



Intervención del Secretario de Estado de Comercio en el Summit Shopping, Tourism & Economy

JAIME GARCÍA-LEGAZ: “EL TURISMO DE COMPRAS ES UNA FACETA MÁS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA”

- El Secretario de Estado de Comercio ha destacado el “extraordinario salto” protagonizado por la economía española en materia de internacionalización, que ha supuesto un empuje, y al mismo tiempo un cambio cultural, para el mundo empresarial de nuestro país.
- García-Legaz ha afirmado que España no aprovecha suficientemente su potencial como destino de turismo de compras y se ha mostrado partidario de agilizar la concesión de visados a estos nuevos visitantes, de facilitar las conexiones aéreas (sobre todo con Asia) y de mejorar la imagen de la ‘Marca país’ y de la ‘Marca ciudades’, particularmente en los casos de Madrid y Barcelona, con buenos registros –aunque mejorables- en cuanto a recepción de turistas de shopping.
- Al sector privado, García-Legaz le recomienda mejorar la calidad del servicio en hostelería, restauración y comercio, adaptándolo a ese nuevo tipo de turista, “que es muy diferente al europeo”.

El Secretario de Estado de Comercio, Jaime García-Legaz, ha intervenido esta tarde en el Summit Shopping, Tourism & Economy que se celebra hoy y mañana en Madrid. En su conferencia, García-Legaz ha señalado que España no está sabiendo aprovechar **“suficientemente”** su potencial como destino de compras y se ha mostrado partidario de agilizar la concesión de visados a este nuevo tipo de viajeros, así como de que el sector privado (particularmente los servicios de hostelería, restauración y comercio) adapten su oferta a la nueva demanda que plantean los turistas de shopping.

Para García-Legaz, en este ámbito del turismo **“estamos muy lejos”** de otras ciudades competidoras. **“En este contexto** –ha puesto de manifiesto en su conferencia- **deberíamos plantearnos qué están haciendo Londres o París, que no estén haciendo Madrid o Barcelona... O dicho otra manera, qué están haciendo Reino Unido o Francia que no hagamos desde España”**. Esta reflexión conduce al Secretario de Estado a concluir que resta mucho trabajo por hacer, tanto desde la perspectiva del sector público, como del privado.

Así, desde la Administración, defiende mejorar el posicionamiento internacional de España a la hora de atraer a esos turistas cuyo interés principal son las compras, mejorando la imagen de la Marca país y de la Marca ciudad, con objeto de competir a nivel internacional con el resto de ciudades situadas en posiciones preponderantes en este segmento. Esa mejora resultará determinante para





atraer, por ejemplo, a las grandes marcas internacionales hoteleras, un campo en el que García-Legaz ha querido destacar la activa labor desarrollada por la Secretaría de Estado de Comercio en los últimos dos años, mediante visitas a los responsables de esas grandes cadenas hoteleras para que sitúen su foco de interés en las ciudades españolas.

Acuerdo para vuelos directos Taipei-Madrid

Sobre la conectividad aérea, se ha mostrado partidario de facilitarla, en colaboración con empresas como Iberia. Y para eliminar trabas administrativas, habrá convenios con las aerolíneas como el ultimado recientemente con Taiwan, que permitirá vuelos directos Taipei-Madrid.

García-Legaz ha querido destacar también la importancia de la flexibilidad horaria de los comercios para los turistas de compras: ***“para que un turista compre, la tienda debe estar abierta, y puede parecer una perogrullada pero el turista compra cuando considera que debe hacerlo, no cuando se lo indican las Administraciones públicas”***. Y ha señalado los grandes avances logrados por el Gobierno en este sentido gracias al Decreto Ley de Zonas de Gran Afluencia Turística.

Asimismo, el Ejecutivo ha favorecido –también por Decreto Ley- una reducción ***“drástica”*** del coste que suponen para los establecimientos comerciales los cobros con tarjeta.

El turismo de calidad y compras, motor de crecimiento

El Summit cuenta con patrocinadores globales como El Corte Inglés, Iberia y EY, y patrocinadores como Global Blue, MasterCard, la Cámara de Comercio de Madrid y la Dirección General de Turismo de la CAM, además del apoyo del Instituto de Turismo de España (Turespaña), El Foro de Marcas Renombradas y el Círculo Fortuny, entre otros.

La presente edición del ‘Summit’ 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, CAM y Ayuntamiento), y se desarrollarán propuestas capaces de implicar a la sociedad en su conjunto, incluido el comercio local. La cumbre nace con vocación de itinerancia y en los próximos años se celebrará en otras ciudades del mundo.

Madrid, 5 de octubre de 2015

Para más información

Albert Martínez

amartinez@theshopping-tourism.com

Isabel Atkinson

iatkinson@theshopping-tourism.com

+34 93 414 37 37

Síguenos en:

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

#SSTE2015

