



Madrid, 29 de noviembre de 2021

**La capital española y la argentina firman un nuevo acuerdo de colaboración que les permitirá impulsar conjuntamente su posicionamiento internacional**

## **Madrid y Buenos Aires refrendan su alianza turística**

- **La promoción de la oferta cultural y de ocio o el apoyo al establecimiento de nuevas rutas aéreas serán algunos de los ejes de esta colaboración**
- **Las acciones puestas en marcha como fruto de este acuerdo girarán siempre en torno a criterios de sostenibilidad y abordarán desde la promoción de los recursos turísticos y gastronómicos de ambos destinos a la difusión del turismo de reuniones o audiovisual**
- **Argentina fue en 2019 el noveno emisor de turismo extranjero a Madrid, con un gasto total de más de 104 millones de euros; además, Latinoamérica es uno de los mercados objetivos del Plan Estratégico de Turismo 2021-2023**

Las ciudades de Madrid y Buenos Aires dan continuidad a su unión en materia de promoción turística. Ambas capitales han sellado hoy un acuerdo marco que sentará las bases para la puesta en marcha de nuevas acciones de cooperación conjuntas que contribuyan a impulsar su posicionamiento internacional y a crear sinergias que multipliquen los resultados de sus esfuerzos promocionales. El principal objetivo es seguir fomentando la recuperación del sector y potenciar el incremento de visitantes de alto impacto que generen oportunidades en toda la cadena de valor del turismo.

El convenio ha sido firmado en presencia de la concejala delegada de Turismo, Almudena Maíllo, por los responsables de los organismos de promoción turística de ambas ciudades: Ángel Martín Vizcaíno, consejero delegado de Madrid Destino, y Fernando Diego Straface, presidente de Visit Buenos Aires.

Para Madrid es fundamental seguir desarrollando esta alianza que se inició en 2009 y que a lo largo de los años ha permitido reforzar la imagen de la capital en Argentina y Latinoamérica. Esta región es uno de los emisores consolidados de turismo internacional para la ciudad de Madrid y uno de sus mercados objetivo,



según marca su Plan Estratégico de Turismo 2021-2023, tanto por el volumen de visitantes como por el de gasto realizado en destino.

A través del Área Delegada de Turismo, Madrid continúa apostando por afianzar sus vínculos con otras ciudades para aprovechar sinergias en favor de la industria turística madrileña. Ejemplo de ello son también los acuerdos que mantiene con el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (GCPHE) y Sevilla o la próxima incorporación de nuevos destinos como Málaga.

Mediante este pacto con Buenos Aires, se colaborará en la promoción de la oferta cultural y de ocio de los dos destinos, así como en el fomento de la conectividad, apoyando el establecimiento de nuevas rutas y mayores frecuencias. Además, se facilitará la cesión de espacios públicos municipales y la asistencia mutua en la realización de las acciones que se realicen durante los dos años de vigencia del convenio, que podrá prorrogarse durante un año adicional.

### **Promoción con criterios de sostenibilidad**

Las acciones promocionales que se pongan en marcha serán definidas previamente por ambas ciudades y se realizarán teniendo en cuenta criterios de sostenibilidad tanto desde el punto de vista medioambiental como desde el social y el económico, un aspecto clave integrado también en el Plan Estratégico de Turismo de la capital y base del nuevo modelo turístico por el que apuesta la ciudad de Madrid.

Las iniciativas que se realicen podrán ir dirigidas a la promoción de los recursos turísticos y atributos de Madrid y Buenos Aires, a la difusión de su oferta artística y cultural, así como de sus propuestas gastronómicas y novedades en todos los distritos de la ciudad para lograr la ampliación de la huella turística en ambas capitales. También se promoverán sus atractivos culturales y de ocio entre viajeros de alto impacto de diferentes perfiles y su oferta especializada en el sector MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) como destinos de referencia para el turismo de reuniones, desde congresos, convenciones y ferias a viajes de incentivo. Y dado al creciente auge del turismo audiovisual, también se valorará la realización de iniciativas que divulguen la imagen de Madrid y Buenos Aires como escenario de rodajes de producciones audiovisuales, asistiendo a productoras y

**Dirección General de Comunicación**

Calle Montalbán nº1 Planta 3

Código Postal 28014 Madrid

**diario:** [diario.madrid.es](http://diario.madrid.es)

**twitter:** [@MADRID](https://twitter.com/MADRID)

**facebook:** [@ayuntamientodemadrid](https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid)

**teléfono:** +34 91 588 22 40

**mail:** [prensa@madrid.es](mailto:prensa@madrid.es)

**web:** [madrid.es](http://madrid.es)



profesionales que elijan estas ciudades para llevar a cabo sus proyectos, apoyando a esta industria y estimulando su inversión y desarrollo.

### **Argentina, mercado prioritario**

Su cultura compartida, el idioma o el hecho de que Madrid sea la puerta natural de entrada a Europa desde Latinoamérica convierten a Argentina en un mercado prioritario para la capital. De enero a septiembre de 2021, Madrid ha dado la bienvenida a 15.471 argentinos, cifra que posiciona a este país como el décimo emisor de turismo extranjero a la capital en la actualidad, con una caída del 29,7 % respecto al mismo periodo de 2020.

Antes de la pandemia, en el año 2019, la ciudad de Madrid registró la llegada de 174.385 ciudadanos procedentes de Argentina, que se situaba como el noveno emisor de turismo internacional a Madrid. Estos viajeros generaron un total de 429.466 pernoctaciones y permanecieron 2,46 noches de estancia media en la capital. Según el informe de gasto experimental del Instituto Nacional de Estadística (INE), el visitante internacional procedente de Argentina realizó una transacción media diaria en la Comunidad de Madrid de 87,6 euros (con tarjeta de crédito o efectivo) en compras, ocio y cultura. El gasto total realizado en destino por estos viajeros fue de más de 104 millones de euros.

La encuesta de percepción al visitante, realizada en los puntos de información turística de la capital gestionados por el Área Delegada de Turismo en 2019, señala que el 45 % de los viajeros argentinos que visitan la capital tienen entre 36 y 55 años, un nivel adquisitivo medio y el 36 % se desplaza con su familia. El principal motivo de su visita a Madrid es su patrimonio histórico y cultural, monumentos y museos, su amplia agenda de artes escénicas y su oferta gastronómica y de restauración. Los iconos de Madrid que más conocen son la plaza Mayor, la Puerta del Sol y el Museo del Prado. Y lo más valorado de su experiencia en el destino son el patrimonio y la agenda cultural y el carácter abierto y hospitalario de los madrileños. /