

Civitatis.com vuelve a apostar por el canal offline y reabre su Flagship Store en el centro de Madrid

La compañía, líder en reservas de visitas guiadas, excursiones y actividades en español, planea realizar aperturas similares en las principales capitales europeas. Reforzar la confianza y alcanzar la omnicanalidad son los objetivos estratégicos de esta tienda donde, si bien triunfan los productos locales y periféricos, cada vez se realizan más reservas de actividades en cualquier parte del mundo

Civitatis continúa afrontando un 2018 que mantiene su línea de crecimiento y aspira a cerrar el año con unos ingresos superiores a los 50 millones de euros. Para ello, además de abrir nuevos mercados geográficos e incrementar su catálogo de visitas guiadas, excursiones y actividades en todo el mundo (la compañía es líder en la distribución de estos productos en español), la empresa del vallisoletano Alberto Gutiérrez ha actualizado y reformado la tienda física con la que cuenta desde 2016 en la calle Montera de Madrid.

“Si bien nuestro principal canal de venta es Internet, la experiencia offline genera confianza en un sector de la población y nos permite estar en contacto con miles de potenciales clientes, especialmente en calles tan concurridas como es Montera”, afirma Gutiérrez, quien suma como objetivos estratégicos de esta iniciativa reforzar la marca Civitatis a través de la alta visibilidad y potenciar la omnicanalidad, cubriendo un mayor espectro de necesidades del viajero. “Además sirve como referencia física para el inicio de las visitas y las actividades, ofreciendo garantías al cliente, ya que siempre contará con un punto de encuentro asegurado y fácil de ubicar”, añade.

El establecimiento cerró sus puertas a principios de año para experimentar un lavado de cara que facilitase la usabilidad del local, mejorando asimismo la experiencia del cliente y amplificando el muestrario de visitas, tours y actividades que se ofrecen al ciudadano y al turista. “Triunfan especialmente los productos locales, enfocados a realizarse en Madrid y sus alrededores, si bien hemos notado que progresivamente aumentan las reservas de servicios en otros destinos del mundo”, señala el fundador de la empresa.

Dentro de los objetivos de Civitatis se encuentra replicar este modelo de establecimiento en aquellos destinos en los que opera, sobre todo en capitales y grandes ciudades europeas, trasladando estas mismas facilidades y líneas estratégicas a diferentes mercados.

Civitatis cerró 2017 con 3.500 productos en 260 destinos del planeta, rebasó los 900.000 clientes y superó con creces las expectativas alcanzando los 28,8 millones de euros de facturación, un 62% de incremento frente al ejercicio anterior. La compañía aspira a culminar 2018 con dos millones de clientes e incrementar los 280 destinos en los que opera actualmente, poniendo especial énfasis en Latinoamérica y Asia.

Datos de contacto:

Diego Rovés

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Viaje Madrid Castilla y León](#) [Entretenimiento](#) [Turismo](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>