



Administración y empresas abogan por el turismo de compras para crecer

EFE:

5/10/2015 - 15:12

Tweet 12

Compartir 0

G+1 0

Share

Más noticias sobre:

- Turismo
- China
- Madrid
- Cristina Cifuentes
- Iberia
- Francia
- Italia
- Alemania
- Reino unido
- Dimas Gimeno
- JapÃ³n



-
-
-
-

Madrid, 5 oct (EFE).- Representantes de las Administraciones Públicas y de las empresas han abogado hoy por elevar el turismo de compras para eliminar la estacionalidad en un sector importante para la generación de empleo, así como para elevar su contribución a la riqueza del país, pues mueve miles de millones de euros.

Agilizar la concesión de visados a los turistas procedentes de países como China, mejorar la conexión aérea con Asia y otros mercados emergentes o promocionar España como un destino que ofrece algo más que "soy y playa", son algunas de las iniciativas que se han puesto sobre la mesa durante la Summit Shopping, Tourism & Economy.

"Tenemos que abrir la riqueza del turismo a otros sectores de la economía, así como acabar con la bipolaridad y la estacionalidad en un sector tan importante para la creación de empleo en el país", ha dicho la vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría durante la inauguración del encuentro.

Sáenz de Santamaría ha recordado que el turismo de compras permite elevar los "retornos" al sector y ha abogado por promocionar España como algo más que destino de "sol y playa".

La presidenta madrileña, Cristina Cifuentes, se ha comprometido a dar "todas las facilidades que sean precisas" para situar Madrid como referente mundial del turismo de compras porque éste aporta "indudables ventajas, no depende del buen tiempo y tiene una influencia muy positiva en otros eslabones.

El secretario de Estado de Comercio, Jaime García-Legaz, ha afirmado que España no está sabiendo aprovechar "suficientemente" su potencial como destino de turismo de compras y ha abogado por agilizar la concesión de visados a este nuevo tipo de viajeros, así como porque el sector privado se adapte a sus gustos.

El secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Taleb Rifai, ha destacado que España es uno de los principales destinos turísticos del mundo y rozará este año la cifra de 70 millones de llegadas de turistas extranjeros, lo que no se habría podido alcanzar sin el deseo político.

El presidente de El Corte Inglés, Dimas Gimeno, ha pedido agilizar la concesión de visados a los turistas chinos, que encabezan el gasto por viajero, y ha abogado por reforzar la conexión aérea de España con los países asiáticos, en la actualidad prácticamente "nula".

Ha explicado que, mientras Francia recibe el 23 % del gasto en compras de viajeros de fuera de la Unión Europea, Reino Unido el 18 %, Italia el 16 % y Alemania el 15 %, España, tercer país del mundo por visitas, sólo recibe el 3 %.

En su opinión, atraer y dar facilidades a los turistas chinos es, sin duda, "una de las claves del crecimiento". Estados Unidos se dio cuenta de ello y cerró un acuerdo para darles visados de múltiple entrada y con 10 años de validez con el que prevé elevar los ingresos que generan desde los 21.000 millones de dólares actuales a 85.000 millones en 2021.

Ha considerado "inquietante" que la conectividad de los grandes aeropuertos españoles con los países asiáticos casi no existe, pues sólo representa el 0,13 % de las de conexiones, y ha abogado por reforzar la conexión aérea con focos emisores como Shanghái, Pekín, Yakarta, Moscú, Sao Paulo, Riad y Tokio.

El presidente de Iberia, Luis Gallego, ha reconocido que la aerolínea debe mejorar vuelos directos entre Madrid y Asia, así como "redondear" las conexiones con África y América.

Por ello, estudia abrir rutas a Tokio, Johannesburgo, Toronto, San Juan de Puerto Rico, Doha, Brasilia, Managua, Guadalajara y Asunción, según Gallego, quien ha apuntado que volar a China también entra entre las posibilidades siempre que sea rentable y sostenible para Iberia.

Para que salgan los números, hace falta contar con una demanda "continua y suficiente", según Gallego, quien ha considerado necesario promocionar España como destino de compras, así como que los comercios adapten su oferta y horarios a los nuevos compradores.

Este tipo de turismo, ha subrayado, permite diversificar el origen de los turistas y depender menos de la situación en Europa, así como ampliar el calendario turístico, porque el viajero de compras "no se mueve porque haga buen tiempo o porque haya un evento determinado".

PUBLICIDAD

idealista

[Casas autosuficientes: así se prepara una vivienda para desconectarse de la red eléctrica](#)

Me gusta [Compartir](#) Sé el primero de tus amigos en indicar que le gusta esto.

Twitter 12