

Madrid se engancha (por fin) al turismo

PABLO GIL Madrid 14 ENE. 2018 | 04:11



Un grupo de turistas se fotografía frente al Palacio Real de Madrid. / OLMO CALVO

El número de visitantes en la región se ha disparado un 16% en 2017

Comunidad y Ayuntamiento comparten la estrategia de apostar por «el turismo de calidad» para «convertir Madrid en la gran capital cultural del sur de Europa»

El arquetipo de Madrid como ciudad acogedora no ha impedido que, durante décadas, **la capital haya desdeñado tozudamente el turismo**, mientras éste se convertía en la principal industria de otras zonas de España. Con el nuevo siglo, la ciudad y la región han visto incrementarse paulatinamente el número de **turistas** [<http://www.elmundo.es/t/tu/turismo.html>], algo que las administraciones locales por fin han decidido encauzar con unas líneas estratégicas compartidas entre Comunidad y Ayuntamiento.

La progresiva tendencia al alza en el número de visitantes a Madrid se ha disparado en 2017, con un **aumento del 16,2% con respecto a 2016**, según los **datos presentados esta semana** [<http://www.elmundo.es/economia/2018/01/10/5a5672f2468aebaf3d8b45ad.html>] por el Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital. Entre enero y noviembre, llegaron a Madrid 6,2 millones de turistas extranjeros, y en total han sido 9,2 millones los visitantes, con lo que el turismo supone el 7% de nuestro PIB.

«Hay que convertir Madrid en la capital cultural del sur de Europa», afirma **Jaime de los Santos** [<http://www.elmundo.es/madrid/2017/10/08/59d90104268e3e65588b45d3.html>], consejero de Cultura, Turismo y Deportes de la Comunidad de Madrid. Frente a Roma, Atenas, Lisboa o Barcelona, De Los Santos afirma que Madrid «no tiene rival ahora mismo». «Nosotros también tenemos un gran patrimonio, que respetamos y mimamos, pero la región y la ciudad viven a la vanguardia. **Somos un absoluto referente en las artes de vanguardia**, y ése es un hecho diferencial claro. Es una Comunidad viva, aquí pasan cosas, tienes experiencias, no es sólo un lugar que visitar», sentencia.



El consejero Jaime de los Santos, sentado en el centro, junto a los creadores del 'stand' de la Comunidad en Fitur, Izaskun Chinchilla, Moisés Nieto y Juanma Carrillo. / BERNARDO DÍAZ

El consejero reconoce, con todo, que la inestabilidad política en Cataluña ha afectado al turismo nacional. «**Que le vaya mal a Cataluña turísticamente hace que nos vaya mal a todos**, es dramático», concluye.

El coordinador general de la Alcaldía y responsable municipal de turismo, Luis Cueto, no cree sin embargo que las cancelaciones en Cataluña hayan afectado a Madrid. «El que cancela en Barcelona no deja de venir a Madrid; cancela y ya está», opina. De igual modo, cree que «**no ha habido un efecto trasvase** ni Madrid ha vampirizado a Barcelona».

Esta semana se celebra Fitur, una de las principales ferias mundiales de turismo, y Madrid ha hecho un esfuerzo por renovar por completo su imagen, poniendo el **énfasis en la cultura, la juventud y la modernidad**. De los Santos, que ha trabajado durante un año en el *stand* que comparten Comunidad y Ayuntamiento, reconoce que hasta ahora la estrategia turística regional se basaba en tópicos castizos que se han evitado. «Hasta ahora ha faltado poner más energía en comunicar la calidad de nuestra oferta», explica.

Lejos quedan por tanto los días del café con leche en la Plaza Mayor de Ana Botella. Ahora **el concepto clave es la cultura**, los museos, teatros y festivales de música; los restaurantes, tiendas, clubes nocturnos, espectáculos... Y, coinciden De Los Santos y Cueto, repartir al turista en el espacio y en el tiempo. «El gran reto es equilibrar la oferta», afirma desde Alcaldía Luis Cueto, «crear atractivos **fuera del centro de la ciudad** y durante todo el año para que siga habiendo un crecimiento sostenido». La mano derecha de Manuela Carmena estima que «cabe aún un crecimiento de un 20%».



'Stand' de Madrid en Fitur, diseñado por Izaskun Chinchilla. / COMUNIDAD DE MADRID

Incrementar el número de turistas tampoco interesa al consejero, quien entre cantidad y calidad escoge «sin duda» lo segundo. «**La estrategia turística de la Comunidad ha virado rotundamente al turismo de calidad**, para empezar porque es el que deja dinero», explica De Los Santos. La región es la sexta de España en número de turistas, pero la primera en gasto medio por día, con 221 euros frente a los 137 de media nacional.

Para promover la dispersión del visitante por toda la región a lo largo del año, la Comunidad está promoviendo los espacios verdes y **enclaves singulares** como Alcalá de Henares, Aranjuez y San Lorenzo de El Escorial. En el Ayuntamiento trabajan en la misma línea de descongestionar el centro de la capital, explica Cueto, con la potenciación de El Capricho y las quintas de Los Molinos y Torre Arias, el desarrollo por el oeste en torno al Museo de las Colecciones Reales -cuya apertura está prevista para enero de 2020- y la renovación del teleférico, y ampliar el turismo de congresos y festivales.

El *stand* madrileño de Fitur, que este año debía gestionar el Gobierno de Cristina Cifuentes, es el escaparate de todas estas ideas. Presentado con un cortometraje de Juanma Carrillo y con informadores vestidos por el diseñador Moisés Nieto, el espacio es como una plaza con balcones llenos de flores. «**Madrid es un lugar en el que te pueden invitar cada día a una fiesta**», explica Izaskun Chinchilla, arquitecta que ha diseñado el *stand*.

Ella incide en la idea de que «las plazas son el lugar donde confluye esa posibilidad del encuentro inesperado, mientras la gente aquí se asoma mucho a los balcones, charla, mira y se deja mirar. En muchas ciudades son las autoridades las que preservan la ciudad de un modo casi museístico, **la belleza de Madrid está en gran medida en manos del ciudadano**», concluye, haciendo suyo el espíritu que comparten Comunidad y Ayuntamiento para seguir consolidando su potencial turístico.