

El Ejecutivo regional ha autorizado dos para este otoño con una inversión de casi 2 millones de euros

---

## La Comunidad de Madrid aprueba campañas de promoción turística para consolidar la recuperación del sector

- Estas acciones se difundirán en España, Argentina, Brasil y Colombia con el lema *El mejor estilo de vida del mundo*
- Pondrán el acento en la oferta cultural, el patrimonio histórico y natural o las compras como reclamos para atraer viajeros
- En julio se recibió un 3,4% más de turistas internacionales que gastaron más de 1.000 millones de euros durante su estancia

**2 de octubre de 2022.-** La Comunidad de Madrid ha aprobado la puesta en marcha de dos campañas de promoción turística de la Comunidad de Madrid, con una inversión de casi 2 millones de euros, para contribuir a la consolidación de la recuperación de un sector que representa aproximadamente el 7% del PIB regional.

En concreto, a propuesta de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, el último Consejo de Gobierno ha dado luz verde para destinar 800.000 euros a una *online* para la atracción de turistas con origen en Argentina, Brasil y Colombia. Los mercados hispanoamericanos son prioritarios para la Comunidad de Madrid y, por ello, irá dirigida y segmentada a viajeros de esos países con especial interés por la oferta cultural y patrimonial madrileña.

Su lema será *El mejor estilo de vida del mundo*, arrancará el 17 de octubre e incluirá acciones en redes sociales, portales web, buscadores, weblog y blog, entre otros.

Asimismo, el Consejo de Gobierno ha autorizado también hoy invertir casi 1,1 millones de euros en otra campaña publicitaria en octubre y noviembre para la captación de visitantes nacionales.

La acción se desplegará en los principales medios españoles de prensa generalista, suplementos y revistas especializadas de viajes, así como grandes soportes publicitarios exteriores y red de autobuses urbanos de capitales como Málaga, Sevilla, Barcelona, Valencia y La Coruña.

El objetivo es seguir atrayendo turistas del resto de España. Como la enfocada a los tres países americanos, pondrá el acento en reclamos como el patrimonio, la oferta escénica, el enoturismo, las compras o el ocio que ofrece la región.

Así, difundirá destinos madrileños vinculados a enclaves culturales declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO, esto es, la Universidad y el centro histórico de Alcalá de Henares, el paisaje cultural de Aranjuez, el Monasterio y el Real Sitio de San Lorenzo de El Escorial y el Paisaje de la Luz, ubicado en el eje Prado-Retiro de la capital. Además, la acción publicitaria dará a conocer las Villas de Madrid, que constituyen una importante propuesta para visitar la región y diversificar la llegada de viajeros.

El sector turístico de la Comunidad de Madrid está registrando durante 2022 destacados índices de mejora. Así, según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el pasado mes de julio se recibió a 625.696 turistas internacionales, un 3,4% más que en junio. Estas cifras suponen un 99,7% más respecto a julio de 2019, es decir, el periodo previo a la pandemia.

Por su parte, también según el INE, en julio los turistas extranjeros gastaron en la región 1.092 millones de euros, un 7% más que el mes anterior, y un 113% más de recuperación respecto a julio de 2019. Paralelamente, el gasto medio por turista y día alcanza los 270 euros, mientras la media nacional se sitúa en los 170.