

domingo 21 de abril de 2024

Las Ciudades Patrimonio intensifican su promoción en Estados Unidos y Canadá, mercados con grandes expectativas de crecimiento

El presidente del Grupo y alcalde de La Laguna, Luis Yeray Gutiérrez, destaca que “la previsión este año es llegar a 24 rutas directas entre EE.UU. y España”



El Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, que preside La Laguna, ha participado en las Jornadas Profesionales de Turespaña de Apoyo a la Comercialización del Turismo Español para los mercados Estados Unidos y Canadá, celebradas del 15 al 18 de abril en Monterey, California.

El presidente del Grupo y alcalde de San Cristóbal de La Laguna, Luis Yeray Gutiérrez, detalla que “en el año en que el Grupo celebra su XXX aniversario, estamos redoblando nuestros esfuerzos de promoción en Estados Unidos y Canadá, ya que la previsión en 2024 es alcanzar 24 rutas directas que conecten EE.UU. y España. Nuestras 15 Ciudades Patrimonio son el viaje perfecto para los norteamericanos que quieren conocer

lo mejor de España: nuestra cultura, nuestro patrimonio, nuestra gastronomía y todas las experiencias que brindan nuestras 15 ciudades”.

El presidente del Grupo ha añadido que “la asistencia a estas jornadas es una herramienta clave para fortalecer la imagen de nuestros destinos en estos mercados, ofrecer de primera mano información sobre la oferta turística y cultural del Grupo y de cada una de nuestras ciudades y también conocer las tendencias y oportunidades”.

Para la concejala de Turismo de La Laguna, Estefanía Díaz, “el incremento de la promoción de las Ciudades Patrimonio en los mercados estadounidense y canadiense es una estrategia acertada y oportuna, muestra del compromiso y la visión de futuro en la que se está trabajando para fortalecer la imagen internacional de las 15 ciudades que conforman el Grupo y aprovechar estas oportunidades”.

“El anuncio de una conectividad aérea en aumento, sin duda, facilita el posicionamiento internacional del Grupo y poder ocupar un puesto privilegiado en la captación de turismo procedente de estos mercados clave. Un buen augurio para el patrimonio español y sus ciudades emblemáticas, como La Laguna”, asevera.

Luis Yeray Gutiérrez ha recordado que esta acción complementa las presentaciones del Grupo en Chicago y Toronto llevadas a cabo en el mes de marzo. El Grupo presentó la oferta turística y patrimonial de las 15 ciudades españolas ante turoperadores, agentes de viajes y medios de comunicación de Canadá, en colaboración con Turespaña y Paradores, en un acto donde participaron 45 profesionales del sector turístico de Toronto, junto a la Consejera de la Oficina Española de Turismo, Bárbara Couto. En la segunda escala del viaje, en Chicago, 80 miembros de la Asociación de Profesionales del Sector turístico ASTA (American Society of Travel Advisors), asistieron a la presentación del Grupo y Paradores, en colaboración con la Consejera de la Oficina Española de Turismo, Ángela Castaño.

La participación en las jornadas en California, a las que ha asistido la técnica de Turismo del Grupo, Patricia Hernández, se enmarca dentro del Plan de Acción 2024 y en la colaboración del Grupo y Turespaña para la promoción de las 15 ciudades con el sello Unesco en los mercados internacionales. El objetivo de las jornadas es apoyar el conocimiento y la comercialización de los destinos, los productos y servicios turísticos españoles. En ellas participan empresas, destinos y entidades turísticas españolas, junto a agentes y turoperadores de Estados Unidos y Canadá, seleccionados previamente por las Oficinas Españolas de Turismo en Toronto, Chicago, Nueva York, Miami y Los Ángeles.

Mercado Estados Unidos

Estados Unidos registra un notable y rápido crecimiento, y Europa se sitúa como su principal destino transoceánico, con un 21,4% de cuota. Las últimas encuestas de "The State of the American Traveler" constatan que existe un elevado nivel de optimismo para viajar (7,9 sobre 10 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%) y 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 7.702 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.

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. Las principales actividades del viajero estadounidense en nuestro país son la visita a ciudades y visitas culturales.

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, sigue manteniéndose fuerte y la tasa de ahorro sigue siendo importante, especialmente entre las rentas más altas, que son las que en mayor medida viajan a Europa y cuya capacidad de gasto no se está viendo afectada.

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.

En cuanto al gasto, el 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 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.

En cuanto a la conectividad, aunque los mercados europeos competidores siguen teniendo mejores conexiones, la capacidad aérea programadas entre el 1 de octubre de 2023 y el 31 de marzo de 2024 para España ha aumentado un 121%, gracias a que se ha mantenido también en temporada de invierno la ruta de Air Canadá Toronto-Madrid. Además, está prevista la apertura en verano 2024 de una nueva línea Montreal-Madrid de esta misma compañía. Estos datos apuntan que la tendencia del mercado seguirá siendo muy favorable en los próximos meses.