



EL AYUNTAMIENTO DOTA CON 20 MILLONES DE EUROS AL PLAN DE ACCIÓN 2006

Madrid gastará un 40% más en promoción

Esperanza Aguirre pide a Fomento que solucione los problemas de la T4.

Si la Comunidad de Madrid ha duplicado el presupuesto de promoción turística en los dos últimos años hasta llegar a los 18 millones de euros, el Ayuntamiento no se queda atrás. El plan de acción del Consistorio para 2006 fija una cantidad de cerca de 20 millones de euros, seis veces más que la invertida en 2002 y un 40% superior a la del año pasado. Las acciones previstas buscan la consolidación de los mercados tradicionales, entre los que se encuentran el doméstico, el europeo, el norteamericano y el japonés; así como la mejora de las cifras de los mercados ruso y chino.

El apartado de publicidad se llevará nueve millones del presupuesto. La estrategia se centra en tres campañas específicas encaminadas a consolidar la marca Madrid, dar a conocer los productos creados por el Patronato Turístico de la capital y promocionar la celebración de reuniones y congresos. Los mercados en los que incidirá la publicidad son los del turismo cultural, el ocio, el gastronómico, el deportivo y el de compras.

Una de las bazas del Área de Economía y Participación Ciudadana del Ayuntamiento es la elaboración de programas diferentes según la estación del año. El plan prevé también la



"**TURISMO SOMOS TODOS**". La Comunidad de Madrid colaborará también en la campaña de Exceltur tras la firma del convenio, el pasado 28 de marzo.

negociación de acuerdos con el sector privado para potenciar las estancias cortas (city breaks). Otra de las ideas que se barajan es impulsar el rodaje de películas en la ciudad, realizar una gestión conjunta con el Área de las Artes para coordinar las acciones dirigidas al turismo cultural y traducir a nuevos idiomas los folletos y el material informativo que se entrega los turistas.

El programa Descubre Madrid ofrecerá visitas en alemán, francés e italiano, además del inglés y el japonés. Otro producto que se amplía es el Shopping Vip Pack, que incluirá a más

comercios y hoteles para promocionar las compras. Además, los puntos de información han quedado ampliados desde el pasado mes de febrero con dos nuevos puestos de información en la terminal T4 de Barajas.

Irritación con la T4

Precisamente, los recurrentes problemas con los equipajes traen de cabeza a los responsables turísticos, que temen un efecto negativo sobre la llegada de visitantes a la región. La presidenta de la Comunidad, Esperanza Aguirre, ha llegado a pedir la intervención urgente del Ministerio de Fomento ante las continuas pérdi-

das, achacadas por Aena a desajustes en el sofisticado sistema de distribución de maletas instalado por la empresa Siemens. La irritación de Aguirre afloró con toda crudeza después de que varios de sus acompañantes (empresarios, periodistas y funcionarios) en un viaje de promoción turística a Miami se encontrasen sin nada que ponerse al llegar a su destino. Dos meses después de la inauguración de la T4, los continuos incidentes están arrojando una imagen un tanto oscura de la infraestructura aeroportuaria madrileña.

Acuerdo con Exceltur

Siguiendo los pasos del Ayuntamiento, que el pasado mes de septiembre colaboró activamente con la campaña "TUrismo somos todos" de Exceltur, la Comunidad de Madrid ha firmado también un acuerdo con el lobby empresarial para concienciar a la ciudadanía sobre la importancia del turismo en la generación de empleo y el crecimiento sostenible de la economía. En total se distribuirán 250.000 folletos, 90.000 displays y 500 pósters entre establecimientos turísticos, comercios y asociaciones de los 179 municipios de la región para propiciar la mejor acogida posible al visitante. **'e'**