un convenio de colaboración con la Federación Madrileña de Agencias de Viaje (FEMAV) para la promoción y comercialización de la región como destino turístico. El acuerdo se ha presentado hoy en un acto público, en el que han participado el viceconsejero de Cultura y Turismo, Daniel Martínez, y los copresidentes de FEMAV, César Gutiérrez y José Luis Méndez.

Martínez ha destacado que con esta colaboración se pretende dar reconocimiento a un “sector fundamental en la estrategia de turismo del Ejecutivo autonómico”, “un grupo de referencia”, a la hora de prescribir y asesorar sobre el destino Madrid y sus principales productos, como son los enclaves Patrimonio Mundial, las Villas y los entornos naturales incluidos en MadRural (Sierras Norte y Oeste, Las Vegas y Alcarria).

El acuerdo incluye tres grandes líneas de trabajo, orientadas al diseño y puesta en marcha de iniciativas basadas en la inteligencia turística de las agencias de viajes, que en la Comunidad de Madrid cuentan con casi 1.500 puntos de venta, y que son los más importantes prescriptores y promotores de este destino.

La primera de las actuaciones recoge la creación y el mantenimiento de una plataforma que aglutine su oferta turística, vinculada especialmente a los tres productos anteriormente mencionados, para que ponga en contacto a empresas locales interesadas y agencias de viajes. La segunda está enfocada a la formación de estos profesionales sobre la oferta en experiencias en estos tres destinos. Y, en tercer lugar, se promoverá la creación de contenidos digitales para su difusión, así como la organización de jornadas que permitan abordar los principales temas de actualidad.

El acuerdo suscrito hoy contempla el análisis de otros destinos que potencialmente puedan incorporarse a la plataforma web y la formación de proveedores turísticos. En esta misma dirección, se elaborarán tres informes para analizar el mercado emisor de turistas de la Comunidad de Madrid, que tendrán periodicidad cuatrimestral -Semana Santa, verano e invierno-, para lo que se ha puesto en marcha un estudio de mercado a través de las reservas que se hacen en estos establecimientos.

En el transcurso del acto se han dado a conocer los primeros resultados de este trabajo, a partir de una encuesta realizada en las últimas semanas a más de 600 viajeros madrileños. Con ello, las agencias han podido conocer en detalle cómo se comportarán la próxima Semana Santa, sabiendo cómo reservan y qué destinos y servicios demandan en mayor medida, así como sus hábitos de compra.

Entre los datos obtenidos destaca que el 77% de los madrileños tiene previsto realizar una escapada en Semana Santa, con un presupuesto medio de 681,26 € por persona. Además, el 74% prevé hacer un viaje nacional y, entre los internacionales, destacan las principales capitales europeas. A un 82,3% les parece interesante realizar viajes o excursiones turísticas dentro de la región en estos días.