



El director general de Turismo, Carlos Chaguaceda, ha viajado hasta el país asiático para reunirse con turoperadores

La Comunidad de Madrid lleva la oferta turística de la región a Hong Kong para atraer turismo de compras

- La Embajadora de Turismo de la Comunidad de Madrid, Carolina Marín, ha participado en las jornadas
- Los hongkoneses son los turistas que más viajan de Asia y los que tienen el ticket más alto de compra en España
- Eligen Madrid como último destino antes de volver a su país para hacer compras y pasan una media de 3,3 noches
- Las conexiones entre Madrid y las ciudades chinas de Shanghai y Hong Kong tendrán un impacto de 150 millones de euros al año en los comercios de la capital

20 de noviembre de 2016.- La Comunidad de Madrid continúa con su trabajo de promoción turística internacional y esta semana llevará oferta turística a la ciudad de Hong Kong con el fin de llegar a más sectores de relevancia económica, en concreto el turismo de compras, y así atraer a un mayor número de turistas asiáticos de alto nivel económico a la región.

El director general de Turismo, Carlos Chaguaceda, participará mañana, lunes, en una jornada a la que asistirán más de 34 turoperadores asiáticos y en la que también estará la Embajadora de Turismo de la Comunidad de Madrid, Carolina Marín, que comienza su temporada en aquel continente con un torneo en Hong Kong y cuya presencia aumentará el impacto de esta acción.

“Esta iniciativa aúna buena parte de los objetivos que el Gobierno de Cristina Cifuentes marcó en su estrategia de turismo: busca aumentar el conocimiento de Madrid mediante la promoción en origen en países de alto potencial de crecimiento y se apoya en una persona muy conocida allí como es la campeona olímpica y del mundo Carolina Marín”, ha destacado Chaguaceda.

En este sentido, ha recordado que los datos acumulados en lo que va de año refuerzan la importancia de esta estrategia de promoción internacional, ya que a día de hoy el número de visitantes internacionales crece más de un 15% en lo





que va de año y la llegada de turistas asiáticos prácticamente se está duplicando gracias al aumento de las conexiones directas.

Según las estimaciones de tax free Global Blue, las conexiones entre Madrid y las ciudades chinas de Shanghai (operada por Iberia) y Hong Kong (Cathay Pacific) tendrán un impacto al menos de 150 millones de euros al año en los comercios de la capital (el gasto medio, incluido comercios, es de 1.000 euros y cada aerolínea puede traer 50.000 turistas extra al año cuyo principal objetivo son las compras).

Los hongkoneses son los turistas que más viajan de toda Asia (el 84 por ciento afirma haber viajado por ocio en los 12 meses anteriores y aproximadamente el 27 por ciento ha realizado hasta tres viajes). Los hongkoneses realizan normalmente entre dos y cuatro viajes al año y el 16 por ciento de ellos afirma que busca un turismo más focalizado en comprar.

Cuando viajan a Europa procuran hacer una ruta al menos por dos países, incluyendo visitas hasta seis ciudades distintas en quince días y en España pasan una media de 3,3 noches. Los hongkoneses a menudo escogen Madrid como el último punto de su viaje porque es más práctico que Barcelona de cara a las compras de lujo para no tener que cargar con las bolsas.

Además, muchos hongkoneses eligen Madrid como el punto desde el cual ir a América Latina pues España, y en concreto Madrid, les parece lo más lógico. Cuando llegan aquí se suelen quedar un día y aprovechan para descansar y en muchas otras ocasiones para ver un partido de fútbol. Entre los aspectos más valorados, la comida, el ocio y el precio asequible que ofrece la región.

“Las actuaciones internacionales son solo una parte de la estrategia de promoción de la Comunidad de Madrid y tenemos en marcha una campaña de comunicación nacional para poner en valor los atractivos turísticos patrimonio mundial, como San Lorenzo de El Escorial, Alcalá de Henares y Aranjuez, y localidades como Chinchón, Nuevo Baztán o Rascafría, con el fin de aumentar el número de pernoctaciones en nuestra comunidad y redirigir flujos turísticos hacia los mencionados destinos”, ha concluido el director general.

