

Las agencias de viajes americanas destacan el potencial de la Costa del Sol y de Málaga

Bendodo y Andrade se reunieron ayer con la responsable de ASTA, la principal asociación que mueve los hilos del turismo en Estados Unidos

:: PILAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. La Costa del Sol y Málaga capital tiene aún un largo recorrido en el mercado americano pese a las cifras de crecimiento. Así lo aseguró ayer la directora de Desarrollo de Negocios de ASTA, Kelly Bigel, durante la reunión que mantuvo en Washington con el concejal de Turismo y Promoción de la Ciudad, Julio Andrade, quien le ha presentado la nueva marca-destino Andalusian Soul, creada por las ciudades de Málaga, Sevilla, Granada y Córdoba. Este encuentro forma parte del medio centenar de reuniones que están llevando a cabo la expedición de promoción de la provincia y de la capital, en la que también viaja el presidente de Turismo Costa, Elías Bendodo. Esta acción arrancó el pasado día 17 y terminará mañana.

La ejecutiva de la principal asociación de agencias de viajes de EE UU reconoció el potencial de esta nueva marca-destino y apostó por abrir líneas de colaboración permanentes que impulsen la cuota de este proyecto en el movimiento turístico de los estadounidenses en España y, muy especialmente, en la cifra de pernoctaciones. Cabe recordar que Andalucía es la tercera comunidad que más turistas norteamericanos recibe.

En este sentido, Andrade aseguró que la presentación de Andalusian Soul en Washington «supone un nuevo paso en la promoción de un proyecto que permitirá dar un salto cualitativo muy importante para la oferta turística de las cuatro ciudades englobadas en esta alian-



Bendodo y Andrade, en un bus turístico de Nueva York. :: SUR

za. «Estamos hablando de un destino seguro, atractivo, amable, con una oferta cultural y monumental única, ciudad natal de Picasso, bien comunicado, con uno de los mejores aeropuertos de España... Málaga tiene mucho que ganar con este proyecto y así lo están reconociendo todos los operadores turísticos», dijo.

De hecho, el mercado estadounidense es ya el sexto de los emisores internacionales más importantes para Málaga, con un crecimiento del 32% entre 2010 y 2015.

Andrade también mantuvo una reunión con Teresa Valcarcel, de la Asociación Bernardo de Gálvez, con la que abordó varios asuntos para avanzar en la promoción de Málaga.

Hoy en Las Vegas

Hoy esta expedición promocional estará en Las Vegas para asistir a la mayor feria de turismo de congresos de Estados Unidos, IMEX. En el marco de este evento se llevará a cabo mañana una presentación del destino por parte de empresarios. Bendodo destacó que «nuestro clima es un auténtico tesoro», tras valorar los acuerdos alcanzados con Delta Air Lines, que mantiene con el aeropuerto malagueño la única conexión aérea sin escalas de Andalucía, y con Virtuoso, la principal red de turismo de lujo especializado que opera en Estados Unidos.

Mañana la expedición malagueña seguirá con una apretada agenda de encuentros con operados en Los Ángeles. Con estas reuniones se pondrá fin a un despliegue promocional en Estados Unidos en el que la expedición malagueña ha difundido los atractivos turísticos de los destinos en cinco ciudades americanas, desde Nueva York, Washington, Boston, Las Vegas y Los Ángeles.

El reto es consolidar el momento dulce que viven estos destinos en el mercado americano, con crecimientos de dos dígitos en la llegada de viajeros. Entre enero y agosto se han alojado en los hoteles de la provincia un total de 72.858 viajeros procedentes de Norteamérica, lo que supone un 17,4% más, con respecto al mismo periodo del pasado año. En la capital malagueña se concentraron un total de 24.123 turistas estadounidenses, casi un 29% más.

La llegada de turistas de Estados Unidos crece hasta agosto un 17,4% más en la Costa del Sol