

Esta iniciativa promocionará el comercio regional en más de una veintena de mercados para dar a conocer la oferta madrileña

La Comunidad de Madrid incorpora Filipinas, Canadá y Panamá a su campaña internacional *Madrid destino 7 estrellas* para atraer turismo de compras

- El Ejecutivo autonómico desarrollará en los países de origen acciones formativas con agencias y turoperadores, agendas con prescriptores y encuentros con prensa especializada
- Las guías y los mapas turístico-comerciales editados se distribuirán en más de 220 hoteles de la capital

27 de agosto de 2026.- La Comunidad de Madrid incorporará este año Filipinas, Canadá y Panamá a su campaña *Madrid destino 7 estrellas, la mejor tienda del mundo*, con la que promociona el comercio de la región en más de una veintena de destinos internacionales. El objetivo de esta iniciativa es incentivar el turismo de compras y dar a conocer la oferta madrileña tanto en los mercados emisores como en la propia región y a través de los canales digitales.

A estos tres nuevos países se suman los que ya formaban parte del plan de acción, que el Ejecutivo autonómico desarrolla junto a la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid y la Secretaría de Estado de Comercio: Alemania y Polonia, en Europa; Estados Unidos, México, Brasil, Argentina y Colombia, en América, o China, en el continente asiático.

Entre las actuaciones previstas en los lugares de origen de los visitantes figuran acciones formativas con agencias de viajes y turoperadores, agendas de trabajo con prescriptores, eventos con prensa especializada y presentaciones ante autoridades locales y españolas presentes en cada mercado. En la propia región, el próximo otoño se celebrará un viaje de prensa con profesionales procedentes de Alemania, y las guías de compras y los mapas turístico-comerciales de la campaña estarán disponibles en más de 220 hoteles de la capital.

Desde 2014, la Comunidad de Madrid ha celebrado 87 presentaciones de este proyecto ante los principales agentes y turoperadores de mercados emisores como China, India, la Costa Oeste de Estados Unidos, Brasil, México, Colombia, Argentina, Corea del Sur, Oriente Medio y diversos países europeos, a las que se ha sumado un nuevo formato de colaboración con creadores de contenido especializados.



Medios de Comunicación

Esta promoción se apoya en el comportamiento del turismo internacional en la región, que cerró el primer semestre con una ocupación hotelera media superior al 70% en la capital, la más alta de su serie histórica, y con un crecimiento del 7,4% de las pernoctaciones de viajeros extranjeros.

Todos los contenidos de la campaña y las acciones previstas para 2026 pueden consultarse en este [enlace](#), en el [portal institucional](#) y en las aplicaciones *Madrid Shops & Tax Free* y *MSE & Tax Free*, en Apple Store y Google Play, respectivamente.