



La consejera de Cultura, Turismo y Deporte ha participado hoy en el encuentro informativo organizado por Nueva Economía Fórum

La Comunidad defiende la necesidad de tender más puentes culturales con Cataluña: “Si a Barcelona le va bien, a Madrid le irá mejor”

- Rivera de la Cruz subraya que los turistas internacionales de largo radio en España suelen viajar a las dos ciudades y “si se emiten señales negativas, ambas salen perjudicadas”
- La región ha recuperado las cifras previas a la pandemia en visitantes nacionales y el 60% de los internacionales
- Destaca el ejercicio de valentía que supuso “levantar el telón de los teatros” durante la pandemia en Madrid, mientras otras ciudades como París, Nueva York o Londres “estaban en silencio”
- Las ayudas de este año destinadas a federaciones y clubes se han incrementado para fomentar el deporte de base

25 de abril de 2022.- La Comunidad de Madrid ha defendido hoy la necesidad de tender más puentes culturales con Cataluña porque “si a Barcelona le va bien, a Madrid le irá mejor”. La consejera de Cultura, Turismo y Deporte, Marta Rivera de la Cruz, durante su intervención en el desayuno informativo organizado por Nueva Economía Fórum, ha explicado que los turistas internacionales de largo radio que vienen a España suelen viajar tanto a Madrid como a Barcelona y, por tanto, “si cualquiera de las dos emite señales negativas, ambas salen perjudicadas”.

Rivera de la Cruz ha subrayado que “frente a la tormenta perfecta provocada por la onda expansiva del procés y las políticas erráticas del nacionalismo catalán contrarias a la apertura cultural y al progreso del turismo”, la Comunidad se muestra como una “región abierta y de oportunidades”.

En este sentido, se ha referido a la importancia de seguir construyendo puentes culturales con Cataluña, y ha recordado el reciente acuerdo alcanzado con los promotores del *Primavera Sound*, festival de música internacional que, por primera vez, en 2023 desembarcará en Madrid después de hacerlo en Barcelona.

La titular de Cultura del Ejecutivo autonómico ha detallado que, en el terreno turístico, la Comunidad ha recuperado las cifras de visitantes nacionales previas



a la pandemia y el 60% de internacionales, al tiempo que ha desgranado algunas de las acciones del plan regional que, con más de 20 líneas de trabajo, destina 27 millones de euros este año a la promoción de Madrid fuera de nuestras fronteras, más del doble del presupuesto que en 2019.

Además, la Comunidad ha acordado recientemente poner en marcha el proyecto *Turismo Madrid by IFEMA*, en el que también participa el Ayuntamiento de la capital, y que fue presentado en el marco de la Feria Internacional de Turismo de este año -FITUR-. Esta plataforma contará con un presupuesto de 36 millones de euros -30 de ellos aportados por el Ejecutivo autonómico- para la promoción en mercados emisores lejanos, una “unión de fuerzas que debe facilitar la atracción de visitantes de alto valor”, ha indicado la consejera.

El objetivo es, según ha manifestado Rivera de la Cruz, consolidarse como la región con mayor gasto medio por turista y día. De hecho, según el INE, este tipo de viajero gasta en Madrid 228 euros diarios, muy por encima de la media nacional (136 euros). “Debemos ser capaces de generar un mayor impacto económico sin poner en riesgo la sostenibilidad”, ha enfatizado.

A esta tarea contribuye la campaña de marketing digital a través de agencias de turismo *online*, con una inversión superior al millón de euros, que podría generar un impacto directo en reservas por encima de 15 millones. Esta fórmula, ha explicado la consejera, ofrece a la Comunidad “flexibilidad y competitividad” a la hora de atraer a esos turistas de largo radio, especialmente de EEUU y México, debido a la situación de cierre actual del mercado asiático.

EJERCICIO DE VALENTÍA DURANTE LA PANDEMIA EN LA CULTURA

En el plano cultural, Rivera de la Cruz ha destacado el “ejercicio de valentía” que llevaron a cabo conjuntamente el Gobierno regional y el sector privado durante la fase más difícil de la pandemia por COVID-19, que se tradujo en que Madrid “levantara el telón de sus teatros todas las tardes” mientras otras ciudades, como Londres, París y Nueva York, “estaban en silencio”.

Gracias a ello, ha remarcado, hoy la Comunidad concentra el 22% de la industria cultural de todo el país, lidera el número de puestos de trabajo del sector –con 155.000 empleados–, así como en espacios teatrales privados, concentrando más del 40% del total; cuenta con el mayor número de empresas productoras de cine (32%), compañías teatrales (25%) y danza (21%); encabezando a su vez el ranking de CCAA con mayor volumen de representaciones teatrales (36%). Además, aglutina el 35% de los rodajes de películas, el 71% de las series y el 43% de los anuncios publicitarios.

Asimismo, en su apuesta por una política de diversificación de la oferta y atracción de nuevos públicos, con especial atención a los más jóvenes, la captación del talento a nivel nacional y el desarrollo de la industria, el Gobierno regional va a invertir en la programación, promoción, difusión y apoyo al tejido



Comunidad
de Madrid

Medios de Comunicación

cultural casi 72 millones de euros, un 40% más que en 2019; y otros 17,3 al fomento de la lectura y apoyo al sector editorial y del libro, lo que representa un 23% más respecto a 2019.

Para Rivera de la Cruz, Madrid es “el mayor destino cultural del mundo” por su “inmenso tesoro patrimonial”, con el Paisaje de la Luz de la capital recientemente declarado como Patrimonio Mundial por la UNESCO, reconocimiento que comparte con Aranjuez, la ciudad de Alcalá de Henares, el Monasterio y el Real Sitio de San Lorenzo de El Escorial y el Hayedo de Montejo, en este caso distinguido por su Patrimonio Natural.

También se ha referido a los más de 100 museos que alberga -con el Prado a la cabeza-, galerías de arte, cerca de 300 salas de teatro, 90 de conciertos, 11 Villas con sus respectivos castillos, iglesias y monasterios, así como el buque insignia de las artes escénicas, los Teatros del Canal, cuya programación es 100% pública.

INCREMENTO DE AYUDAS AL DEPORTE DE BASE

Por otro lado, Rivera de la Cruz ha resaltado la apuesta del Ejecutivo madrileño por el deporte de base, con un incremento este año de las ayudas destinadas a las federaciones (+13%) y clubes (+16%), así como a las becas (+24%).

También ha destacado la importancia de que la región continúe acogiendo eventos deportivos de ámbito nacional e internacional, que generan un impacto económico en el sector turístico, cultural, restaurador y hotelero. En este sentido, se ha referido al *Comunidad de Madrid Ladies Open de Golf*, *Meeting Internacional de Atletismo*, Campeonato del Mundo de Motocross o la carrera ciclista *Comunidad de Madrid 7 picos*, como algunos de los acontecimientos patrocinados este año por la Comunidad de Madrid.