

La consejera de Cultura, Turismo y Deporte encabeza una delegación del Gobierno regional a esta ciudad

La Comunidad de Madrid desembarca en Dallas para atraer turismo de calidad de EE.UU., su primer mercado emisor

- Rivera de la Cruz ha participado en eventos de presentación de la región ante los turoperadores más importantes de esta urbe
- Madrid es la única capital española que tiene vuelo directo con el estado de Texas, el segundo más poblado, con casi 30 millones de habitantes

30 de noviembre de 2022.- La consejera de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, Marta Rivera de la Cruz, ha viajado a la ciudad de Dallas para seguir atrayendo el turismo de calidad que llega desde este país. Rivera de la Cruz ha participado en esta urbe del estado de Texas en eventos de presentación de la región ante sus turoperadores más importantes, a los que ha dado a conocer los atractivos madrileños en torno al lema *El mejor estilo de vida del mundo*.

Este viaje se enmarca dentro del acuerdo de promoción con Iberia rubricado este año, que dio lugar a la inauguración de sus nuevas rutas aéreas entre Madrid y las ciudades de Washington y Dallas, con el que la aerolínea ha puesto en marcha, además, una campaña publicitaria específica sobre la Comunidad de Madrid que persigue avanzar en la captación de un turista de alto valor, que realiza un mayor gasto y una estancia más larga.

En 2022, especialmente una vez superado el impacto del COVID-19, se ha iniciado una fuerte reactivación de este mercado. Así, entre enero y septiembre de este año, la Comunidad atrajo a 534.245 visitantes procedentes de Estados Unidos, y solo en septiembre recibió a 77.396, cifra superior a los 63.896 que llegaron en el mismo mes de 2019.

Además, durante los nueve primeros meses de 2022, Estados Unidos encabezó el gasto turístico en la región, con un total de 970,5 millones de euros y un desembolso medio por persona de 2.030 euros (290 diarios), así como la estancia media, con 7 noches (la media del total de visitantes internacionales se sitúa en 5 noches).

La procedencia del turismo estadounidense se concentra principalmente en la Costa Este, en torno a Nueva York, Boston, Chicago, Washington o Filadelfia, ya que la conectividad aérea es muy superior en esta zona del país respecto al resto. En concreto, el aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas tiene conexión directa con todos ellos, además de Dallas, Filadelfia, Miami, San Francisco y Los Ángeles.

El convenio firmado con la aerolínea española contempla la inserción de anuncios y contenidos sobre la Comunidad de Madrid en la versión de su web para Estados Unidos, con más de 10 millones de usuarios; en sus redes sociales, que suman tres millones de seguidores; en sus revistas; en el sistema de entretenimiento de sus aviones, y en sus tarjetas de embarque. A ello se suma publicidad en soportes externos.

DALLAS, OPORTUNIDAD PARA MADRID

Desde el establecimiento de la conexión con Dallas el pasado mes de junio, con cuatro frecuencias semanales (lunes, miércoles, viernes y sábados), Madrid es, además, la única capital española con vuelo directo a Texas, el segundo estado más poblado de Estados Unidos, con casi 30 millones de habitantes. El área metropolitana de Dallas-Fort Worth, con casi 7 millones de habitantes, es la cuarta más poblada de la nación, después de las de Nueva York, Los Ángeles y Chicago.

Además, el estado texano es el segundo por PIB, después de California, con más de 2 billones de dólares en 2021, superando a países como España. Por su parte, el Aeropuerto Internacional de Dallas-Fort Worth, el gran *hub* de American Airlines, fue el segundo del mundo por tráfico de pasajeros en 2021.

La diversidad y la calidad de su oferta cultural, además de un estilo de vida único, son las fortalezas de la Comunidad de Madrid para incentivar la llegada de viajeros estadounidenses, ya que, según sus búsquedas *online* sobre el destino (Google Trends), supone el principal interés del viaje, especialmente para aquellos de la Costa Este y California, mientras que los texanos prestan más atención a la gastronomía, el ocio y la vida nocturna. También se comienza a observar un cierto interés hacia otros entornos de la región más allá de la capital, especialmente los que son Patrimonio Mundial de la Humanidad (Monasterio de San Lorenzo de El Escorial, Alcalá de Henares y Aranjuez).

Otro rasgo de la evolución de este mercado es el posicionamiento de Madrid como destino nacional de referencia en España. En 2021, la Comunidad de Madrid igualó por primera vez el volumen de visitantes procedentes de Estados Unidos alcanzado por Cataluña, que hasta entonces había sido el lugar favorito para estos turistas.