

La 3ª edición de la cumbre del turismo de calidad y compras planteará la posibilidad de una burbuja turística en nuestro país

## EL TERCER SUMMIT SHOPPING TOURISM & ECONOMY ABORDARÁ LAS MEJORES FÓRMULAS PARA LOGRAR UN TURISMO MÁS RENTABLE Y SOSTENIBLE EN ESPAÑA

- El Summit es una iniciativa de The Shopping & Quality Tourism Institute, el ‘think tank’ que analiza e impulsa el turismo de calidad y compras en España.
- La cumbre se celebrará los días 3 y 4 de octubre en CaixaForum Madrid, bajo el título “¿Estamos actualmente ante una burbuja turística? El turismo de compras y de calidad en la agenda de futuro de las ciudades globales”. Su comité organizador está presidido, un año más, por Juan Antonio Samaranch.
- España es el tercer país del mundo en ingresos por turismo, pero cuenta con un amplio recorrido en la captación del turismo de calidad y de compras, protagonizado por viajeros extracomunitarios. Los países de nuestro entorno nos llevan amplia ventaja en este terreno.
- En 2016 los viajeros procedentes de 16 países de fuera de la UE gastaron en España 12.700 millones de €. Es decir, el 8,8% de los turistas generaron el 16,4% de los ingresos por turismo de nuestro país. China es el mayor emisor mundial de este tipo de viajeros, aunque a España solamente llegaron 374.295 chinos en 2016, con un gasto medio total por persona en sus viajes de 2.593€ (frente a los 602€ de los franceses, 911€ de los británicos o 990€ de los alemanes).

La edición 2017 del **Summit Shopping, Tourism & Economy** tendrá lugar los días 3 y 4 de octubre en CaixaForum Madrid. Como se recordará, el Summit es el **primer networking europeo, dedicado exclusivamente a impulsar el turismo de calidad y de compras como motor de crecimiento económico y social**. Todo ello con una visión **transversal** y mediante la participación de todos los sectores implicados: comercio, turismo, cultura, gastronomía, movilidad, infraestructuras, sector financiero y de tecnología (medios de pago), etc. así como del ámbito público y de grandes marcas. El Summit'017 avanzará en la definición del modelo de turismo inteligente y de calidad y en su implantación en Madrid y en toda España.

En su tercera edición, el Summit vinculará a todos los actores empresariales e institucionales que forman parte del **ecosistema del turismo de calidad y compras** y que, tal como quedó definido en las dos anteriores ediciones del Summit, involucra a diversos sectores, debido a la **capilaridad que genera económica y socialmente**. El

### Implicación de empresas e instituciones

La tercera edición del Summit Shopping, Tourism & Economy cuenta ya con la participación e implicación confirmadas de grandes empresas como Iberia, CaixaBank, El Corte Inglés, Samsung, Global Blue, MasterCard y La Zagaleta, entre otros.

Colaboran también la CAM, Turespaña, el Círculo Fortuny, el Foro de Marcas Renombradas Españolas, Grupo Barceló, etc.

objetivo de la cumbre es la concreción de un **plan de acción público-privado** que posibilite un destacado incremento en las llegadas de turismo de calidad y compras a nuestro país, con el consecuente impulso de la economía española y la generación de puestos de trabajo estables y cualificados que ello representa.

El Presidente del Comité Organizador de la tercera edición del Summit es, un año más, **Juan Antonio Samaranch**. Por lo que respecta a los **ponentes**, abordarán los temas fundamentales que marcan el **futuro del sector**, a partir de la visión troncal de los **actores públicos y privados nacionales e internacionales**, complementada con el punto de vista externo (ponentes, periodistas internacionales y otras personalidades), así como el de las ciudades y nichos de negocio que desarrollan la oferta hacia este tipo de turismo. También está prevista la destacada presencia de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO) y el World Travel & Tourism Council (WTTC).

### Temario de la edición 2017 del Summit

En la tercera edición de la cumbre –**única en su género en Europa**– se concretarán las mejores políticas para conseguir **incrementar la captación** del número de visitantes y turistas de calidad en España y Madrid, especialmente de origen asiático, americano, países del Golfo Pérsico, etc.

El título del Summit en esta edición es el siguiente:

**“¿Estamos actualmente ante una burbuja turística?  
EL TURISMO DE COMPRAS Y DE CALIDAD EN LA AGENDA DE FUTURO  
DE LAS CIUDADES GLOBALES”**

Y los bloques temáticos que se abordarán en las distintas ponencias y mesas de debate, son:

- ✓ **Una oportunidad de crecimiento para España: El compromiso de las grandes empresas.**
- ✓ **El turismo de calidad y compras como generador de inversiones y valor país.**
- ✓ **El gran reto, ¿Cómo conseguir una mayor rentabilidad?**
- ✓ **La visibilidad de ciudades y países ante los mercados emisores en un mundo global.**
- ✓ **La inteligencia del turismo de calidad: información, tecnología y conocimiento.**
- ✓ **La gobernanza turística y la colaboración público-privada como factor determinante para la sostenibilidad del territorio.**
- ✓ **Una visión transversal de la oferta sostenible para el viajero cosmopolita.**
- ✓ **Turismo de calidad = Empleo de calidad.**
- ✓ **Geopolítica y sociedad en un mundo nuevo.**

También afianzará el concepto de **"ecosistema"** vinculado al turismo de calidad y su capacidad de reactivar la economía de nuestro país, estableciendo las adecuadas alianzas y políticas conjuntas.

La cumbre, además, ofrecerá una excelente **plataforma de desarrollo del comercio local** y permitirá conocer cómo se percibe España –y su capital– en el exterior; en especial en los países de origen de los turistas de calidad y de shopping.

## Una gran oportunidad para Madrid y España

El turismo de calidad y de compras constituye un nuevo nicho de negocio de alto valor añadido, fundamental para el desarrollo de las ciudades por su capacidad de **generar crecimiento económico de forma directa y rápida**. Por ello, las principales urbes europeas (París, Londres, Milán, Berlín...) **compiten por la captación** de este turismo de alto valor añadido.

Asimismo, la afluencia de estos viajeros incide en la **creación de puestos de trabajo** y en la **desestacionalización y diversificación del turismo**. Sus protagonistas son turistas cuya principal motivación en sus desplazamientos son las compras y que proceden especialmente de **China, India, Corea y otros países asiáticos, del Golfo Pérsico, Latinoamérica, EE.UU., Rusia y ex-repúblicas soviéticas**.

En 2016 **los viajeros procedentes de 16 países de fuera de la UE gastaron en España 12.700 millones de €**. Es decir, **el 8,8% de los turistas generaron el 16,4% de los ingresos por turismo** de nuestro país. China es el mayor emisor mundial de este tipo de viajeros, aunque a España solamente llegaron 374.295 chinos en 2016, con un gasto medio total por persona en sus viajes de 2.593€ (frente a los 602€ de los franceses, 911€ de los británicos o 990€ de los alemanes). Si se tiene en cuenta el gasto medio diario que efectúan en España. Encabezan el ranking los filipinos, seguidos por emiratíes y coreanos. (*Fuente: INE, Global Blue y elaboración propia. Ver gráficos págs. 4-5*).

Nuestro país se halla en una **excelente posición** como destino turístico líder, con presencia de marcas internacionales de moda a menor precio que en otros países, una de las mayores tasas de devolución de impuestos, ubicación entre Asia y Latinoamérica, infraestructuras de primer nivel, gastronomía reconocida mundialmente, estilo de vida atractivo y gran oferta cultural y de ocio. Todo ello refuerza la capacidad de atracción de estos turistas y, a la vez, **permite aumentar significativamente el gasto en destino por viajero y pernoctación y, en consecuencia, la rentabilidad de nuestra industria turística**.

España es el tercer país del mundo en ingresos por turismo, pero lo cierto es que cuenta con un gran recorrido en este ámbito, puesto que **tan solo cuenta con algo más del 3% del mercado europeo de turismo de calidad y de compras**.

Y es que si los turistas que visitan España gastan como media 120€ diarios en sus estancias en nuestro país, según la Encuesta de Gasto Turístico del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, **los procedentes de países asiáticos alcanzan los 248€ diarios**. Y en base a los datos de Global Blue referidos exclusivamente a los turistas de compras y de calidad, **el gasto medio diario llega a alcanzar los 1.000€ en los casos de aquellos que proceden de enclaves como China, Tailandia o Hong Kong**. Como media los turistas de shopping gastan unas 5 veces más que el resto.

Madrid, 11 de julio de 2017

### 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

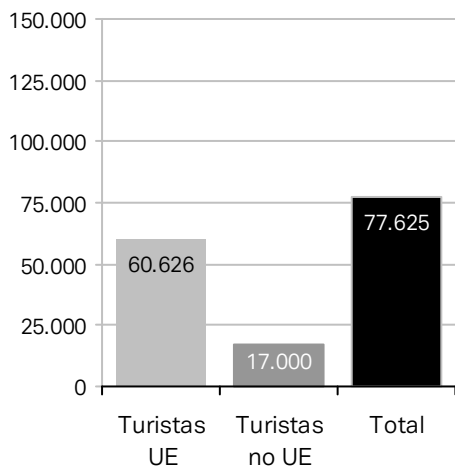
Síguenos en:

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

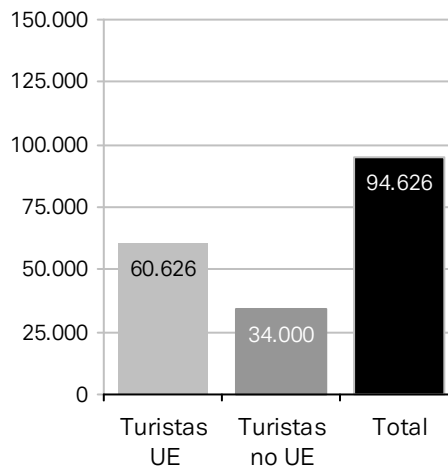


### GRÁFICO 1: ESCENARIO DE CRECIMIENTO DEL TURISMO DE CALIDAD EN ESPAÑA

**A. Situación real 2016:**  
12% turistas no-UE  
(ingresos en millones de €)



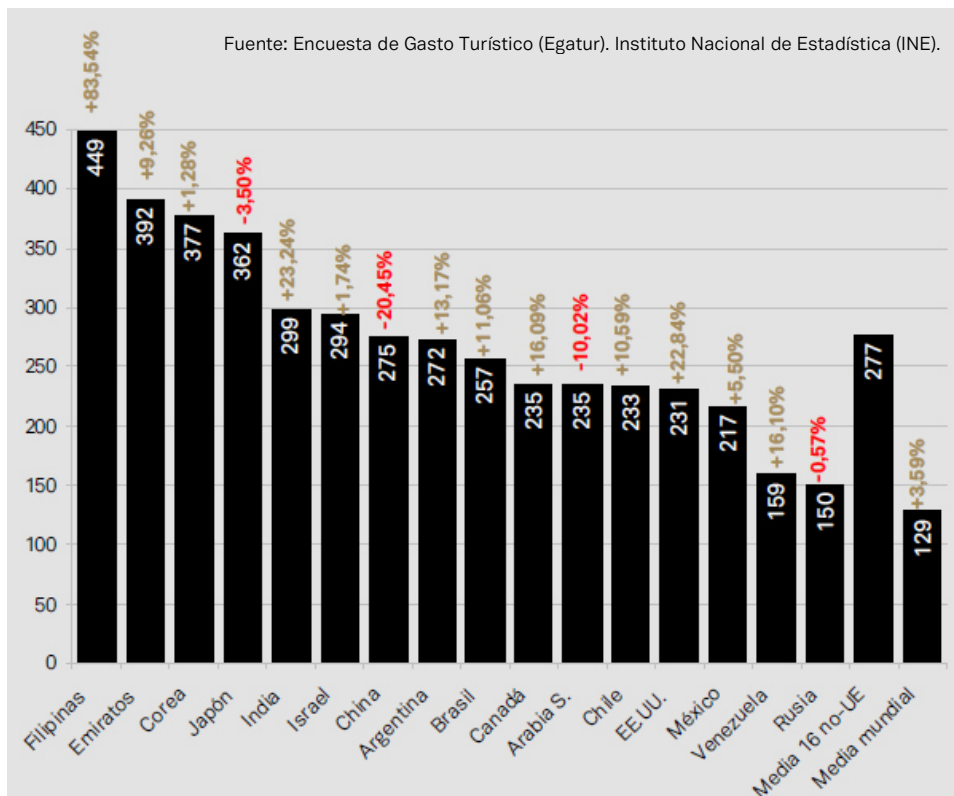
**B. Escenario de crecimiento:**  
Duplicar turistas no-UE  
(ingresos en millones de €)



Estimación de The Shopping & Quality Tourism Institute en base a datos del Instituto Nacional de Estadística (INE)

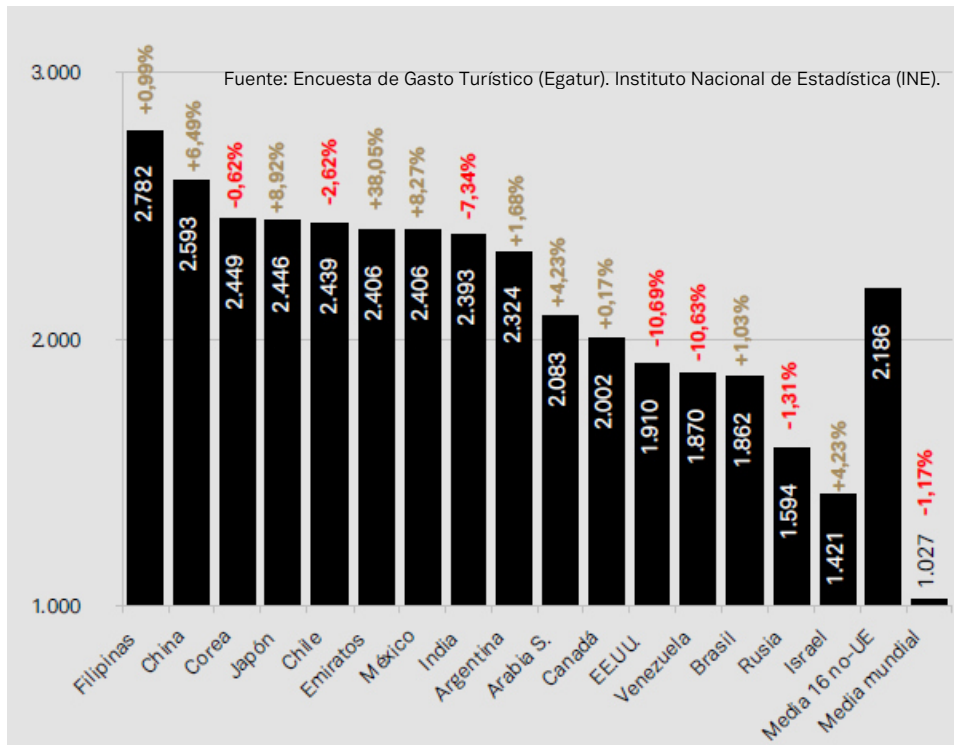
### GRÁFICO 2: GASTO MEDIO DIARIO POR PERSONA EN ESPAÑA DE LOS TURISTAS PROCEDENTES DE 16 PAÍSES DE FUERA DE LA UE

(2016. DATOS EN € Y % DE VARIACIÓN RESPECTO A 2015)



### GRÁFICO 3: GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA EN ESPAÑA DE LOS TURISTAS PROCEDENTES DE 16 PAÍSES DE FUERA DE LA UE

2016. DATOS EN € Y % DE VARIACIÓN RESPECTO A 2015)



Fuentes: Instituto Nacional de Estadística, Global Blue y elaboración propia (The Shopping & Quality Tourism Institute).