

Balance de la campaña de promoción del turismo de compras 'Madrid Destino 7 Estrellas. La Mejor Tienda del Mundo'

La web que promociona el turismo de compras en la región suma más de 18 millones de visitas

- La app se ha descargado en 158.131 dispositivos y las redes sociales cuentan con medio millón de seguidores
- Según un estudio, Madrid es la segunda capital europea como destino de compras, solo por detrás de Londres
- La Ley de Dinamización de la Actividad Comercial ha tenido un impacto muy notable en el turismo de compras
- El número de viajeros a la Comunidad de Madrid creció un 4,1 % en 2017

25 de febrero de 2018.- La web www.madrid-shops.com ha sumado 18.050.102 visitas desde que viera la luz en 2013 y casi 3 millones más en 2017 con respecto al año anterior. Se trata de una de las iniciativas de la campaña 'Madrid Destino 7 Estrellas. La Mejor Tienda del Mundo', que tiene como objetivo convertir a Madrid en referente comercial en nuevos mercados como Japón, México y Colombia y consolidar las acciones llevadas a cabo anteriormente en el mercado chino.

A la iniciativa se han adherido 300 comercios de la región que, además de la web, tienen a su disposición otros soportes promocionales, como la aplicación para dispositivos móviles 'Madrid Shopping Experience' - que ha tenido el año pasado un total de 28.744 descargas, acumulando 158.131 desde 2014- o la presencia en redes sociales, que ha superado el medio millón de seguidores al cierre del año pasado. Todas estas acciones han hecho a la campaña acreedora del premio 'Titanes de las Finanzas 2017' el pasado mes de mayo, otorgado por el voto de casi 7.500 financieros, empresarios y directivos.

SEGUNDA CAPITAL EUROPEA COMO DESTINO DE COMPRAS

La campaña también ha contribuido a que Madrid sea la segunda capital europea como destino de compras, solo por detrás de Londres, como refleja el informe 'Globe Shopper City Index Europe', que valora especialmente la importante disponibilidad horaria de los comercios, particularmente en domingos.

Y es que, la posibilidad de apertura comercial en domingos y festivos, sin limitación alguna, gracias a la Ley de Dinamización de la Actividad Comercial, ha tenido un impacto muy notable en el turismo, ya que los turistas que vienen a Madrid pueden realizar sus compras en los momentos en que les resulte más cómodo.

Otros valores de la Comunidad de Madrid para hacer atractiva su oferta comercial es su variedad, la eliminación de trabas para el ejercicio de la actividad de los comerciantes, el competitivo sistema de tax free y los precios más baratos con respecto a otros mercados internacionales.

CRECIMIENTO DEL NÚMERO DE VIAJEROS Y PERNOCTACIONES

De esta forma, y según la encuesta de Coyuntura Turística Hotelera, a lo largo de 2017 las cifras de viajeros y pernoctaciones han alcanzado volúmenes nunca antes registrados tanto para residentes nacionales como para los extranjeros.

Así, las pernoctaciones se han situado en los casi 23,7 millones, lo que supone un crecimiento del 6,9 % respecto a 2016. A su vez, el número de viajeros ha crecido un 4,1 %, llegando a la cifra de 11.964.315.

EL INCREMENTO MÁS ELEVADO ENTRE TODAS LAS COMUNIDADES

Por su parte, la encuesta Frontur elaborada por el INE, destaca que en 2017 la Comunidad de Madrid ha recibido 6.694.686 turistas extranjeros, lo que supone un incremento del 15,8 % respecto al mismo periodo del año anterior. Se trata del incremento más elevado entre las principales comunidades de destino.

Por último, la encuesta de gasto turístico EGATUR refleja que el año pasado los turistas no residentes en España han gastado 8.838 millones de euros en la Comunidad de Madrid, lo que supone un 16,3 % más que en el mismo periodo de 2016.