



Cataluña es el primer destino europeo en llevar a 40 operadores turísticos estadounidenses para atraer a los turistas de EE. UU.

- El encuentro *Buy Catalunya USA* ha propiciado más de 650 entrevistas comerciales con empresas y entidades del sector turístico catalán
- El evento se inscribe en el plan de acciones *Catalunya reconnects USA*, dirigido a recuperar el turismo proveniente de Norteamérica
- En 2019, Estados Unidos fue el país que realizó un mayor gasto turístico en Cataluña, con más de 2.500 millones de euros

Viernes, 22 de abril de 2022.— Cataluña quiere recuperar al turista norteamericano, un mercado estratégico por el gasto que hace, por su potencial de crecimiento, por su desestacionalización y por la diversificación de intereses que presenta. Por este motivo, hoy ha tenido lugar, en Barcelona, la acción *Buy Catalunya USA*, un gran encuentro comercial organizado por el Departamento de Empresa y Trabajo, donde 40 operadores turísticos estadounidenses se han reunido con 70 empresas y entidades del sector turístico catalán para conocer su oferta y posteriormente comercializarla.

Es la primera vez que Turismo de la Generalitat de Catalunya impulsa una acción de gran formato para facilitar la visita exclusiva de operadores norteamericanos al destino catalán, con el objetivo de establecer contactos comerciales y, sobre todo, para que puedan conocer *in situ* todos los atractivos de nuestro país. Los operadores estadounidenses que se han desplazado a Cataluña han sido seleccionados previamente de entre un centenar que han mostrado interés en visitar el destino.

Según el conseller de Empresa y Trabajo, Roger Torrent, **“queremos recuperar el mercado norteamericano de forma diferente, obviamente queremos que los norteamericanos vuelvan a viajar a Cataluña, pero queremos presentarles el conjunto del país, no solo un destino concreto”**. Torrent ha afirmado que el *Buy Catalunya USA* **“forma parte de una ambiciosa apuesta del Govern por reforzar la presencia catalana en el mercado norteamericano”**.

Durante el encuentro se han realizado más de 650 entrevistas de negocio entre empresas y entidades catalanas y los operadores turísticos americanos. Con este evento, la Agencia Catalana de Turismo (ACT) ofrece a las empresas catalanas la posibilidad de comercializar su producto a un número elevado de operadores sin necesidad de desplazarse ni de hacer grandes inversiones.



Una vez terminado el encuentro comercial, los operadores turísticos han iniciado un viaje de 5 días para conocer la oferta catalana *in situ*. Los recorridos se han centrado en el turismo cultural, gastronómico y de activo-naturaleza. También se ha preparado un viaje inspirado en el estilo de vida mediterráneo, muy valorado entre el público americano, y un segundo centrado en el público femenino, puesto que es un nicho de mercado que está creciendo.

Catalunya reconnects USA, un plan para atraer al turista estadounidense

Esta acción forma parte del plan *Catalunya reconnects USA*, dotado con 830.000 euros y destinado a atraer de nuevo al turista estadounidense. El objetivo es dar a conocer las potencialidades del destino catalán a un visitante experimentado que busca experiencias más allá de las grandes ciudades. Se busca a un cliente interesado en conocer a fondo un destino y tener una experiencia más local. Viajeros atraídos por la enogastronomía, la cultura y el contacto con la naturaleza.

Desde Turismo de la Generalitat se está impulsando un nuevo modelo que fomente las largas estancias en Cataluña porque se apuesta por un turismo sostenible y responsable en los mercados de larga distancia. En este sentido, el Grand Tour de Cataluña es un producto que se adapta muy bien a este nuevo enfoque, ya que invita a realizar una estancia larga y diversificada en el territorio.

Según el titular de Empresa y Trabajo, **“el estadounidense es un mercado que nos interesa porque nos permite la desestacionalización, no se concentra en unos determinados meses sino durante todo el año. Y también puede contribuir a la desconcentración, puesto que nuestro país tiene mucho potencial más allá de Barcelona. La capital catalana es muy importante, pero debemos promover que se visiten otros atractivos que tenemos”**.

Este plan ha empezado a implementarse a principios de este año y tendrá continuidad durante todo el 2022. Así, desde la Oficina de Promoción Turística en Nueva York de la ACT, se ha participado en el workshop IMM Travmedia, con reuniones con más de 30 periodistas y medios de comunicación; y en el North America Marketplace de ETOA, dirigido a comercializadores americanos. Por otra parte, se ha asistido a jornadas de comercialización en Miami junto a Turespaña. Después del *Buy Catalunya USA* se participará en la GTM Global, en el Virtuoso Travel Week, en el ILTM Americas, en el Signature National Conference y en el Congreso USTOA. Asimismo, está prevista una inversión significativa en publicidad en el mercado americano.

Durante los últimos años, desde la Agencia Catalana de Turismo se han impulsado una serie de acciones para mantener la visibilidad y posicionar Cataluña ante los consumidores y los intermediarios americanos. Por ejemplo, el pasado año se realizó la primera misión comercial postpandemia de la oferta catalana en Nueva York y Miami, así como una serie de webinaros con la participación de más de 500 operadores turísticos y agencias de viajes estadounidenses.

Cataluña ha podido organizar un evento de la envergadura del *Buy Catalunya USA* porque dispone de un centro de promoción en Estados Unidos, que lleva tiempo haciendo contactos y relaciones con los principales consorcios y asociaciones turísticas del país, como Virtuoso, Signature, USTOA o ATTA.



Perfil del turismo estadounidense

En 2019 Cataluña fue el principal destino de los norteamericanos en España, con una cuota de mercado del 46% y un total de 1.511.000 turistas americanos. Lo más destacable fue su gasto diario, 320 euros, muy por encima de los 197 euros del turista medio en Cataluña. Con el 7,8% de las llegadas a Cataluña, representaron el 11,9% del gasto total. De hecho, fue el país con mayor gasto en Cataluña, con un total de más de 2.500 millones de euros.

Los turistas estadounidenses que visitan Cataluña lo hacen principalmente por motivos de vacaciones (89%), llegan en avión (82,5%), se alojan en hoteles (76,4%) y no han comprado un paquete turístico (68,4%). Una tercera parte pasa entre 4 y 7 noches en Cataluña. Es un turista con alto poder adquisitivo y que está acostumbrado a viajar al extranjero.

Según las últimas estadísticas de la consultora de referencia *Destinations Analysts*, actualmente los estadounidenses están interesados en explotar nuevos sitios. Un 52% indica que quiere visitar lugares en los que nunca ha estado antes. Y casi la mitad dice que quiere viajar porque quiere abrir su mente a nuevas culturas y experiencias. El 29,7% afirma que es probable que viaje internacionalmente este año y el 25,1% está más interesado en viajar fuera de Estados Unidos que en el propio país. Pese a que el entusiasmo por viajar es alto, se prevé que la guerra en Ucrania, así como el alza de la inflación y de los precios de la gasolina, pondrán a la espera muchos planes de viaje.

Síguenos en las redes

- Twitter: [@turismecat](#) | [@empresacat](#) | [@treballcat](#)
- Youtube: <https://www.youtube.com/turismecat>