**BTS NRC 2014**

**Promocionar el turismo en Madrid**

**LV1**

 **Texto n°7**

 ***El País,*** *25/01/2014*

 ¿Cómo definir la imagen de la región para atraer a más gente? Vendiendo lo mejor de ella: una región hospitalaria, con mucha oferta gastronómica, de ocio y de compras; y con un importante patrimonio histórico y natural en **municipios**1 que están en sus proximidades. Y el sol.

 Sobre eso gira la nueva campaña de la Comunidad autónoma y **del Ayuntamiento**2 de Madrid en **Fitur**3 para impulsar este sector. 2013 fue un año negativo. El turismo descendió un 5% mientras España logró ser el tercer país más visitado del mundo con más de 60 millones de viajeros. Por eso, el presidente regional, Ignacio González, y la alcaldesa de la capital, Ana Botella, quieren rehabilitar la imagen de la región, dinamizar y fortalecer el turismo. Este sector representa el 6% del PIB de la autonomía y emplea a más de 300.000 personas.

 Para promocionar la capital se insiste en la hospitalidad de los madrileños; la riqueza cultural, representada principalmente por el Museo del Prado, el Reina Sofía y el Thyssen-Bornemisza; la posibilidad de salir de compras en el lujoso barrio de Salamanca ; la amplia oferta de ocio y gastronómica —13 restaurantes de la capital tienen estrellas Michelin-; la vida nocturna. Y también los días de sol durante todo el año.

 Los pequeños municipios en torno a Madrid también tienen mucho que ofrecer. Para que los turistas visiten las cercanías de Madrid. El plan de choque para fomentar el turismo incluye, además, una campaña publicitaria en siete líneas aéreas europeas —Air Europa, Iberia, Iberia Express, Air Berlín, Air France, **Norwegian** y Vueling—. El Gobierno quiere decir a más de 22 millones de viajeros que la región no está en decadencia.

 ¿Funcionará el esfuerzo para recuperar el turismo en la región? Solamente los datos que aparecerán en 2014 lo dirán.

1. Un municipio : une commune
2. El Ayuntamiento : la mairie
3. FITUR : Feria Internacional de Turismo