



Iberia se suma al programa de partenariado de la Agencia Catalana de Turismo

- Iberia promocionará la oferta turística de Cataluña en los mercados de América del Sur a través de sus plataformas de publicidad y pondrá a disposición de la Agencia Catalana de Turismo (ACT) billetes de avión para sus acciones de promoción.
- Dentro de América del Sur, uno de los mercados más interesantes para la ACT es Brasil donde precisamente, desde hace unos meses, Iberia opera dos vuelos semanales que enlazan directamente Barcelona con São Paulo.
- Este convenio es el cuarto que firma la ACT con una empresa en el marco de su programa de partenariado, con el objetivo de buscar alianzas estratégicas con el sector privado para promocionar Cataluña como destino turístico.

Viernes, 13 de julio de 2012. La directora general de Turismo y vicepresidenta ejecutiva de la Agencia Catalana de Turismo, Marian Muro, y el director de Comercial y Clientes de Iberia, Manuel López Aguilar, han firmado esta semana un nuevo acuerdo de partenariado para posicionar Cataluña como destino turístico de primer nivel, en este caso en América del Sur, especialmente en Brasil. Al acto también han asistido el delegado del Gobierno de la Generalitat de Catalunya en Madrid, Jordi Casas; el director de la Agencia Catalana de Turismo, Xavier Espasa; y el director de Ventas España de Iberia, Víctor Moneo.

Fruto de este acuerdo, Iberia difundirá los atractivos turísticos de Cataluña – especialmente los relacionados con el turismo de lujo y el shopping- a través de sus plataformas de comunicación (entre ellos, el portal de Iberia, la revista Ronda Iberia, etc.). También pondrá a disposición billetes de avión para las acciones de promoción de la ACT. A cambio, algunos de los beneficios que obtendrá la compañía aérea son incrementar su presencia a través de los canales de promoción, comunicación y comercialización de la Agencia Catalana de Turismo.

La directora general de Turismo ha explicado que ***“con este acuerdo con Iberia, queremos posicionar la marca turística Cataluña en un mercado con un gran potencial. La aerolínea es una plataforma magnífica donde estar presentes ya que dispone de unas conexiones aéreas que son activos estratégicos que tenemos que aprovechar”***.



■ Comunicado de prensa ■

Según el director Comercial y de Clientes de Iberia, ***“Latinoamérica es un mercado estratégico para Iberia, y Cataluña una apuesta muy importante para la compañía donde dispone de un hangar, sirve de base a su participada, Vueling, y cuenta con el corredor de vuelos más importante del mundo, el Puente Aéreo, con hasta 30 vuelos diarios en cada sentido”***.

El mercado brasileño

Dentro de América del Sur, uno de los mercados más interesantes para la ACT es Brasil dónde precisamente, desde hace unos meses, Iberia opera dos vuelos semanales que enlazan directamente Barcelona con São Paulo. A partir de ahora, Iberia participará en las diversas acciones de promoción que la ACT organice en este mercado.

Según el Banco Mundial, Brasil es, con 195 millones de habitantes, la séptima economía a escala mundial. Asimismo es uno de los países que está incrementando el volumen de turistas que emite de manera exponencial. El país forma parte de los denominados BRIC (Brasil, Rusia, India y China), considerados las actuales potencias turísticas emergentes. Dentro de Brasil, São Paulo es la principal ciudad emisora de turistas (32,4%), seguida de Río de Janeiro (20,2%) y de Río Grande do Sul (11,2%).

El turista brasileño se caracteriza por un volumen elevado de gasto y las principales motivaciones a la hora de viajar son el ocio y las vacaciones para realizar actividades relacionadas con la cultura, el shopping, el lujo, la naturaleza y la gastronomía. Dentro del turismo cultural, destaca el interés que muestran los brasileños por el turismo religioso. Acostumbran a viajar durante todo el año, especialmente durante los meses del verano austral (de diciembre a febrero), realizan estancias de unos 10 días, y el perfil del brasileño que viaja es el de una persona formada y con un alto poder adquisitivo.

Programa de partenariado de la Agencia Catalana de Turismo

Este acuerdo con Iberia es el cuarto de una serie de alianzas en las que trabaja la Agencia Catalana de Turismo para crear un grupo de socios estratégicos formado por empresas y entidades con proyección internacional con el objetivo de conseguir un mayor impacto de la marca turística ‘Catalunya’ en el exterior y generar recursos para la promoción. Iberia se suma al resto de partners que hasta ahora han firmado acuerdos con la ACT: Vueling, el Circuito de Cataluña y La Roca Village.

La ACT está trabajando en otros posibles acuerdos con empresas líderes, innovadoras y con presencia internacional tanto del sector turístico (cadenas



■ **Comunicado de prensa** ■

hoteleras, alquiler de coches...) como de otros sectores (automoción, sector financiero, moda y alimentación...).