

El Ayuntamiento, a través de la empresa municipal Madrid Destino, difunde la oferta turística madrileña entre 300 agencias de viaje de Monterrey, Guadalajara y México DF

Madrid se promociona en una gira por tres ciudades mexicanas

- La capital organiza tres talleres de trabajo para dar a conocer sus atractivos culturales, gastronómicos y comerciales, así como sus propuestas de turismo *Premium*
- Esta iniciativa, que ya se realizó en 2012, ha sido posible gracias al acuerdo entre Madrid Destino y la red de agencias de Virtuoso
- México está entre los 10 primeros emisores de turismo internacional a la ciudad de Madrid
- Según Virtuoso, las ventas del "producto Madrid" crecieron casi un 10% en Estados Unidos durante 2013, con un impacto económico para la capital de más de 28 millones de euros

Madrid, 14-oct-'14

La ciudad de Madrid expande su oferta turística en México. El Ayuntamiento de la capital, a través de Madrid Destino, inicia hoy una gira por tres ciudades de este país americano, Monterrey, Guadalajara y México DF, para dar a conocer y ampliar la información sobre el turismo en Madrid entre los principales profesionales del sector.

Un *road show* que ha sido posible gracias al acuerdo que la empresa municipal de la capital española mantiene con Virtuoso, la mayor red agencias de viaje *Premium* con presencia destacada en Estados Unidos, y que permitirá contactar con un total de 300 agencias de viaje mexicanas. A través de talleres de trabajo, se mostrarán los atractivos culturales, gastronómicos y de compras madrileños, así como su amplia agenda de ocio, siempre con interesantes novedades. También se hará hincapié en las propuestas más selectas que la ciudad ofrece a sus visitantes.

El Ayuntamiento de Madrid vuelve a apostar por este tipo de iniciativa, que ya se realizó en 2012 con un balance muy positivo, dado el interés del mercado mexicano por la ciudad de Madrid como destino vacacional. México se sitúa entre los 10 primeros emisores de turismo internacional a la ciudad de Madrid. Entre enero y agosto de 2014, la capital ha dado la bienvenida a más de 76.000 mexicanos, un 5,6% más respecto al mismo periodo del año anterior, representando una cuota de mercado del 2,9% del total del turismo extranjero, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Incremento de viajes a Madrid

Virtuoso es una asociación que aúna a más de 7.200 agentes de viaje de 340 agencias de 22 países. Está presente en Estados Unidos, Latinoamérica, Australia y Nueva Zelanda. Con unos ingresos de más de 5.000 millones de dólares anuales, se ha consolidado como el principal turoperador del segmento *premium* de viajes vacacionales a nivel global.

Según Virtuoso, las ventas de productos y paquetes vacacionales a Madrid crecieron un 10% en Estados Unidos durante el año 2013. Sin incluir el gasto de transporte aéreo, el impacto económico directo para la ciudad de Madrid fue de más de 28 millones de dólares. La capital está considerada como un destino preferente para los miembros de Virtuoso.

Otras acciones

Este año, y también en el marco del acuerdo con Virtuoso, la capital tuvo la oportunidad de participar en la Virtuoso Travel Week, el encuentro más importante de turismo de lujo, que se celebró el pasado mes de agosto en Las Vegas. A ello se ha sumado la presencia de Madrid en las publicaciones de Virtuoso (*Virtuoso Life* y *Virtuoso Traveler*) a través de inserciones publicitarias y el desarrollo de un módulo de *e-learning* con seminarios de formación *online* para sus agentes de viaje./