

# Análisis del Mercado en Turismo



## Nuevos tiempos, nuevos modelos

- 1 · Los nuevos clientes
- 2 · Los nuevos destinos competidores
- 3 · Los nuevos productos, servicios y mercados
- 4 · Los nuevos modelos de comercialización y marketing
- 5 · Los nuevos modelos de gobernanza y de promoción
- 6 · Las nuevas responsabilidades de la empresa

# Análisis de los Mercados Internacionales

El mundo está cambiando



# La aportación del turismo al PIB mundial cae a la mitad por la pandemia

El año pasado se perdieron más de 62 millones de puestos de trabajo turísticos

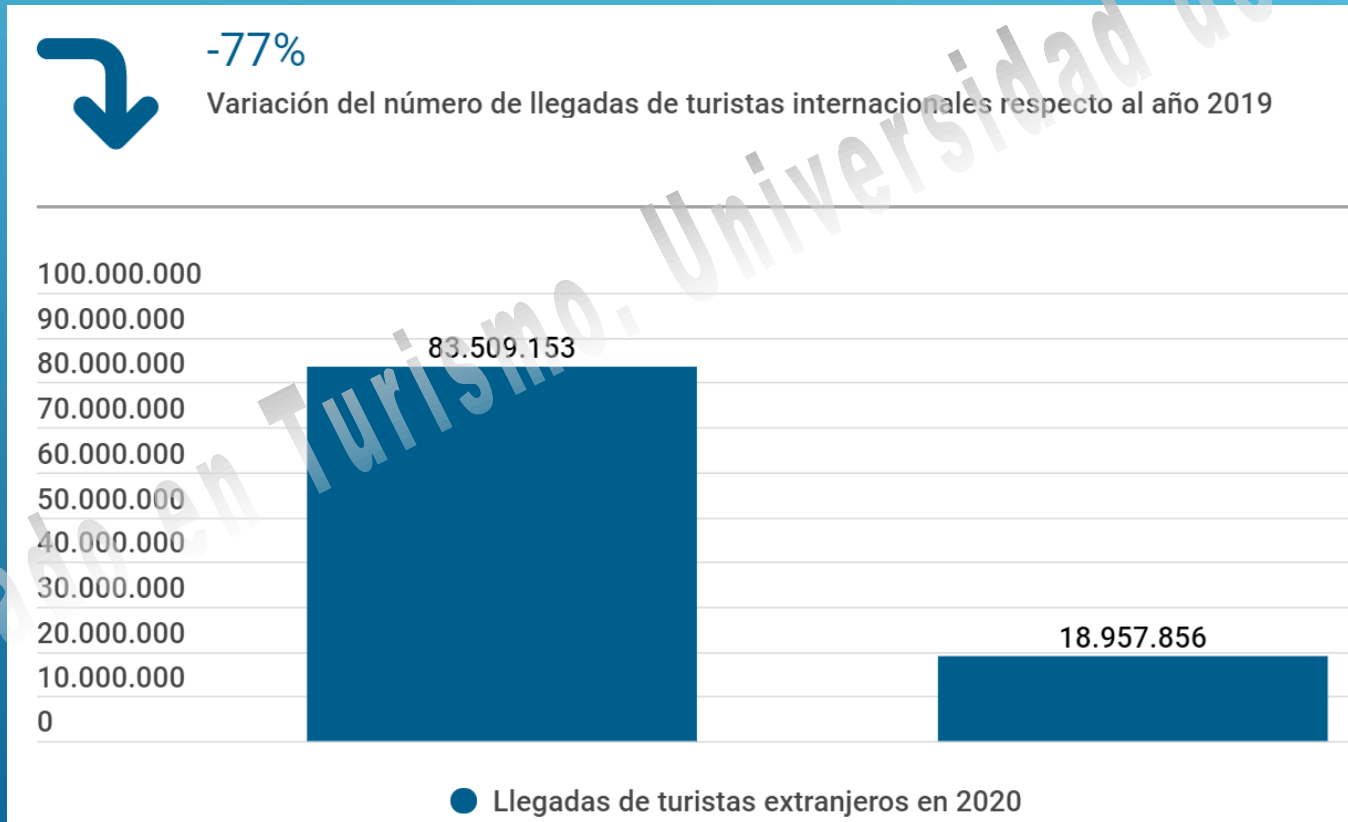




# España recibió 19 M de turistas en 2020, la mayor caída de su historia

Los ingresos también bajaron un 78,5%, pasando de 91.912 M € a 19.740 M

Representa un descenso del 77,3% con respecto a un año antes



Coronavirus:

# LA MAYOR CRISIS DEL TURISMO

que el sector ha afrontado nunca

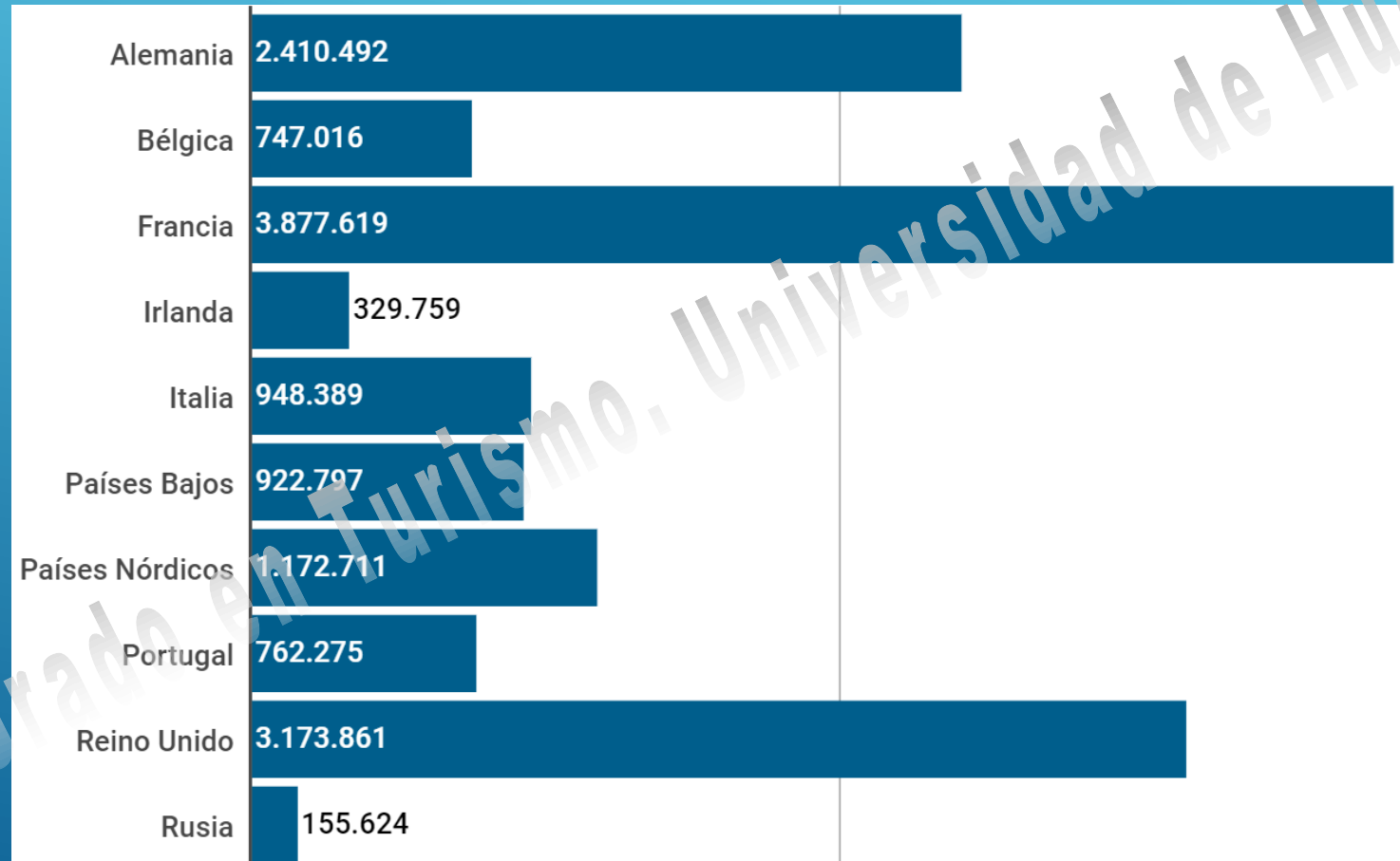
*Las empresas olvidan  
la planificación  
a tres años vista  
para concentrarse  
en la lucha por la  
supervivencia a tres  
meses*

*El Foro  
Económico  
Mundial no  
previó la  
posibilidad de  
una pandemia en  
sus previsiones  
de riesgos para  
el mundo a 10  
años vista*



# España recibió 19 M de turistas en 2020, la mayor caída de su historia

Los ingresos también bajaron un 78,5%, pasando de 91.912 M € a 19.740 M



# Análisis de los Mercados Internacionales

El mundo está cambiando





# FASES DE LA INNOVACIÓN INTUITIVA

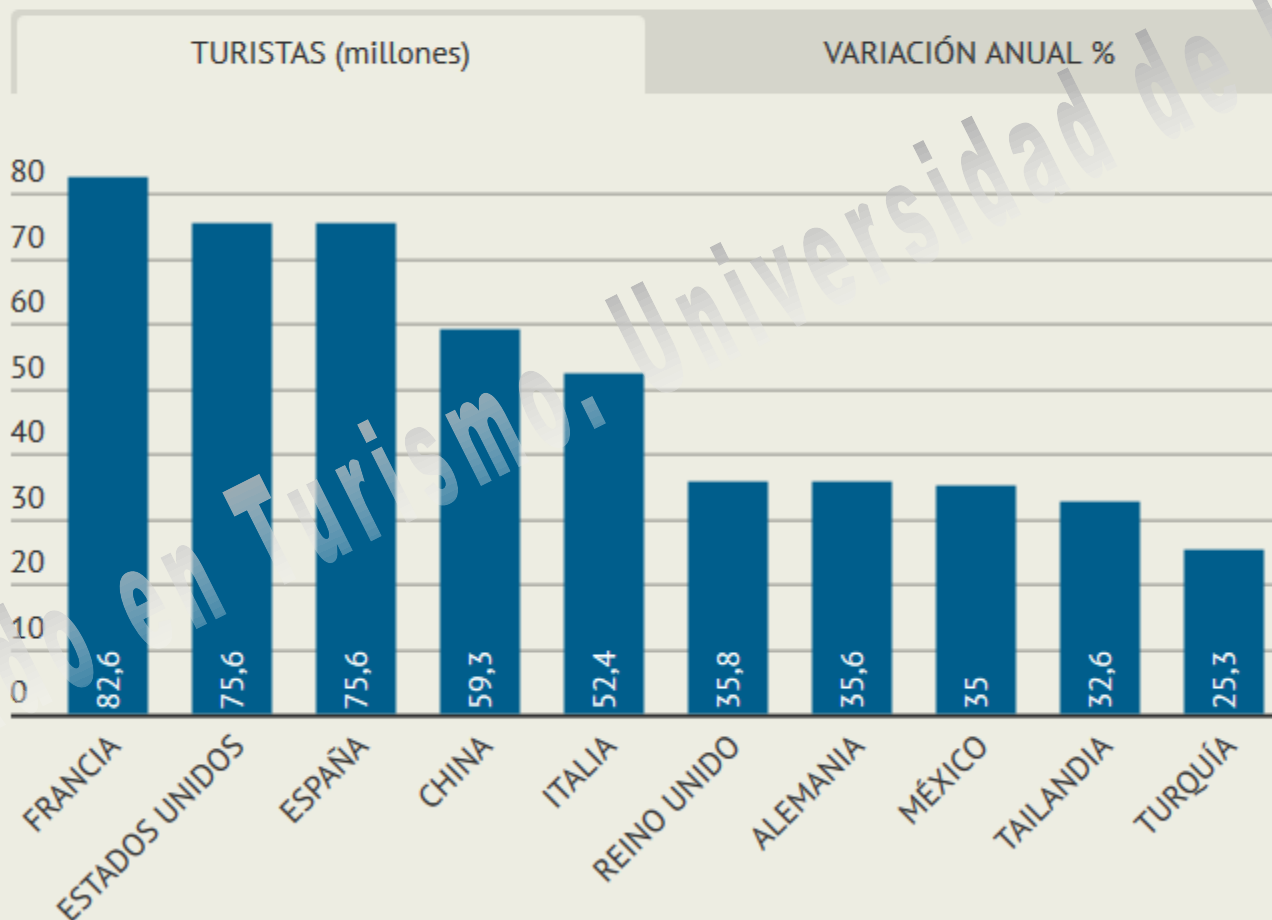




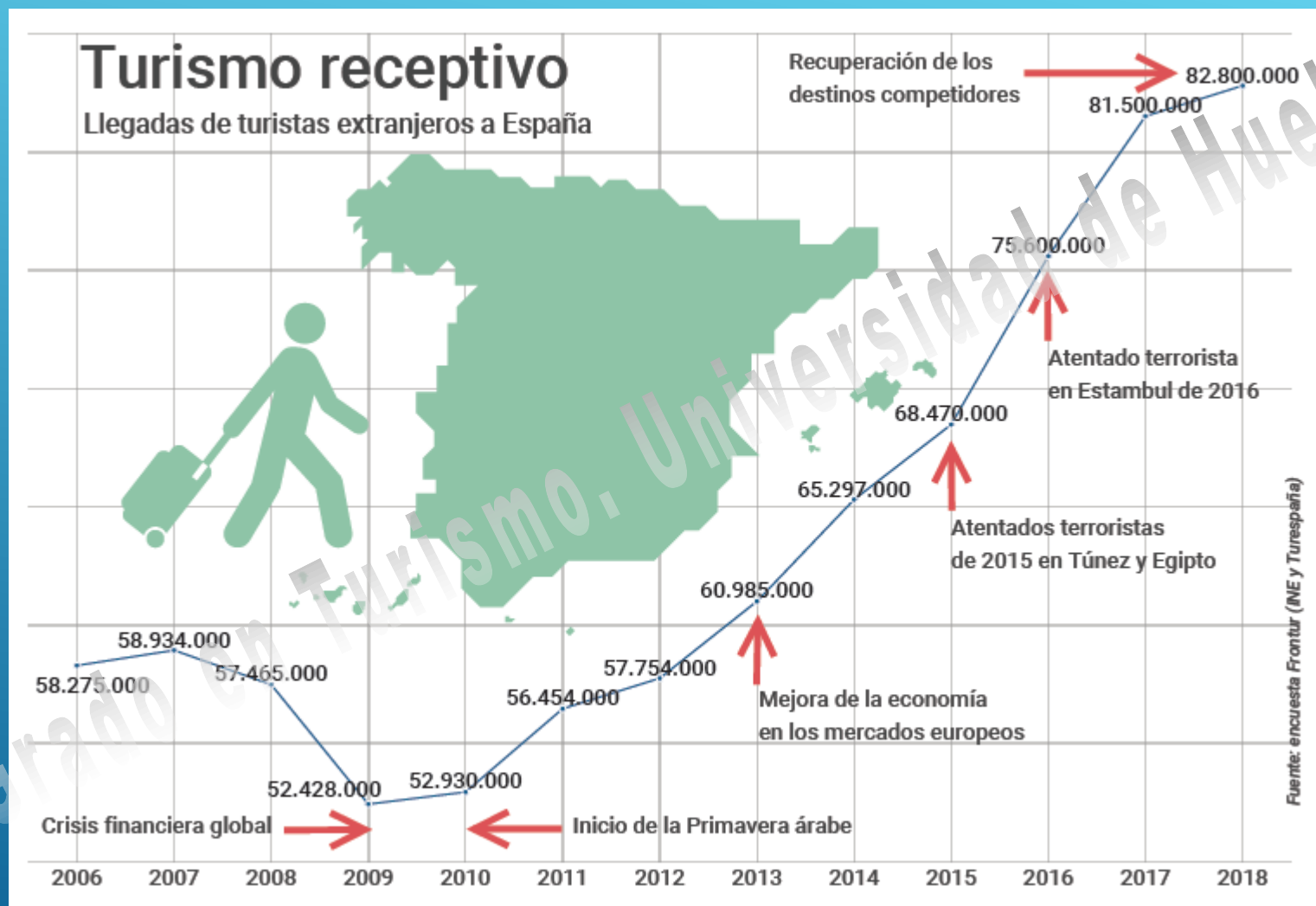


# LOS 10 PAÍSES DEL MUNDO QUE MÁS TURISTAS EXTRANJEROS RECIBEN...

Cifras del año 2016

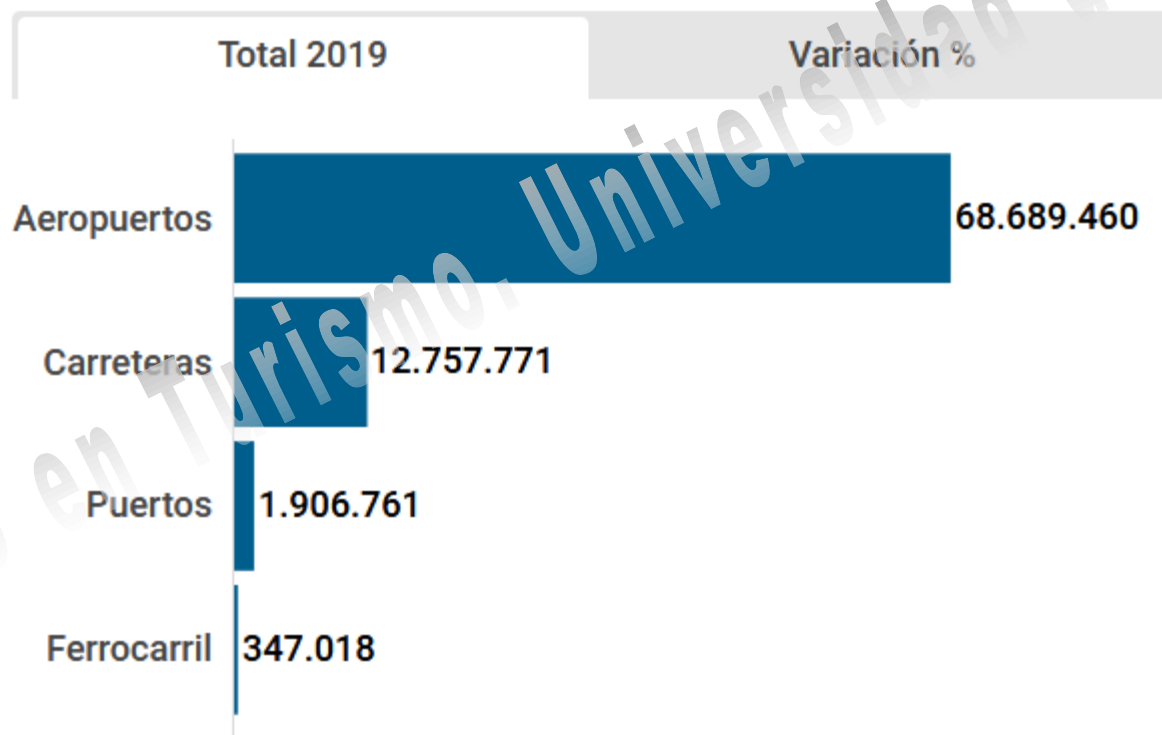


La entrada de viajeros internacionales en España marca un nuevo récord



# España bate un nuevo récord histórico: 83,7 millones de turistas en 2019

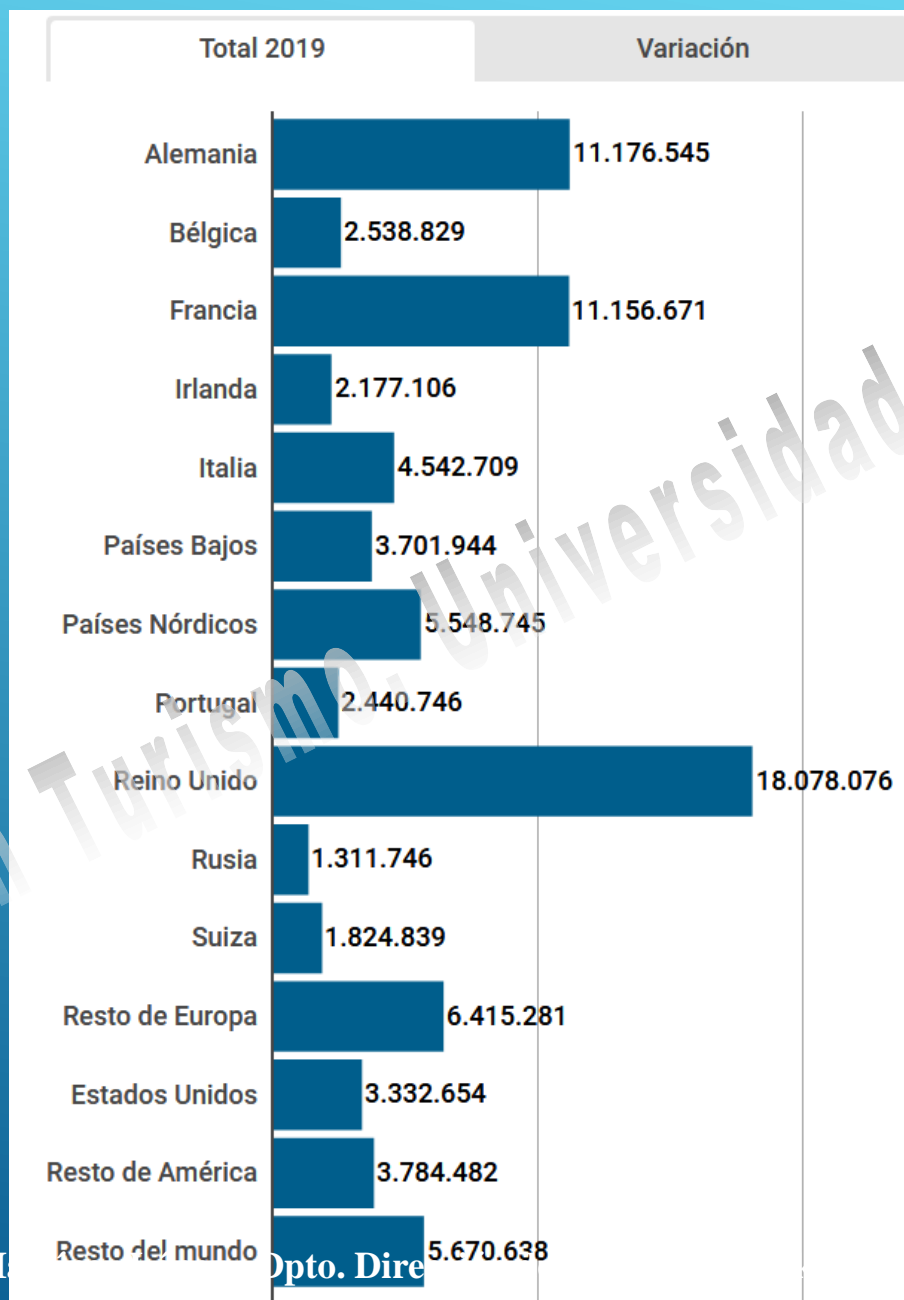
## Llegada de turistas según vía de acceso a España



Fuente: INE, encuesta Frontur enero-diciembre 2019

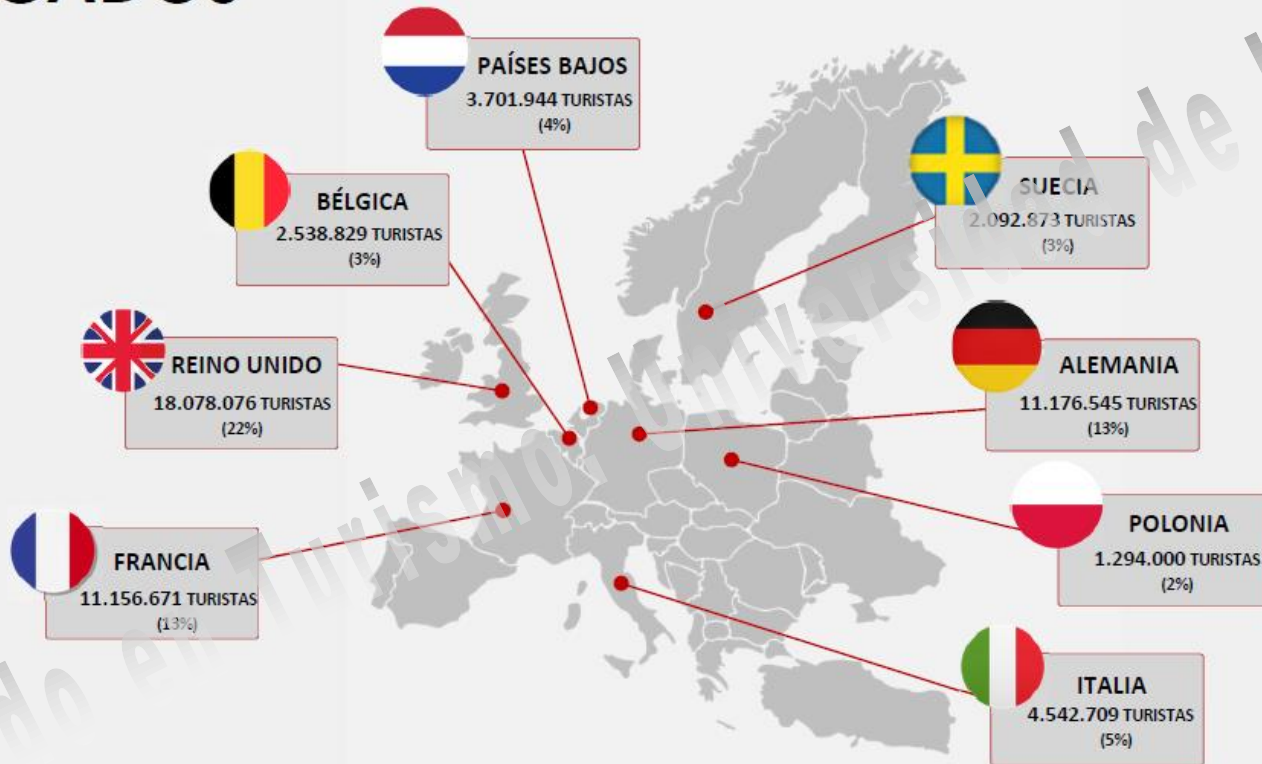


# La entrada de viajeros internacionales en España marca un nuevo récord



# Análisis de los Mercados Internacionales

## 4. MERCADOS



\*+54,5M de VISITANTES EN ESPAÑA 2019 (65,5% del total turistas recibidos)

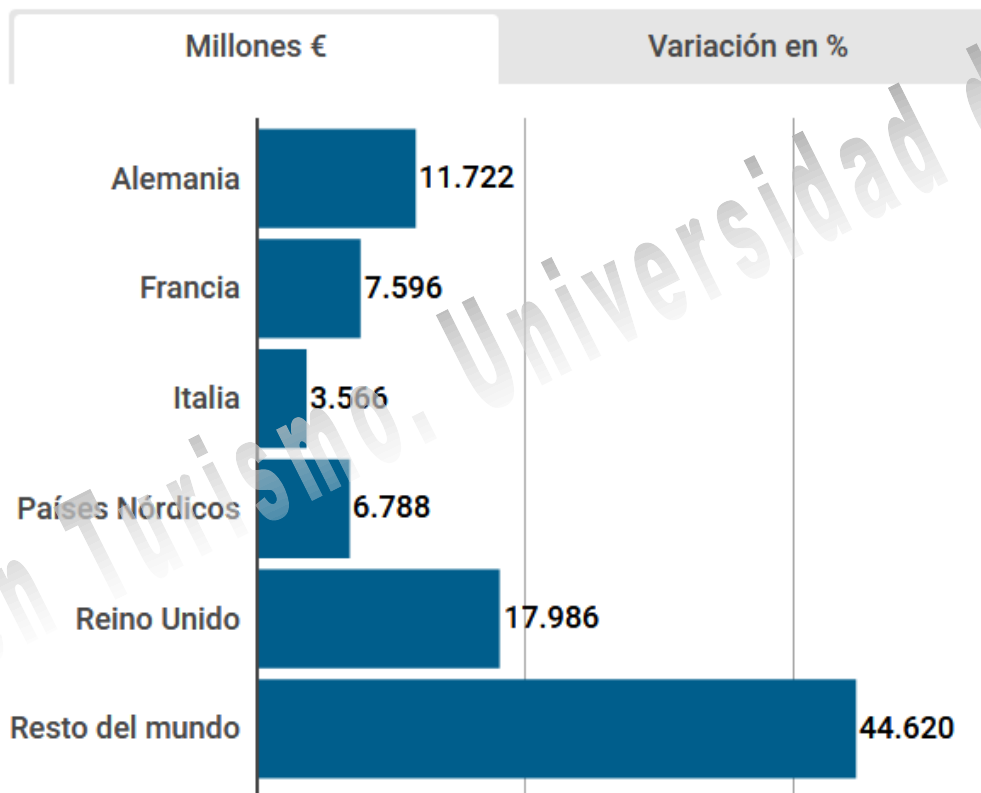


# La entrada de viajeros internacionales en España marca un nuevo récord



## Gasto turístico total por mercados

Incluye gastos realizados en origen para la contratación del viaje así como el transporte. Cifras de 2019

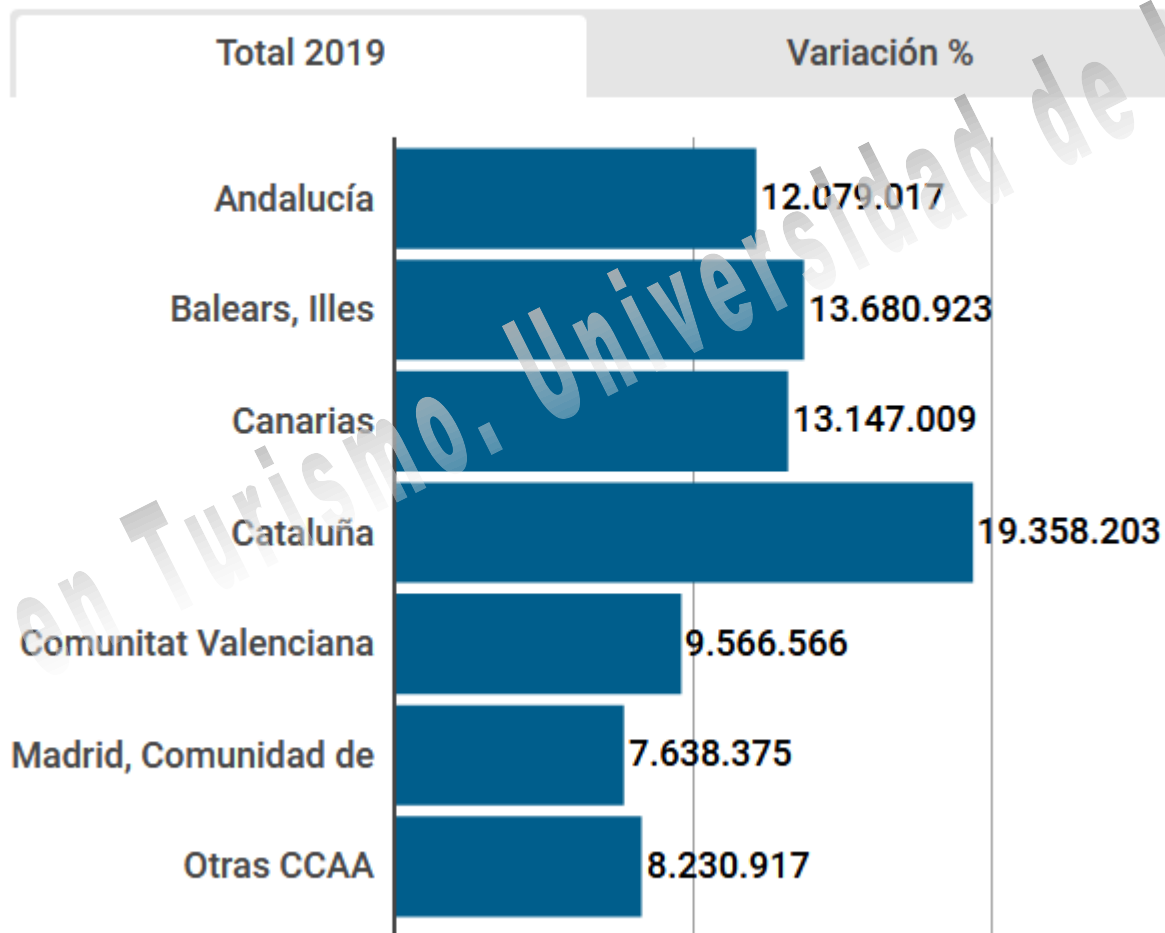


Reparto del gasto turístico



## La entrada de viajeros internacionales en España marca un nuevo récord

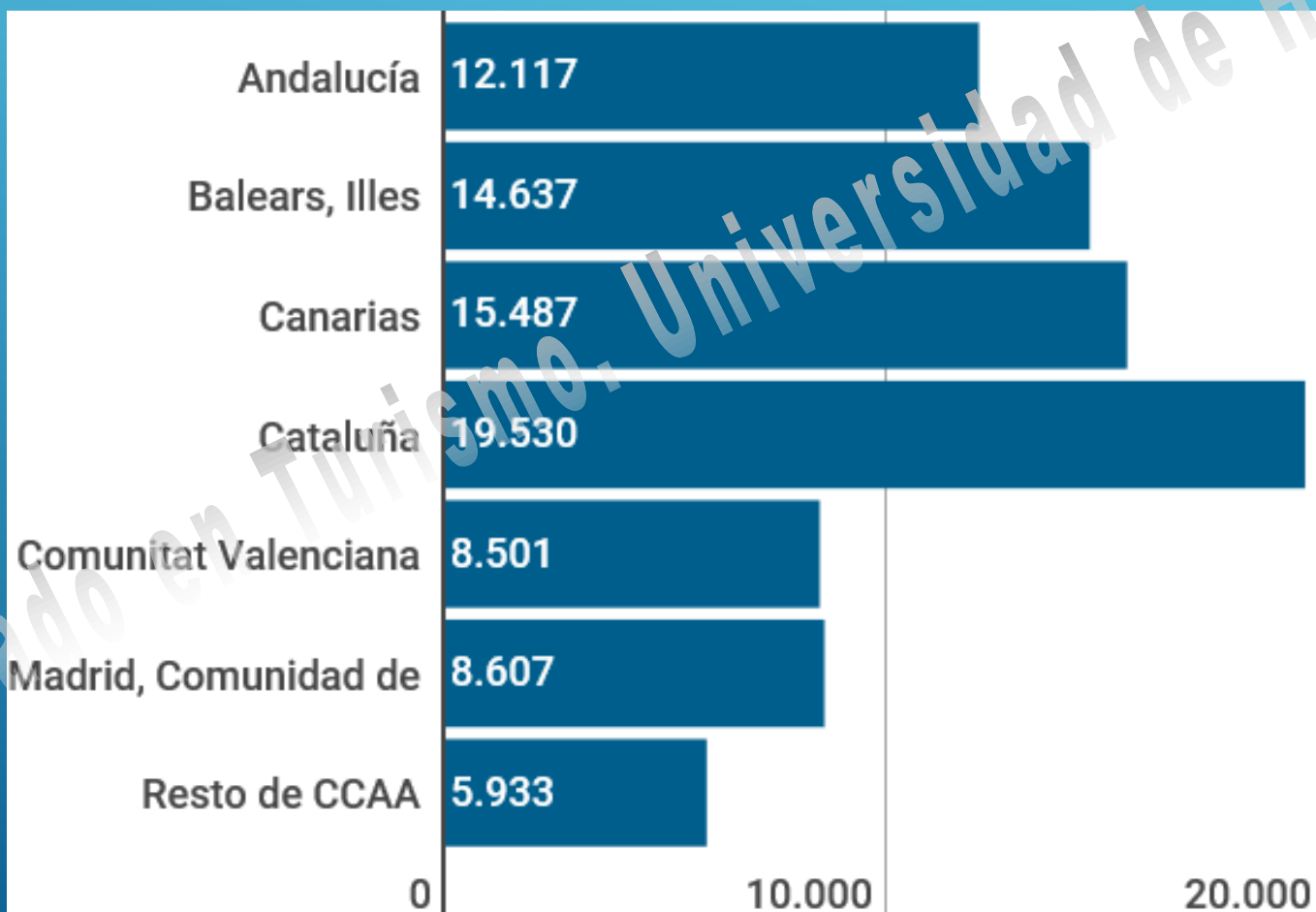
### Llegadas de turistas por destinos en el acumulado del año



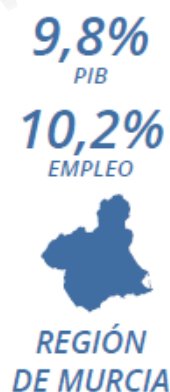
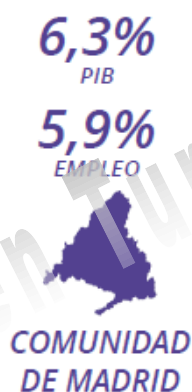
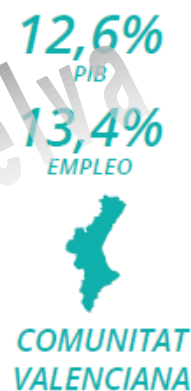
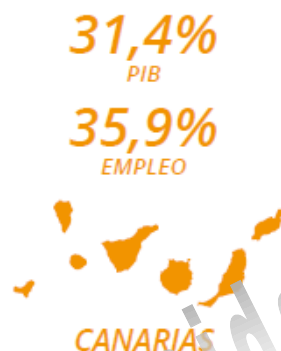
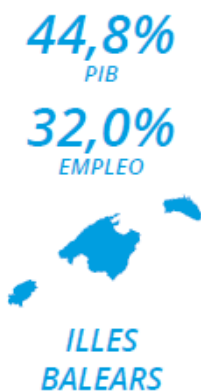
## Gasto total según destino de los viajeros



Gasto total en millones de euros en el acumulado de enero a noviembre y variación anual en %



# Comparación del impacto del turismo en Comunidades Autónomas y España - 2014





# España revalida su liderazgo como país más competitivo del mundo en turismo

El World Economic Forum publica el 'Informe sobre Competitividad en Viajes y Turismo 2019'

Nuestro país lidera el Índice de Competitividad Turística desde 2015

La riqueza en recursos culturales y naturales es uno de los aspectos mejor valorados

Las infraestructuras, la seguridad y el apartado de higiene y salud son otros de los elementos más valorados

Rank	Economy	Score <sup>1</sup>	Rank	Change since 2017	Diff. from
1	Spain	5.4			
2	France	5.4			
3	Germany	5.4			
4	Japan	5.4			
5	United States	5.3			
6	United Kingdom	5.2			
7	Australia	5.1			
8	Italy	5.1			
9	Canada	5.1			
10	Switzerland	5.0			
11	Austria	5.0	1	2.0	28.8
12	Portugal	4.9	2	3.2	27.2

Resalta que la combinación de la oferta cultural con sitios de interés patrimonial es una de sus grandes y sitúa a nuestro país como el mejor del mundo en este aspecto.

*El incremento del número de lugares de patrimonio natural reconocidos por UNESCO ha contribuido a aumentar el atractivo de los espacios naturales*

Reconoce también que es un desestímulo para la **celebración de congresos internacionales** y de **acontecimientos deportivos**.

# El turismo es el sector que más riqueza aporta a la economía española

## Impactos económicos del turismo en España

Informe del WTTC



176.000 millones

Aportación del sector turístico a la economía española



14,6%

Contribución del turismo al PIB de España



2,8 millones

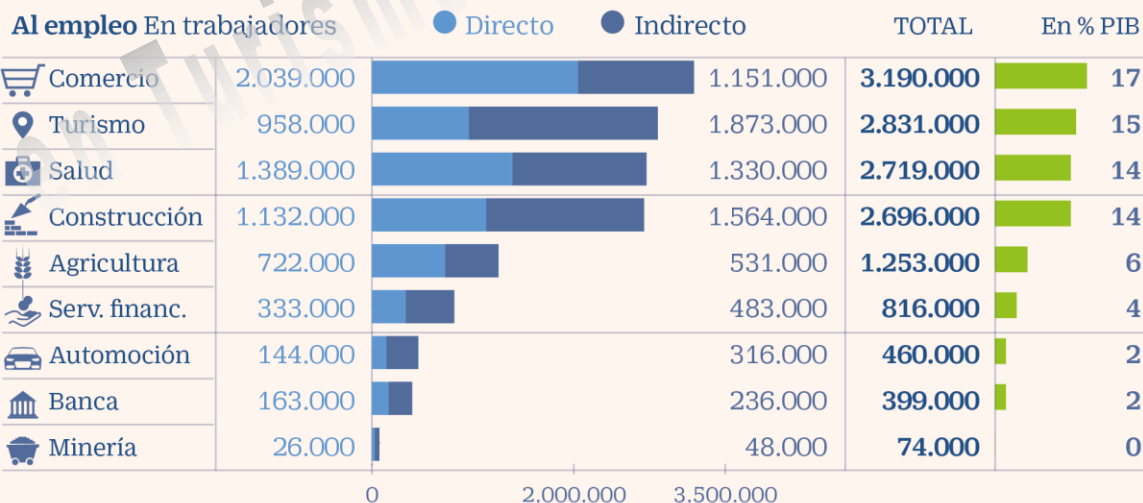
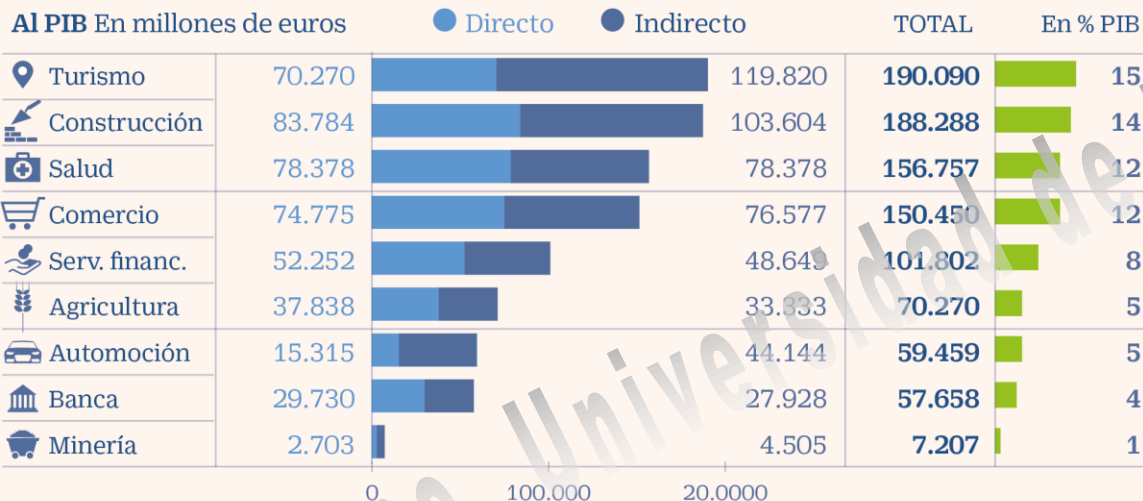
Puestos de trabajo vinculados al sector turístico en España, lo que representa el 14,7% del empleo

### El turismo, sector número 1 de la economía española

Contribución al PIB

# El turismo es el sector que más riqueza aporta a la economía española

## ¿Qué sectores aportan más al PIB y al empleo en España?



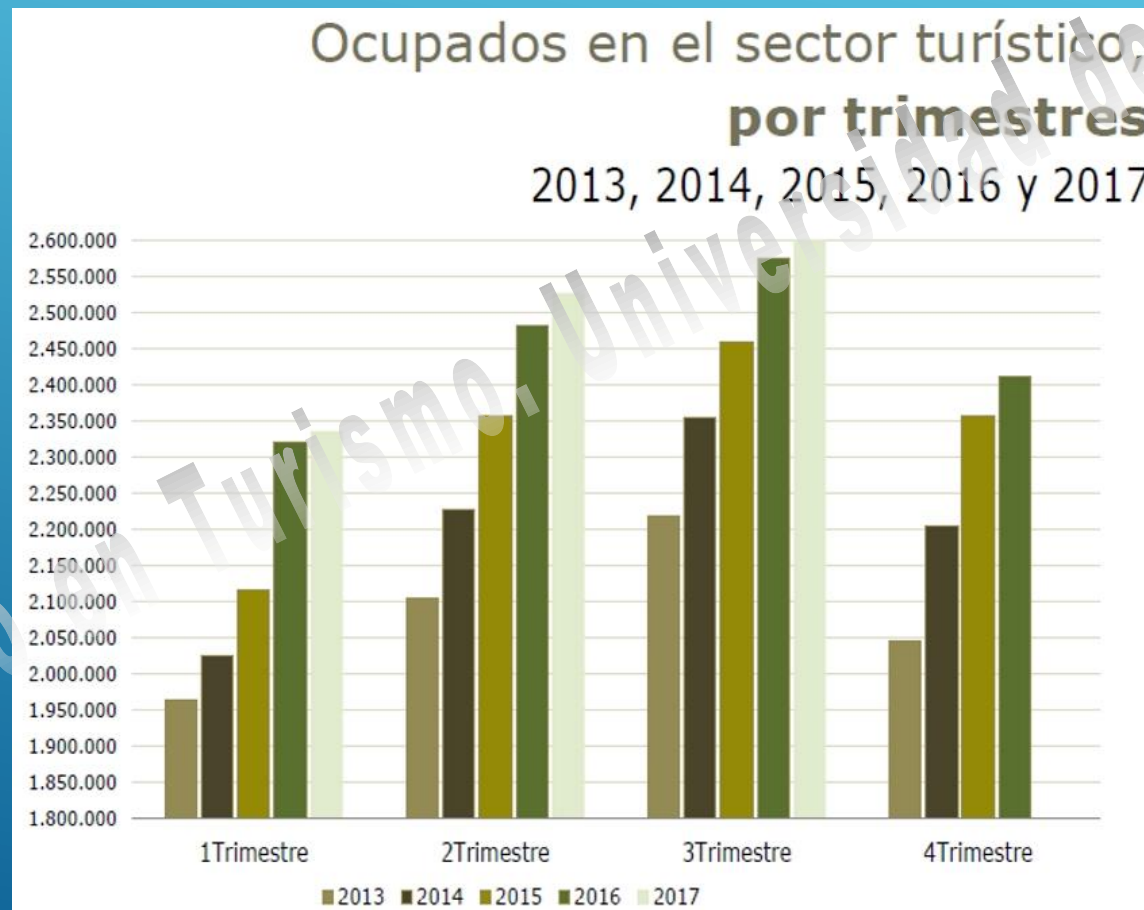
Fuente: World Travel & Tourism Council

BELÉN TRINCADO / CINCO DÍAS



Según datos correspondientes a la EPA del tercer trimestre

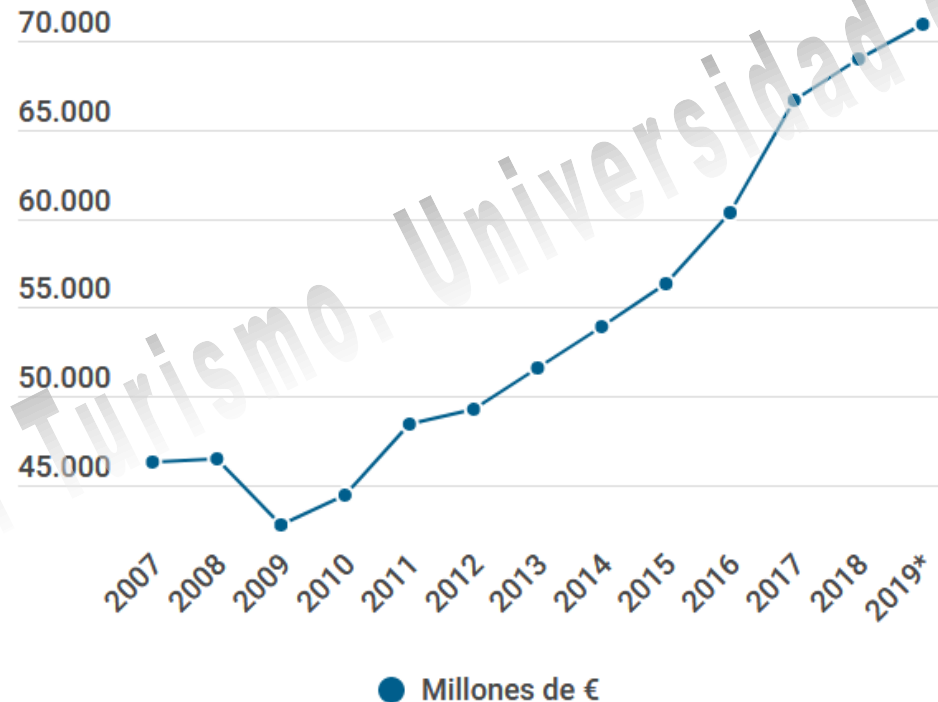
El empleo turístico supone ya el 14%  
del mercado laboral español



# Ingresos por turismo: España rompe la barrera de los 70.000 M €

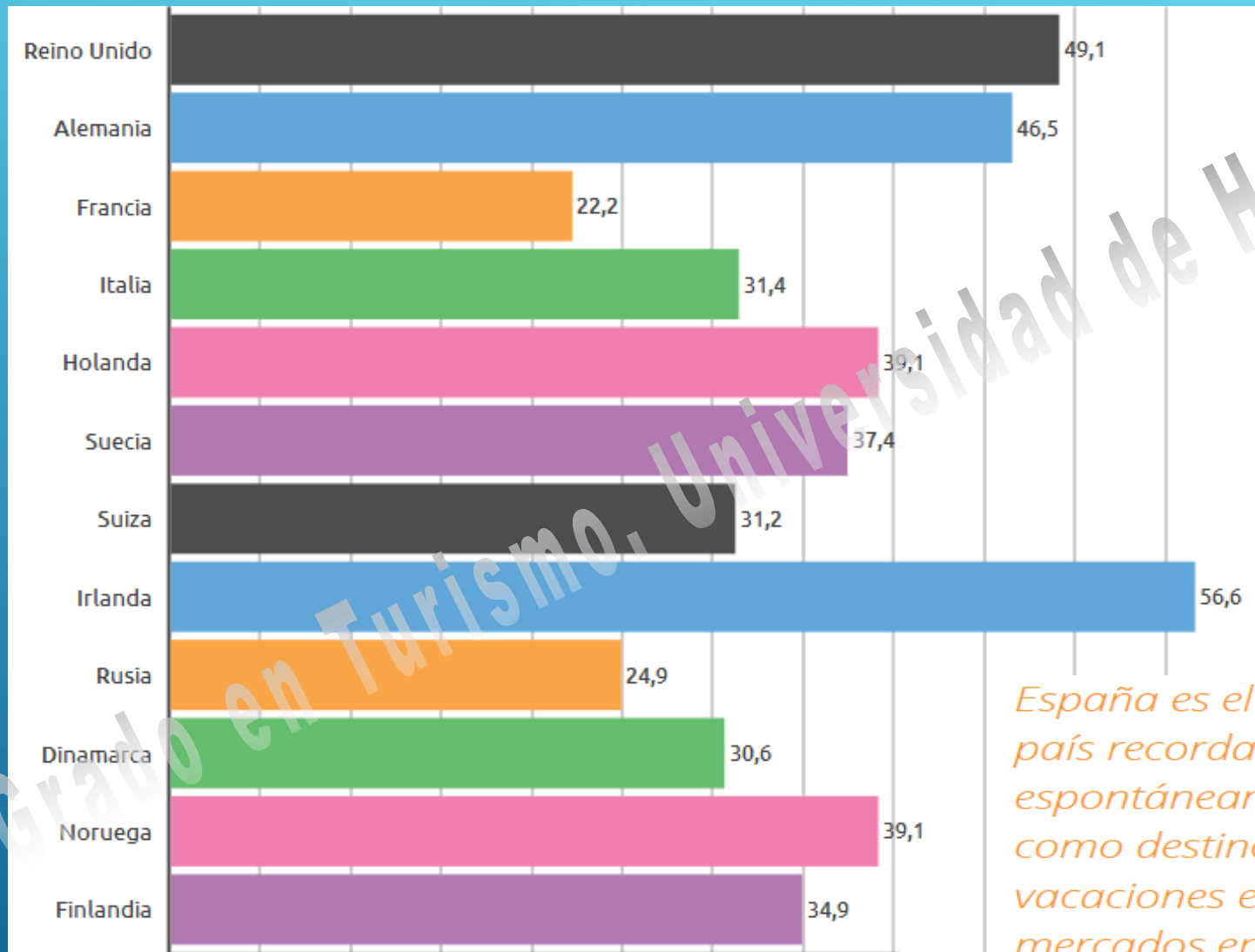
De enero a octubre de 2019, este indicador registró un crecimiento anual del 3,2%

Evolución de los ingresos por turismo desde 2007 hasta 2019\*



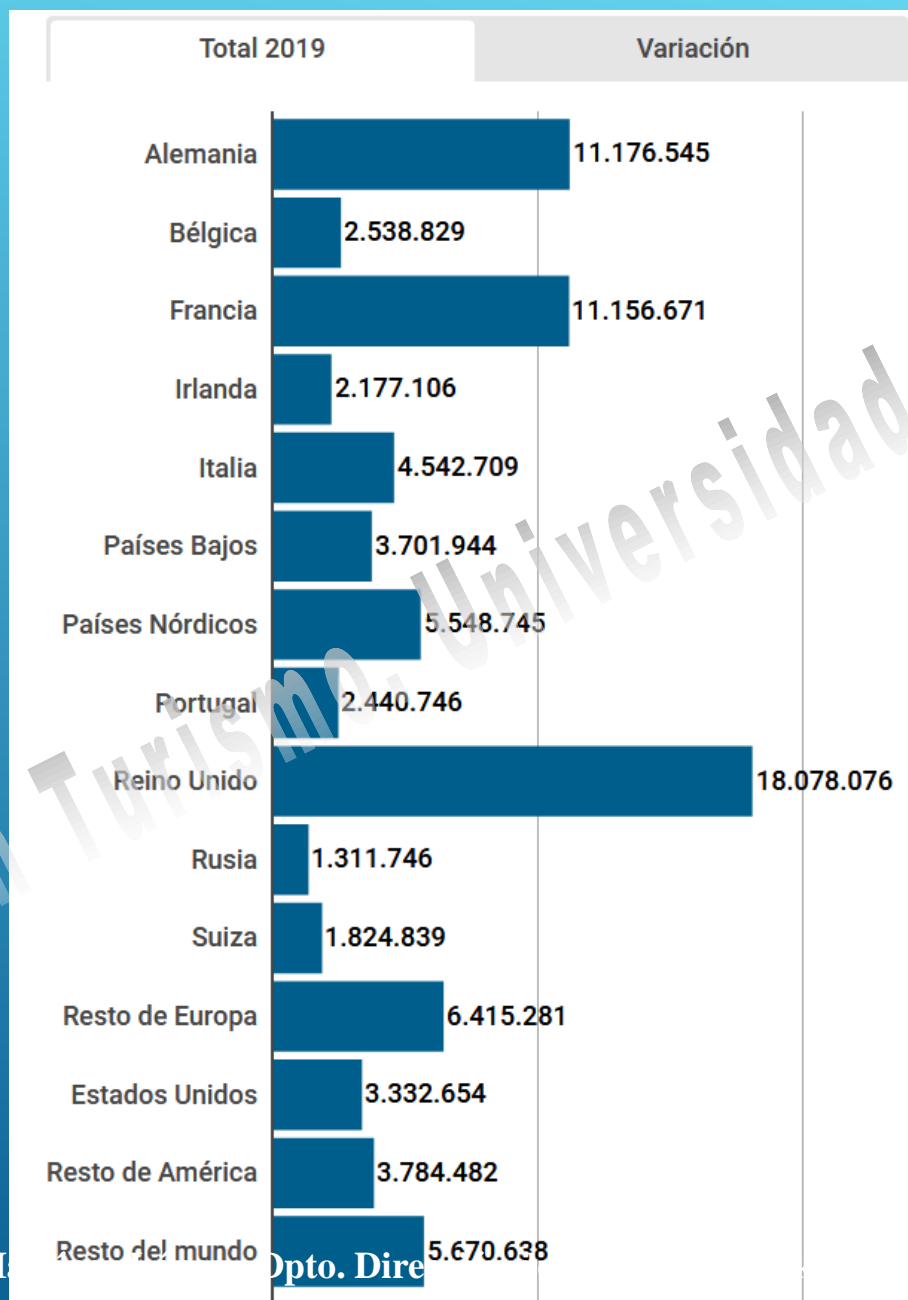
\* Con base a la tendencia de crecimiento del 3,2% observada de enero a octubre de 2019, podría estimarse que los ingresos por turismo extranjero se situarían en cerca de 71.000 millones de euros para el total del ejercicio

## Recuerdo espontáneo del destino España en los principales mercados emisores de turistas



*España es el primer país recordado espontáneamente como destino de vacaciones en ocho mercados emisores extranjeros*

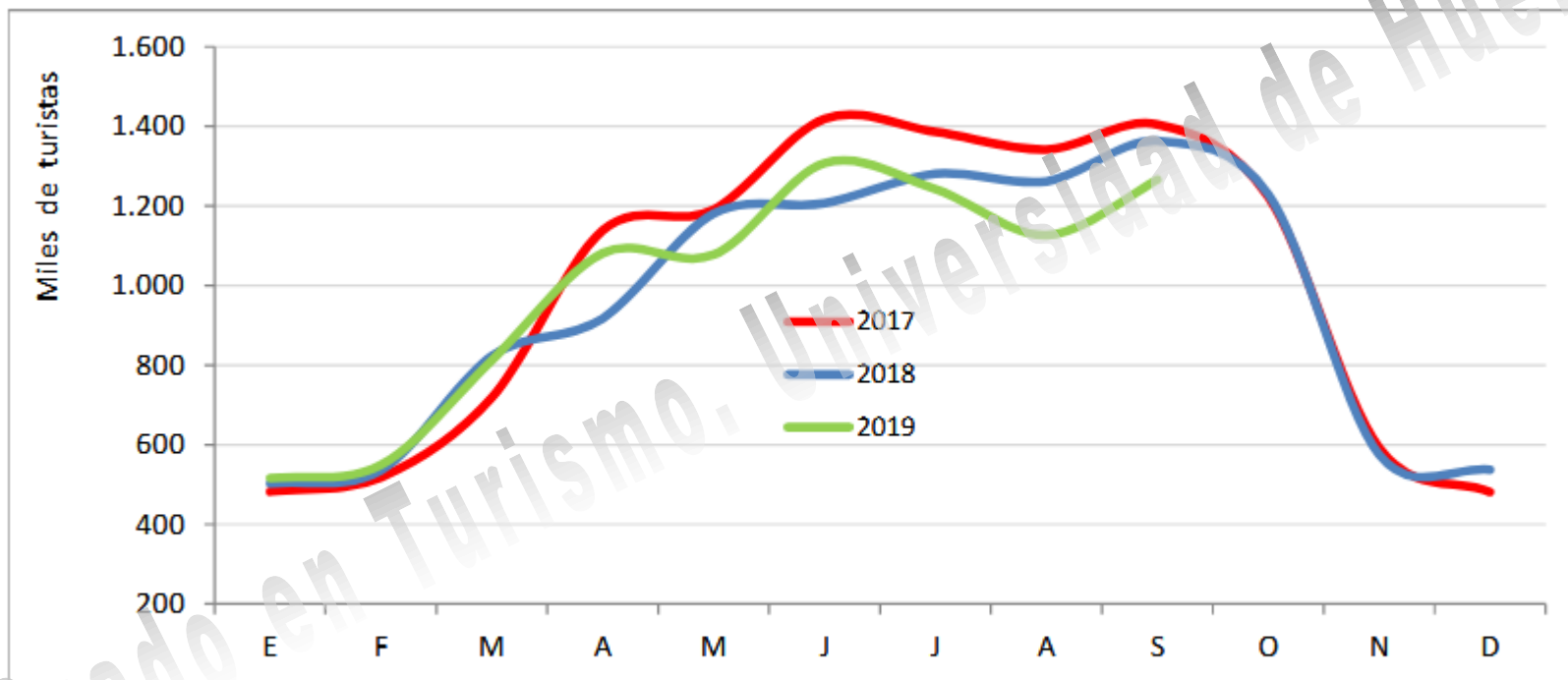
# La entrada de viajeros internacionales en España marca un nuevo récord



# Análisis de los Mercados Internacionales

## ALEMANIA

### LLEGADAS DE TURISTAS - Frontur (INE)



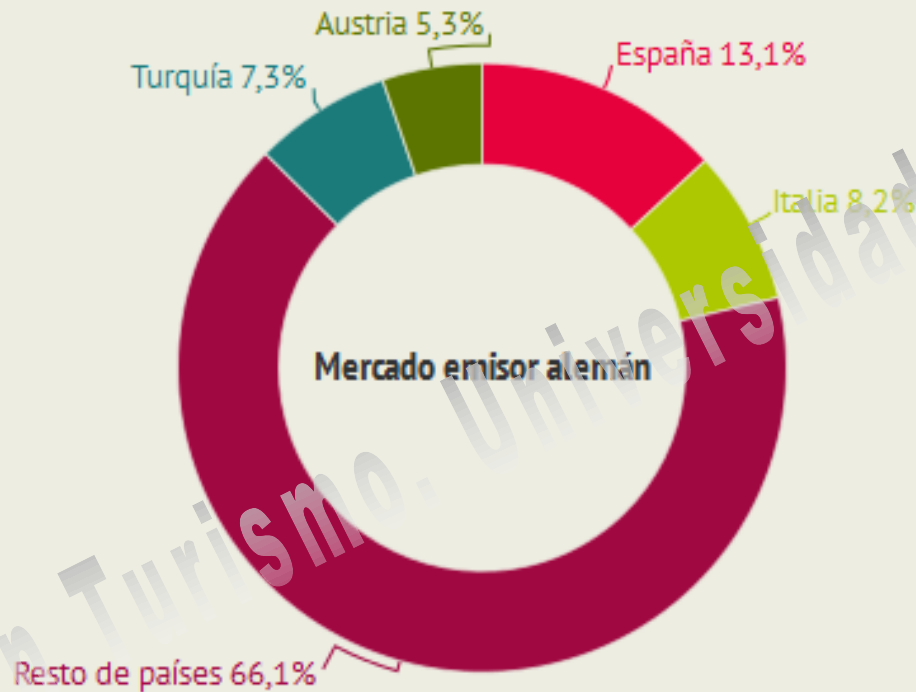
AÑO 2018	Total Internacional	82.808.413	Principales Destinos 2018	Baleares	41%
	Alemania	11.414.955		Canarias	25%
	Cuota de Mercado	13,8%		Cataluña	12%

<https://www.tourspain.es/es-es/ConocimientoTuristico/paginas/FichasEjecutivas.aspx>

Prof. Dr. Manu Martínez López - Dpto. Dirección de Empresas y Mk - Universidad de Huelva



## Mercado emisor alemán



Fuentes: Office for National Statistics, Reino Unido / Informe de Viajes (Reise Analyse) del Instituto Alemán de Investigación Turística (FUR). Datos de 2015. Infográfico: Xavier Canalis

## Mercado emisor alemán

**+77%**

Porcentaje de alemanes que realiza un viaje al año de al menos de 5 días

**40**

Días de vacaciones pagadas al año

**13%**

Cuota de mercado de España, destino líder, en el mercado emisor alemán

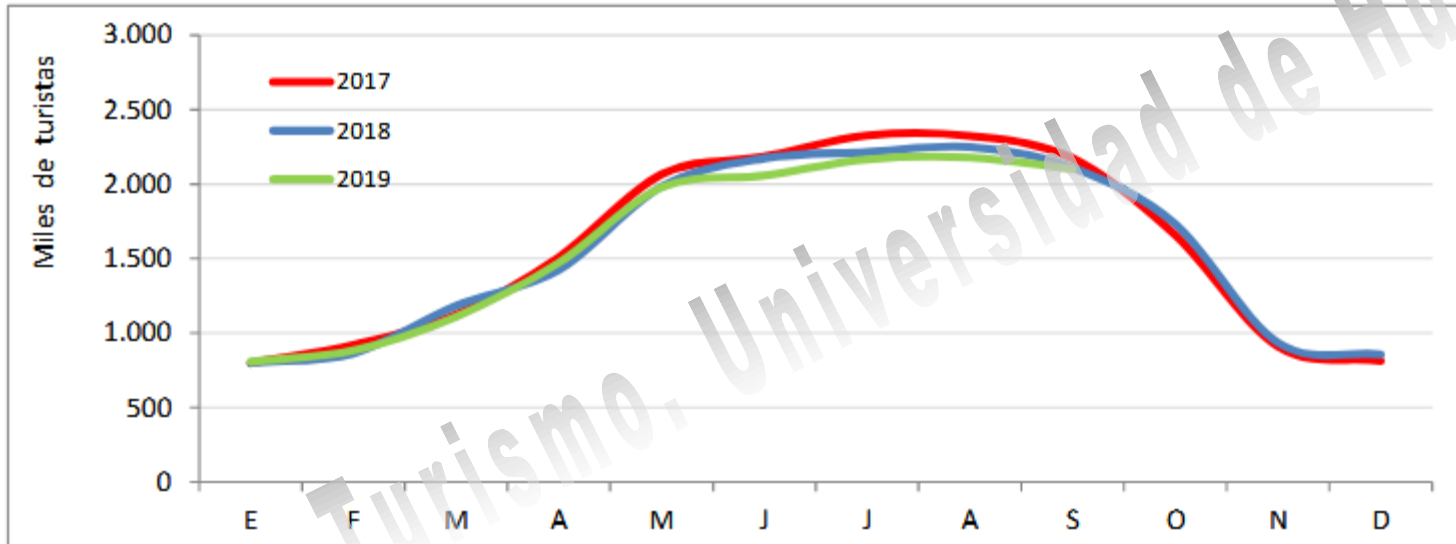
**+7.800**

Millones de euros es el gasto de este sector en España

# Mercados emisores internacionales

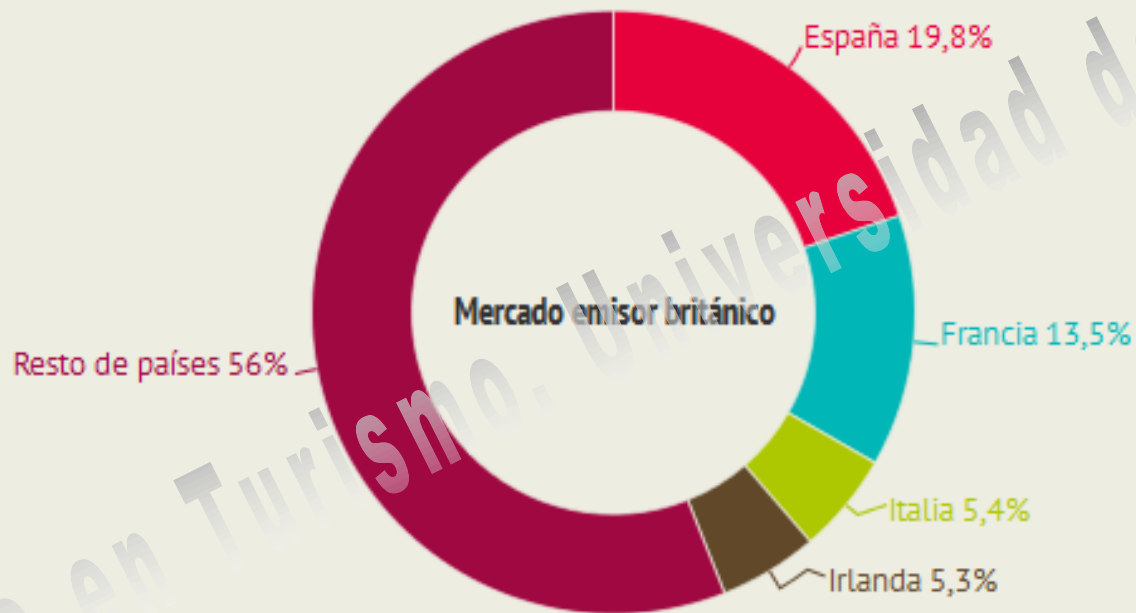
## REINO UNIDO

**LLEGADAS DE TURISTAS - Frontur (INE)**



AÑO 2018	Total Internacional	82.808.413	Principales Destinos 2018	Canarias	27%
	Reino Unido	18.523.957		Baleares	20%
	Cuota de Mercado	22,4%		Andalucía	17%

## Mercado emisor británico



Fuentes: Office for National Statistics, Reino Unido / Informe de Viajes (Reise Analyse) del Instituto Alemán de Investigación Turística (FUR). Datos de 2015. Infográfico: Xavier Canalis

## CIFRAS TOTALES EN ESPAÑA



**17,67 millones**

Turistas británicos



**16.103 millones**

Gasto turístico de los británicos



**57,55 millones**

Pernoctaciones hoteleras

**hosteltur**

*Fuente: Turespaña, cifras de 2016*



## INDICADORES DE GASTO DEL TURISTA BRITÁNICO



**906 euros**

Gasto medio del turista británico (-1,1%)



**112 euros**

Gasto medio diario (+0,74%)



**8 días**

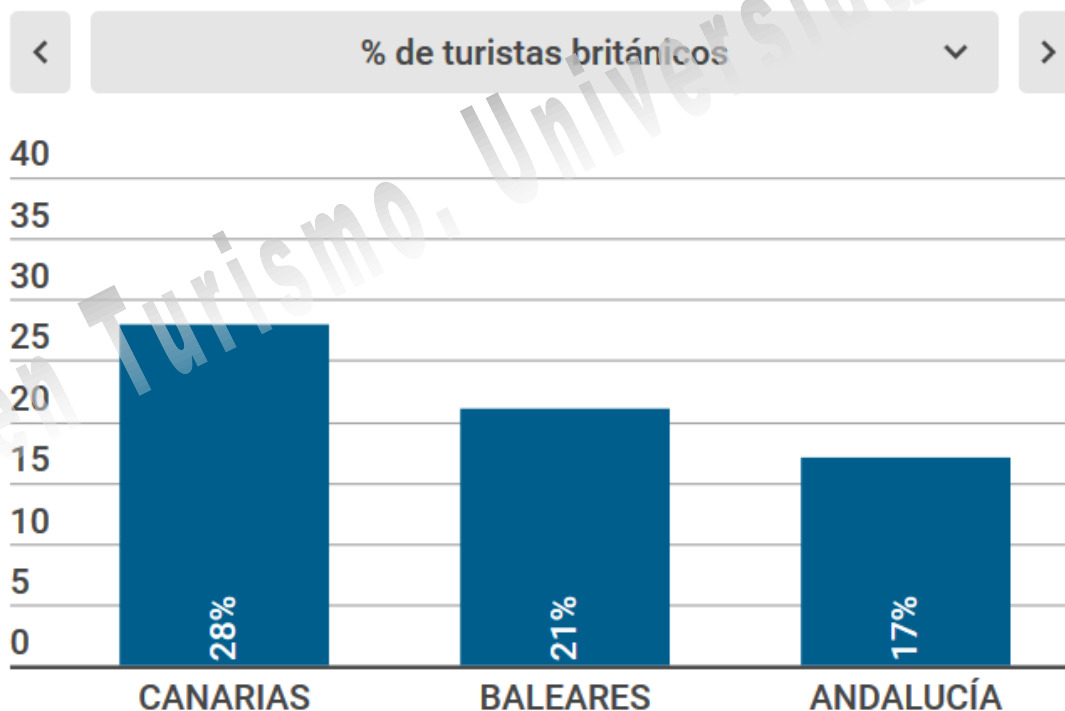
Duración media del viaje (-1,83%)

Fuente: encuesta Egatur enero-agosto de 2016, INE



## Los tres destinos de España más importantes en el Reino Unido

Porcentaje de llegadas, gasto turístico y pernoctaciones hoteleras sobre el total de España en 2016



# Canarias atrae al 7% de los 50 M de turistas británicos que viajan al extranjero

Destacan por su elevado grado de fidelidad, ya que el 84% son clientes repetidores

El emisor británico representa el 30% de las llegadas al Archipiélago

La comida y el vino de España mueven al 74% de los turistas británicos

Otra tendencia interesante está relacionada con el turismo cinematográfico: uno de cada diez turistas británicos reservan sus vacaciones basándose en series de televisión, tipo Juego de Tronos.

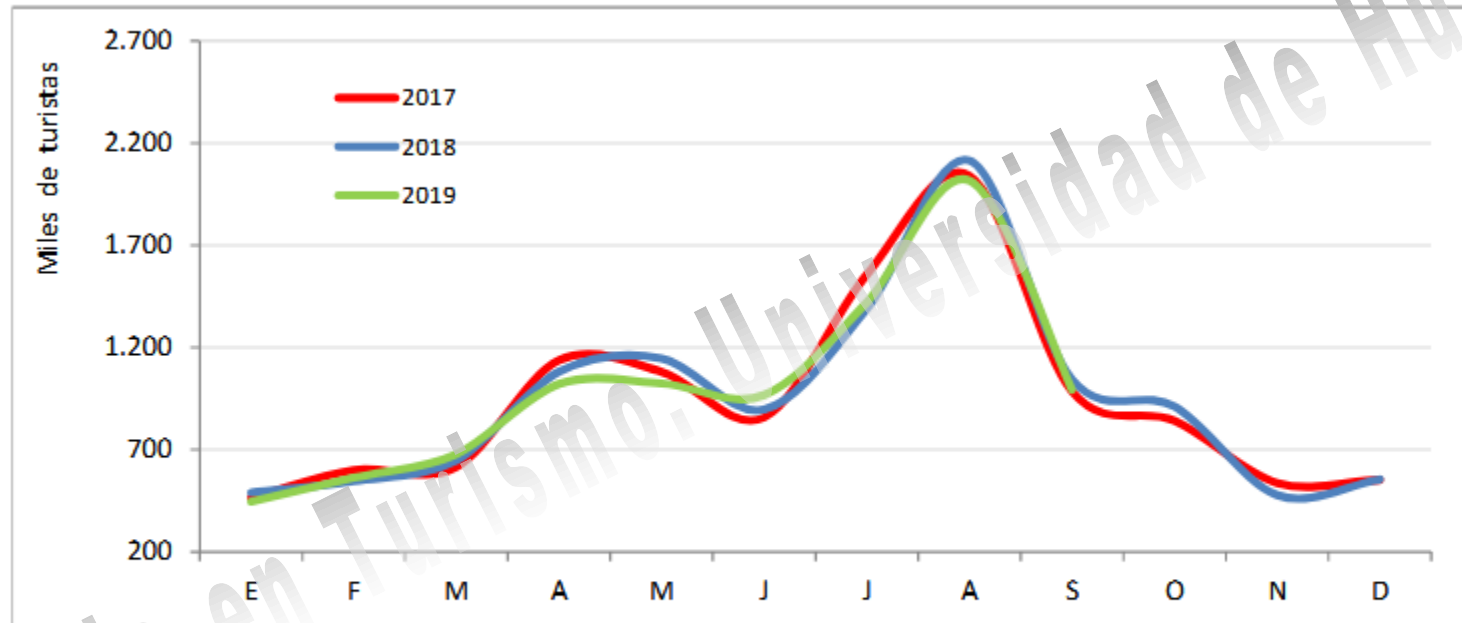
Y una curiosidad más que atañe al turismo de sol y playa: uno de cada cuatro turistas británicos gasta más de 100 libras en tratamientos estéticos para "estar a punto" antes de ir a la playa y dejarse ver.

Esta tendencia "Beach Ready" incluye a un 4% que pasa por cirugía plástica y a un 25% que pagan por tratamientos de espray de bronceado artificial.

# Mercados emisores internacionales

## FRANCIA

**LLEGADAS DE TURISTAS - Frontur (INE)**



AÑO 2018	Total Internacional	82.808.413	Principales Destinos 2018	Cataluña	37%
	Francia	11.293.323		Com.Valenciana	14%
	Cuota de Mercado	13,6%		Andalucía	12%

# EL NÚMERO 1 DEL MUNDO

rediseña su estrategia turística

*El gobierno francés sitúa Turismo bajo la tutela del Ministerio de Asuntos Exteriores*

Francia ha sido y sigue siendo una referencia obligada para el sector turístico español. No sólo es el país que más viajeros extranjeros recibe del mundo, también es uno de los destinos con el mejor marketing en turismo de lujo, cultural, gastronómico y de compras. Ahora el gigante turístico rediseña su estrategia para adaptarse a las nuevas demandas del siglo XXI.



# EL NÚMERO 1 DEL MUNDO

rediseña su estrategia turística

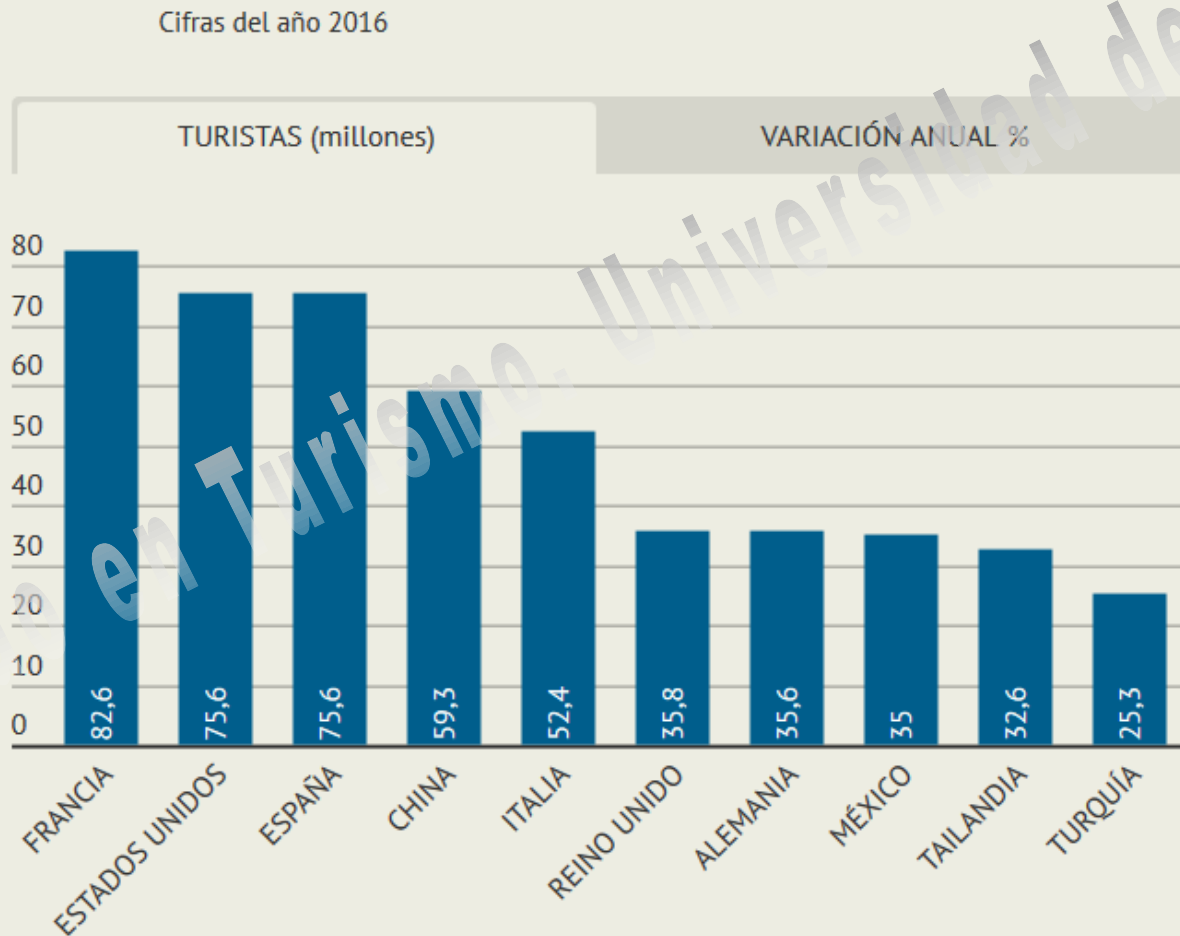
Durrieu ha asumido la responsabilidad o “tutela” desde el Ministerio de **Atout France**, el organismo encargado de la promoción del destino Francia en el extranjero, equivalente a Turespaña.

¿Pero por qué incluir al Turismo bajo el control de Asuntos Exteriores? “En Francia, creemos que el gran reto en los próximos años será captar a los turistas de mercados lejanos como China, India, Indonesia, Brasil, México... Y el hecho de incluir Turismo en el Ministerio de Exteriores te permite utilizar lo que llamamos la

diplomacia económica”, explica Durrieu. Es decir, la promoción turística de Francia ha pasado a apoyarse en su red de 152 embajadas, la segunda más importante del mundo después de Estados Unidos. “El ministro de Exteriores, **Laurent Fabius**, ha insistido a nuestras embajadas para que se tomen el tiempo necesario y hagan los esfuerzos oportunos para promover el destino Francia y que miren la parte turística como algo estratégico de nuestra economía. Y el mismo presidente de la República francesa ha definido el turismo como

# Francia rozó la cifra récord de 90 millones de turistas extranjeros en 2018

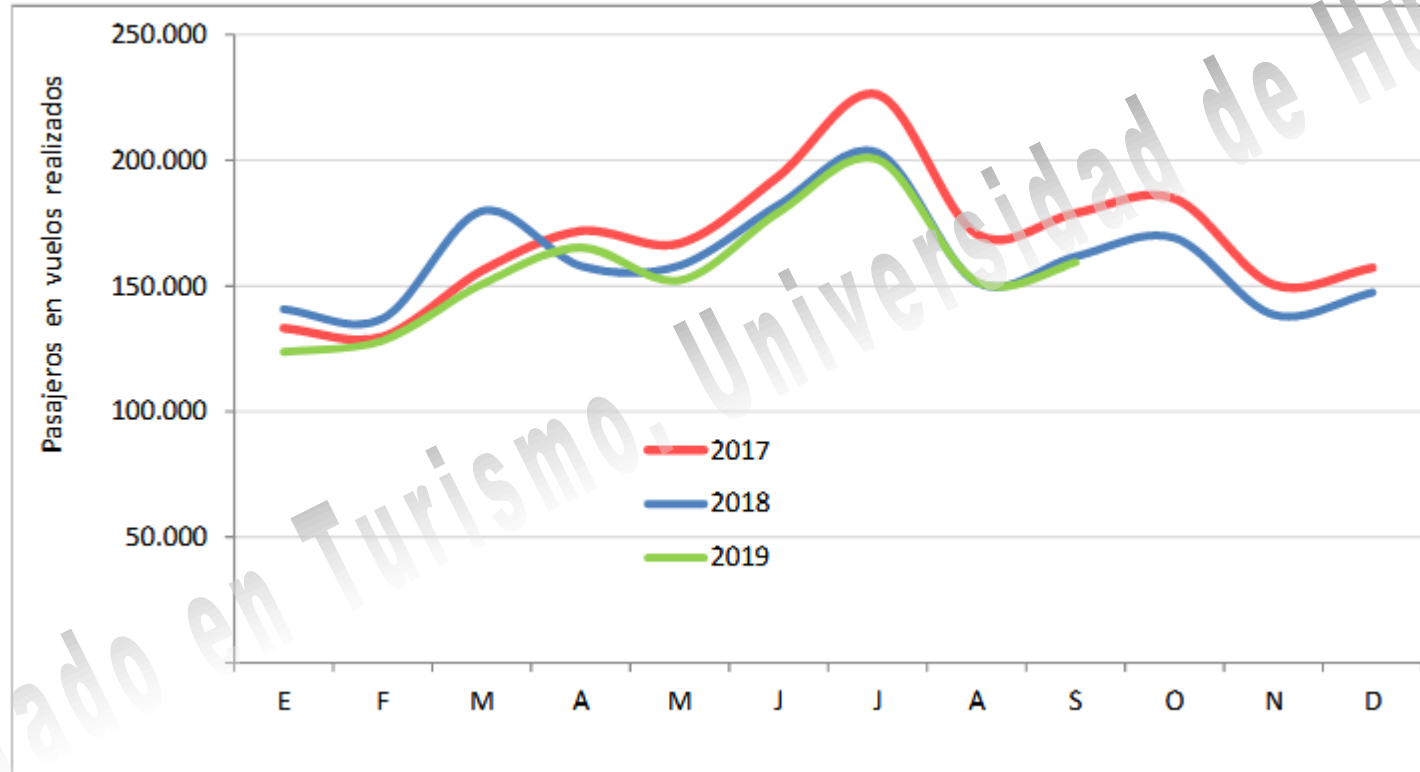
## Francia, objetivo 2020: 100 M de turistas



# Mercados emisores internacionales

## SUECIA

### VUELOS REALIZADOS - AENA



### LLEGADAS DE TURISTAS - Frontur (INE)

AÑO 2018	Total Internacional	82.808.413	Principales Destinos 2018	Canarias	27%
	Suecia	2.048.959		Baleares	22%
	Cuota de Mercado	2,5%		Andalucía	21%

# Mercados emisores internacionales

## SUECIA

En Canarias la elevada ocupación dificulta encontrar plazas para Semana Santa

Los turistas escandinavos llenan los hoteles hasta abril

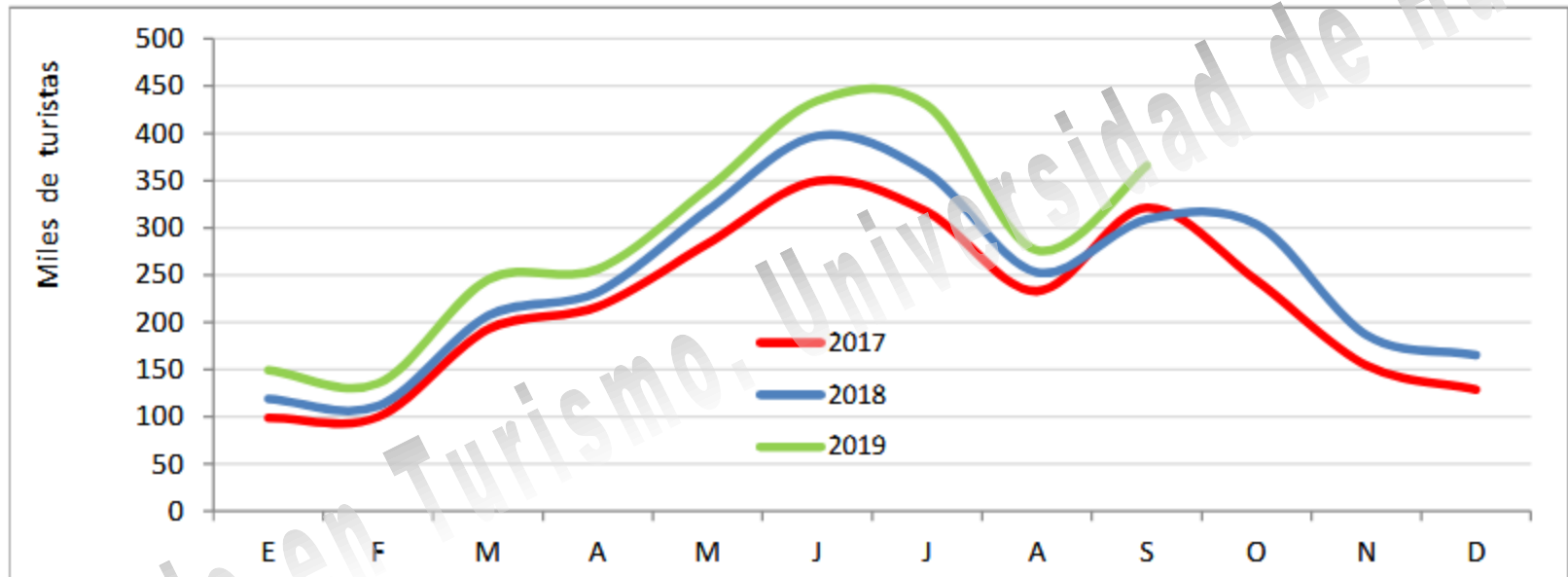


■ Este año la Semana Santa coincide con el final de la temporada alta para los hoteles canarios, que presentan una ocupación superior al 90%.

# Mercados emisores internacionales

EE.UU.

**LLEGADAS DE TURISTAS - Frontur (INE)**



AÑO 2018	Total Internacional	82.808.413	Principales Destinos 2018	Cataluña	46%
	EE.UU.	2.959.487		Com.Madrid	25%
	Cuota de Mercado	3,6%		Andalucía	10%



# Los estadounidenses contratan un 60% más de paquetes para España

Las **principales actividades** que realizan los turistas estadounidenses en España son culturales (88,9%), compras (81,1%), ocio (26,5%) y gastronómicas (21,6%), según la encuesta Egatur.

*Barcelona, Madrid y Mallorca fueron los destinos más populares para los viajeros estadounidenses en el tercer trimestre de 2017 dentro de España, según los datos más recientes del grupo Expedia, que indica que son el tercer mercado emisor más importante para el país y muestran un importante aumento, del 60%, en su contratación de paquetes turísticos.*

**Barcelona, Madrid, Mallorca, Ibiza, la provincia de Barcelona, Sevilla, Costa del Sol, Valencia y Granada** son los destinos favoritos de los americanos en España. Tienden a planear sus viajes, de media, con **50 días de antelación**, diez días antes que la media de otros viajeros hacia España, de acuerdo con los datos del grupo Expedia.

# El turismo americano crece dos dígitos en España

La llegada de turistas de EEUU se dispara gracias a un dólar más fuerte

## Top 10 Long Haul Destinations for US Travelers in 2016: Countries



# El turismo americano crece dos dígitos en España

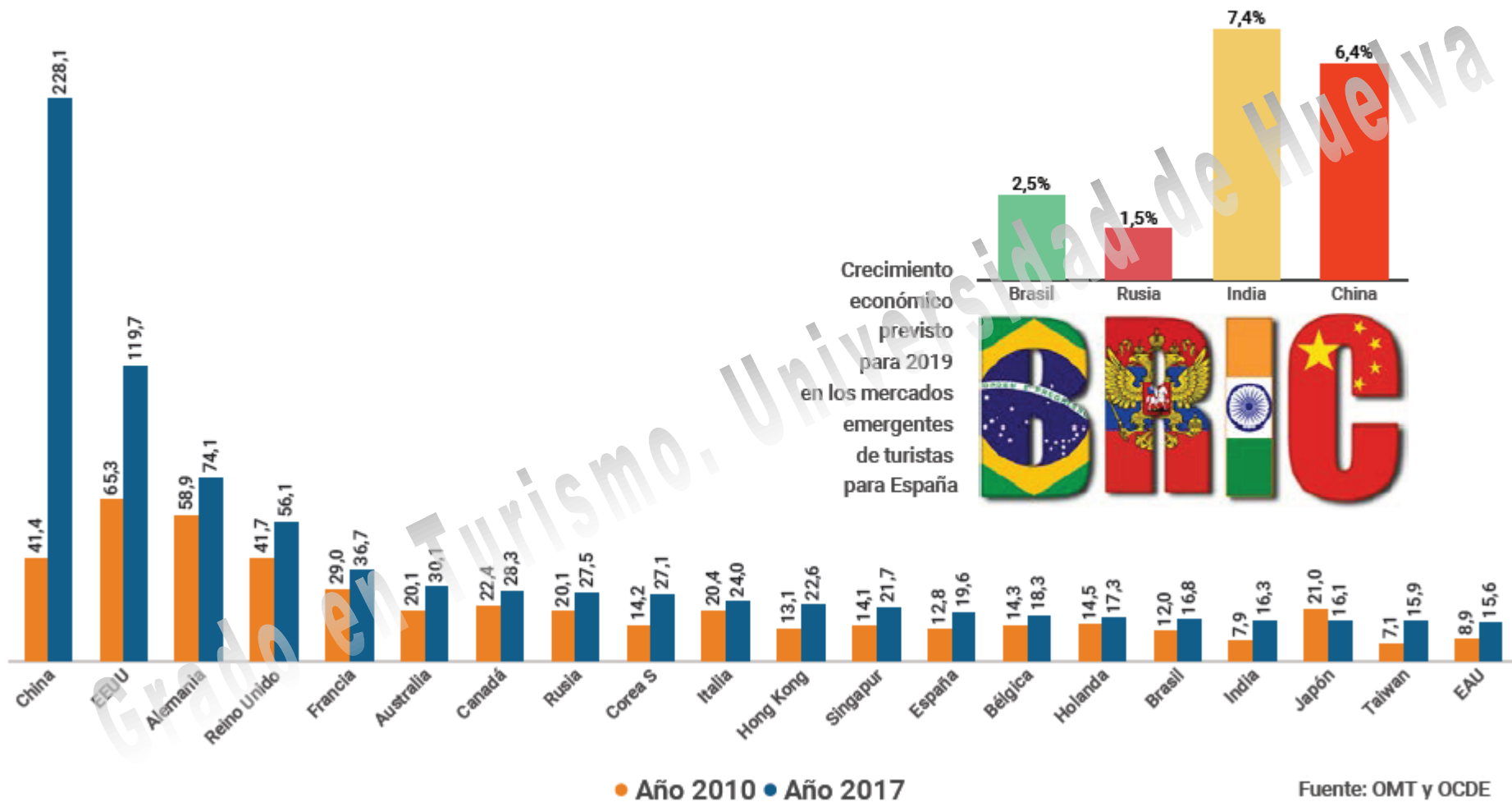
La llegada de turistas de EEUU se dispara gracias a un dólar más fuerte

## Top 10 Long Haul Destinations for US Travelers in 2016: Cities



# Los 20 países del mundo que más gastan en turismo

Gasto en viajes al extranjero, en miles de millones de euros





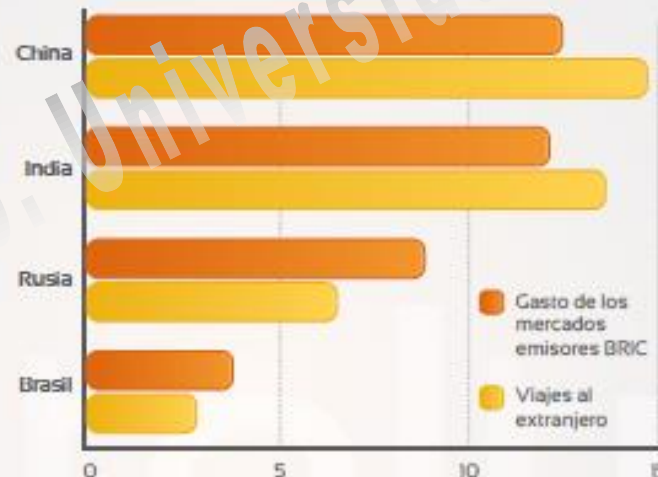
# Mercados emisores internacionales

## 1 • Nuevos clientes

- Auge de los mercados BRIC.

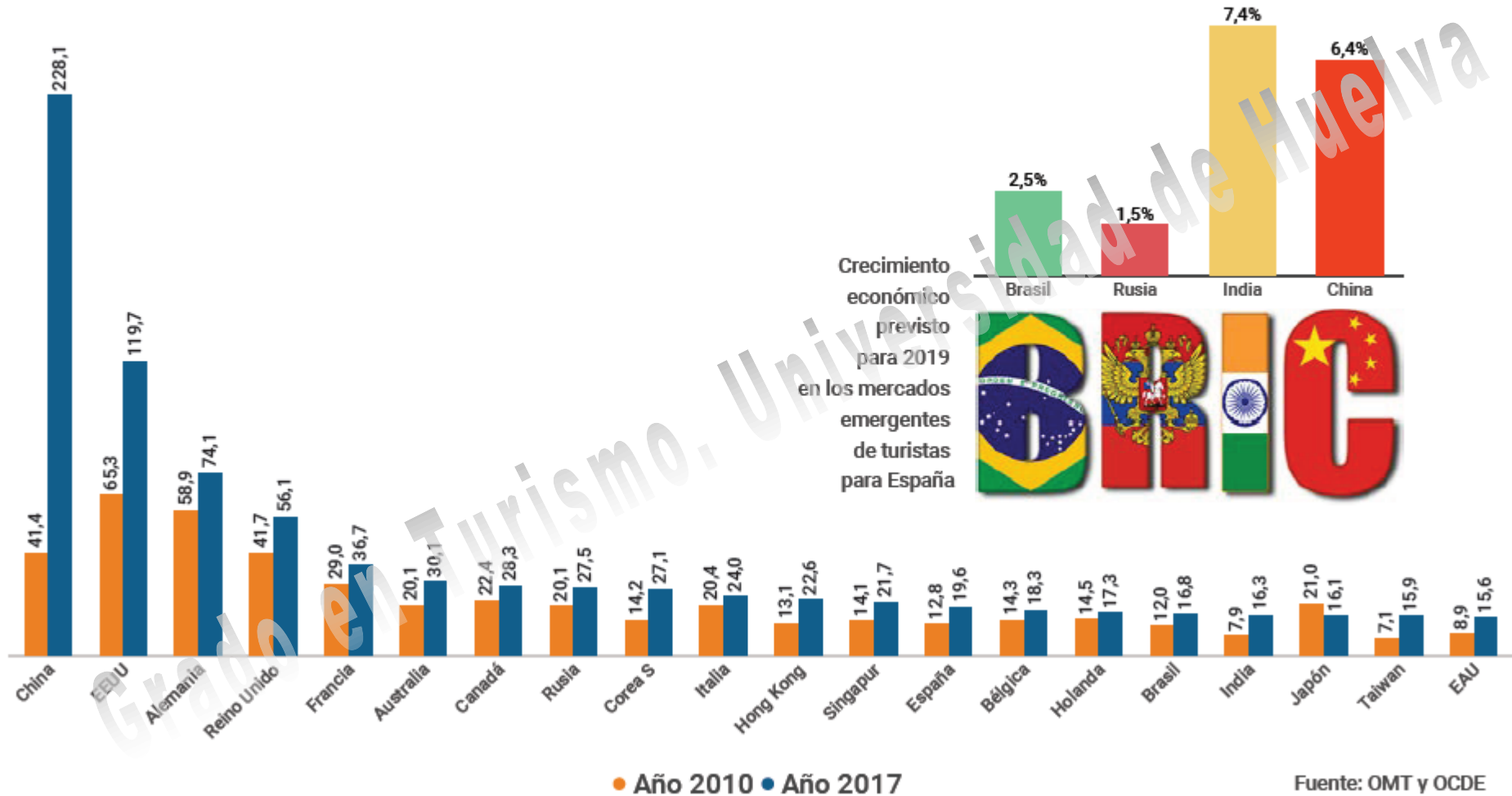
Viajes al extranjero y gasto de los mercados emisores BRIC en tasa de crecimiento anual 2012-2017

Fuente: Euromonitor International, Informe de previsiones turísticas 2018



# Los 20 países del mundo que más gastan en turismo

Gasto en viajes al extranjero, en miles de millones de euros





# CHINA

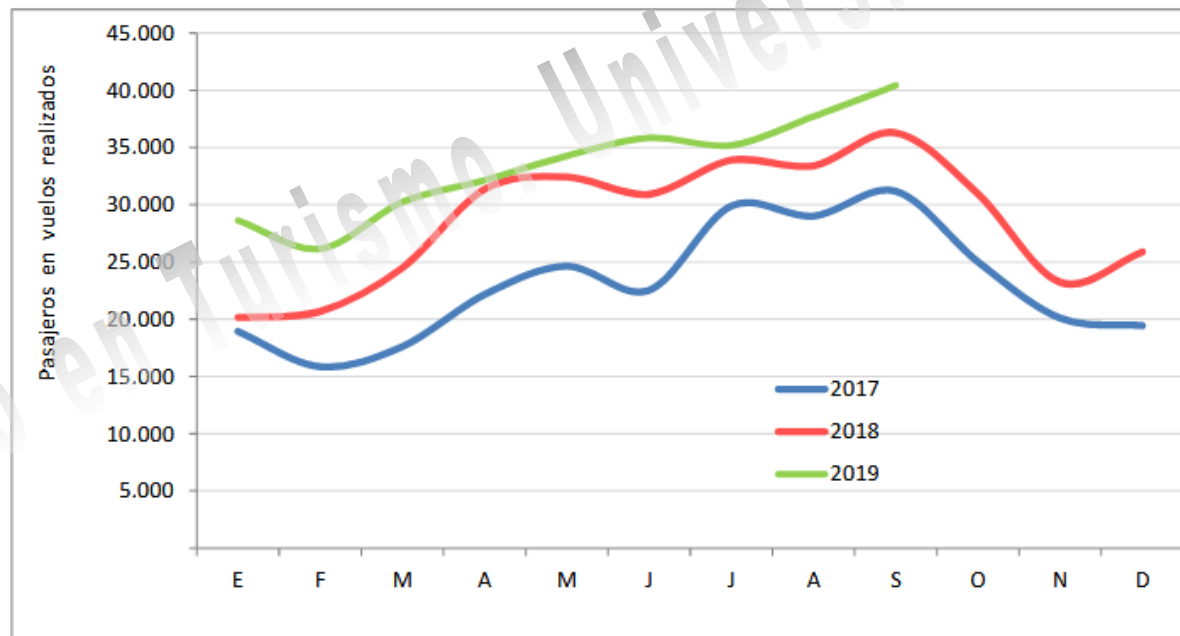
## LLEGADAS DE TURISTAS - Frontur (INE)

AÑO 2018	Total Internacional	82.808.413	Principales Destinos 2018	Cataluña	46%
	China	646.368		Com.Madrid	32%
	Cuota de Mercado	0,8%		Andalucía	16%

## GASTO TOTAL - Egatur (INE)

AÑO 2018	Total Internacional	89.750.746.924	Principales Destinos 2018	Cataluña	46%
	China	1.333.455.842		Com.Madrid	30%
	Cuota de Mercado	1,5%		-	-

## VUELOS REALIZADOS - AENA



Prioridad el segmento cultural y de compras, y segmento negocios y de eventos; desaparece Baleares/Canarias.

Alternativas para compensar la caída de los emisores europeos

Apostar por viajeros de alto poder adquisitivo en los mercados

# ORIENTALES

*Para impulsar sus llegadas es necesario mejorar la promoción y la política de visados*

Mercados de larga distancia como Japón o los países musulmanes presentan un gran potencial de crecimiento para España y pueden constituir una interesante alternativa para capear al cambio de ciclo que afronta nuestro país. En los últimos años han incrementado sus visitas, pero las llegadas se podrían duplicar si el sector responde a sus necesidades.

# Los aeropuertos europeos se preparan para el boom de pasajeros chinos

✈ Europa verá un auge de capacidad en vuelos desde China, con la proliferación de nuevas rutas con origen en algún aeropuerto chino y destino en uno europeo

✈ Para la primera mitad del año están programadas nueve nuevas rutas, reanudada otras y en proyecto tres, mientras se planean otras cuatro en el segundo semestre

✈ España, el Reino Unido e Irlanda están experimentando una mezcla de una mayor llegada de turistas chinos junto a inversiones chinas

Mercados emergentes

## España ya cuenta con 180 empresas especializadas en recibir turistas de China

La OET de Pekín organiza un workshop con firmas españolas y turoperadores chinos



*Sólo 1 de cada 5 turistas chinos viaja a España combinando su viaje con otros países europeos*

# China cuenta con más de 37.000 agencias de viajes

El informe también mostró que en el mismo periodo, los turistas chinos hicieron más de 30 millones de viajes al extranjero a través de agencias de viajes, y que Tailandia es el destino más popular.

Estos más de 30 millones de turistas chinos que viajaron con paquetes en medio año desde la parte continental de China a destinos de ultramar, suponen aproximadamente la mitad del total de viajes internacionales que realiza el primer mercado emisor mundial. **En 2018 un total de 149,7 millones de chinos viajaron al extranjero** y se espera que los viajes fuera de sus fronteras lleguen a **160 millones en 2020**.





Un acuerdo chino-español elimina las restricciones geográficas a sus conexiones aéreas

## España y China permitirán operar rutas desde todos sus aeropuertos

9.- Sólo acabamos de empezar a hablar de China. Existen 417 millones de milenials chinos, una cifra superior a la de la población de Estados Unidos y Canadá juntas, y actualmente sólo el 9% de los chinos tiene pasaporte.

Es muy importante captar a este turista a través de la aplicación WeChat, que tiene más de 1.000 millones de usuarios activos"



## Destino emblemático para los asiáticos

España está entre los destinos de turismo de congresos preferidos por los asiáticos junto a Italia y Francia, según un estudio elaborado por **Reed Travel Exhibitions**. El informe recoge las impresiones de los planificadores de eventos que asistieron a la feria **CIBTM de China** y refleja que, junto a España, están considerados entre los destinos preferidos para la celebración de congresos, reuniones e incentivos **Alemania, Reino Unido, Italia, Francia y Suiza**.

El informe apunta además excelentes perspectivas de cara a 2014 porque casi dos tercios de los encuestados asiáticos aumentarán el volumen de eventos respecto a los llevados a cabo en el último año y un 72 % predice que apostará por nuevos destinos.



Son muy importantes los eventos comerciales chinos porque ellos se interesan tanto por el evento como por el destino



## Madrid acogerá un viaje de incentivo para 3.000 empleados de un empresa de Pekín

C&S Grace Oligosaccharidebiological Engineering, ubicada en Pekín y dedicada al cuidado de la salud, ha elegido Madrid para premiar a sus empleados que cumplen sus "bodas de oro" en la compañía. El próximo otoño, 3.000 empleados pasarán cuatro días en la capital y alrededores, conociendo la Plaza de Toros, el Palacio Real o ciudades cercanas a la región como Toledo y Segovia.



Son muy importantes los eventos comerciales chinos porque ellos se interesan tanto por el evento como por el destino

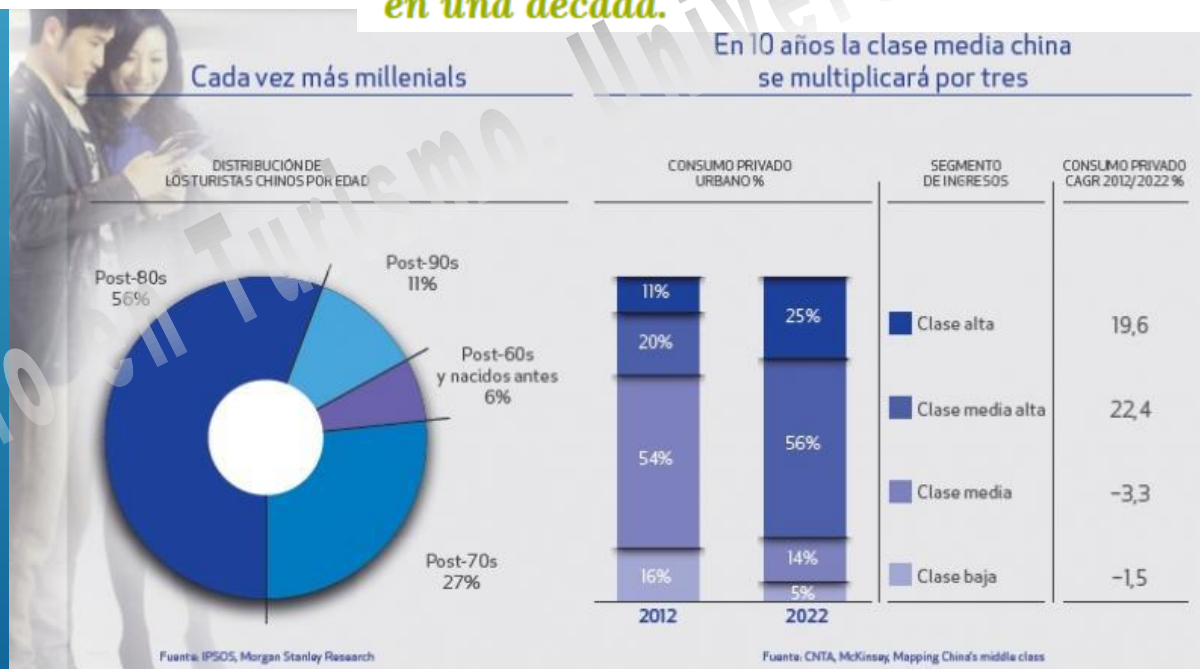
El 56% de estos viajeros son ya millenials

## El nuevo perfil del turista chino

Se trata de un turista que domina idiomas y la tecnología, y que va por libre.

🐦 "Actualmente hay un 10% de ciudadanos chinos que tienen pasaporte, y en los últimos años ha habido un gran incremento de peticiones de los mismos"

🐦 En una población con 1.400 millones de habitantes hay 731 millones de usuarios de internet, y la clase media pasará de 300 a 600 millones en cinco años, contando con 220 ciudades que superarán el millón de habitantes en una década.



# Más de la mitad de los turistas chinos ya reserva hotel por internet

Equivalente al WhatsApp chino pero con muchas más aplicaciones

## WeChat, canal clave para atraer al millenial chino

“En China **no se puede pensar a corto plazo**, el éxito no está al día siguiente”, señaló **Ernesto Cavvale, director para España de Alibaba**. A su juicio, es importante desarrollar productos y estrategias apropiadas, en todos los sectores, y tener en cuenta la importancia de la tecnología en este país, **“cada chino compra cinco veces más que un europeo a través del comercio electrónico”**, agregó.





# Turespaña, primera oficina de turismo en redes sociales chinas

La cuenta de Turespaña supera a otras tan populares en China como las de Turismo de Tailandia o Japón

✈ Ha alcanzado los 22 millones de impresiones y visualizaciones en redes sociales chinas

✈ Desde junio, es líder en WeChat entre las cuentas de todos los destinos europeos durante 19 semanas consecutivas



Hay que ofrecer servicios avanzados para satisfacer esta demanda

# Hoteles 'Chinese Friendly', algo más que una distinción

Es importante el conocimiento del idioma y sus gustos culinarios

**Chinese Friendly International** distingue a los hoteles que hacen un esfuerzo considerable por adaptarse al turista chino.

La distinción '**Chinese Friendly**' no es una mera placa: expertos de este sello internacional certifican con ella cinco meses de preparación básica al idioma chino, nociones elementales para la atención a este tipo de viajero y asesoramiento para nombrar a un responsable encargado de la acogida y recepción de la clientela del gigante asiático basándose en el conocimiento de su idiosincrasia.



Sevilla posee también como destino esta distinción.

El mercado chino está llamado a ser el primer emisor mundial

## Meliá adapta sus hoteles en Europa al turismo chino y árabe

En estos seis hoteles, como ha explicado el vicepresidente y consejero delegado de la cadena, [Gabriel Escarrer](#), "hemos impartido un **curso de protocolo chino** a todo el personal y contamos con al menos un recepcionista de origen chino aunque nacido en Europa que **hable su idioma**, ya que este mercado de primera generación, al igual que le ocurre al ruso, por ejemplo, su principal carencia es el desconocimiento de otros idiomas".

Al personal debidamente preparado se suman entre **10 y 15 habitaciones adaptadas a sus gustos y necesidades**, tanto en decoración como en amenities, así como el servicio de **desayuno**, que es su principal comida, y en algunos casos el **restaurante**, con un rincón tematizado con sus productos.

De entre esos seis hoteles el que destaca es el **QGreen by Meliá de Frankfurt**, el antiguo Tryp Frankfurt, que está **100% adaptado**, ya que ofrece prensa y televisión chinas, oferta gastronómica especial, personal que habla su idioma, amenities especiales con tetera, noodles y palillos, etc.



■ El desayuno es la comida principal para el turista chino, y los hoteles adaptados de Meliá cuentan con un rincón tematizado con sus productos. [Imagen Shutterstock](#)

### Clientela árabe

El año pasado también se llevó a cabo esta misma adaptación pero al turista árabe, el llamado [turismo halal](#), en los hoteles [Meliá Milano](#), [Meliá White House](#), [Meliá Düsseldorf](#), [Meliá Berlín](#) y [Tryp Múnich](#).



Según datos de Global Blue

## Un británico gasta en su viaje lo mismo que un asiático en dos compras

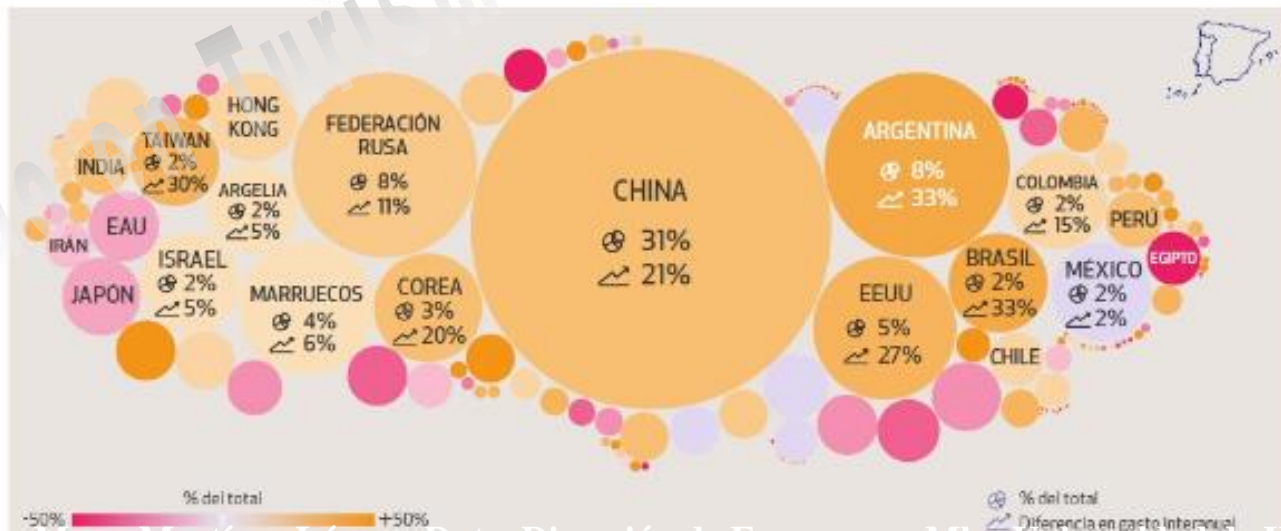
*El elevado nivel de gasto que caracteriza a los turistas procedentes de países ajenos a la Unión Europea -en especial de los chinos- les ha convertido en el gran objetivo de los principales destinos. También de España, como se pondrá de manifiesto en la próxima Cumbre del Turismo de compras que se va a celebrar en Madrid. De hecho, sólo en dos compras se gastan lo mismo que en toda su estancia un viajero británico, el primer mercado emisor a nuestro país.*

Mientras un **turista procedente del Reino Unido** consume en España una media de 1.013 por estancia -según la encuesta de gasto turístico Egatur de julio-, el visitante extracomunitario realiza **un desembolso medio de 545 euros en cada compra**, a tenor de una comparativa realizada por el operador de tax free Global Blue.



Un británico gasta en su viaje lo mismo que un asiático en dos compras

# España, el segundo país que más crece en ingresos por turismo de compras



# Mercados emisores internacionales

## JAPÓN

GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, COMERCIO  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

TURESPAÑA

## INDICADORES TURÍSTICOS

### LLEGADAS DE TURISTAS - Frontur (INE)

AÑO 2018	Total Internacional	82.808.413	Principales Destinos 2018	Cataluña	54%
	Japón	547.182		Com.Madrid	20%
	Cuota de Mercado	0,7%		Andalucía	13%

### GASTO TOTAL - Egatur (INE)

AÑO 2018	Total Internacional	89.750.746.924	Principales Destinos 2018	Cataluña	53%
	Japón	975.452.886		Com.Madrid	23%
	Cuota de Mercado	1,1%		País Vasco	4%

Prioridad el segmento cultural y de compras, y segmento negocios y de eventos; desaparece Baleares/Canarias

# Boom del turismo japonés en España

Destinos españoles asistirán a la feria más importante de Japón

## El turismo japonés consolida su crecimiento en España

De hecho, el **gasto medio diario** del viajero japonés en España se sitúa en **410 euros**, frente a los 353 € del turista coreano, los 320 € del turista indio o los 291 € del turista chino, según datos de Turespaña.

Los destinos de España con mayor presencia en los catálogos de viajes a Europa son Barcelona (74%), Madrid (48%), Granada (casi 10%) y Córdoba (5%).





# Cómo se ha convertido España en una potencia turística para los coreanos

En una década se ha multiplicado por más de 10 el número de turistas coreanos a España

Corea (630.000), con menos población, es el tercer mercado asiático para España, sólo por detrás de China (699.000) y Japón (686.000)

✈ El número de españoles que viajan al país asiático aumenta año a año pero a un ritmo mucho menor, alcanzando en 2019 los 30.000 turistas

✈ El Camino de Santiago, las compras de marcas españolas, gastronomía y cultura y hasta un programa de la televisión coreana son las claves

**Aunque desconocido en España, el programa “Los abuelos son mejor que las flores”, protagonizado por actores famosos en edad de jubilación, recorría la geografía española y fue tal su éxito que despertó el interés de los coreanos por nuestro país**

De hecho esa expectación provocó que **varias aerolíneas asiáticas abrieran rutas directas desde Seúl a Madrid y Barcelona** con más de diez frecuencias semanales. **Madrid, Barcelona, Sevilla, Granada, Segovia y Ronda**, ciudades que visitaron en el programa, se convirtieron en grandes atractivos para los ciudadanos de Corea.

# Los países de Asia y el Pacífico firman el mayor tratado comercial del mundo

- China, Japón, Corea del Sur, Australia, Nueva Zelanda y las diez naciones del Sudeste Asiático forman un mercado común con 2.000 millones de personas que suma un tercio de la economía global



Imagen de la videoconferencia con los líderes y los ministros de comercio de 15 países de la región Asia-Pacífico. VNA HANDOUT EFE



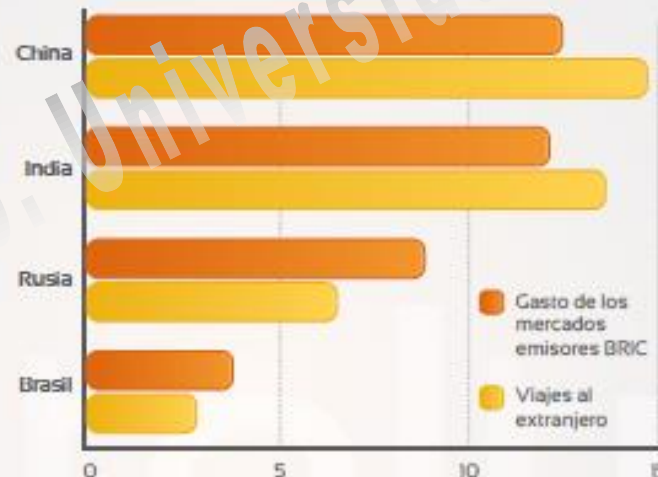
# Mercados emisores internacionales

## 1 • Nuevos clientes

- Auge de los mercados BRIC.

Viajes al extranjero y gasto de los mercados emisores BRIC en tasa de crecimiento anual 2012-2017

Fuente: Euromonitor International, Informe de previsiones turísticas 2018



# Mercados BRIC: Tendencias para 2019 que interesan a España



## India

La India supone aún un **mercado emergente muy verde** para España: en 2017 apenas **140.000 turistas indios viajaron a España**.

Para 2019, se espera un crecimiento de su economía del 7,4%.

## Brasil

Desde Brasil **viajaron a España cerca de 467.000 turistas** en el año 2017, per cabe recordar que el gigante latinoamericano pasó por una severa crisis entre 2014 y 2016 y que la recuperación económica está siendo débil.

# Madrid acoge la gala de los premios de cine Bollywood para atraer al turismo indio

Se calcula una audiencia potencial de 800 millones de telespectadores

*Madrid acogerá en junio la gala de entrega de los premios del cine de Bollywood, que según previsiones del Ayuntamiento basadas en el estudio de ediciones anteriores, atraerán a 15.000 turistas, generarán 10.000 reservas hoteleras y tendrán un **impacto económico** de unos 15 millones de euros.*

Según ha destacado el Ayuntamiento a través de un comunicado, dado el **poder de prescripción turística del cine**, los Premios IIFA suponen la mejor **carta de presentación** de Madrid para un **mercado de 1.300 millones** de personas. Dentro de India, ya hay una **clase media de 300 millones de personas** con cada vez más recursos económicos para emprender **viajes internacionales**.

El weekend IIFA-MADRID 2016 se **retransmite a 127 países**, con una **audiencia potencial de 800 millones de telespectadores**. No sólo durante la celebración de los eventos correspondientes sino también en diferido, en dos ocasiones más: Diwali (noviembre) y Navidad.

# Mercados BRIC: Tendencias para 2019 que interesan a España

## Rusia

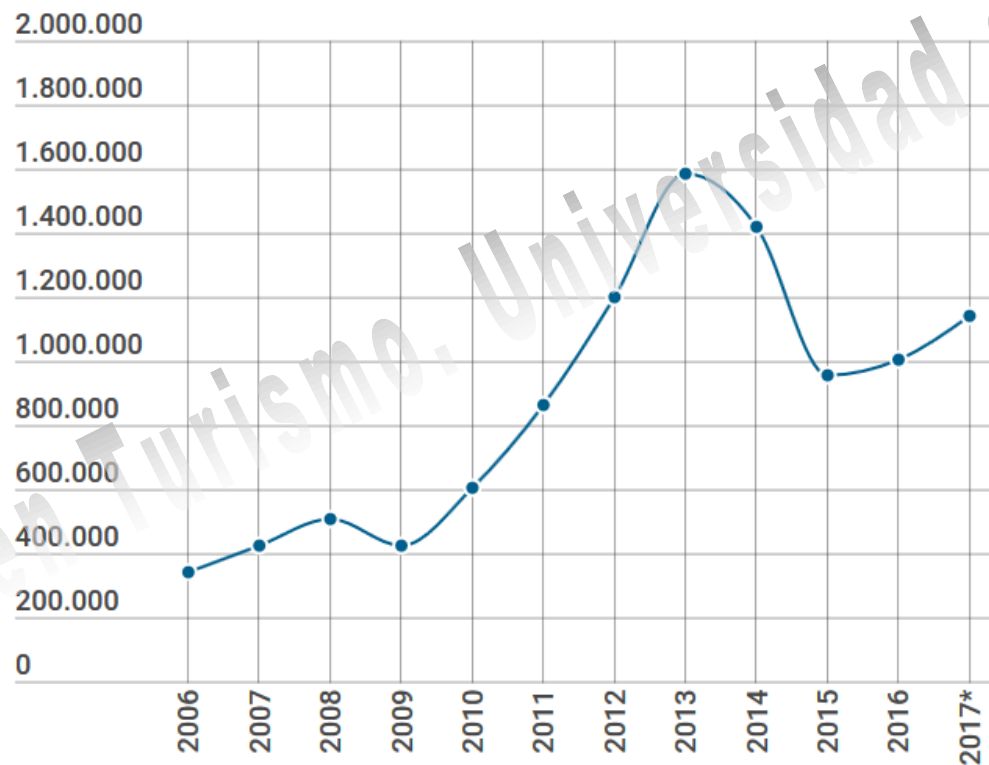
El último informe difundido por la aseguradora Crédito y Caución prevé que el PIB de Rusia (que volvió a crecer en 2017 tras dos años de contracción) mantenga su **recuperación** en 2019, "impulsada por el repunte de los precios del petróleo y una mayor demanda interna".

En 2018, el número de viajes al extranjero aumentó de media un 9%, según el instituto oficial **Rosstat**. En **España**, el flujo de turistas rusos aumentó un 5,3% mientras que **las pernoctaciones hoteleras retrocedieron un 2%**, según el INE.

En total, cerca de **1,2 millones de turistas rusos** viajaron a España. En cambio, los viajes de rusos a Turquía (su primer destino, con 2,2 millones de viajes) aumentaron un 40%.

# Rusia, un mercado que despierta de la hibernación

Llegadas de turistas rusos a España en la última década



Fuente: Turespaña

\* Estimación de llegadas en 2017 con un tendencia de crecimiento del 14%



# Turismo Halal: 1.600 millones de potenciales clientes que se nos escapan

mundo. Y según datos de Thomson Reuters, en 2020 el **60% de las clases medias del planeta** van a estar en el sureste asiático en países de mayoría musulmana.

## España recibe ya 300.000 turistas procedentes del Golfo Pérsico



# El gasto de los turistas del Golfo es seis veces mayor que la media mundial

## Claves del turismo halal



**150.000.000**

El turismo halal representará un mercado de 150 millones de viajeros hacia el año 2020, un 50% más respecto a 2016.



**+35%**

Este mercado generará ventas por valor de 200.000 millones de dólares hacia el año 2020, con un crecimiento del 35% en cinco años.



**Variedad gastronómica**

Los viajeros musulmanes aprecian sobre todo una amplia variedad culinaria: desde alta cocina a recetas locales adaptadas a los principios halal.

*El turismo procedente del Consejo de Cooperación del Golfo realizó un gasto superior a los 53.000 millones de euros en 2017*

*Madrid, Barcelona, Costa del Sol y Canarias son los destinos más visitados por los turistas islámicos en España*

Fuente: Informe "Halal Travel 2016", Amadeus

Prof. Dr. Manu Martínez López - Dpto. Dirección de Empresas y Mkt - Universidad de Huelva

Uno de cada cuatro turistas cambia sus planes

# Las cuatro plagas que frenan el turismo

Terrorismo, conflictos, disturbios y enfermedades

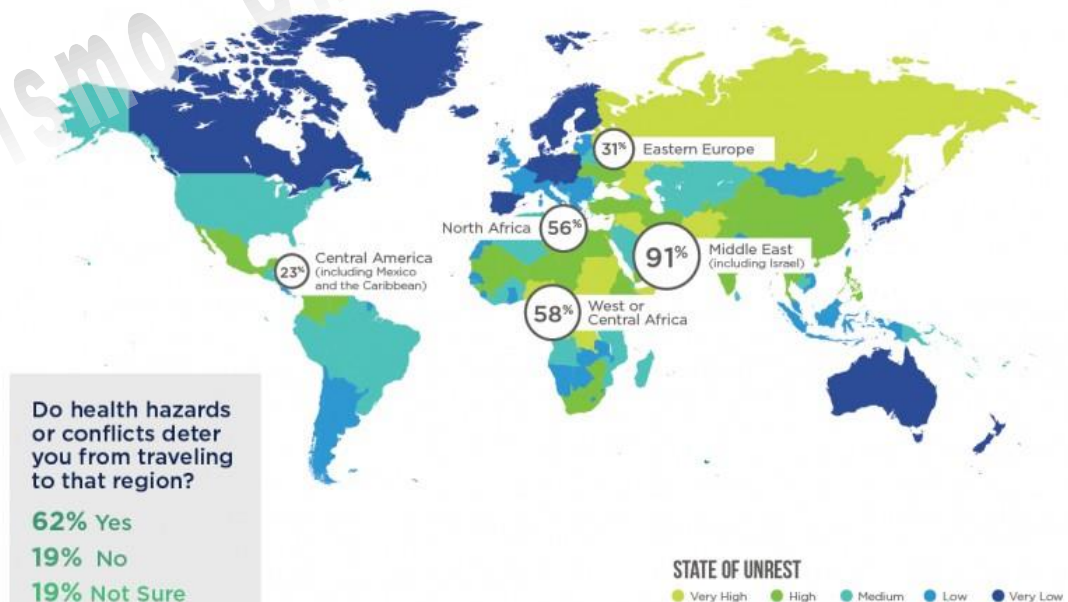
El estudio se basa en una encuesta online realizada a 2.017 consumidores de Norteamérica (55%), Europa (39%) y resto del mundo (5%) durante el pasado mes de octubre, antes de los atentados del pasado 13 de noviembre en París.

Las razones principales aducidas por los turistas para evitar viajar a determinados destinos son las siguientes:

- 83% actividad terrorista
- 49% conflictos militares
- 33% convulsiones políticas
- 31% brotes de enfermedades

## THE BIG PICTURE

When asked which areas of the globe give travelers the most cause for concern, the top locations directly corresponded with areas of global conflict and unrest.



# RESISTIR AL CAMBIO DE CICLO

en un año cargado de incertidumbres

*Uno de los factores que más alimenta la incertidumbre en 2019 es el Brexit por los impactos que pueda tener en la demanda de viajes desde el Reino Unido*

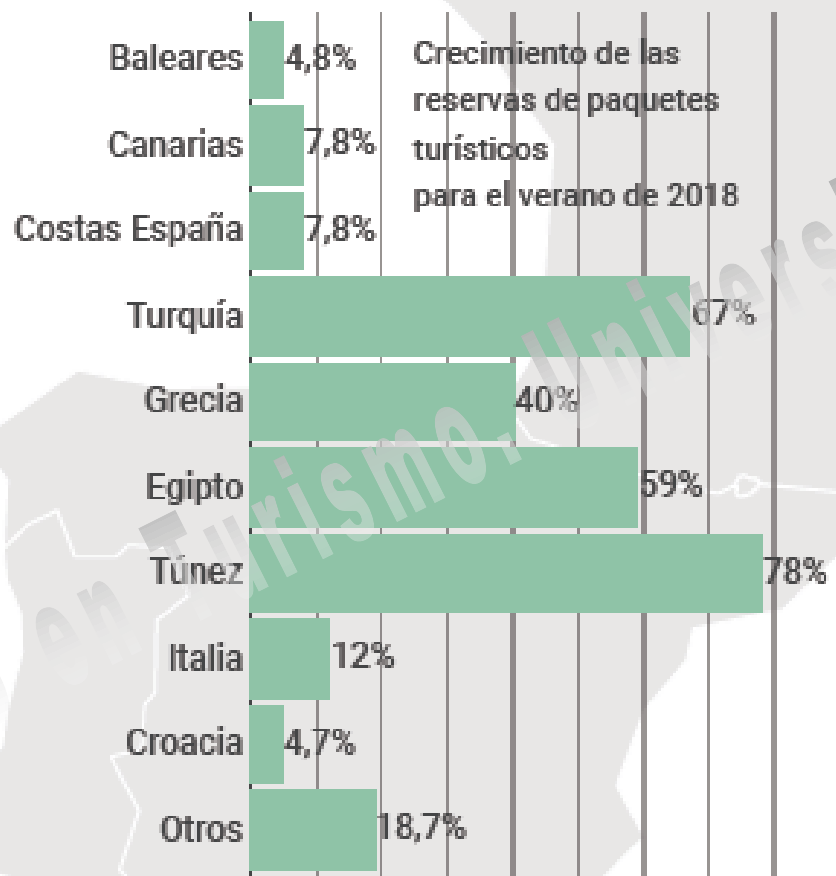
## *Expectación por los cambios que vienen desde Alemania*

Según los datos de reservas de las **agencias alemanas** hasta finalizar 2019, este es el Top 10 de destinos más demandados.

1. Grecia
2. Turquía
3. Islas Baleares
4. Islas Canarias
5. Egipto
6. Italia
7. Estados Unidos
8. Bulgaria
9. España peninsular
10. Portugal

*El cambio de ciclo no viene solo por un enfriamiento de la economía: la competencia aumenta a nivel global y hay nuevas formas de viajar*

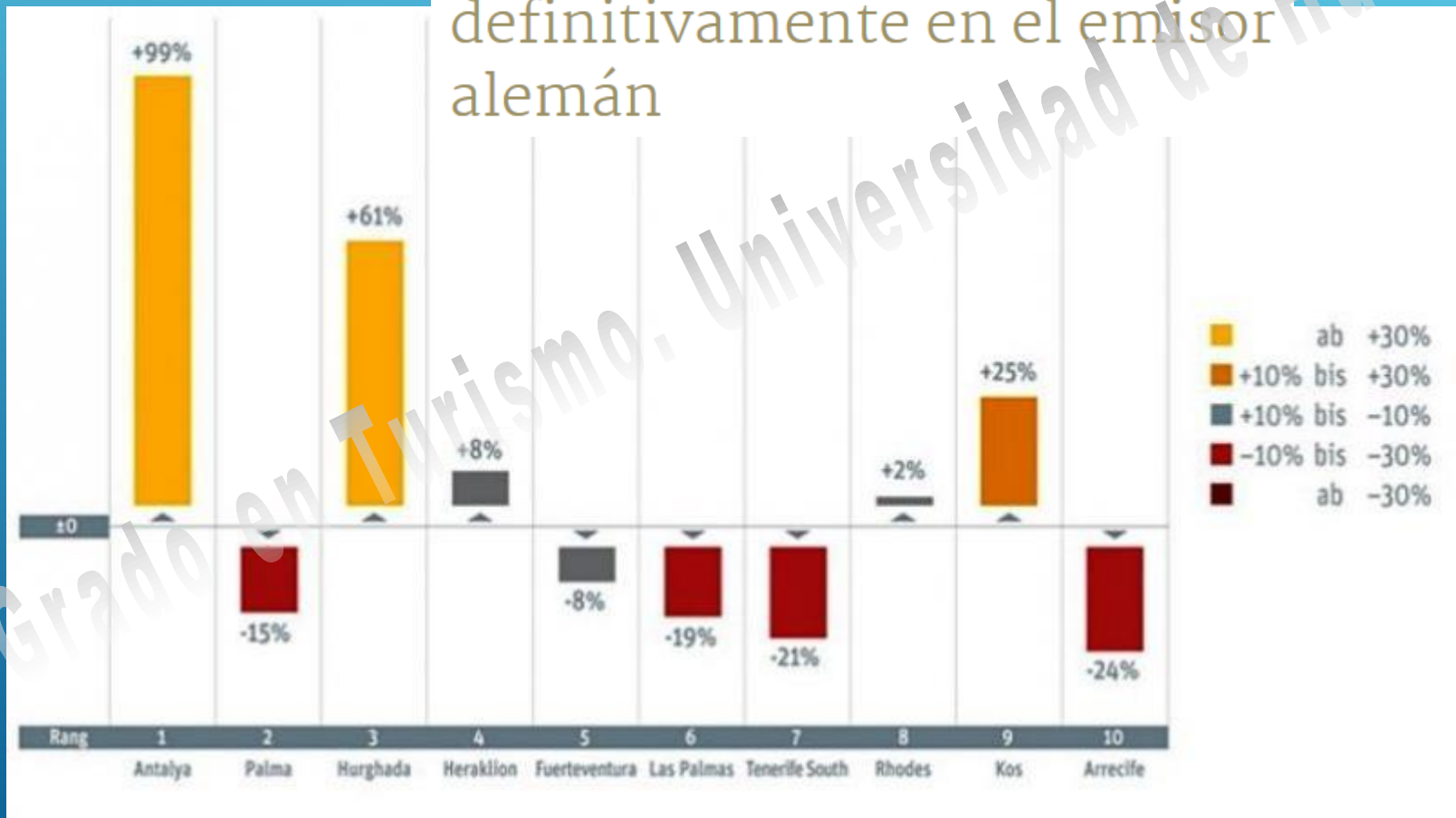
## Destinos competidores de España en vacaciones de sol y playa





# Turquía consolida su recuperación: recibió 40 millones de turistas en 2018

Turquía y Egipto se disparan definitivamente en el emisor alemán





## Grecia



806.000 plazas hoteleras



Islas Jónicas, Creta, islas Cícladas



27,2 millones de turistas  
en 2017, un 23% más

100 5,6% más

## Egipto



250.000 plazas hoteleras  
(65.000 en el Mar Rojo)



Hurgada, Sharm el-Sheij, El  
Gouna



8,3 millones de turistas en 2017,

## Marruecos



243.00 plazas hoteleras



Saïdia, Lixus, Mazagan,  
Mogador, Taghazout, Plage  
Banche



11,35 millones de turistas  
en 2017, un 10% más

## Túnez



150.000 plazas hoteleras



Isla de Djerba, Hammamet,  
Susa y Monastir

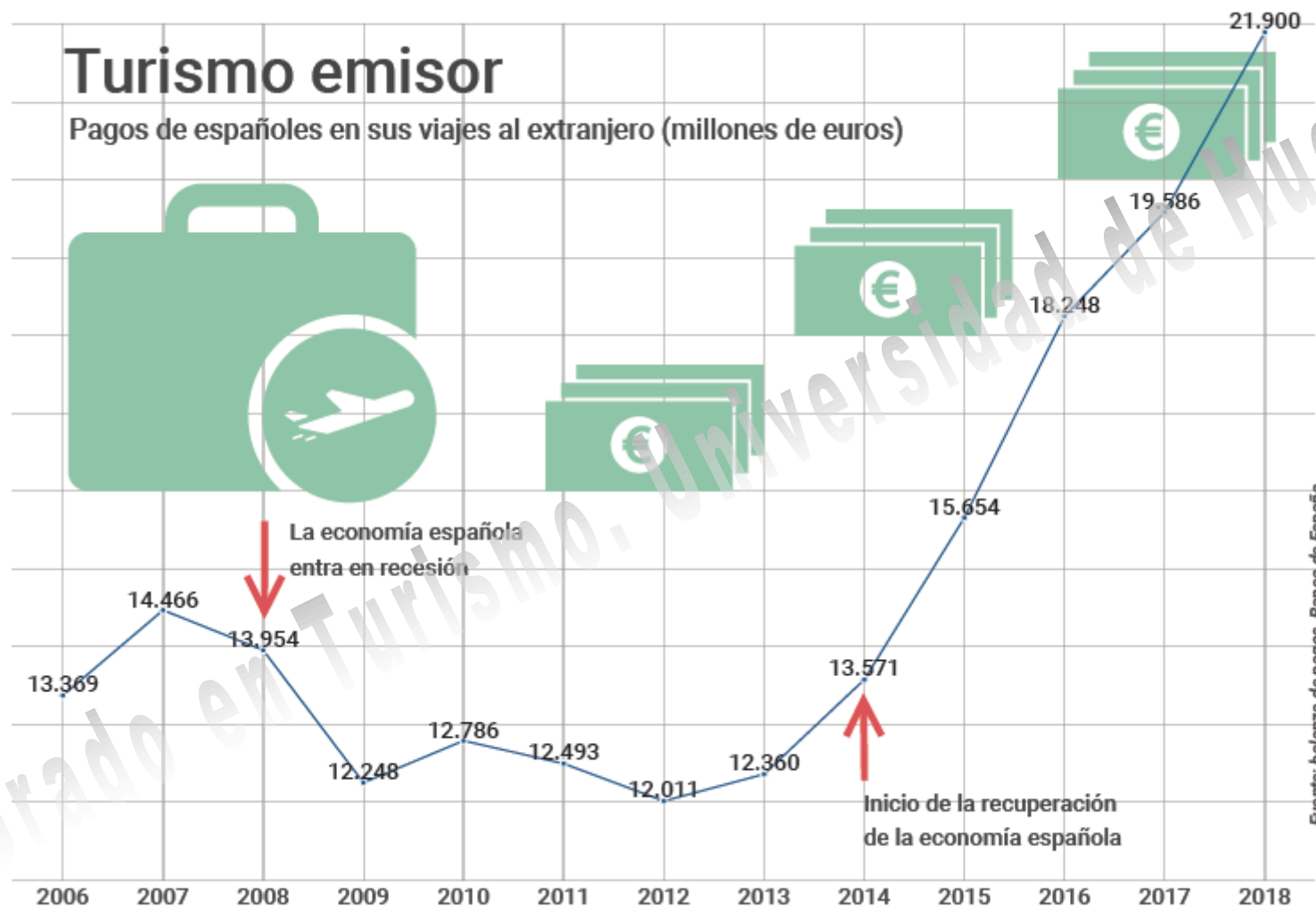


7,5 millones de turistas  
en 2017, un 23% más

Fuentes: Gfk (datos de reservas para el verano y precios); Ministerios de Turismo de

# Turismo emisor

Pagos de españoles en sus viajes al extranjero (millones de euros)



# Análisis del Mercado en Turismo



## Nuevos tiempos, nuevos modelos

- 1 · Los nuevos clientes
- 2 · Los nuevos destinos competidores
- 3 · Los nuevos productos, servicios y mercados
- 4 · Los nuevos modelos de comercialización y marketing
- 5 · Los nuevos modelos de gobernanza y de promoción
- 6 · Las nuevas responsabilidades de la empresa



# Análisis de los Mercados Internacionales

El mundo está cambiando

