

Garrido clausura la segunda edición del Summit Shopping Tourism & Economy

---

## La Comunidad impulsa la imagen de Madrid como centro de vanguardia de cara al turismo de compras

- La región es la comunidad con el gasto medio por turista más alto de España, con 1.347 euros

**30 de noviembre de 2016.-** La Comunidad apuesta por impulsar la imagen de Madrid como centro de vanguardia y modernidad para promocionar la región como destino turístico de compras, como “un destino preferente para el cliente que quiere conocer las últimas tendencias”.

Así lo ha explicado hoy el consejero de Presidencia, Justicia y Portavoz del Gobierno de la Comunidad de Madrid, Ángel Garrido, durante la clausura de la segunda edición del Summit Shopping Tourism & Economy, la principal cumbre europea dedicada exclusivamente al fenómeno del turismo de compras.

En el acto de cierre también han participado la secretaria de Estado de Turismo, Matilde Asian; el alto comisionado para la Marca España, Carlos Espinosa de los Monteros; y el presidente del comité organizador del Summit, Juan Antonio Samaranch.

Garrido ha adelantado que la Comunidad trabaja por seguir avanzando en el ámbito del turismo de compras con un doble objetivo. Por un lado, el de fomentar la imagen de Madrid como centro de vanguardia y modernidad y, por otro, el de transformar el comercio artesanal y tradicional en un atractivo para el turista actual, “adaptando nuestro relato histórico a la realidad del mundo”.

“En Madrid es posible encontrar las compras más exclusivas, las zonas más bohemias, los pueblos más bonitos o comercios centenarios que permanecen impasibles al paso del tiempo, en una mezcla de tradición y modernidad”, ha apuntado.

### VENTAJAS ÚNICAS

Para lograr estos objetivos, ha recordado que la Comunidad tiene un gran potencial al contar, entre otras, con ventajas como una sólida red de infraestructuras, una amplia oferta de alojamiento, libertad en los horarios comerciales y en el calendario de rebajas, diversidad de comercios para todo tipo de bolsillos y gustos, tiendas altamente especializadas o servicios turísticos como el ‘tax free’ a partir de determinado nivel de compras.

Dentro de esta estrategia de crecimiento, la Comunidad va a impulsar también la campaña ‘Madrid Destino 7 Estrellas’, que promociona la región como destino turístico de compras, a nuevos mercados emergentes en Latinoamérica y Asia, ampliando de este modo la iniciativa puesta en marcha en 2013 con China como primer objetivo.

En este punto concreto, Garrido ha destacado el éxito que la campaña ha tenido para posicionar a la región como referente de compras en el mercado chino, combinando acciones *online* en China y *offline* tanto en el país asiático como en la propia Comunidad de Madrid, incluidas rutas de compras dirigidas tanto para un público que busca exclusividad como para el que quiere algo más típico.

### **EL MAYOR GASTO MEDIO POR TURISTA**

El objetivo final todas estas iniciativas, ha añadido, es el de mejorar aún más las cifras de un sector que ha dejado 4,8 millones de turistas extranjeros en la región durante los diez primeros meses del año, un 11,8% más que en 2015, y en el que Madrid es la comunidad con el gasto medio por turista más alto de España, con 1.347 euros. “En pernoctaciones hemos alcanzado los 9,6 millones hasta octubre, por lo que, con toda seguridad, se superarán los 11 millones el año pasado”, ha señalado.

“Duplicar el turismo de países de fuera de la Unión Europea es posible si seguimos trabajando juntos y con un objetivo claro: establecer un relato de Madrid que llegue a todo el mundo”, ha concluido.