



Madrid, 15 de septiembre de 2022

El alcalde participó ayer en Nueva York en un evento profesional organizado por el Área de Turismo con representantes de 100 empresas estadounidenses y 20 españolas

Almeida asegura que Madrid tiene el gran reto de ser el escaparate de España al mundo

- El alcalde explicó el potencial de Madrid para crecer en calidad y convertirse en un destino urbano "premium"
- "Debemos aprovechar tanto el interés de los norteamericanos por viajar" aseguró Almeida "como el interés que despierta Madrid en este mercado"
- Según Almeida, en el objetivo de mejora de la calidad turística del Ayuntamiento de Madrid "la colaboración público-privada es garantía de éxito"
- Explicó que el norteamericano es un mercado preferente para la capital por su potencial de crecimiento y el tipo de turista que viene a conocer la capital
- En los primeros siete meses de 2022, Madrid recibió 411.459 visitantes de Estados Unidos, cifra muy superior al del resto de mercados internacionales
- El alcalde de Madrid se ha desplazado a Nueva York en un viaje enmarcado en el 40º aniversario del hermanamiento entre ambas ciudades.

El alcalde de la capital, José Luis Martínez-Almeida, se dirigió ayer a un centenar de empresas norteamericanas y veinte españolas en un encuentro profesional del sector turístico, organizado por el Área de Turismo del Ayuntamiento de Madrid en Nueva York. En su intervención Martínez-Almeida puso especial énfasis en cómo ha despuntado Madrid en el mundo en estos últimos años gracias a valientes decisiones y al empuje de su tejido empresarial, y reconoció que el gran reto de la ciudad es ser el escaparate de España en el mundo y convertirse en uno de los principales destinos urbanos "premium".

Madrid se ha transformado en una de las mejores ciudades del mundo para vivir, y también para visitar, según dijo Almeida, quien recordó que el ranking 'World Best Cities 2022' coloca a Madrid dentro del top 10, que valora hasta 100 ciudades del mundo. Además, está considerada uno de los cuatro mejores destinos urbanos del mundo por Euromonitor.

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



El regidor se refirió a la apuesta de la ciudad por atraer un turismo de calidad y un visitante de alto impacto, que es aquel que valora los grandes tesoros de la ciudad, empezando por la manera de vivir y disfrutar de los madrileños, a la que señaló como la verdadera seña de identidad de Madrid, su icono intangible y por el que cada vez es más conocida y deseada.

Y es que convertir a Madrid en capital del turismo “premium” es una de las apuestas del Ayuntamiento de Madrid, que busca en Nueva York promocionarse como destino de lujo y atraer a un visitante que realiza un mayor gasto en destino y estancias más largas.

“Momento privilegiado”

Almeida considera que la transformación de Madrid la ha colocado en una situación privilegiada para que el mundo, y en particular la sociedad americana, fije su atención e interés en la capital.

El alcalde explicó que Estados Unidos es el mayor mercado emisor de visitantes de Madrid y ocupa el primer puesto entre los 10 mercados más importantes para la capital. En 2019 la ciudad recibió 809.490 visitantes de este mercado que generaron 1.877.376 pernoctaciones. En los primeros siete meses de 2022 se han alcanzado los 411.459 visitantes, cifra muy superior a los 189.335 visitantes de Francia, los 172.371 visitantes de Italia o 144.107 visitantes de Reino Unido. Otras cifras indican que el turismo norteamericano se está comportando mejor que el global: el número de turistas norteamericanos está sólo a 11 puntos de las cifras de aquel año récord 2019, frente a los 16 puntos del total del turismo internacional. Son 5 puntos mejor que el total, lo que indica la importancia de ese mercado.

Las cifras de gasto también invitan al optimismo. En el primer trimestre de 2022 el gasto medio diario de los turistas norteamericanos en Madrid fue de 464 euros, mientras que en 2019 fue de 349, un incremento del 32 %. En los mismos periodos, el gasto global medio es de 422 euros frente a 344. Lo que significa que el gasto del viajero estadounidense está 9 puntos por encima del resto.

Con estas cifras en la mano, “Madrid quiere aprovechar -aseguró el alcalde- tanto el interés de los norteamericanos por viajar como el interés que despierta Madrid



en este mercado, y para ello la colaboración público-privada es garantía de éxito". En este sentido reconoció el impulso que han dado al turismo, especialmente al turismo premium, las aperturas hoteleras de las más importantes cadenas internacionales (MO Ritz, Four Seasons, Rosewood, Edition, próximamente JW Marriott).

Ensalzó la importancia y magnitud del aeropuerto madrileño, "el tercero mejor del mundo", según SkyTax World Awards 2020, así como la apuesta de las compañías aéreas por Madrid, incrementando la conectividad desde y hacia la ciudad. Actualmente hay 21 rutas y 14 destinos de 8 compañías en vuelos directos entre Madrid y Estados Unidos.

Madrid es también ciudad de inversiones, y el cuarto poder financiero más importante de Europa por detrás de Londres, París y Frankfurt, y en paralelo la ciudad de Madrid está llevando a cabo grandes proyectos urbanísticos que están transformando el centro de la ciudad, propiciando la descentralización de los flujos turísticos, con el objetivo de desarrollar "una ciudad más sostenible; una ciudad más amable, pensada para el peatón", explicó Almeida.

En definitiva, dijo, "es un momento único para que la sociedad neoyorkina fije su atención e interés en la ciudad de Madrid, se asombre con su oferta cultural, conozca la apuesta de la capital por el turismo de alto impacto, y descubra que Madrid es una ciudad de experiencias, a la medida del viajero norteamericano".

Martínez-Almeida estuvo acompañado por la concejal delegada de Turismo, Almudena Maíllo, y el presidente de Iberia, Javier Sánchez Prieto, quienes insistieron en el mensaje de Almeida de poner en valor el potencial turístico de una ciudad por la que están apostando las grandes cadenas hoteleras internacionales así como las principales compañías aéreas, que han incrementado la conectividad desde y hacia Madrid.

Campaña promocional de Madrid

Esta ambiciosa acción promocional post COVID-19 del Área de Turismo en el mercado estadounidense comenzó el lunes con un evento en Chicago, que reunió a las 20 empresas madrileñas y 80 empresas estadounidenses en una jornada profesional en la que se dio a conocer en profundidad el destino Madrid y su

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



oferta turística, de negocios y ocio, y que comparten atractivos como la infraestructura hotelera, la cultura o la gastronomía. Al igual que el de Chicago, el *‘roadshow’* de Nueva York ha permitido establecer contactos y redes de negocio con los profesionales del sector turístico norteamericano y ensalzar todos y cada uno de los atributos de la ciudad, desde su patrimonio pasando por su oferta gastronómica o de compras. Tanto Chicago como Nueva York tienen vuelos directos a la capital española y un alto potencial de crecimiento de visitantes para Madrid.

A los eventos de Chicago y Nueva York se suma la colaboración del Área de Turismo con Teatro Real para la celebración de un concierto de música clásica española en Carnegie Hall de Nueva York; así como una campaña de marketing con American Airlines y una campaña publicitaria, tanto en medios de comunicación norteamericanos como en casi 120 marquesinas digitales en las calles más céntricas de Manhattan.

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

diario: diario.madrid.es
twitter: @MADRID
facebook: @ayuntamientodemadrid

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