

El consejero Rodrigo ha visitado el recién estrenado punto de venta, disponible para todos los viajeros

La Comunidad de Madrid abre una nueva tienda de Metro en la Terminal 4 del Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas

- Se suma a las de las estaciones del suburbano de Sol, Plaza de Castilla y Ópera, así como en la Nave de Motores y la exposición de trenes de Chamartín
- Además, se ha presentado una línea de productos inspirados en el próximo Gran Premio de España de Fórmula 1, que incluye camisetas, sudaderas y gorras

6 de julio de 2026.- La Comunidad de Madrid ha abierto una nueva tienda de productos oficiales de Metro en el Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas. El consejero de Vivienda, Transportes e Infraestructuras, Jorge Rodrigo, ha visitado este espacio en el *Duty Free* de la Terminal 4, que incorpora en su diseño elementos característicos del suburbano madrileño, incluyendo un pórtico de forja que reproduce los clásicos accesos a las estaciones.

Rodrigo ha recordado que este establecimiento se suma a los tres de las estaciones de Sol, Plaza de Castilla y Ópera, “que acercan a usuarios y turistas la icónica imagen de Metro”. Además, los productos también están disponibles en la Nave de Motores de Pacífico y la exposición de trenes clásicos de Chamartín, así como a través de internet.

El consejero ha anunciado que, coincidiendo con esta inauguración, la compañía metropolitana pone a la venta una nueva línea de artículos inspirados en la Fórmula 1, que incluye camisetas, sudaderas y gorras, coincidiendo con el regreso a la capital de la competición automovilístico con el Gran Premio de España que se celebra del 11 al 13 de septiembre en el circuito MADRING.

La estación Aeropuerto T4 de la Línea 8, la más cercana a la nueva tienda, conecta directamente la terminal con el centro financiero de la ciudad de forma rápida y directa, en un trayecto de apenas 15 minutos. A punto de cumplir 20 años, este punto de la red del suburbano recibe anualmente más de 4,7 millones de usuarios.

Rodrigo ha destacado que “desde su inauguración, hace 107 años, Metro siempre ha sido “más que un modo de transporte, una seña de identidad”, por lo



Comunidad
de Madrid

Medios de Comunicación

que estos espacios “refuerzan esa conexión con los madrileños”.

La tienda corporativa de la empresa pública comenzó su andadura en 2012 y en los últimos años ha experimentado un importante aumento de ventas. En lo que va de año registra un incremento del 118% respecto al mismo periodo de 2025. Entre los artículos más demandados destacan las zapatillas conmemorativas del centenario de Metro, de las que ya se han vendido más de 1.400 unidades, consolidándose como uno de los productos de mayor éxito de la colección oficial.