

Madrid Destino impulsa la difusión de los atractivos más selectos de la capital en el mercado estadounidense, gracias a su participación en la Virtuoso Travel Week

## La oferta turística *premium* de Madrid, en Estados Unidos

- Se mantendrán más de 300 reuniones con profesionales del sector en este encuentro que se celebra del 9 al 15 de agosto en Las Vegas
- Por segundo año, Madrid asiste nominada al premio *Mejor Oficina de Turismo*, galardón otorgado por miembros de Virtuoso
- La participación de Madrid en la Virtuoso Travel Week es fruto del acuerdo anual que esta red de agencias de viaje mantiene con la empresa municipal Madrid Destino
- Un seminario *online* para agentes Virtuoso, la participación en un *roadshow* por varias ciudades de México e inserciones publicitarias en *Virtuoso Life* y *Virtuoso Traveler*, otras de las acciones promocionales que se realizarán para promover la imagen de Madrid
- Estados Unidos lidera el ranking de turismo internacional en la capital, con 253.465 viajeros (+14,2%) y 586.338 pernoctaciones (+16,5%) durante el primer semestre de 2014

### **Madrid, 08-ago-'14**

La ciudad de Madrid vuelve a estar presente en la cita más importante de la industria turística *premium*. La capital participa, por tercer año consecutivo, en la Virtuoso Travel Week, que se celebra desde mañana y hasta el próximo 15 de agosto, en las Vegas. Un encuentro imprescindible del sector que, en su edición anterior, congregó a más de 4.300 profesionales, entre propietarios de agencias, consultores y especialistas de viajes, así como algunos de los principales destinos turísticos del mundo.

Un foro en el que la capital mostrará, a través de la empresa municipal Madrid Destino, los

múltiples y exclusivos atractivos del turismo madrileño, así como la calidad de los servicios que ofrece al visitante. Madrid es un destino de lujo que pone al alcance del viajero experiencias culturales, gastronómicas y de ocio únicas. Visitas privadas a los museos del Paseo del Arte, nueve restaurantes con estrella Michelin y decenas de establecimientos de alta cocina, tabernas centenarias y mercados *gourmet*, compras en las tiendas más sofisticadas, hoteles cinco estrellas o espectáculos musicales y teatrales de altura son solo una pequeña parte de todas las propuestas.

Además de divulgar la imagen de Madrid, la participación en esta cita permitirá generar nuevos contactos y redes de *networking* con agentes del sector, en uno de los principales mercados objetivo de la capital, el estadounidense. En este sentido, se mantendrán más de 300 encuentros de trabajo durante estos días, con el objetivo de dar a conocer el destino Madrid a todos los viajeros, en general, y a los de perfil *premium*, en particular.

#### **Nominación a la *Mejor Oficina de Turismo***

Madrid acude a esta feria nominada, por segundo año consecutivo, al premio a la *Mejor Oficina de Turismo 2014*. Un galardón que otorga Virtuoso a través de las votaciones de sus miembros. La capital española es la única ciudad candidata a este premio, junto a las Oficinas de Turismo de Suiza, Perú, Nueva Zelanda y Argentina. Un reconocimiento al trabajo de divulgación del destino Madrid desarrollado durante el último año en el mercado estadounidense.

#### **Acuerdo con Virtuoso**

La presencia de Madrid en este encuentro ha sido posible gracias al acuerdo anual que Madrid Destino mantiene con Virtuoso, una red compuesta por 7.200 agentes de viaje de más de 340 agencias de 22 países. Uno de los consorcios turísticos del segmento de viajes vacacionales más importantes del mundo, que genera más de 5.500 millones de dólares anuales en ventas y que está localizado principalmente en Estados Unidos (con el 80% de las agencias Virtuoso), Latinoamérica (13%), Australia y Nueva Zelanda (8%).

La alianza con Virtuoso, que se inició en 2009, también permitirá este año la puesta en marcha de un módulo de *e-learning* con seminarios de formación *online* para sus agentes de viaje, con el objetivo de ampliar el conocimiento sobre Madrid entre los profesionales que comercializan el destino, o la participación en un *roadshow* por varias ciudades de México (Monterrey, Guadalajara y México DF), para divulgar la oferta museística, la agenda y las novedades del destino Madrid.

A ello se sumará la presencia de Madrid en las publicaciones de Virtuoso: *Virtuoso Life* (reconocida con premios como el Gold Award Eddie Folio a la Mejor Revista de Viajes) y *Virtuoso Traveler*, a través de inserciones publicitarias. Estas publicaciones, que disponen de

unas tiradas de 200.000 ejemplares, se envían a prescriptores influyentes de Estados Unidos, Brasil, Argentina, México, Canadá, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, Guatemala, Perú, Uruguay y Venezuela.

### **Estados Unidos, mercado objetivo**

Toda esta serie de iniciativas favorecen la consolidación de Madrid como destino de turismo de lujo en EE.UU., primer mercado emisor de turismo extranjero a la capital. Un país objetivo de las estrategias promocionales a nivel internacional desarrolladas por Madrid Destino, que pretenden seguir fomentando el flujo de turistas estadounidenses a Madrid, su estancia y gasto medio.

El pasado mes de junio, la capital recibió a 65.284 viajeros estadounidenses, que generaron 145.511 pernoctaciones. Durante los seis primeros meses de 2014, se ha dado la bienvenida a 253.465 viajeros de EE.UU., un 14,2% más respecto al mismo periodo de 2013, que registraron 586.338 pernoctaciones (+16,5%)./