

Las principales organizaciones empresariales del sector turístico constituyen
LA UNIÓN EMPRESARIAL POR LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MADRID

LA INVERSIÓN EN PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MADRID PODRÍA LLEGAR A MULTIPLICAR POR 28 SUS BENEFICIOS ECONÓMICOS

El número de viajeros internacionales a Madrid no ha dejado de descender desde 2006 en que ocupaba la posición número 17 a escala mundial a la 34 que ocupaba en el 2011.

Es necesario culminar la constitución de un ENTE ÚNICO para la gestión de la promoción turística internacional de Madrid

Madrid, 2 de abril de 2014. Hoy ha tenido lugar en el Museo Bar Chicote de Madrid la rueda de prensa de presentación oficial de **LA UNIÓN EMPRESARIAL POR LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MADRID** de la que forman parte las principales organizaciones de los diferentes subsectores turísticos de la Hostelería y el Alojamiento, las Agencias de Viajes, la Restauración y los Bares, el Turismo de Congresos y OPC, el Ocio Nocturno y el Comercio de carácter turístico.

Como punto de partida del acto de presentación la organización empresarial hizo balance de la evolución negativa del turismo internacional en Madrid. En el ranking de las 20 ciudades europeas más turísticas **Madrid ha retrocedido de la 7ª posición que ocupaba en 2006, hasta la posición número 12 en el año 2011.** Asimismo, a **escala mundial, Madrid no ha dejado de caer desde el año 2006,** en la que ocupaba la posición número 17, hasta la posición número 34 en 2011.

Para el colectivo empresarial la principal causa de este retroceso ha estado motivada por **la profunda dependencia de la actividad turística de Madrid respecto del turismo de negocios y el ocio nacional** y que a lo largo de los 6 años de la crisis se ha ido deteriorado progresivamente. Esta situación no ha podido verse compensada por la recuperación del turismo internacional, al contrario de lo que ha ocurrido en los destinos vacacionales de España y esto es así porque la posición de Madrid en el turismo internacional es claramente secundaria.

En este sentido, si analizamos el ranking de las 20 ciudades más turísticas de Europa, Madrid es la única ciudad en la que el turismo nacional representa más del 50% de su actividad turística. **Mientras en Madrid el turismo internacional supone el 49% de la actividad turística, la media del porcentaje de visitantes extranjeros de las principales ciudades turísticas Europeas es del 79'3%.**o lo que es lo mismo, el turismo internacional en Madrid está 30 puntos por debajo de sus competidores europeos.

LA UNIÓN POR LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MADRID

En relación con todo lo anterior la creación y puesta en marcha de La Unión Empresarial por la promoción turística de Madrid, pretende **poner de manifiesto el clima de unidad existente entre los diferentes subsectores turísticos** dirigido a coordinar y unificar las actuaciones de las organizaciones empresariales para facilitar y agilizar su interlocución con las administraciones con el OBJETIVO PRIORITARIO de potenciar la imagen de marca de Madrid y de impulsar un PLAN DE MARKETING para la **PROMOCIÓN TURÍSTICA INTERNACIONAL de Madrid.**

De forma urgente y prioritaria la puesta en marcha de LA UNIÓN pretende **impulsar un importante cambio en la GOBERNANZA DE LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS** que potencie el perfil técnico y empresarial en el proceso de toma de decisiones y establezca un nuevo modelo de colaboración público/privada capaz de despolitizar la gestión de las políticas turísticas y muy especialmente a la hora de diseñar las estrategias y poner en marcha los necesarios planes de promoción y marketing turístico. Para el colectivo empresarial el primer paso para alcanzar este objetivo debería ser **la puesta en marcha de un ENTE ÚNICO Y ESPECIALIZADO EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA INTERNACIONAL DE MADRID** con la participación del Ayuntamiento de Madrid, la Comunidad de Madrid y los empresarios.

EL POTENCIAL TURÍSTICO DE MADRID

LA INVERSION EN TURISMO ES RIQUEZA PARA LA SOCIEDAD MADRILEÑA

Teniendo en cuenta todo lo anterior, **Antonio Gil** como presidente de LA UNION "destacó *la firme voluntad del colectivo empresarial por defender y apostar por **El FUTURO TURÍSTICO DE MADRID y por su enorme potencial de crecimiento** ya que Madrid lo tiene todo por hacer en el mercado turístico internacional y, lo que es más importante, con todo su atractivo turístico por explotar*". Para el representante empresarial ha llegado el momento de que " todos tomemos conciencia de la importancia estratégica que el turismo debe de tener para la recuperación económica de Madrid, de la Comunidad de Madrid y del conjunto del Estado Español y lo que es más importante para la consolidación de un nuevo modelo económico para nuestro país en el que la actividad turística debe tener un protagonismo innegable".

Partiendo de todo lo anterior **la inversión en la promoción turística de Madrid debería ser una de las prioridades presupuestarias de las administraciones públicas madrileñas**, porque el retorno de esta inversión se traduciría en un incremento tanto del PIB, como de los puestos de trabajo de la ciudad y de la Comunidad de Madrid. Según el estudio realizado por la consultora turística TTA solo en términos de PIB **por cada euro invertido en la promoción turística internacional de Madrid se produciría un retorno de 4€ el primer año, hasta 11,5€ a partir del quinto y de 28,8€ en el décimo año.** En cuanto a ingresos y ahorro de costes para la administración el primer año se produciría un retorno de 1,7€ por euro invertido, el quinto 4,2€ y el décimo el retorno se dispararía hasta los 12,9€ por euro invertido.

De acuerdo con todo lo anterior la puesta en marcha de **La Unión pretende realizar propuestas y buscar soluciones desde el primer momento de su constitución.** En este

sentido, para el presidente de La Unión "es necesario tomar conciencia de que EL TURISMO DE MADRID ES UN MINA DE DIAMANTES TODAVÍA POR DESCUBRIR que tiene una capacidad de crecimiento exponencial ya que se trata sin duda, de **la JOYA TURÍSTICA desconocida entre las capitales europeas**, con un patrimonio, una oferta y unos atractivos innegables todavía por descubrir para los ciudadanos de Europa y los potenciales visitantes del mundo entero"

COMPOSICIÓN LA UNIÓN

- Asociación Empresarial de Hostales y Pensiones de la Comunidad de Madrid (AEHCAM)
- Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM)
- Asociación Empresarial Madrileña de Agencias de Viaje (AEMAV)
- Asociación Madrileña de Empresarios de Restauración (AMER)
- Confederación de Comercio de Madrid (COCEM)
- Asociación Empresarial de Hostelería de la Comunidad de Madrid (La Viña)
- Asociación de Empresarios del Ocio Nocturno de la Comunidad de Madrid (Noche Madrid)
- Asociación de Empresas de Organización Profesional de Congresos de Madrid y Centro (OPC)
- Unión Madrileña de Agencias de Viajes (UMAV)