

Con más de 300 encuentros con agentes y touroperadores por Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey durante la última semana de abril

La Comunidad de Madrid se promociona en el mercado mexicano como destino turístico cultural

- La región madrileña es la puerta de entrada a Europa para el visitante procedente de ese país
- Cultura, historia, arte, gastronomía y compras son los mejores reclamos para este tipo de viajeros

30 de abril de 2022.- La Comunidad de Madrid ha dedicado la última semana de abril a promocionarse como destino turístico en el mercado mexicano. Desde el pasado domingo, una delegación de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte ha llevado a cabo un *roadshow* por Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.

La acción, que ha contado con la colaboración de Turespaña y el Ayuntamiento de Madrid, ha estado encabezada por el director general de Turismo de la Comunidad de Madrid, Luis Martín Izquierdo, así como una nutrida representación del sector madrileño -hoteles, agencias de receptivo y compras-.

Para ello, la delegación ha mantenido más de 300 encuentros con agentes y operadores mexicanos, con una carta de presentación de la región basada en que, a menos de 100 kilómetros de la Puerta del Sol, el visitante no solo puede encontrar una capital efervescente que vive su primavera turística, sino hasta cuatro espacios distinguidos por la UNESCO por su Patrimonio Mundial.

Es el caso del Paisaje de la Luz capitalino, Alcalá de Henares, Aranjuez y el Monasterio de San Lorenzo de El Escorial, pero la oferta se ensancha con la cercanía de Segovia, Ávila y Toledo; las 11 Villas de la Comunidad con sus castillos, iglesias y monasterios; el Paseo del Prado con la mayor concentración de museos, jardines y monumentos de toda Europa, y los más de 100 museos y galerías de arte, 289 salas de artes escénicas y 90 salas de conciertos.

Estos recursos monumentales y culturales son los embajadores de una acción de promoción que también se apoya en la ingente y cada vez más amplia oferta gastronómica madrileña y en el cada vez más rico turismo de compras *premium*. De hecho, según las encuestas de satisfacción, los mexicanos que visitan España lo hacen atraídos por su cultura, su historia, el arte, la gastronomía y las compras.

La Comunidad es consciente también del potencial de México como país emisor de turistas. De hecho, con una población que ronda los 130 millones de habitantes, este país es uno de los mercados internacionales prioritarios para el

Ejecutivo regional. Un mercado que en el año 2019 supuso para España la llegada de 600.000 viajeros, de los cuales alrededor de 200.000 pasaron por Madrid. En 2021 llegaron a la Comunidad 113.000 mexicanos, una excelente recuperación respecto a cifras prepandémicas, que situaron a este país como cuarto emisor internacional de visitantes tras Francia (278.294), Estados Unidos (233.137) e Italia (144.937), pero que permiten encarar 2022 con la esperanza de mejora de esos datos.

IMPORTANCIA MERCADO MEXICANO

La gira llevada a cabo por la delegación madrileña pretende consolidar las potencialidades de México como mercado emisor de turistas a la región madrileña. Y ello porque la región es destino prioritario y puerta de entrada a Europa, consolidado y bien conocido para gran parte de los habitantes de este país norteamericano. Para fidelizar esta demanda es preciso ofrecer nuevas experiencias de disfrute de destino.

Las reuniones de trabajo han tenido lugar en Ciudad de México, que han incluido un encuentro con Rebeca Sánchez, secretaria de Turismo, en la que expusieron y analizaron los datos y comportamiento del turismo mexicano tras la pandemia. También se mantuvo una reunión con el director general de Turismo y Competitividad Turística, Ramón Martínez, se realizó una presentación del destino a Euromundo, el mayor operador mayorista de viajes en ese país, así como a diferentes agencias de viaje minoristas.

Además, con la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo se intercambiaron los proyectos llevados a cabo para la promoción y digitalización de los diferentes destinos turísticos.

Mientras, en Guadalajara, los representantes de esta gira se reunieron con empresarios del sector, el presidente del consejo directivo de la Cámara de Comercio de Guadalajara y la directora general de promoción turística de ese Estado. Finalmente, en Monterrey, tras celebrar un *workshop* de profesionales, se mantuvo una reunión con la asociación de turoperadores de Nuevo León.