

Lanzamiento de la fase 2 de la campaña *Alberta is Calling*

21 de septiembre de 2022

La campaña publicitaria *Alberta is Calling* ha lanzado su segunda fase en Toronto y Vancouver, redoblando los esfuerzos para atraer talento a Alberta con el fin de mantener el crecimiento económico.

La campaña tiene como objetivo atraer a trabajadores para que se muden a Alberta, resaltando las numerosas ventajas que Alberta ofrece en materia de estilo de vida, carrera profesional y asequibilidad –incluidos salarios más altos, menor tiempo para desplazarse, oportunidades laborales y poder ser propietario de una vivienda a una fracción del costo. Se lanzó a mediados de agosto en el área metropolitana de Toronto y en Lower Mainland con anuncios digitales, en las redes sociales y en la radio.

La fase 2 incluye más tácticas de publicidad exterior de alto impacto, incluyendo bandas para periódicos y vallas publicitarias en Vancouver, y el apoderamiento durante un mes de la estación Bloor-Yonge del TTC en el centro de Toronto.

"Estamos muy felices con la acogida que ha tenido el lanzamiento de la primera fase de la campaña *Alberta is Calling*. El increíble interés en el sitio web de la campaña, así como la participación en nuestros canales de las redes sociales, demuestran que esta campaña está llegando a los canadienses. Están viendo con claridad los beneficios de vivir en Alberta, y quieren saber más".

Jason Kenney, primer ministro de Alberta

El costo total de la campaña *Alberta is Calling* será de \$2,6 millones.

Datos relevantes

- La tasa de oferta de trabajo es alta, con más de 100.000 puestos abiertos.
- El 78 % de las empresas de Alberta informan de que [la escasez de la mano de obra limita su capacidad para satisfacer](#) la demanda.
- Alberta ha registrado el mayor crecimiento de empleo del país en 2022.
 - Entre diciembre de 2021 y agosto de 2022, el empleo en Alberta aumentó en 61.700 puestos de trabajo, frente al incremento de 28.600 en Ontario y 17.300 en la Colombia Británica, a pesar de que ambas Provincias cuentan con mayor población.
- Los trabajadores de Alberta siguen teniendo los mayores ingresos entre todas las provincias.
 - Los ingresos semanales medios de Alberta, de \$1245 (junio de 2022), son los más altos del país (los segundos más altos son los de Ontario, con \$1186, y los terceros los de la Colombia Británica, con \$1160).
- La vivienda es más asequible en Alberta que en Vancouver o Toronto.
 - El estudio [sobre la asequibilidad de la vivienda a nivel internacional de Demographia \(Demographia International Housing Affordability\)](#), publicado en marzo de 2022, situó a Edmonton y Calgary entre los 10 mercados de vivienda más asequibles en comparación con 92 grandes ciudades del mundo.
 - El precio medio de venta de una vivienda en Calgary fue de \$484.000, el 43 % del precio en el área metropolitana de Vancouver y el 48 % del precio en el área metropolitana de Toronto, respectivamente.
 - El informe sobre el mercado del alquiler de febrero de 2021 de la Corporación Canadiense Hipotecaria y de Vivienda (CMHC, por sus siglas en inglés) muestra que los alquileres son más asequibles en Alberta. A lo largo de los últimos tres años:
 - El alquiler promedio en Edmonton equivalía al 71 % del de Vancouver, y al 79 % del de Toronto.
 - El alquiler promedio en Calgary equivalía al 74 % del de Vancouver, y al 82 % del de Toronto.
- Por lo general, las familias de Alberta pagan menos impuestos personales (para 2022, considerando los ingresos familiares anuales de \$75.000, \$150.000 y \$300.000).

- Alberta no tiene impuesto provincial sobre las ventas, ni sobre las nóminas, ni sobre las primas sanitarias.
- Los trabajadores de Edmonton y Calgary tardan menos tiempo en desplazarse.
- Alberta registró la mayor migración interprovincial neta de Canadá, con 5351 personas, en los tres primeros meses de 2022.
 - Calgary ha sido recientemente nombrada la tercera ciudad **del mundo** más habitable por la clasificación de la [Unidad de Inteligencia Económica](#)

Información relacionada

- [Alberta is Calling](#)
- [Programas de Asequibilidad](#)