

La aerolínea Cathay Pacific incrementará su frecuencia en la temporada de invierno

La Comunidad de Madrid celebra el aumento de vuelos directos a Hong Kong a partir de noviembre

- Los vuelos pasarán de cuatro a cinco días a la semana durante trece semanas en la temporada 2017/2018
- El director general de Turismo, Carlos Chaguaceda, subraya la importancia de conectar con el emergente mercado asiático

10 de marzo de 2017.- El director general de Turismo, Carlos Chaguaceda, ha celebrado hoy que la compañía Cathay Pacific aumente la frecuencia de sus vuelos Madrid-Hong Kong en la temporada de invierno 2017/2018 “de forma que pasará de cuatro a cinco días durante trece semanas, lo que permitirá captar a un mayor número de turistas de este importante mercado asiático”.

El año 2016 ha supuesto un punto de inflexión de gran importancia en lo que se refiere a la conectividad aérea entre España y China, pasando de solo dos rutas directas (Pekín-Madrid y Pekín-Barcelona) a cinco, tras la incorporación de China Eastern e Iberia (Shanghái-Madrid) y Cathay Pacific (Hong Kong-Madrid). Este importante incremento de vuelos directos se ve reflejado en las previsiones de capacidad aérea, que muestran un crecimiento para los próximos meses.

El director general ha destacado que la cuota de destino de España en el mercado chino es del 0,33%, un nivel propio de un mercado emergente, si bien está experimentando una rápida transformación. Actualmente sólo el 4% de la población dispone de pasaporte y se prevé que en el año 2025 serán 150 millones de ciudadanos chinos los que dispondrán de él, frente a los 50 millones actuales, de forma que los viajes internacionales alcanzarán los 130 millones.

En España, el producto de sol y playa tiene poca demanda entre el turista chino, que prefiere dirigirse a los países asiáticos de su entorno por su cercanía, mejor precio, mayor accesibilidad y por no requerir visado. “Sin embargo, la Comunidad de Madrid ofrece múltiples ofertas culturales, deportivas, gastronómicas y de ocio, entre otras, muy atractivas para el turista chino”, ha añadido Chaguaceda.

En los diez primeros meses de 2016 visitaron la región 317.000 turistas chinos (un 0,5% del total), una cifra que prácticamente triplica la de 2011, que era del 0,2%. La principal motivación de los turistas chinos es el ocio (81% del total).



Oficina de Comunicación

Los viajes de negocios también muestran un elevado peso relativo (13%) situándose en el tercer lugar solo por detrás de Japón y Portugal.