



Las encuestas muestran el perfil de los visitantes que eligen la región en sus viajes

Francesa, mayor de 40 años y con interés por la cultura: perfil de los turistas que llegan a la Comunidad

- Casi 18.000 viajeros nacionales e internacionales pasaron hasta junio por la oficina turística regional de Puerta del Sol
- Este espacio se ha convertido en referencia para la presentación de los destinos regionales

26 de julio de 2022.- La oficina de turismo que la Comunidad de Madrid tiene a escasos metros del kilómetro cero de la capital, en la Puerta del Sol, recibió desde enero y hasta junio la visita de casi 18.000 personas, todas ellas interesadas en obtener información turística de la región.

Posteriormente, siguiendo el protocolo de atención a viajeros, se sometieron a una breve encuesta, de cuyo análisis se extrae que el turista tipo que visita la Comunidad de Madrid es mujer, francesa, mayor de 40 años y con interés por la programación cultural de la región.

Además, la información recabada por los informadores de la Comunidad muestra una evolución positiva en la llegada de viajeros, ya que, mientras en el primer trimestre del año se pasaron por la oficina de Sol 4.554 turistas nacionales e internacionales, ese número se multiplicó casi por tres, hasta llegar a las 12.736, de abril a junio.

Las mujeres representaron el 57% de las personas que solicitaron información en la oficina y, en el caso de los turistas internacionales, la nacionalidad mayoritaria fue la francesa. De hecho, hasta marzo, representaron el 15,6% del total, subiendo hasta el 17,8% de abril a junio. Le siguieron los argentinos, que supusieron el 11% y 12,7%, en el primer y segundo trimestre, respectivamente; italianos (9% y 8%); alemanes (7,6% y 6,6%) e ingleses (6% y 5,1%) completan el ranking.

Se percibe también desde el pasado mes de mayo el aumento en la variedad de nacionalidades que visitaron la región, llegando turistas procedentes de India, Malasia, Guadalupe, Corea del Sur e Israel, viajeros que en los últimos dos años no han sido habituales

En lo que respecta al mercado nacional, destaca la visita a la oficina de Puerta del Sol de madrileños: el 26% del total en el primer trimestre y el 19,5% de abril a junio. Los turistas catalanes sumaron el 19% y el 21,6% en el primer y segundo



trimestre, respectivamente, seguidos de valencianos (9% y 10,8%) y vascos (7,8% y 11,2%).

Mayoritariamente, la oficina de Puerta del Sol recibe parejas de entre 40 y 64 años, sobre todo, atraídos por las propuestas culturales de la Comunidad de Madrid. En este capítulo, en general los turistas preguntan por la agenda cultural madrileña, siendo los museos y sus exposiciones el asunto más demandado. En el caso de los internacionales cada vez piden más información sobre ciudades cercanas a Madrid, en concreto Toledo, que genera mucho interés entre estos visitantes.

Las estancias suelen oscilar entre los 2 y los 4 días y los viajeros siguen solicitando información en formato papel, a pesar de la promoción del acceso a la web y códigos QR. En este sentido, los mapas siguen resultando imprescindibles por su alta demanda.

PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

En un intento por mejorar las capacidades del centro turístico de Puerta del Sol, la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid ha celebrado desde enero diversos actos de presentación de productos turísticos regionales. Esta política pretende dar a conocer otros lugares de la región con interés cultural, histórico y gastronómico, distintos a los de la capital.

De este modo, en febrero se presentó la Asociación Madrid Rutas del Vino y el convenio MadRural con agencias de viaje, al que acudieron numerosos alcaldes de la comarca de las Vegas. En marzo la comarca de la Sierra Norte protagonizó un evento para dar a conocer sus atractivos turísticos y en abril el espacio se utilizó para la puesta de largo de la programación regional de Semana Santa.

En mayo tomó el relevo la Asociación Mujeres y Patrimonio, que dio a conocer sus visitas guiadas por Madrid y se celebró otro evento vinculado a la Asociación Madrid Rutas del Vino y al ayuntamiento de Villarejo de Salvanés, con cata de vinos y productos de la zona. Finalmente, la oficina acogió unas jornadas de promoción de la comarca de las Vegas dentro de la campaña de Madrid Rural, con productos típicos de sus localidades.

En junio la protagonista fue la prueba deportiva *Swimrun* de Pelayos de la Presa; la alcaldesa de Cenicientos hizo una presentación de la propuesta turística y enológica de su municipio y se dio a conocer la recreación de la Batalla de Brunete por parte de los municipios de esta comarca turística.