

PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LAS 15 CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD EN LA FERIA JATA DE JAPÓN

Viernes, 25 de Octubre de 2019.- El Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad participa estos días en la feria JATA 2019, la feria internacional de turismo más importante de Japón, que se celebra del 24 al 27 de octubre, por primera vez este año en la ciudad de Osaka. Las 15 ciudades inscritas en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO ofrecen su riqueza turística, patrimonial y cultural en un espacio propio dentro del stand de Turespaña.

Además, el Grupo de Ciudades Patrimonio ha participado en un workshop organizado por la Oficina Española de Turismo con motivo de JATA, que tuvo lugar en el Hotel Conrad Osaka, donde ha mostrado la oferta turística, cultural y patrimonial de sus destinos en reuniones con agentes, turoperadores y profesionales del sector.

Esta nueva acción en el mercado asiático se suma a la campaña desarrollada la semana pasada en Singapur. El certamen JATA 2019 es el mayor evento dirigido a la industria y profesionales, organizado por la Asociación de Turismo y Viajes de Japón, junto con la Organización Nacional de Turismo y con la colaboración especial de la Asociación que incluye a todas las agencia de viajes niponas. Se trata de un escaparate esencial en el mundo asiático, que el año pasado recibió más de 207.000 visitantes, teniendo en cuenta además que Japón es uno de los mercados internacionales prioritarios para el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España.

El mercado emisor japonés:

Según los datos de Japan National Tourism Organization, en 2018 los viajes al extranjero del mercado japonés ascendieron a 18,9 millones, lo que representa un 6% más que el año anterior y la cifra más alta registrada. Según el JTB Report de 2018, Europa fue el tercer destino internacional en importancia y el primero entre los destinos lejanos (13,8%), seguida a bastante distancia por Hawái (10,5%), China (7,3%) y Estados Unidos (7,1). El número de pasaportes en vigor en 2018 se mantuvo en torno a los 29,9 millones, lo que supone casi un cuarto de la población.

Cabe destacar otros datos relevantes, como que en los siete primeros meses de 2019 las pernoctaciones hoteleras del mercado japonés han mostrado un considerable crecimiento (+28,7%, según los datos del INE). Las estadísticas de Turespaña arrojan otros resultados como que en el año 2018 nos visitaron cerca de 551 mil turistas japoneses. El gasto que realizaron ascendió a 982 millones de euros, aportando un 1,1% al total de gasto de los mercados emisores. Los gastos medios por persona y día ascendieron a 2.161 y 423 euros respectivamente, mientras que la estancia media se situó en 5,1 noches, según los datos del INE y la estimación de Turespaña.

El perfil del turista japonés responde a personas de edad media, con un poder adquisitivo medio-alto, interesados en la cultura y la tradición local y que están muy influidos por la seguridad a la hora de elegir destino. Los productos turísticos más demandados por parte de los turistas japoneses que viajan al exterior son la contemplación de la naturaleza, visitar lugares emblemáticos y la oferta culinaria. Las principales razones a la hora de elegir España como destino son el patrimonio cultural, el turismo urbano y la gastronomía. El viajero japonés en España se caracteriza por combinar diferentes ciudades españolas, en ocasiones también con otros países cercanos como Portugal, Francia e Italia, dedicando uno o dos días a cada una de ellas.

En 2018 la principal motivación de los turistas japoneses que visitaron España fue el ocio (86% del total). Los viajes de negocios también jugaron un papel destacado, situándose a la cabeza del ranking de países emisores en lo que a su peso relativo se refiere (13% del total de viajes), solo por detrás de Portugal. El turista japonés también se situó en primera posición en el porcentaje relativo de turistas que pernoctaron en hoteles (el 94%) y que contaban con estudios superiores (el 95%). El peso de aquellos que viajaron sin paquete turístico fue el mismo de aquellos que sí lo utilizaron (50%) y su destino favorito fue Cataluña, (54%), seguido a gran distancia por la Comunidad de Madrid (20%) y Andalucía (13%).

Los turistas japoneses fueron los que en mayor proporción viajaron en solitario (26%), aunque predominaron aquellos que viajaron con amigos (27%). Las principales actividades que realizaron fueron visitas culturales (81%), compras (79%) y visitas a ciudades (56%). Su edad mediana se situó en 37 años, la más baja de entre todos los mercados emisores, situándose la media de edad del total de turistas en 44 años.



Plan Operativo de Turismo del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España

El Plan Operativo del Grupo para 2019 continúa con la línea de promoción, representación y comercialización de las 15 Ciudades bajo el sello de calidad excepcional que otorga formar parte de la lista de Patrimonio Mundial de UNESCO.

Además de llevar a cabo diversas presentaciones directas y exposiciones, a lo largo del año está previsto participar en los principales eventos y ferias nacionales e internacionales del sector, tanto en los principales mercados emergentes como en los más consolidados; Fitur (Madrid), Salon des Vacances (Bruselas), Reisen Hamburg (Hamburgo), Salon Mondial du Tourisme (Paris), ITB Berlín y WTM Londres.

El **Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España** es una asociación sin ánimo de lucro creada en el año 1993 cuyo objetivo es actuar de manera conjunta en la defensa y la promoción cultural y turística del patrimonio de las 15 ciudades que lo componen, cuyos cascos históricos han sido reconocidos por la UNESCO como Patrimonio Mundial: **Alcalá de Henares, Ávila, Baeza, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza/Eivissa, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de la Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona, Toledo y Úbeda.**

Área de Comunicación:

Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España

comunicación@ciudadespatrimonio.org

Tel. 665 308 852