

Informe de necesidad PAVIA02_2024

Crecimiento del Turismo y Conectividad Aérea en Vitoria-Gasteiz

En 2023, el Aeropuerto de Vitoria alcanzó su récord histórico con **309.000 pasajeros transportados**. Este hito ha sido impulsado por la incorporación de vuelos regulares y campañas de promoción específicas que han ayudado a reforzar el posicionamiento de Vitoria-Gasteiz, Álava y Euskadi como destinos de interés económico y turístico en los mercados impactados.

En concreto, Vitoria-Gasteiz y la provincia de Álava, desde 2017 han experimentado un incremento continuo de visitantes, fomentado, en parte, por la expansión de vuelos regulares en el aeropuerto de Vitoria.

Por tanto se puede afirmar que el desarrollo del territorio está estrechamente vinculado a la expansión de la conectividad aérea. De hecho, la mencionada conectividad, reforzada por campañas de promoción, no solo facilita el acceso a Vitoria-Gasteiz, Álava y Euskadi, sino que también potencia el desarrollo económico del territorio, fomentando y dinamizando la economía de la región.

Las Aerolíneas y la Promoción Turística

Los hábitos de consumo en el entorno de los viajes han sufrido profundo cambio en los últimos años derivado principalmente de la aparición de las plataformas de venta online. Al mismo tiempo, con la aparición de las redes sociales, la forma en que el viajero se relaciona con el destino, desde su descubrimiento hasta la toma de decisión de viajar ha vivido una revolución.

Este mercado actualmente cuenta con una demanda enmarcada en el ecosistema online, que es impactada promocionalmente a través de canales vinculados a sus dispositivos, relegando los medios tradicionales, a una función que complementa el marketing y la publicidad en las plataformas y redes.

En este entorno, las compañías aéreas han sabido entender al consumidor, y canalizar sus necesidades en todo el proceso de su relación con el destino, asumiendo un rol clave como prescriptores de viaje, con capacidad de posicionar y crear marca a través de la aplicación de estrategias digitales avanzadas y enfoques tradicionales para influir directamente en las decisiones de los viajeros.

Las compañías aéreas emplean una estrategia integrada de medios online y offline para promocionar destinos y, de forma efectiva, posicionarlos en el mercado turístico.

En el ámbito online, las aerolíneas emplean tecnologías como el análisis de datos y la inteligencia artificial para ajustar sus ofertas a las preferencias de los consumidores.

Esto incluye el uso de redes sociales, aplicaciones móviles y plataformas integradas que permiten a los viajeros planificar y reservar experiencias completas.

Simultáneamente, los medios offline refuerzan la presencia de marca mediante estrategias de comunicación tradicionales y siguen desempeñando un papel relevante en el apoyo a la imagen de marca de los destinos

Las compañías aéreas como creador de demanda

En estos últimos años son cada vez más habituales los modelos de colaboración entre compañías aéreas y agencias de turismo, entes públicos de desarrollo de destinos o gobiernos regionales. Estos nuevos formatos de colaboración tienen lugar ya que las aerolíneas han demostrado ser un aliado estratégico para destinos emergentes que buscan aumentar su visibilidad en los mercados turísticos.

Esta sinergia entre las aerolíneas y destinos emergentes facilita la llegada de visitantes, y contribuye a consolidación de la marca para los destinos, ayudándolos a diferenciarse en mercados cada vez más competitivos.

Impacto Económico y Desarrollo Regional

En el caso del Aeropuerto de Vitoria, este modelo de trabajo ha permitido que la colaboración promocional con VIA se convierta en un ejemplo claro de cómo la mejora de la conectividad aérea puede transformar una ciudad en un destino y su continuidad se considera esencial para seguir trabajando en el crecimiento económico y consolidar a Vitoria-Gasteiz como un destino cada vez más relevante en el norte de España.

Atendiendo al buen desarrollo de la actividad realizada por VIA en estos años, se considera que la línea de trabajo marcada por ésta se adecua a las necesidades del Aeropuerto y del territorio al que sirve, y establece como planteamiento a plazo a corto y medio plazo, la consolidación de la operativa actual y el crecimiento de la actividad aeroportuaria, con la mirada puesta en el objetivo marcado de 500.000 pasajeros.

Estos objetivos de consolidación y crecimiento de la actividad del Aeropuerto de Vitoria, junto a la actividad promocional en los mercados conectados quedan en cuadrados dentro del Plan Director de Turismo de Vitoria-Gasteiz 2021-24 que establece como ejes estratégicos el fomento de la conectividad y la accesibilidad, así como la Desarrollo de Oferta Turística.

Igualmente a través de la planificación promocional se apoya en lo posible al Plan de Turismo 2030 del Gobierno Vasco, en su objetivo de Consolidar la marca Euskadi a nivel internacional con campañas segmentadas que resalten sus atributos singulares y competitivos en el mercado turístico global.

Por último, esta contratación contribuye a la consecución del impulso al Aeropuerto de Foronda contemplado dentro del acuerdo de gobierno entre EAJ- PNV y el Partido Socialista de Euskadi para la legislatura 2020-2024.

Por tanto, es de interés de VIA Sociedad del Aeropuerto de Vitoria dar continuidad a la actividad promocional y aeroportuaria iniciada en 2016, a través de contratos promocionales que han mejorado el posicionamiento en los mercados de Vitoria-Gasteiz, Álava y Euskadi, beneficiando la economía local a través del incremento de visitantes y el impacto en sectores clave de nuestro tejido económico.

En Vitoria-Gasteiz a 26 de noviembre de 2024

Órgano de contratación de VIA