



Incide en el atractivo de la gran oferta cultural, de ocio y de naturaleza de la región

La Comunidad inicia la campaña '¿Conoces Madrid?' para aumentar la llegada de turistas a la región

- El director general de Turismo, Carlos Chaguaceda, destaca "la cercanía, calidad de vida y buena acogida" como valores que hacen atractiva la región

14 de noviembre de 2016.- La Comunidad de Madrid ha iniciado una campaña de promoción con el lema '¿Conoces Madrid?' con el fin de atraer a un mayor número de turistas, procedentes de cualquier punto de la región así como del resto de España, con la que se quiere incidir en la gran oferta de cultura, ocio y naturaleza en un radio de ochenta kilómetros desde la capital.

El claim 'Conoces Madrid' se completa con un subclaim para la campaña de ámbito nacional: '¿Conoces Madrid? Descúbrelo. Patrimonio de la Humanidad y mucho más'; y otro subclaim para la campaña del ámbito regional: '¿Conoces Madrid? Disfrútalo, es tuyo. Lugares con encanto' (centrado en las Villas de Madrid y el Parque Regional del Guadarrama).

El director general de Turismo, Carlos Chaguaceda, explica que esta campaña pretende destacar la calidad y amplitud de la oferta turística y transmitir los atributos de región en este ámbito: modernidad, autenticidad, amabilidad, frescura que han llevado a que la Comunidad de Madrid batiese el récord el pasado año con la llegada de más de once millones de turistas.

"Los valores que se quieren destacar son la cercanía, calidad de vida y buena acogida por parte de los madrileños hacia los turistas que llegan a nuestra región", señala Chaguaceda. La Comunidad de Madrid es un destino muy elegido por los turistas para los puentes y 'citybreak' (fines de semana), así como en las fiestas de Navidad, que en pocas semanas llenarán la región de visitantes.

El Monasterio de El Páular, en Rascafría; el Palacio-Iglesia de Goyeneche, en Nuevo Baztán; Buitrago de Lozoya, la Plaza Mayor de Colmenar de Oreja, el Real Monasterio de San Lorenzo de El Escorial, el Palacio Real de Aranjuez, la Pedriza, la Plaza Mayor de Chinchón o el Patio Enclaustrado de Santo Tomás de Villanueva en Alcalá de Henares son algunos de los lugares publicitados.



Por ello, otro de los objetivos de esta campaña es que los turistas asocien Madrid con una serie de lugares, de forma que planifiquen una visita de mayor duración. “También buscamos que el turismo nacional llegue a la Comunidad de Madrid ahora que empieza una buena temporada de afluencia para la capital con el puente de diciembre y la Navidad”, ha añadido el director general.

Además, está previsto hacer campañas de promoción turística de Madrid en otras importantes ciudades españolas como Barcelona, Málaga, Sevilla, Valencia, Córdoba o Alicante, que además están conectadas con la capital por AVE, y también se va a tratar de llegar al público más turista a través de las principales páginas de viajes de internet.

Esta nueva acción complementa a las que se han llevado a cabo a lo largo del año para fomentar la llegada de turistas internacionales, lo que se ha traducido en un aumento del 15 por ciento de los mismos.

“Tenemos una oferta imbatible de museos, musicales, deportes, parques naturales, congresos o incluso de golf. Somos el mejor destino para el ocio urbano, y además con sol. Madrid es un destino atractivo que se asocia a la calidad de vida, pero debemos mejorar nuestro posicionamiento en el mercado, y a ello sin duda va a contribuir esta campaña”, destaca Chaguaceda.