



Madrid, 25 de mayo de 2022

El Ayuntamiento aprovecha las nuevas conexiones operadas por Iberia este verano para impulsar la imagen de la capital en su primer emisor de turismo extranjero

Madrid apuesta por ser el destino europeo de referencia para el viajero norteamericano

- **Estados Unidos es el mercado más importante en volumen de visitantes, uno de los que más crece**
- **Con motivo del vuelo inaugural Madrid-Washington el próximo 1 de junio, la capital realizará un viaje promocional para mejorar su posicionamiento**
- **Madrid también difundirá su imagen en los aeropuertos de Estados Unidos y en los de América Latina gracias al nuevo Airbus A350 de Iberia bautizado con el nombre de 'Hola Madrid'**
- **El Área Delegada de Turismo hará campañas tácticas y de marca en las principales ciudades de Norteamérica y, además, viajará a Nueva York, Chicago, Washington, Las Vegas y Miami**

Coincidiendo con el incremento de la conectividad aérea en Norteamérica, Madrid impulsará su imagen y oferta turística en aquel país para convertirse en el destino europeo de referencia para el viajero norteamericano. Así lo ha explicado esta mañana en el nuevo Espacio Iberia de la calle Velázquez la concejala delegada de Turismo, Almudena Maíllo, en un acto conjunto con Iberia en el que se ha presentado el nuevo avión A350 de Iberia que ha sido bautizado con el nombre de 'Hola Madrid'.

A partir del próximo 1 de junio y de manos de Iberia, Madrid incrementará sus conexiones con Estados Unidos, pasando de seis a nueve destinos conectados y más de 120 frecuencias semanales. Se estrenarán nuevas rutas a Washington y Dallas y se reiniciará la ruta a San Francisco, además de aumentar los vuelos a las ciudades de Los Ángeles, Miami, Nueva York y Boston.

Gracias a la estrecha colaboración con la aerolínea, Madrid tendrá una presencia destacada durante el vuelo inaugural a Washington, que se realizará en un avión vinilado con la imagen de un perfil emblemático de la capital y que trasladará a una

Dirección General de Comunicación
Calle Montalbán nº1 Planta 3
Código Postal 28014 Madrid

diario: diario.madrid.es
twitter: @MADRID
facebook: [@ayuntamientodemadrid](https://www.facebook.com/ayuntamientodemadrid)

teléfono: +34 91 588 22 40
mail: prensa@madrid.es
web: madrid.es



delegación del Ayuntamiento para desarrollar un amplio programa de promoción del destino Madrid. Durante este viaje, el Área Delegada de Turismo pondrá el foco en difundir entre organismos, empresas, turoperadores y agencias de viajes norteamericanas el potencial turístico madrileño y las últimas novedades de la capital. El objetivo es reforzar su promoción en este mercado prioritario en línea con las directrices de su nuevo Plan Estratégico de Turismo que incide en la importancia de visibilizar el destino Madrid en este país, haciendo hincapié especialmente en segmentos como el prémium y el turismo de negocios (MICE).

EE.UU., un mercado con grandes oportunidades de crecimiento

Desde el año 2009, Estados Unidos se ha consolidado como el principal emisor de turismo extranjero a Madrid, posicionándose no solo como el mercado más importante en volumen, sino también como uno de los que más crecen. En 2019, la capital registró la llegada de 809.490 estadounidenses, un 19 % más que el año anterior. En 2021, y a pesar de las restricciones y la situación provocada por la pandemia, este país mantuvo su primer puesto en el ranking de países emisores de turismo internacional, con 239.524 viajeros.

La posición va camino de revalidarse en 2022 ya que, durante el primer cuatrimestre, Madrid ha dado la bienvenida a 139.938 viajeros procedentes de Estados Unidos (47.254 viajeros más que el que es hasta ahora su segundo emisor, Francia, con 92.684 visitantes). Si se atiende al gasto realizado por este viajero, el mercado estadounidense también se revela como uno de los más importantes. Según la encuesta de gasto turístico, Egatur, en 2021 los viajeros estadounidenses realizaron un gasto total de más de 410 millones de euros en la Comunidad de Madrid, con un gasto medio por persona de 1.868 euros y un gasto medio diario de 294 euros.

Oportunidad de crecimiento

La ciudad de Madrid cuenta aún con grandes oportunidades de crecimiento en este mercado, que está en una clara fase de recuperación. Según Turespaña, para el 61,5 % de los estadounidenses, viajar es una alta prioridad este 2022 y Europa es uno de sus destinos prioritarios. Junio y julio serían los meses más demandados para viajar y el 24 % optaría por destinos urbanos. Unos datos positivos que ponen de manifiesto la importancia de seguir trabajando en una estrategia integral para atraer turismo estadounidense a la capital.

Dirección General de Comunicación

Calle Montalbán nº1 Planta 3

Código Postal 28014 Madrid

diario: 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

web: madrid.es



El inminente incremento de la conectividad y la evolución de la oferta turística del destino Madrid, con la incorporación de grandes cadenas internacionales, recursos y experiencias únicas en los ámbitos de la gastronomía o la cultura, van a contribuir a seguir elevando la demanda por parte del viajero estadounidense. Un interés por Madrid que ya ha comenzado hace tiempo, según datos de *Destination Insight* de Google, que apunta que las búsquedas realizadas en Estados Unidos con el término Madrid crecieron entre el 25 y el 50 % en 2021.

Nuevo avión 'Hola Madrid'

Con la intención de otorgar un plus en la difusión de la imagen de Madrid en Estados Unidos y también en América Latina, Iberia acaba de incorporar a su flota un nuevo Airbus A350 que ha recibido el nombre de 'Hola Madrid'. Un avión más eficiente que llevará la imagen de la ciudad a los aeropuertos de ambas regiones divulgando el destino Madrid e incentivando el flujo de visitantes a la capital.

Hasta finales de junio, Ayuntamiento e Iberia mantienen el programa 'Stopover Hola Madrid', que mejora la experiencia de los pasajeros de la aerolínea convirtiendo su conexión aérea en la T4 en una parada turística en la ciudad. Un proyecto que amplía su estancia en Madrid y permite obtener descuentos y ventajas en alojamiento, transporte, compras, ocio, restauración y actividades culturales. Un total de 21.590 pasajeros ha disfrutado ya entre julio de 2019 y diciembre de 2021 de este programa, que ha dejado en ese periodo un impacto económico en la capital de 18,4 millones de euros. Un 10,3 % de los usuarios de este servicio han sido turistas estadounidenses.

Maíllo ha explicado hoy que acciones como estas, "fruto de la estrecha colaboración con Iberia, convierten a la aerolínea en un gran aliado del destino Madrid, una alianza crucial que favorece tanto la mejora de la conectividad de la capital como el refuerzo de su promoción turística a nivel internacional, así como el incremento de la calidad y las propuestas del valor del destino Madrid. Todo ello, en favor de su liderazgo turístico.

Acciones de promoción en Norteamérica

Recientemente, el Área Delegada de Turismo ha realizado varias actuaciones de promoción del destino Madrid en Estados Unidos. Una de las más destacadas ha

Dirección General de Comunicación

Calle Montalbán nº1 Planta 3

Código Postal 28014 Madrid

diario: 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

web: madrid.es



sido la participación en las Jornadas Directas de Turespaña en Miami, que permitieron presentar las novedades y atractivos madrileños a unas 60 agencias y turoperadores procedentes de todo el territorio norteamericano. También, y en el marco de la colaboración con el consorcio de turismo de lujo norteamericano Virtuoso, ha participado este año en cuatro encuentros profesionales organizados por esta red. Virtuoso cuenta con más de 20.000 asesores y 1.200 puntos en más de 50 países, entre los que destaca Norteamérica, con ventas de entre 25 y 30 millones de dólares en este país.

De cara a los próximos meses, el Ayuntamiento realizará nuevas acciones en solitario o fruto de la colaboración público-privada con otros aliados como Turespaña, Virtuoso o la asociación de turoperadores de Estados Unidos (USTOA), entre otros, para seguir ganando peso en el mercado norteamericano. Madrid estará presente con una acción potente y encuentros con el sector en Nueva York y también en Chicago el próximo mes de septiembre; en agosto en la Virtuoso Travel week de Las Vegas y en la Feria Imex América en octubre.

Asimismo, desde abril hasta junio, el Área Delegada de Turismo realizará campañas de tácticas y de marca en Nueva York, Washington, Miami, San Francisco, Dallas, Houston, Boston y Chicago, con una inversión de más de 400.000 euros. Para impulsar la imagen y presencia de la capital en Norteamérica, el Ayuntamiento de Madrid ha contratado los servicios de una agencia de comunicación en el país. Se incrementan también los viajes de prensa y de familiarización a la capital de periodistas e *influencers* norteamericanos.

Perfil del turista de EE. UU.

Según la encuesta de percepción realizada a los usuarios de los puntos de información turística del Ayuntamiento en 2021, el 87 % de los viajeros estadounidenses viaja a la capital por motivos de ocio y para conocer su patrimonio y monumentos (52 %), seguido de sus atracciones turísticas y su oferta de compras y moda. El 38 % viajó en pareja y el 22 % con otros familiares. El 65 % se alojó en hoteles y el 33 % pasó más de cinco noches en la ciudad. El 32 % reservó su viaje con una antelación de uno a dos meses. Uno de los datos más significativos de esta encuesta es que el 100 % de los visitantes recomendaría visitar la ciudad y un 52 % afirma que volverá a hacerlo. /