

domingo 17 de marzo de 2024

Las Ciudades Patrimonio de la Humanidad realizan una promoción turística en Seúl y Tokio

Luis Yeray Gutiérrez destaca que “la región Asia-Pacífico supone una gran ventana de oportunidad con la apertura de nuevas rutas aéreas directas que conectan España con Japón y Corea del Sur”



Luis Yeray Gutierrez junto al ministro de Turismo, secretaria de Estado, presidente de Turespaña y embajador de España en Alemania (1)

El Grupo de las 15 ciudades españolas incluidas en la lista del Patrimonio Mundial, que preside La Laguna, ha participado durante esta semana en las Jornadas Profesionales de Turespaña de Apoyo a la Comercialización para los mercados Corea del Sur, Japón y Taiwán, que se celebran en Seúl y Tokio.

El presidente del Grupo y alcalde de La Laguna, Luis Yeray Gutiérrez, ha destacado que “esta acción promocional se enmarca en la colaboración del Grupo y Turespaña para la promoción de nuestros 15 destinos en mercados internacionales. Estas jornadas son una herramienta clave para fortalecer la imagen de nuestras ciudades en un mercado con elevadas expectativas de crecimiento, donde podemos ofrecer información de primera mano sobre nuestra oferta turística y cultural”.

El presidente ha subrayado que la región Asia-Pacífico “supone una gran ventana de oportunidad con la apertura de nuevas rutas aéreas directas que conectan España con Japón y Corea del Sur, países emisores de turistas. Se trata de mercados que registran un crecimiento continuado y con un elevado nivel de gasto, dado que los turistas japoneses gastan una media de 490 euros al día por viajero durante toda su estancia”.

Según la información de Turespaña, la aerolínea Iberia reanuda en octubre el vuelo directo entre Madrid y Tokio, que se añadirá a las siete frecuencias semanales con Barcelona y las tres que conectan Madrid con Corea del Sur, además de la autorización para cubrir la ruta aérea entre este último país y España, que ha recibido la compañía surcoreana T'Way Air.

Luis Yeray Gutiérrez ha añadido que “la potente campaña de promoción internacional del Grupo en este mes de marzo ha incluido la ITB de Berlín, también estaremos en Estados Unidos y Canadá y otro elemento clave es la promoción de nuestras ciudades en el mercado asiático”.

Las jornadas desarrolladas en Seúl y Tokio han permitido a los destinos y empresas de España reunirse con 71 agencias de viajes japonesas, 70 surcoreanas y cinco taiwanesas, donde los representantes de los destinos tienen la oportunidad de establecer contactos directos. En las jornadas ha participado la técnica de Turismo del Grupo, Patricia Hernández.

Mercado Corea del Sur

De acuerdo con la Organización de Turismo de Corea (KTO), las cifras de turismo emisor coreano han aumentado hasta más de 20,3 millones de salidas entre enero y noviembre de 2023. Esto supone un crecimiento del 293,4% respecto al mismo periodo de 2022, y una recuperación del 77% respecto al mismo periodo de 2019.

Con respecto a nuestro país, aunque los valores siguen por debajo de los niveles de 2019, el mercado coreano cerró el año 2023 manteniendo la tendencia de crecimiento del año 2022 y avanzando hacia los niveles previos a la pandemia (claramente superados ya en el caso del gasto nominal). Al igual que el año previo, la escala de variación sigue siendo de tres dígitos: el volumen de turistas creció un +140,7%; el gasto desembolsado, un +115,2%, y las pernoctaciones hoteleras, un +179,5%.

En 2023 viajaron a España algo más de 433 mil turistas coreanos, lo que representa el 0,5% del total de turistas recibidos, realizando un gasto estimado de 1,27 millardos de euros (1,2% del total). Los gastos medios por persona y día ascendieron a 2.934 y 368 euros, mientras que la estancia media se situó en 8 noches.

La disponibilidad de plazas aéreas es muy relevante y algunas compañías están mejorando oferta en determinadas temporadas (Korean Air), con vuelos charter (Air Premia) o tienen previsto abrir rutas a Europa (T'Way Air), entre las que podría estar Seúl-Barcelona.

Mercado Japón

Por lo que se refiere a Japón, en 2023, 310.590 turistas de esa nacionalidad visitaron España, lo que supone un incremento interanual del 150 %, y todos esos visitantes gastaron colectivamente 840 millones de euros, lo cual, arroja una media superior a los 2.700 euros por turista, a lo largo de toda su estancia, y de 490 euros al día por viajero.

Una vez eliminadas las restricciones relativas a la pandemia, el mercado japonés está experimentando recuperación de flujos turísticos. Según datos de la Japan National Tourism Organization (JNTO), el número provisional de turistas japoneses al extranjero entre enero y noviembre de 2023 ascendió a 8.876.200 personas (un 270,85% más que el año anterior).

Aunque aún no se han recuperado todas las conexiones aéreas, 2023 se cerró con un poderoso rebote interanual de tres dígitos en número de turistas (+150,7%) y en las pernoctaciones hoteleras (+128,4%). El gasto estimado realizado, aunque también mostró un excelente comportamiento, arroja un crecimiento muy relevante, pero algo inferior al de las otras dos variables mencionadas (+71,8%).

El pasado año viajaron a España algo más de 311 mil turistas japoneses, lo que representó el 0,4% del total de turistas recibidos, realizando un gasto estimado de 842 millones de euros (0,8% del total). Los gastos medios por persona y día ascendieron a 2.705 y 490 euros, mientras que la estancia media se situó en 5,5 noches.

Mercado Taiwán

Según datos de Turespaña, aunque aún están por debajo de los niveles anteriores a la pandemia (-31% con respecto a 2019), los viajes del mercado Taiwán al exterior han experimentado una fortísima recuperación interanual, pasando de 1,5 millones de turistas en 2022 a 11,8 millones en 2023, lo que supone un incremento del 696%.

En cuanto a los viajes a España, el número de turistas taiwaneses ya se acerca más a los niveles de 2019 (-18,5%), registrando 82.540 en 2023, un 389,4% más que en 2022, que cerró con 16.865. En cuanto al gasto, se ha pasado de 48 millones de euros en 2022 a 247 millones en 2023, el gasto medio diario desciende ligeramente (de 304€ a 277€) y el gasto medio por persona sube de 2.825€ a 2.995€ en 2023. La estancia media también registra subida de 9,3 días en 2022 a 10,8 días en 2023.

El viajero taiwanés está interesado fundamentalmente por la cultura, las compras de marcas internacionales, la gastronomía y también el senderismo. Suelen visitar varias ciudades y se alojan en hoteles, en muchos casos únicamente de categoría cinco estrellas.