



La cumbre internacional sobre turismo de compras se celebrará los días 5 y 6 de octubre 2015

MADRID ACOGERÁ EL SHOPPING TOURISM & ECONOMY SUMMIT

- El “Summit” impulsará al sector del turismo de compras, un fenómeno en alza que supone una gran oportunidad para la economía europea.
- Es una iniciativa orientada a definir el modelo que representa el turismo de compras, como motor de desarrollo económico y social de las ciudades, creador de valor para la Marca España y dinamizador cultural.
- La cumbre cuenta con patrocinadores globales como El Corte Inglés, Iberia y E&Y, y patrocinadores como Global Blue y MasterCard entre otras grandes compañías, además de con el apoyo de Turespaña y también del Círculo Fortuny.

Madrid acogerá los días 5 y 6 de octubre de 2015 el Shopping Tourism & Economy Summit, cumbre internacional dedicada exclusivamente a impulsar el turismo de compras como motor de crecimiento económico, mediante la participación de todos los sectores implicados: comercio, turismo, transporte, infraestructuras, sector financiero y de tecnología (medios de pago), etc., así como del ámbito público y de las grandes marcas.

El ‘Summit’, cuyo comité organizador está presidido por el doctor en Economía Financiera Aldo Olcese, cuenta con patrocinadores globales como El Corte Inglés, Iberia y E&Y, y patrocinadores como Global Blue y MasterCard entre otras grandes compañías, además de con el apoyo del Instituto de Turismo de España (Turespaña) y también del Círculo Fortuny, que preside Carlos Falcó. La dimensión internacional del evento permitirá proyectar las relevantes potencialidades de Madrid y de la Marca España, así como de todos los actores que participen en él.

El Turismo de Compras constituye un nuevo motor de riqueza, fundamental para el desarrollo de las ciudades por sus efectos económicos directos e indirectos, incidencia en la creación de puestos de trabajo y en la desestacionalización del turismo. En este sentido, las previsiones para el sector de las grandes marcas de prestigio a nivel global apuntan a un crecimiento del 88% hasta 2019 (Fuente: Euromonitor), impulsado por los turistas de elevado poder adquisitivo cuya principal motivación para viajar son las compras, y que proceden especialmente de China y otros países asiáticos, del Golfo Pérsico, Latinoamérica, Rusia y ex-repúblicas soviéticas.

El turismo chino en el mundo crecerá un 442% en los próximos 15 años

En el caso concreto de los turistas chinos, se calcula que dentro de cinco años realizarán un total de 500 millones de viajes internacionales. En 2014, su gasto medio en compras ya creció un 51% en España, y en Madrid alcanzó la cifra de 1.400€ (por encima de lo que destinan a compras los turistas norteamericanos).

Según NYC Company, en los próximos 15 años, China incrementará en un 442% la emisión de turismo hacia los distintos destinos mundiales. En base a esta previsión, en 2029 España recibiría aproximadamente 1.626.000 visitantes chinos, que si mantienen el gasto en compras alrededor de los 1.400€, representarán para nuestro país unos ingresos por ese concepto de 2.276 millones de €. Una cifra que puede ser muy superior si España incrementa sus conexiones aéreas con Asia, simplifica los trámites de visados y desarrolla una estrategia de promoción y comercialización especializada en el mercado chino.

Algunos datos destacados sobre el turismo de compras

- ✓ Los turistas asiáticos, latinoamericanos y del Golfo Pérsico son los que mayor presupuesto destinan a las compras. Los procedentes de China encabezan el gasto en compras en 2014 en Madrid, con una media de 1.400 euros por persona.
- ✓ Por cada euro que los turistas extracomunitarios destinan a compras en Madrid, gastan 2,2 en Munich, 3,5 en Milán y 9,5 en París o Londres. Madrid tiene, en este sentido, un amplio margen de crecimiento
- ✓ Nuestro país se halla en una excelente posición como destino turístico líder, con presencia de marcas de moda internacionales 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.
- ✓ En España, el mayor número de compras turísticas las efectúan chinos y rusos (aunque en este último mercado se percibe actualmente cierta recesión). Los viajeros que realizan compras de mayor importe son los procedentes de China, Hong Kong, Singapur, Taiwán, Japón, EE.UU., México, Rusia, India, Brasil, EAU, Venezuela y Argentina.
- ✓ El turismo de compras diversifica y desestacionaliza el sector, además de aumentar significativamente el gasto en destino por viajero y pernoctación y, en consecuencia, la rentabilidad de nuestra industria turística.
- ✓ El 90% de los turistas chinos salen del país con una idea de lo que desea adquirir y el 38% sabe exactamente qué marca y qué producto concreto va a buscar. En su mayoría quieren bolsos zapatos o accesorios (71%) y ropa de marca (64%).
- ✓ Los chinos acaparan el 30% del gasto mundial en productos de alta gama.

Fuentes: Global Blue, Turespaña, OMT, Nielsen

Así, se prevé que en los próximos 15 años se incorporen al mercado del turismo internacional unos 800 millones de viajeros –procedentes en gran parte de países de economías emergentes–, que se unirán a los 1.200 millones actuales.

Ante este contexto, el 'Summit', en la presente edición, nace con el objetivo de convertir a Madrid en una de las ciudades líderes de un nuevo ámbito económico, marcando además, un punto de inflexión en el redimensionamiento internacional de la propia capital y de la Comunidad de Madrid. Para ello, se cuenta con el soporte de las Administraciones (Gobierno y CAM entre otras), y se desarrollarán propuestas capaces de implicar a la sociedad en su conjunto, incluido el comercio local. La cumbre contará con la Administración española, grandes marcas, grupos hoteleros, compañías aéreas y empresas de infraestructuras, transporte y tecnología, que actuarán como patrocinadores y participantes en el debate y las mesas redondas, alcanzando un elevado grado de colaboración público-privada.

Los principales objetivos de la cumbre son:

- Convertirse en el Foro de Turismo de Compras en Europa por excelencia, que en los años sucesivos se celebrará en otras ciudades.
- Posicionar a los patrocinadores privados y públicos, así como a la ciudad de Madrid y España en su conjunto, como referentes mundiales del Turismo de Compras.
- Compartir experiencias de líderes de opinión y profesionales de los sectores vinculados.
- Promover la profesionalización, las ideas imaginativas y el crecimiento del Turismo de Compras.

- Establecer sinergias de colaboración entre los distintos agentes públicos y privados.
- Generar conocimiento en torno al Turismo de Compras, que sirva de base analítica para proyectar estrategias de negocio.

En cuanto a los temas que se abordarán en el programa del 'Summit', son:

- Marcas, comercio y ciudades: un maridaje necesario para el crecimiento económico.
- Transformadores del entorno y estimuladores de demanda: Hoteles, gastronomía e infraestructuras y movilidad.
- Ciudades como marcas globales ante el fenómeno del Turismo de Shopping.
- Turismo de economías emergentes interesado en nuevas experiencias: Shopping como eje de crecimiento.
- Medios y tecnología del Turismo de Shopping.
- La recomendación de las experiencias de Turismo de Shopping en los medios de comunicación social.

Madrid, 13 de julio de 2015

Para más información

Albert Martínez

amartinez@theshopping-tourism.com

Isabel Atkinson

iatkinson@theshopping-tourism.com

+34 93 414 37 37