

MADRID!

UNA CIUDAD VOLCADA CON EL TURISTA

La Ciudad de Madrid se ha posicionado un año más como el primer punto turístico dentro de nuestro país. En 2006 se ha batido un auténtico record de viajeros, pernoctaciones, plazas hoteleras y personal ocupado en este sector, lográndose un hito histórico de más de 6,7 millones de viajeros.



Interior del Palacio Real

Estos buenos resultados adquieren mayor importancia si se tiene en cuenta que el turismo es uno de los sectores de mayor crecimiento futuro y de mayor intensidad en la creación de empleo.

En la apuesta por este sector clave de la economía, el Área de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Madrid ha incrementado su **Presupuesto para Turismo** durante este 2007 hasta superar los 23 millones de euros, de los cuales casi 19 irán dirigidos exclusivamente a la promoción turística de la ciudad.

Cada una de las acciones que se diseñan y se ponen en marcha buscan la máxima eficacia. Esta es la máxima que rige la política enfocada a los nuevos mercados estratégicos como son el japonés, el ruso o el chino.

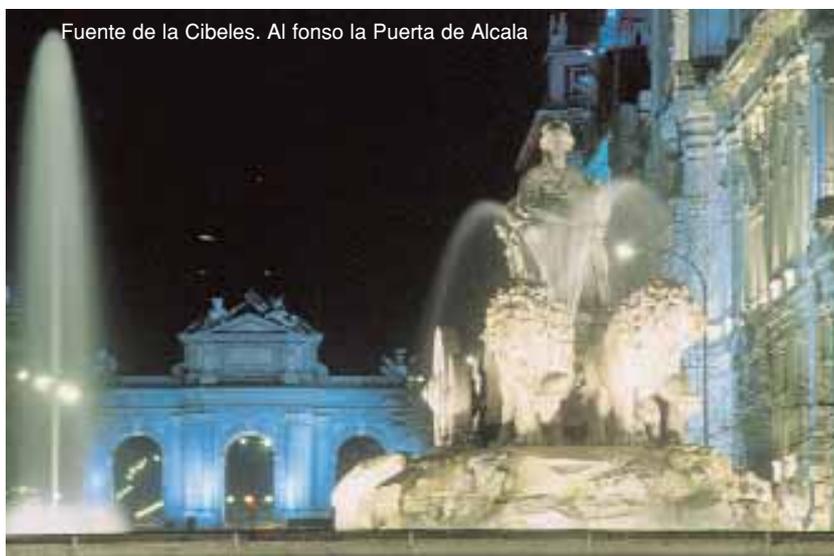
La promoción de aspectos como el turismo cultural, de ocio, gastronómico, de compras y deportivo, así como la potenciación y mejora de la atención al turista, acabarán de definir la política de excelencia turística que el Ayuntamiento de Madrid ha puesto en marcha.

Entre las acciones emprendidas por el Patronato de Turismo de Madrid para

optimizar la información y orientación al turista a fin de fidelizarlo, destaca la apertura en el mes de abril de un nuevo **Centro de Información Turística y Cultural en Colón**, que completará a la actual infraestructura de información turística compuesta por el Centro de Turismo de Madrid en la Plaza Mayor, y los puntos permanentes de las plazas de Callao, Cibeles y la terminal 4 del

aeropuerto de Madrid-Barajas, y el punto temporal situado en El Rastro.

Asimismo, el primer cuatrimestre de este año supondrá la finalización de las obras de ampliación y mejora del Centro de Turismo de Madrid, ya que se ha incorporado la zona **Madrid Vivo**, la cual, presenta de forma temática los diferentes recursos turísticos y culturales de la ciudad, a través de un gran



Fuente de la Cibeles. Al fondo la Puerta de Alcalá



Museo Nacional del Prado

mapa de la ciudad y de diferentes audiovisuales y planos temáticos.

Por otro lado, la firma del Convenio de Colaboración entre la Dirección General de la Policía y el Ayuntamiento de Madrid en octubre del año pasado, con respecto a seguridad ciudadana, ha permitido la puesta en marcha de forma permanente del **Servicio de Atención al Turista Extranjero (SATE)**

en la Comisaría de Centro, convirtiendo a Madrid en la primera y única ciudad de España donde se ha implantado de forma permanente este servicio, cuya principal función es la atención personalizada, en los aspectos psicológico, lingüístico y legal, hacia el turista extranjero que ha sufrido cualquier tipo de incidencia durante su estancia en nuestra ciudad.



Mostrador de información



Punto de información



Museo Thyssen Bornemisza

Productos turísticos

Uno de los aspectos sobre los que más demandan información los visitantes de la Ciudad de Madrid son los productos turísticos del Patronato de Turismo de Madrid.

La tarjeta Madrid Card acaba de estrenar una nueva modalidad, la **Madrid Card Tintoretto y el Retrato** creada para promover estas dos exposiciones que acogen hasta el mes de mayo los museos del Prado y Thyssen-Bornemisza al incluir la entrada a la colección permanente de estas pinacotecas y sus exposiciones temporales.

Esta tarjeta se suma a las ya consolidadas Madrid Card Completa, Madrid Card Cultura y Madrid Card Niños. Además, durante este año 2007, se crearán nuevas modalidades más

acordes con las necesidades de los visitantes.

Todas estas tarjetas incluyen dentro de su oferta las visitas guiadas del programa **Descubre Madrid**, el cual está a punto de lanzar su programación 2007, ampliándose el número de visitas, que se realizan en un total de 6 idiomas, y redistribuyéndose la realización de las mismas, concentrándose la mayor parte durante los fines de semana.

Y por último el **Shopping VIP-Pack**, un producto creado para convertir a Madrid en el gran centro comercial del Sur de Europa. Este producto fomenta el turismo de compras de calidad en nuestra ciudad. Con él, los turistas pueden planificar sus compras con antelación y además, disfrutar de atenciones



preferentes, descuentos y regalos en más de 500 establecimientos comerciales de la ciudad. Este año estrena nuevo formato al constituirse en una única Guía de Compras y Hoteles, con toda la información sobre las zonas comerciales de la ciudad y las ofertas de alojamiento de los hoteles de 4 y 5 estrellas de la ciudad que participan en esta iniciativa. ●

