

Brasil 2014

Mundial será ventana de promoción de Costa Rica

- 2.373 costarricenses viajaron durante Alemania 2006.
- Brasil reportó 22.000 millones de dólares en gasto de turismo emisor durante el 2012.

Miércoles 11 septiembre 2013. La reciente clasificación de Costa Rica a su cuarta Copa del Mundo de Selecciones Mayores, abrirá la oportunidad para que el país se exponga como destino turístico a nivel mundial, tal y como se desarrolló la estrategia para el Mundial de Alemania 2006.

“Hace siete años estuvimos en el encuentro inaugural y esto contribuyó para que el país fuera foco de atención a nivel mundial; a partir de esta experiencia, debemos aprovechar el escenario para posicionar la nueva marca país **“Esencial Costa Rica”** con el objetivo de captar mercado, manifestó Tatiana Cascante, Directora Ejecutiva de CANATUR.

Cascante agregó que el marco del Mundial Brasil 2014 resulta un acontecimiento ideal puesto que servirá para que el país reafirme sus planes de posicionarse en el mercado Suramericano y específicamente el brasileño, el cual representa uno de los países con mayor crecimiento de turistas que visitan otros destinos en los últimos años.

“Es una región que maneja un considerable tráfico de turismo emisor, principalmente Brasil que es uno de los países emergentes con mayor volumen de ciudadanos viajando fuera de su propia nación”, destacó la Directora Ejecutiva de CANATUR.

En el 2012, Brasil pasó del puesto 29 al 12 en el ranking de países emisores en términos de gasto, con una cifra de 22.000 millones de dólares¹, por lo que la Cámara considera vital manejar un plan agresivo para el posicionamiento de Costa Rica en el mercado suramericano y especialmente el brasileño.

Por otra parte, CANATUR señala que la clasificación de la Selección Nacional de Fútbol al vigésimo Mundial de Fútbol de la FIFA, también abrirá la ventana para que las agencias de viaje establezcan nuevas relaciones comerciales y poder vender paquetes para asistir a la máxima cita del balompié.

“Con solo el hecho de que el Mundial fuera en América ya es un motivo para que el costarricense quiera asistir; ahora que Costa Rica logró el pase, las agencias de viaje tendrán un atractivo más para colocar paquetes y que los ticos vayan y apoyen a la Selección a Brasil”, destacó Cascante.

De acuerdo con las cifras del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), 2.373 costarricenses viajaron a Alemania durante el mes de Junio 2006, período cuando se tramitó la última participación de la Tricolor en un Mundial mayor de fútbol, lo que significa un tráfico 30% mayor en comparación a lo reportado durante los restantes once meses de ese año.

Luis Alonso Quirós Sánchez

Imagen y Comunicación Creativa

2234 6222/8887 3363

lquiros@canatur.org

¹ Organización Mundial de Turismo. <http://media.unwto.org/es/press-release/2013-04-04/china-se-convierte-en-el-numero-uno-mundial-de-los-mercados-emisores-de-tur>