



Turismo de Compras

El Gobierno de España apuesta por el turismo de compras con un plan específico para 2015

- Por primera vez, varios departamentos de la administración, en colaboración con las Comunidades Autónomas y con el sector privado, han elaborado un plan centrado en el segmento de compras que pretende aumentar la rentabilidad del sector turístico y del comercio interior.
- El turismo de compras permite elevar el gasto medio en destino y distribuir los flujos de demanda a lo largo de todo el año, y por toda la geografía española.
- El presupuesto asignado al plan asciende a 2.820.000 euros, que se asignará a acciones tanto para estimular e incrementar la demanda en los países emisores de turistas como para adaptar la oferta comercial española a las necesidades de los turistas internacionales.
- Entre las medidas previstas destacan los compromisos de Exteriores para la agilización de visados, las actuaciones previstas por la Agencia Tributaria para la mejora en los procesos de devolución de IVA a los turistas extracomunitarios así como la mejora del posicionamiento del turismo de compras en la promoción de España.

18.11.14. El Gobierno de España ha presentado hoy el 'Plan de Turismo de Compras 2015' elaborado conjuntamente, y por primera vez, por los ministerios de Industria, Energía y Turismo; Economía y Competitividad; Hacienda y Administraciones Públicas, y Asuntos Exteriores y Cooperación. Asimismo, ha contado con la colaboración de las Comunidades Autónomas y del sector privado. Todo ello con el objetivo

de aumentar la rentabilidad del sector turístico y del comercio interior y que esto redunde en una mayor riqueza y creación de empleo.

El Plan, que contará con un presupuesto público de 2,8 millones, ha sido detallado hoy por los secretarios de Estado de Turismo y de Comercio, Isabel Borrego y Jaime García-Legaz respectivamente, en un acto en el que también han estado presentes la directora general de Turespaña, Marta Blanco, y la directora general de Comercio Interior, Carmen Cárdeno. El presupuesto asignado se destinará a acciones tanto para estimular e incrementar la demanda en los países emisores de turistas como para adaptar la oferta comercial española a las necesidades de los turistas internacionales. A la cantidad citada habrá que añadir el presupuesto destinado por los diferentes entes públicos o privados con los que se colaborará en el desarrollo del Plan, que también movilizarán recursos adicionales.

España es el tercer receptor de turistas internacionales del mundo tras la llegada, en 2013, de 60,6 millones de viajeros no residentes, cifra que, en lo que va de año, crece por encima del 7,4%. En cuanto al gasto turístico, nuestro país, se sitúa tan sólo por detrás de Estados Unidos y el último dato anual cifró en 59.082 millones de euros este indicador que, al igual que con las llegadas, mejora en los nueve primeros meses de 2014. En este caso, un 7,3% más.

No obstante, el Gobierno de España pretende con este plan captar turistas con mayor poder adquisitivo y considera que es el segmento de compras el que tiene mayor potencial de contribuir a la mejora de la calidad y la competitividad de esta actividad económica.

El turismo y el comercio son motores de desarrollo económico para nuestro país y se potencian mutuamente, así que el Gobierno ha decidido apostar por el turismo de compras con los objetivos de generar mayor diversificación motivacional, geográfica y temporal de la demanda pero sobre todo ya que este segmento aumenta significativamente el gasto en destino y, por tanto la rentabilidad de la industria.

De hecho, se han focalizado los mercados de mayor peso y potencial para España dentro de este segmento que son, además de Rusia y Estados Unidos, especialmente China, Japón, México y Brasil. También, por su importancia en el segmento de lujo, aunque su volumen sea relativamente reducido, también deben considerarse los países del Golfo. En estos mercados, considerados emergentes, la estrategia del Gobierno será la de utilizar el turismo de compras para posicionar a España como destino turístico.

Sin embargo, será diferente la hoja de ruta que se aplicará en los mercados maduros en términos turísticos, donde el objetivo será que incorporen el turismo de compras durante su estancia en España. Estas estrategias diferenciadas se traducen en acciones que se realizarán con instrumentos de promoción gestionado por el Instituto de Turismo de España (Turespaña), en colaboración con los destinos y del sector privado.

Dentro de esta promoción, Turespaña llevará a cabo campañas de comunicación específicas “Shopping in Spain” en los países emisores mencionados y priorizará el componente de compras en la campaña de publicidad, prevista para 2015.

Se trata, además, de un Plan dinámico ya que para el seguimiento de las actuaciones previstas, se creará un grupo de trabajo, integrado por todos los agentes implicados en la ejecución del mismo.

Medidas del Plan

El Plan de Turismo 2015 está compuesto por 18 medidas integradas en tres ejes: actuaciones dirigidas a incrementar la notoriedad y mejorar el posicionamiento, acciones dirigidas a facilitar la conversión del interés en viajar a España en viaje efectivo y actuaciones sobre la oferta.

En cuanto al primer eje, se pretende aprovechar los atributos de imagen ya asociados a nuestro país positivamente valorados (estilo de vida, gastronomía, clima, trato) para el posicionamiento competitivo de nuestro destino, posicionamiento que habrá que ir completando con atributos como la seguridad, la autenticidad, la garantía además de los horarios de apertura del comercio, y la variedad y amplitud de la oferta comercial.

Para ello, se establecerán alianzas con actores públicos y privados para la promoción de España como destino de compras, se mejorará la presencia de información sobre la oferta en las plataformas online, se diseñará un APP específica (“Shopping in Spain”) pensando en el turista cada vez más digital y se colaborará con empresas españolas con proyección internacional que tengan presencia en mercados emisores.

Por otro lado y para la mejora de la comercialización, el Gobierno agilizará la expedición de visados implantando el sistema de externalización de visados en mercados emisores de Europa del Este y Asia Pacífico, así como favoreciendo la concesión de entradas múltiples con periodos de validez de entre 6 meses y un año en aquellos países de alto potencial turístico para España.

Además, se intensificarán la promoción de España como destino turístico a través de la red de Consulados de España, y la relación de estos y de las Consejerías Españolas de Turismo en los principales países emisores con las agencias y operadores turísticas de cada país, con el fin de poner en común necesidades y procedimientos, y agilizar la interlocución.

En cuanto a las acciones sobre la oferta, la estrategia presentada hoy persigue conocer lo que buscan los turistas que nos visitan, cuándo lo buscan y cómo lo buscan. El Gobierno considera fundamental hacer su experiencia de compras en España lo más placentera, fácil y segura posible para estimular el incremento de las transacciones, de su valor, conseguir que repitan y que nos recomienden.

Así, se establecerán alianzas entre los responsables de la oferta comercial para que la información, el entorno, el producto, la presentación de la oferta, la atención o el pago, entre otros aspectos, respondan a las expectativas de los turistas y no constituyan un motivo de desagrado o una mala experiencia.

Dentro de esta línea, se promoverán las actuaciones precisas de colaboración entre el sector comercial, las entidades financieras y los sistemas de medios de pago establecidos en España, para facilitar la utilización en los establecimientos comerciales de las tarjetas bancarias más usadas en los principales países emisores de turistas.

También, y con el objetivo de agilizar aún más la gestión de las devoluciones de IVA a los turistas extracomunitarios, la Agencia Tributaria está estudiando la posibilidad de implementar un sistema de validación telemática de las declaraciones, tal y como se hace en otros Estados miembros que supondría la agilización de estos trámites.

Por otro lado, y dentro de este eje, Comercio Interior convocará en el año 2015, a través de la Cámara de Comercio de España, ayudas para la ejecución de proyectos de modernización comercial localizados en zonas de gran afluencia turística.