



Carlos Chaguaceda ha intervenido hoy con una ponencia en el Summit Shopping, Tourism & Economy

La Comunidad de Madrid dispone de un amplio margen para mejorar el sector del turismo de compras

- Mejorará la sostenibilidad de nuestro modelo porque se trata de un segmento desestacionalizado
- La región dispone de grandes atractivos como patrimonio, cultura, historia, naturaleza así como un sector comercial vivo, ágil y competitivo

6 de octubre de 2015- “La Comunidad de Madrid tiene todo lo necesario para conseguir construir una propuesta de marca integradora que atraiga el turismo de compras”, así de firme se ha manifestado esta mañana del director general de Turismo Carlos Chaguaceda, durante su intervención en I Congreso Internacional de Turismo de Compras que se celebra por primera vez en la capital.

En opinión del director general de Turismo, “favorecer este turismo mejorará la sostenibilidad de nuestro modelo porque se trata de un segmento anticíclico y desestacionalizado, además de complementario de la oferta mayoritaria que ofrece nuestro país”.

Esto nos permite, a su juicio “estar muy bien posicionados en los rankings (segunda ciudad europea), pero con un amplio margen para seguir mejorando en el volumen de gasto por turista (que ya encabezamos en España). Ahora Madrid es la segunda ciudad de Europa mejor posicionada entre los consumidores de todo el mundo para realizar compras, sólo por detrás de Londres y por delante de París, Roma o Berlín”

Carlos Chaguaceda ha desgranado también durante su disertación los atractivos que ofrece la Comunidad de Madrid. Tiene patrimonio, cultura, historia, naturaleza...pero también un sector comercial vivo, ágil y competitivo....y unas condiciones envidiables de oferta y climatología, así como unos amplios horarios comerciales”.

“La Comunidad está comprometida a hacer de Madrid el referente del turismo de compras en nuestro país y a sumarse en el impulso de mejoras en todos los





terrenos, desde la articulación de una oferta global hasta la creación de marca, pasando por el apoyo en los asuntos de la tramitación de visados o del aumento de la conectividad. Apoyar las infraestructuras de transporte es apoyar el turismo y, por tanto, la economía y el bienestar de los madrileños”, ha afirmado.

También ha recordado el compromiso electoral de la presidenta de la Comunidad de Madrid, Cristina Cifuentes, de poner en marcha el Plan Estratégico de Turismo de Madrid. “Nuestro objetivo es que todos los sectores implicados participen y colaboren para mejorar la competitividad y la excelencia de los destinos turísticos de la región, para ello ya hemos comenzado a mantener encuentros con el sector hotelero, las líneas aéreas, y los operadores turísticos y comerciales con el fin de definir las próximas iniciativas”, ha concluido.

