



En Caixa Forum, el 29 y el 30 de noviembre

La secretaria de Estado de Turismo clausura la II edición del Summit Shopping Tourism & Economy

- El objetivo del foro es trabajar para lograr una mayor rentabilidad del turismo en España
- España tiene la oportunidad de posicionarse como destino líder mundial en turismo de compras

30.11.16. La secretaria de Estado de Turismo, Matilde Asían, ha clausurado hoy la II edición del Summit Shopping Tourism & Economy, celebrado en Madrid los días 29 y 30 de noviembre bajo el lema *El ecosistema del turismo de compras y de calidad*. El objetivo del congreso es debatir sobre la forma de atraer un mayor número de turistas de compras con mayor capacidad de gasto. Se trata del primer foro de trabajo europeo dedicado exclusivamente a impulsar el turismo de calidad y de compras como motor de crecimiento social.

La secretaria de Estado ha recordado que España ocupa la tercera posición mundial en llegada de turistas (68,1 millones en 2015) y en gasto turístico (67.000 millones de euros). El pasado año, el Foro Económico Mundial consideró nuestro país como el más competitivo del mundo por la calidad de su oferta, sus infraestructuras y servicios. Todo ello brinda a España una buena oportunidad para posicionarte también como destino líder mundial en turismo de compras.

Matilde Asían ha señalado que el Gobierno está apostando por una política turística orientada a la mejora de la rentabilidad y a la diversificación, y por el diseño de productos turísticos para captar viajeros con mayor capacidad adquisitiva.

Plan Estratégico de Marketing

Una de las líneas de trabajo en este sentido fue la puesta en marcha en 2014 del Plan de Turismo de Compras. La iniciativa, llevada a cabo con la colaboración de la Secretaría de Estado de Turismo, la Secretaría de Estado de Comercio y los Ministerios de Asuntos Exteriores y Cooperación y de Hacienda y Administraciones Públicas, incluye diversas acciones enfocadas a captar turistas de alto poder adquisitivo.

Este plan se enmarca dentro del Plan Estratégico de Marketing, un planteamiento más amplio que incluye la planificación y realización de cerca de 400 acciones de promoción del turismo de compras y lujo en más de 30 mercados, así como la presencia española en las ferias mundiales más importantes de este tipo de turismo (ILTM de Shangai, JATA en Japón...).

Hay que tener en cuenta que los turistas extracomunitarios gastan en compras 515 euros de promedio. Así, los mercados de mayor peso y potencial para España son Rusia y EEUU, países asiáticos (particularmente China, Japón y países del Sudeste Asiático) y los iberoamericanos (especialmente México, Colombia y Argentina).

Para finalizar, la secretaria de Estado ha reiterado la oportunidad que supone para nuestro país este segmento estratégico del turismo y ha concluido que el objetivo final de este Gobierno no es otro que conseguir el máximo crecimiento económico, que además beneficie a los ciudadanos en forma de creación de empleo y riqueza.