

El consejero de Economía y la consejera de Cultura presentan en Fitur las nuevas acciones de la iniciativa 'Madrid Destino 7 Estrellas' para 2020

La Comunidad de Madrid se consolida como referente internacional del turismo de compras

- El número de turistas de otros países que visitan la región se ha incrementado un 10,3% en el último año
- China, Japón, Argentina, México y Colombia son los principales mercados de la 'marca Madrid', que este año centra su expansión en países como Corea del Sur

23 de enero de 2020- La Comunidad de Madrid se consolida como uno de los grandes referentes internacionales del turismo de compras, con un incremento anual del 10,3% en el número de visitantes extranjeros. Esta subida contribuye a situar a la región como tercer destino turístico a nivel nacional, y a la capital como segundo mejor destino europeo de compras. Así lo ha señalado hoy el consejero de Economía, Empleo y Competitividad, Manuel Giménez, durante la presentación de las novedades que se pondrán en marcha este año dentro de la iniciativa 'Madrid Destino 7 Estrellas, la mejor tienda del mundo'. Este acto se ha desarrollado en la Feria Internacional de Turismo –Fitur-, en el que también ha participado la consejera de Cultura y Turismo, Marta Rivera de la Cruz.

'Madrid Destino 7 Estrellas, la mejor tienda del mundo' es una iniciativa de la Comunidad de Madrid, en colaboración con la cámara de Comercio, cuyo objetivo es posicionar al comercio madrileño como referente para el turismo de compras en los mercados internacionales con mayor potencial de gasto. Esta campaña, que se puso en marcha en 2013, se centró en primer lugar en China – que en 2019 triplicó la demanda de turistas con destino a la región- y se ha extendido posteriormente a Japón, Argentina, México y Colombia, convirtiendo a estos países en los principales mercados para la 'marca Madrid' en el panorama de turismo de compras a nivel mundial.

En 2020, 'Madrid Destino 7 Estrellas, la mejor tienda del mundo' va a mantener las actuaciones en estos mercados y en otros en los que ya realiza acciones puntuales, especialmente Corea del Sur –país invitado este año en Fitur-, India, Rusia, Brasil y Chile. Para ello va a desarrollar acciones promocionales en ferias turísticas de relevancia mundial como las que se celebran en Shanghai (China), Okinawa (Japón), Seúl (Corea del Sur) o Fortaleza y Recife (Brasil).

Además, la campaña va a reforzar este año sus herramientas de promoción online y offline con nuevas posibilidades y servicios. Así, la web Madridshops

(www.Madrid-shops.com), que ofrece información turística y comercial sobre más de 500 comercios Premium de la región en cuatro idiomas (chino, inglés, japonés y español) y que ya ha registrado 24 millones de visitas, actualizará y ampliará su contenido con newsletters y novedades de interés para convertirse en la guía shopping online de referencia del turismo internacional en la Comunidad de Madrid.

Por su parte, la app 'Madrid Shops € Tax Free', también disponible en cuatro idiomas y que supera las 165.000 descargas, añadirá a sus múltiples funcionalidades –información de rutas gastronómicas, actividades culturales, consejos útiles para el viajero, devolución digital del tax free...- la posibilidad de pedir un taxi, VTC o alquilar un vehículo para facilitar la movilidad de los viajeros, y de consultar la información de los niveles de contaminación por áreas comerciales.

“El turismo aporta el 10% de nuestro PIB y es uno de los motores económicos y de generación de empleo de la región”, ha subrayado Giménez, quien destacó la importancia de iniciativas como 'Madrid Destino 7 Estrellas' para promocionar y poner en valor el potencial comercial de la Comunidad en todo el mundo.