



Comunidad
de Madrid

EXCMA. SRA.

Adjunto traslado a V.E. CONTESTACIÓN a la PREGUNTA ESCRITA formulada por el Diputado del Grupo Parlamentario Vox en Madrid, Sr. Cutillas Cordón, que se relaciona a continuación:

- **PE 4558/22 R 25689 , Iniciativa de Origen: PCOC 3246/22 R 25689**

Madrid, a la fecha de la firma
EL DIRECTOR GENERAL

Firmado digitalmente por: ENRIQUEZ GONZALEZ NICOLAS
Fecha: 2023.03.14 19:56



La autenticidad de este documento se puede comprobar en www.madrid.org/cos mediante el siguiente código seguro de verificación: **0999673921528103491147**

EXCMA. SRA. PRESIDENTA DE LA ASAMBLEA DE MADRID

A los efectos del art. 198 del Reglamento de la Asamblea de Madrid, se traslada respuesta del Gobierno respecto del asunto de referencia:

PREGUNTA DE RESPUESTA ESCRITA

PE 4558/22 R 25689 , Iniciativa de Origen: PCOC 3246/22 R 25689

AUTOR/A: Jorge Arturo Cutillas Cordón (GPVOX) ,

ASUNTO: informar sobre el cumplimiento de los objetivos del contrato de patrocinio de las rutas aéreas directas desde Madrid a Chicago, Boston, Los Ángeles y San Francisco, llevado a cabo durante tres meses desde el 1 de septiembre de 2022.

RESPUESTA:

Se informa a su Señoría que la adjudicataria realizó en su totalidad los trabajos objeto del patrocinio, con el siguiente alcance:

- Acciones a bordo: vídeo de promoción turística de la Comunidad de Madrid visionado por casi 700.000 pasajeros.
- Acciones online en IBERIA.COM: 163.000 impresiones de banner promocionales de la Comunidad de Madrid como destino turístico; envíos semanales de newsletters a clientes Iberia Plus en EEUU con contenido de promoción turística de la CM; 1,4 millones de envíos revista Iberia Plus con contenidos turísticos de la CM.
- Acciones publicitarias off line: presencia de la Comunidad de Madrid en las tarjetas de embarque físicas con imágenes del destino CM.
- Acciones en redes sociales: publicación de *stories* del destino Comunidad de Madrid en perfil de Iberia de Instagram y Facebook con más de 400.000 seguidores; publicación de dos artículos sobre CM como destino turístico en blog de viajes “me gusta volar” con más de 33 visualizaciones; acción en redes sociales con *influencer* del mercado de EEUU realizando diferentes itinerarios turísticos por la CM (30 *stories*).
- Campaña en soportes exteriores en 200 localizaciones de Manhattan con un alcance de 7,7 millones.
- Campaña online programática dirigida a usuarios EEUU con intención de viajar, con un alcance de 8,8 millones.
- Eventos en Nueva York y Dallas para presentación del destino con asistencia de medios de comunicación, empresas y agencias locales, así como representantes institucionales (Embajada de España, Instituto Reina Sofía, Cámara de Comercio, Turespaña): 269 asistentes.

Madrid, 22 de febrero de 2023

EXCMA. SRA. PRESIDENTA DE LA ASAMBLEA DE MADRID

