

## España, a la búsqueda de un turismo más rentable y sostenible

# DUPLICAR EL NÚMERO DE TURISTAS DE CALIDAD SUMARÍA 8.700 MM€ A LA ECONOMÍA ESPAÑOLA POR SUS COMPRAS

- **El turismo de calidad y compras es un mercado en expansión para el que España cuenta con capacidad de respuesta y posibilidades de liderazgo. Además, supone una alternativa a la actual saturación y falta de rentabilidad en nuestro modelo turístico.**
- **Los mercados que aumentan con fuerza la emisión de este tipo de turismo son China y otros países asiáticos, Estados Unidos, Colombia, Argentina, México, Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos y Kuwait.**
- **España es el tercer país del mundo en ingresos por turismo, pero tan solo cuenta con algo más del 3% del mercado europeo de turismo de calidad y de compras, que está protagonizado por viajeros de países externos a la UE.**
- **El Summit Shopping, Tourism & Economy se celebrará en Madrid los días 29 y 30 de noviembre con objeto de concretar políticas que posibiliten un crecimiento de dos dígitos del sector en España, y particularmente en Madrid.**

El turismo de calidad y compras posibilitaría potenciar empleo de mayor calidad y estabilidad, gracias a la desestacionalización de la actividad turística por tratarse de un turismo urbano que frecuenta las grandes ciudades durante todo el año y, por tanto, impulsa el comercio, rentabiliza las inversiones efectuadas en grandes infraestructuras, atrae inversión hotelera y, en definitiva, apuntala al turismo como mayor fuente de desarrollo económico y social en España, generando asimismo ingresos financieros asociados al uso de nuevas tecnologías y medios de pago.

La apuesta por el turismo de calidad y compras representa para España una oportunidad de liderazgo en este sector emergente, dirigida a una serie de mercados que eligen sus destinos atraídos por dicho tipo de oferta, así como por el patrimonio artístico y cultural, la historia, la gastronomía, la presencia de primeras marcas de moda y una oferta de grandes cadenas hoteleras globales que, en los últimos meses, están protagonizando destacadas inversiones en las grandes ciudades españolas.

Y es que si España lograra incrementar el número de visitantes de esta tipología del actual 11,8% que representan sobre el total de nuestro turismo, hasta un 25%, se elevarían los ingresos por sus compras de 4.100 hasta 8.700 millones de €. Asimismo, captar el 5% del total del turismo chino aportaría a las arcas de nuestro país unos 5.800 millones de € anuales.

The Shopping Tourism Institute, entidad organizadora del Shopping, Tourism, & Economy Summit, ha extraído estas conclusiones a partir de los últimos datos referentes al turismo de calidad y compras procedentes del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, Banco de España, Instituto Nacional de Estadística, Organización Mundial del Turismo, Global Blue, Exceltur y otros de elaboración propia.

Actualmente, existe una percepción de la oferta España dirigida prácticamente en exclusiva al turismo low cost, con lo que ello implica respecto al desequilibrio entre nuestro país y sus principales competidores (países y grandes urbes europeas). Además, abundar en un crecimiento cada vez mayor del turismo low cost supondría la pérdida de ingresos por valor de unos 10.000 millones de € y, por otra parte, seguir en la senda de la masificación y alejarnos del turismo de calidad y compras, cada vez más focalizado en otros destinos.

Los países que protagonizan la emisión del turismo de calidad son China, India, Corea y otros países asiáticos, del Golfo Pérsico, Latinoamérica, EE.UU., Rusia y ex-repúblicas soviéticas.

España acumula 15 años consecutivos (2000-2015) de caída en el ingreso medio por turista (1.108€ vs. 741€). Por otra parte, en 2015 el flujo de turistas rusos disminuyó un -32,7%, mientras que el gasto lo hizo en un -33,4%. Esta tendencia, sin embargo, se ha invertido en los últimos meses, con un repunte del turismo ruso en los destinos de nuestro país.

Asimismo, el turismo procedente de China (uno de los principales protagonistas internacionales del turismo de calidad y compras) registra cierta ralentización en cuanto a las compras en comercios españoles. Así, según los datos de ventas tax free, el ticket de compra medio de los turistas chinos ha descendido un 10% en el período agosto 2015/julio 2016, desde 989€ a 890.

En el período agosto 2015/julio 2016 se han registrado importantes incrementos en las compras tax free en España por parte de viajeros procedentes de EE.UU (+32%), Colombia (+25%), Argentina (+101%), México (+15%), Arabia Saudí (+37%), Emiratos Árabes Unidos (33%) y Kuwait (+28%).

## Segunda edición del Summit Shopping, Tourism & Economy

La edición 2016 del **Summit Shopping, Tourism & Economy** tendrá lugar los días 29 y 30 de noviembre en CaixaForum Madrid. En la cumbre –de carácter internacional y **única en su género en Europa**– se concretarán las mejores políticas para conseguir **incrementos de dos dígitos** del número de visitantes y turistas de calidad en España y Madrid,

La 2ª edición del Summit cuenta con el apoyo y la participación de empresas y Administraciones. Hasta el momento, están confirmados como **socios globales El Corte Inglés, CaixaBank, Iberia y EY**. Asimismo, patrocinan la **Comunidad de Madrid, Global Blue y MasterCard**. Y colaboran **Turespaña, el Círculo Fortuny, el Foro de Marcas Renombradas Españolas, la Fundación Samaranch**, etc.

Madrid, 23 de agosto de 2016

### Para más información

Albert Martínez

[amartinez@theshopping-tourism.com](mailto:amartinez@theshopping-tourism.com)

Isabel Atkinson

[iatkinson@theshopping-tourism.com](mailto:iatkinson@theshopping-tourism.com)

+34 93 414 37 37

Síguenos en:

<http://theshopping-tourism.com/>

