MEDIOSDECOMUNICACIÓN

La alcaldesa presenta la campaña con la que espera afianzar el récord de visitantes

Madrid se suma al circuito internacional del turismo navideño

- El pasado año 1,1 millones de espectadores disfrutaron de las actividades navideñas
- Entre finales de noviembre y principios de enero el comercio concentra en torno al 30 y 40 % de sus ventas anuales
- Madrid se promociona en países de interés estratégico como Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Francia e Italia
- Tradiciones populares, gastronomía y "shopping" completan el programa

Madrid, 28-nov-'14

Madrid espera consolidar esta Navidad el tirón turístico que en los últimos meses ha alcanzado cifras récord. Además de reforzar las campañas de promoción turística en países como Estados Unidos, Reino Unido, Alemania e Italia, el Ayuntamiento ha diseñado programas que recogen los aspectos más tradicionales de la cultura madrileña, como es la ruta de los belenes, o un recorrido de compras. "Queremos que quienes nos visiten deseen volver", ha señalado la alcaldesa durante la presentación de la campaña "Acciones de Turismo y Comercio".

La Navidad combina tradiciones populares y la pasión por el consumo. Para algunas ciudades, Madrid entre ellas, es un foco de atracción y un activador económico. "La Navidad es una de las celebraciones que más atrae a los visitantes de Madrid", reconoció Ana Botella. El pasado año, 1,1 millones de espectadores disfrutaron de las actividades navideñas y de la Cabalgata de Reyes y sólo en el mes de diciembre recibimos a 627.308 visitantes.

La capital madrileña espera poner durante estas fiestas la guinda a los favorables datos de turistas de los últimos meses. "Este año esperamos conseguir un nuevo récord de visitantes. De hecho ya lo hemos alcanzado en la suma de los últimos doce meses (de octubre de 2013 a octubre de 2014), en los que hemos recibido a 8.265.280 turistas. Es el segundo mayor regidtro de la serie histórica", agregó la alcaldesa.

¡MADRID!
MEDIOSDECOMUNICACIÓN

Las perspectivas de ventas en las fechas navideñas sirven de barómetro para el resto del año, especialmente en lo que se refiere al comercio minorista. Y Madrid ha preparado la campaña con un paquete de medidas que comprende un refuerzo de las acciones publicitarias, comerciales y turísticas “para que todo aquel que visite o descubra por primera vez esta ciudad, cosmopolita y universal, antes de irse ya esté pensando en volver”, argumentó la alcaldesa. Para ello, se ha vendido la Navidad madrileña en países de interés estratégico como Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Francia e Italia.

Entre finales de noviembre y principios de enero el comercio concentra en torno al 30 y 40 % de sus ventas anuales, llegando al 50 % en sectores como la perfumería o hasta el 70 % en el de los juguetes.

“El pequeño comercio confía en hacer una buena campaña y se calcula que reforzarán sus plantillas con la contratación de unas 30.000 personas. Y este es un dato del que debemos felicitarnos todos, porque el empleo es la primera prioridad en estos tiempos”, explicó Botella.

El Ayuntamiento reforzará el punto de información en el hall del aeropuerto, de entrada al Metro en la Terminal 2 del Aeropuerto Adolfo Suárez-Madrid Barajas. La unidad móvil de información turística se desplazará por los barrios de mayor afluencia de turistas para mostrar, entre otras iniciativas, la tradición de los belenes: “Belenes históricos”, “Costumbres y tradiciones navideñas en Madrid”, “Descubre los tesoros de Madrid en Navidad”, además de la excelencias de nuestros mercados y la gastronomía.

19 estrellas Michelín

Entre los puntos fuertes de la capital se encuentra la variedad y riqueza gastronómica, desde los bares de tapas a los restaurantes. La capital suma 19 estrellas Michelín que se reparten una docena de restaurantes. Además de los tres mil bares. Asimismo la oferta de tiendas y el atractivo por las compras se ha plasmado en el “Barrio de Salamanca Shopping Tour”, con una duración de dos horas.

La jornada de hoy, declarada Día de las Librerías, ha sido reivindicada por la alcaldesa como una ocasión para descubrir los cientos de establecimientos donde poder encontrar “alguno de esos regalos que hacen vivir momentos mágicos a quien los recibe”.

“La Navidad es una oportunidad excelente para promocionar el comercio de nuestra ciudad, con precios competitivos y con libertad de horarios comerciales que convierten a Madrid en el mejor destino para las compras”, agregó la regidora..

El encendido de la iluminación, otro acontecimiento que ha entrado en la categoría de los rituales navideños, marcó ayer el comienzo de la temporada. “Se trata de animar e invitar a los madrileños y a quienes nos visitan a recorrer la ciudad para hacer sus compras navideñas”, afirmó la alcaldesa.

El listado de atractivos se completa además con exposiciones como la Colección Abelló en CentroCentro Cibeles, y “A su imagen” en el Fernán

¡MADRID!
MEDIOSDECOMUNICACIÓN

Gómez Centro Cultural de la Villa; el Teatro está representado por “Ricardo III”, en el Español; el Belén Napolitano de los Duques de Cardona, en CentroCentro; la Ciudad de los Niños, en el Conde Duque; las actividades en Matadero, la programación de los distritos, las pistas de hielo, los mercadillos navideños o la legendaria carrera de San Silvestre./