El jefe de Gobierno porteño, Horacio Rodríguez Larreta, se reunió este lunes con miembros del Council of the Americas junto a Susan Segal, presidente y CEO de la organización, quien también integra el Consejo BA Global.

Tras el relanzamiento internacional “Back To BA” realizado la semana última, Rodríguez Larreta expuso la estrategia de proyección internacional de la Ciudad e invitó a aprovechar las oportunidades de inversión en industrias basadas en el conocimiento y en sectores intensivos en talento e innovación de la Ciudad. Asistieron representantes de más de 15 compañías, entre las que se encontraban Riverwood Capital, Merk, SC Johnson, AES, Nomura Group e Interenergy, entre otras. Asimismo, Rodríguez Larreta presentó la estrategia de proyección internacional de la Ciudad para reactivar la economía del visitante y así recuperar 3 millones de turistas internacionales, 100.000 estudiantes internacionales y 20.000 nómades digitales hacia 2023. El Council of the Americas es una organización empresarial internacional que reúne compañías líderes de diversos sectores, como energía y minería, manufactura, tecnología y transporte, entre otros.

Por su parte, Susan Segal felicitó al jefe de Gobierno porteño por la gestión en la Ciudad, en especial en relación a la agenda de cambio climático y la Cumbre de Alcaldes de C40 que se realizará el año próximo en Buenos Aires. La agenda de cambio climático es un elemento central de la estrategia de proyección internacional de la Ciudad, y representa un factor cada vez más importante para las empresas a la hora de tomar decisiones de inversión.

Por la mañana, junto al secretario General y de Relaciones Internacionales, Fernando Straface, y el presidente del Ente de Turismo, Gonzalo Robredo, Rodríguez Larreta mantuvo una reunión con Fred Dixon, presidente de NYC&Company, organización oficial de marketing de destinos y la oficina de visitantes y convenciones de Nueva York. En el último día de su gira por los Estados Unidos, el jefe de Gobierno concentró su agenda en la promoción internacional de la ciudad de Buenos Aires como destino para turistas, estudiantes y nómades digitales. Durante el encuentro, Dixon explicó la estrategia para recuperar la industria turística, que incluyó la iniciativa “It’s time for New York City”, la campaña de marketing y publicidad de turismo global más grande realizada por el organismo, que involucró una inversión de US$30 millones.

“Tenemos que recuperar la economía del visitante en la Ciudad, que en 2019 había logrado récords históricos. Queremos que turistas, estudiantes y nómades digitales de todo el mundo

conozcan y disfruten de los atractivos que tiene Buenos Aires y que sigan haciendo su aporte a la generación de oportunidades y de trabajo para los porteños. Porque más turismo es más trabajo para los hoteles, la gastronomía, la cultura y la industria del entretenimiento. Vamos a recibirlos con los brazos abiertos", explicó Rodríguez Larreta.

Durante el encuentro, acordaron definir una agenda de trabajo con VisitBA, la agencia de promoción internacional de Buenos Aires, para promover el turismo de forma conjunta. Es que Nueva York es el principal mercado emisor de turistas de los Estados Unidos hacia Buenos Aires. De hecho, en 2019, la Ciudad y Nueva York suscribieron un acuerdo de colaboración para la promoción turística cruzada y el intercambio de buenas prácticas de márketing. El acuerdo incluyó la realización de campañas en ambos destinos a través de 200 formatos y dispositivos publicitarios en la vía pública, tanto en Nueva York como en Buenos Aires.

El Jefe de Gobierno se reunirá con Gastón Greco, dueño de POSCO, un emprendimiento de zapatos argentinos que busca ampliarse a los Estados Unidos.