

jueves 21 de marzo de 2024

Las Ciudades Patrimonio extienden su promoción turística internacional en Canadá y Estados Unidos

Luis Yeray Gutiérrez explica que “queremos proyectar, junto a Turespaña, la versatilidad de las Ciudades Patrimonio como lugares para disfrutar del turismo cultural, de naturaleza y gastronomía”



El Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, que preside La Laguna, ha presentado este miércoles la oferta turística y patrimonial de las 15 ciudades españolas con el sello Unesco ante turoperadores, agentes de viajes y medios de comunicación de Canadá. La acción, llevada a cabo en colaboración con Turespaña y Paradores en el Hilton Toronto Markham Suites de Toronto, ha contado con la participación de 45 profesionales, junto a la Consejera de la Oficina Española de Turismo, Bárbara Couto.

Se trata de la primera etapa de este viaje promocional, que contará con una segunda escala será hoy en Chicago, en una cena en The Carlisle a la que están convocados 80 miembros de la Asociación de Profesionales del Sector turístico ASTA (American Society of Travel Advisors), que contará con la participación de la Consejera de la Oficina Española de Turismo, Ángela Castaño.

El presidente del Grupo y alcalde de La Laguna, Luis Yeray Gutiérrez, explica que “hemos incluido Canadá y Estados Unidos en nuestra potente campaña de promoción internacional porque queremos proyectar, de la mano de Turespaña, la versatilidad de las Ciudades Patrimonio como lugares para disfrutar del turismo cultural, de la naturaleza o la gastronomía y también de alojamientos singulares, como Paradores, con instalaciones de máximo nivel”.

En 2023 llegaron a España 656.984 turistas canadienses, lo que supone un incremento del 46% sobre los turistas que visitaron España en 2019, y representa la cifra más alta de la serie histórica, “con lo que las expectativas de crecimiento en este mercado son muy favorables”, indica Luis Yeray Gutiérrez. Además, las plazas aéreas se han doblado gracias a que se ha mantenido en invierno la ruta de Air Canadá que conecta Toronto y Madrid y está prevista la apertura en verano 2024 de una nueva línea directa Montreal-Madrid de esta misma compañía. “Por todo ello, queremos que los turistas canadienses descubran nuestras ciudades llenas de historia, monumentos y nuevas experiencias”, asegura.

La delegación del Grupo en este viaje está encabezada por el alcalde de Tarragona y miembro de la Comisión Ejecutiva del Grupo, Rubén Viñuales, junto al gerente, Javier Martín, y la secretaria general, Sonsoles Guillén. Rubén Viñuales ha explicado que, en el desayuno con los 45 profesionales del sector turístico en Toronto, “les

hemos invitado a descubrir nuestro inmenso legado y a recomendar a nuestras 15 ciudades como destinos preferentes en los próximos meses. Tenemos cascos históricos monumentales, grandes eventos culturales y tradiciones muy antiguas y populares que llenan nuestras ciudades de vida en las distintas épocas del año”.

También participa en ambas presentaciones el director de Ventas y Distribución de Paradores, Juan José González, aliado estratégico del Grupo en la promoción internacional. “Paradores y Ciudades Patrimonio son la unión perfecta para el viajero norteamericano porque al atractivo de la riqueza patrimonial y cultural que atesoran estas ciudades se unen los edificios donde se ubican los Paradores, así como las experiencias de turismo activo y gastronomía que ofrecemos. Ambas instituciones son la mejor muestra de España: cultura, patrimonio y gastronomía”, comenta.

Mercado Canadá

La evolución de los últimos meses indica la total recuperación y crecimiento del mercado canadiense, que además se encuentra en un momento de gran dinamismo. En cuanto a la actividad económica del país, aunque existe cierta incertidumbre y se espera que el crecimiento se modere, sigue manteniéndose fuerte y la tasa de ahorro continúa siendo importante, especialmente entre las rentas más altas, que son las que viajan en mayor medida a Europa y cuya capacidad de gasto no se está viendo afectada.

Con respecto al gasto total de los canadienses en España fue de 1.286 millones de euros (Un 46% superior a 2019). El gasto medio por persona de los turistas canadienses en sus vacaciones fue de 1.994€.

La percepción del destino España sigue siendo muy buena. De hecho, ha sido el único país de entre los destinos competidores para este mercado (Italia, Francia, Grecia) que ha mejorado el índice de percepción global, ahora solo superado por Grecia, y destaca especialmente el buen dato en el índice de seguridad. Estos datos apuntan que la tendencia del mercado será muy favorable en los próximos meses.

Mercado Estados Unidos

La segunda escala es esta tarde en Chicago. Según el presidente del Grupo, “la intensa campaña de promoción internacional nos lleva también a Estados Unidos, ya que es un mercado que registra un notable y rápido crecimiento. La conectividad aérea presenta una tendencia muy favorable y la previsión para 2024 es alcanzar las 24 rutas directas entre EE.UU. y España. En total, 11 ciudades estadounidenses conectarán directamente con 5 ciudades españolas”.

El presidente del Grupo también ha puesto de relieve que “España es uno de sus destinos preferidos por nuestro estilo de vida y las principales actividades del viajero estadounidense en nuestro país son la visita a ciudades y visitas culturales, por lo que consideramos que las 15 Ciudades Patrimonio de la Humanidad nos encontramos entre sus preferencias objetivas como destino de vacaciones y queremos que nos conozcan y sorprenderles”

Europa se sitúa como el principal destino transoceánico de los turistas americanos, con un 21,4% de cuota. Las últimas encuestas de “The State of the American Traveler” constatan que existe un elevado nivel de optimismo a la hora de viajar (7,9 sobre 10, según el último dato enero 2024) y un 33% de los encuestados tiene intención de realizar viajes internacionales en 2024.

Con respecto a España, el mercado estadounidense mostró a lo largo del 2023 un robusto crecimiento interanual, tanto en el volumen turístico (38,7%) como en el gasto realizado (50%), así como en las pernoctaciones hoteleras (28,4%). Las cifras alcanzadas se sitúan entre el 116%-138% de los niveles prepandémicos, es decir, ya superadas las cifras de 2019.

En 2023 visitaron España 3,8 millones de turistas estadounidenses, lo que representó el 4,6% del total de turistas recibidos, realizando un gasto estimado de 7,8 millones de euros (7,2% del total), lo que situó a Estados Unidos en el sexto puesto como mercado emisor de turistas hacia España y en el cuarto puesto con respecto al gasto realizado. Los gastos medios por persona y día ascendieron a 2.027 y 281 euros, respectivamente, mientras que la estancia media se situó en 7,2 noches.