

**CONCLUSIONES FORO AEPT “MEJOR JUNTOS”
-PRIORIDAD MADRID, RECUPERAR LA COMPETIVIDAD TURISTICA-**

La celebración del Foro Prioridad Madrid el 19 de Noviembre de 2013 en el hotel Husa Princesa de Madrid ha puesto sobre la mesa **la necesidad de abordar con urgencia, inteligencia de mercado y visión de futuro las necesidades del sector turístico de Madrid para que vuelva a ocupar el lugar que merece entre los grandes destinos urbanos del mundo.**

La intensa y entusiasta participación en este primer Foro Prioridad Madrid de los actores del sector turístico privado de la ciudad, ha generado estas primeras conclusiones que queremos compartir con todos los profesionales turísticos públicos y privados.

Habrà más Foros sobre el turismo en Madrid que nos permitirán profundizar en las necesidades y puntos críticos detectados y que generaran más conclusiones y más tareas en el futuro inmediato. **Para abordarlas os necesitamos a todos.**

De momento, con estas grandes líneas queremos animaros a dar los primeros pasos.

- 1- El turismo es una actividad transversal caracterizada por su capacidad para activar la economía, debido a su gran efecto multiplicador (que permite a todo tipo de industrias productivas y de servicios aumentar sus beneficios), y a su incidencia sobre el empleo. Las autoridades políticas no han entendido la aportación del turismo a la creación de riqueza en la ciudad de Madrid, aunque lo utilizan en su discurso cuando las cifras son positivas.
- 2- Los resultados negativos registrados en la evolución turística de Madrid durante el año 2012 se han acelerado en 2013, hasta el punto de que Madrid ocupa el último lugar en precio de habitaciones entre las 20 principales ciudades turísticas europeas.
- 3- Nos encontramos ante una crisis sistémica, no coyuntural ni estructural, aunque se haya visto agravada por las circunstancias de los últimos años. Prueba de ello es que la ciudad de Barcelona presenta una evolución muy diferente, sobre todo en 2013.
- 4- Madrid constituye un magnífico producto turístico: la mejor concentración de pinacotecas, excelente oferta gastronómica, variada oferta complementaria, un número de ciudades patrimonio a su alrededor que no tiene igual en el mundo, y un valor que pocos destinos pueden ofrecer: su gente, Madrid es una ciudad abierta donde los visitantes se sienten acogidos.
- 5- La conectividad de Madrid es uno de sus puntos fuertes, tanto a nivel local, nacional como internacional. El transporte público urbano e interurbano es excelente. Un desarrollado sistema radial de comunicaciones conecta la ciudad con todos los rincones del país tanto por carretera como por tren, destacando las líneas de alta velocidad. El aeropuerto de Barajas es el primero de España y ha sido ampliado recientemente.

- 6- El aeropuerto de Madrid ha experimentado un importante descenso en frecuencias de vuelos y número de pasajeros en el último año, debido a la estructura de la demanda, muy dependiente del turismo nacional, por lo que se ha visto muy afectada por la coyuntura. Sin embargo presenta una gran oportunidad derivada de los 15 millones de pasajeros en tránsito que pasan por Barajas cada año, cifra que se espera aumentar próximamente con la instalación del nuevo hub de AirEuropa
- 7- EL problema de la caída de visitantes que sufre Madrid es consecuencia de su débil imagen como destino turístico internacional y su falta de posicionamiento como marca turística. Esta situación necesita combatirse con comunicación y promoción profesional. Madrid necesita una marca única y un icono que le haga reconocible a nivel internacional.
- 8- De nada sirve tener un buen producto y organizar actividades interesantes si no se comunican con tiempo suficiente para que los profesionales puedan incluirlas en sus ofertas y comercializarlas. Madrid desaprovecha oportunidades: falta una comunicación eficaz con tiempo suficiente para planificar productos turísticos, un amplio porcentaje de su patrimonio cultural no está preparado para la visita turística, las infraestructuras de reuniones se cierran por distintos motivos sin ofrecer alternativas, las autoridades actúan de forma descoordinada entre la Comunidad Autónoma y Ayuntamiento, y anuncian planes de choque a corto plazo que no confrontan el problema estratégico.
- 9- Es necesario conseguir transmitir a la población la importancia que tiene el turismo como motor económico y distribuidor de riqueza entre sectores habitualmente menos favorecidos –pequeñas y medianas empresas, empleo femenino, etc.-, poner en valor todos los recursos, conseguir la colaboración de las distintas administraciones y de los distintos partidos políticos para temas estratégicos, sensibilizar a la sociedad para evitar manifestaciones y huelgas en las zonas más frecuentadas por turistas que están dañando seriamente la reputación de la ciudad, insistir en la formación de los profesionales y, sobre todo, fomentar la creatividad para reinventar la oferta turística.
- 10- Todo esto solamente será posible mediante la creación un ente público-privado de promoción de Madrid gestionado por los mejores profesionales, con una dotación económica inicial suficiente para permitir la comercialización de Madrid en el mercado internacional. AEPT se suma al acuerdo unánime de todos los sectores del turismo para exigir el compromiso de las administraciones en apoyo de este proyecto que aportaría la solución a la situación actual, porque la promoción es el gran reto, el gran déficit de los últimos años de turismo. Madrid es un gran producto, ahora solamente hay que salir a venderlo.