



Radiografía de las sinergias entre

MARCA ESPAÑA Y TURISMO

que están transformando al sector

Grado en Turismo, Universidad de Huelva

LA MARCA ESPAÑA



Marketing de destinos

El logo de Turespaña, seleccionado entre los más perdurables del mundo

El Sol de Miró identifica España como destino desde 1984



El sol de Miró, logotipo de [Turespaña](#) desde el año 1984, ha sido reconocido como uno de los logotipos clásicos más queridos, mejor considerados y perdurables a nivel mundial, tal como recoge el libro "TM: the untold stories behind 29 classic logos".



El valor de marca: Branding

Un destino con marca, clave para una buena gestión
del producto turístico



Feria ITB de Berlín

Fotonoticia: ¿Ha copiado Maldivas la imagen de Turespaña?

El archipiélago presenta un logotipo muy parecido al sol de Miró



www.spain.info



El valor de marca: Branding

TRADUCCIÓN FONÉTICA (con significado)						
Nombre original	Ikea	Marlboro	Coca-Cola	Pepsi Cola	Subway	Carrefour
Nombre en chino	宜家	万宝路	可口可乐	百事可乐	赛百味	家乐福
Pronunciación (pinyin)	Yí Jiā	Wàn Bǎo Lù	Kě Kǒu Kě Lè	Bǎi Shì Kě Lè	Sài Bǎi Wèi	Jiā Lè Fú
Significado	Casa idónea	Calle 10.000 Tesoros	Delicioso y felicidad	Cien cosas felices	Lleno de cien sabores	Bendición familiar
Nombre original						
Nombre en chino	宝马	奔驰	捷豹	博世	惠普	乐事
Pronunciación (pinyin)	Bǎo Mǎ	Bēn Chí	Jié Bào	Bo Shí	Hui Pu	Lè Shì
Significado	Preciado caballo	Velocidad destellante	Leopardo ganador	Mundo rico	Beneficio general	Momento feliz

www.chinalati.com



El valor de marca: Branding



Best Global Brands 2019

Rankings

01	02	03	04	05	06	07	08
 +9% 234,241 \$m	 +8% 167,713 \$m	 +24% 125,263 \$m	 +17% 108,847 \$m	 -4% 63,365 \$m	 +2% 61,098 \$m	 +5% 56,246 \$m	 +5% 50,832 \$m
 +4% 45,362 \$m	 +11% 44,352 \$m	 +1% 41,440 \$m	 -6% 40,381 \$m	 -7% 40,197 \$m	 -12% 39,857 \$m	 +3% 35,559 \$m	 +7% 32,376 \$m
 +14% 32,223 \$m	 +1% 26,288 \$m	 -22% 25,566 \$m	 +10% 25,092 \$m	 +3% 24,422 \$m	 +11% 22,134 \$m	 +13% 21,629 \$m	 -1% 20,488 \$m
 +8% 19,044 \$m	 +5% 18,407 \$m	 +7% 18,072 \$m	 +9% 17,920 \$m	 -3% 17,175 \$m	 -3% 16,345 \$m	 +14% 16,205 \$m	 +3% 16,018 \$m
 +23% 15,949 \$m	 -5% 15,773 \$m	 +2% 14,325 \$m	 +5% 14,135 \$m	 -18% 13,753 \$m	 +4% 13,395 \$m	 +20% 12,337 \$m	 +6% 12,921 \$m

Brand Value

TOP 10 MARCAS DE FÚTBOL MÁS VALIOSAS DEL MUNDO

_Data Presented by Reason Why from Brand Finance

	Marca	País - Matriz	Variación	Valor de marca 2019 (mill. de euro)	Valor de marca 2018 (mill. de euro)
Real Madrid		España - LaLiga	↑	1.646	1.297
Manchester United		Inglaterra - Premier League	↓	1.472	1.562
FC Barcelona		España - LaLiga	=	1.393	1.246
Bayern de Múnich		Alemania - Bundesliga	=	1.314	1.159
Manchester City		Inglaterra - Premier League	=	1.255	1.097
Liverpool		Inglaterra - Premier League	=	1.191	992
Chelsea		Inglaterra - Premier League	=	968	985
Paris Saint-Germain		Francia - Ligue 1	↑	914	753
Arsenal		Inglaterra - Premier League	↓	885	893
Tottenham Hotspur		Inglaterra - Premier League	=	758	630



Brand Finance®

BrandBeta España 2021



TOP 10 BRANDBETA MARCAS ESPAÑOLAS



1 **9.4**
F: 9.3
R: 9.5



6 **8.6**
F: 8.5
R: 8.6



Correos

2 **9.4**
F: 9.2
R: 9.6



7 **8.5**
F: 8.7
R: 8.3



3 **9.2**
F: 9.0
R: 9.5



8 **8.4**
F: 8.7
R: 7.9



4 **8.6**
F: 8.7
R: 8.3



9 **8.4**
F: 8.5
R: 8.3



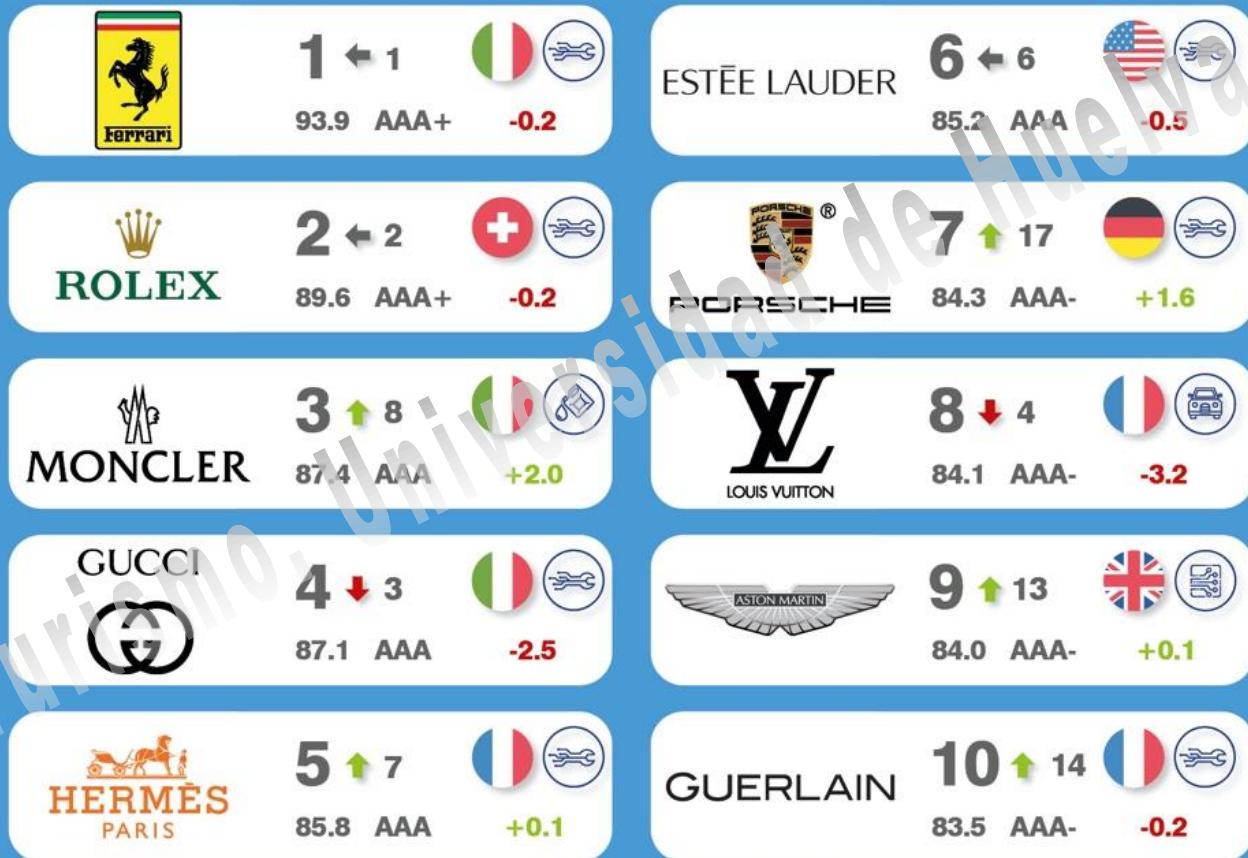
5 **8.6**
F: 8.6
R: 8.4



10 **8.3**
F: 9.2
R: 6.7



LAS TOP 10 MARCAS MÁS FUERTES DE LUJO Y PREMIUM



Fuente: Brand Finance Luxury & Premium 50 2021

brandirectory.com/luxury-and-premium

*La marca turística
de España vale
23.000 millones de euros*



Universidad
de Huelva

El turismo cultural se valoriza

La Sagrada Familia y el Museo del Prado, los recursos mejor apreciados

¿Cuáles son las marcas mejor valoradas por los turistas internacionales entre los recursos del segmento cultural?

- El valor de marca del Coliseo de Roma es de 91.000 Mil €



Los factores analizados en un estudio de la Cámara de Comercio de Italia se analizan diez parámetros entre los que destaca: el conocimiento que tienen los europeos de cada recurso cultural, el volumen de visitantes anual que genera, el impacto sobre la economía del territorio, y el volumen de personal contratado que generan a su alrededor.



El turismo cultural se valoriza

La Sagrada Familia y el Museo del Prado, los recursos mejor apreciados

- El valor de marca del Templo de la Sagrada Familia es de 90.366 Mll €



El turismo cultural se valoriza

La Sagrada Familia y el Museo del Prado, los recursos mejor apreciados

- El valor de marca del Museo del Prado es de 59.262 MII €



La competitividad de la marca España da sus frutos

Necesito España (I Need Spain)





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

La riqueza cultural, el legado histórico, la gastronomía, la riqueza natural... y el privilegio de tener más horas de sol que ningún otro país europeo, nos provee de todas las armas necesarias para tener turismo todo el año. El interior de la península, hasta ahora poco valorado como núcleo turístico, se convierte en un valor seguro en cuanto a distancia física y poca masificación.

UN PAÍS CON MUCHO QUE
DESCUBRIR

ESPAÑA NO DEJARÁ DE SORPRENDERTE TODO EL AÑO

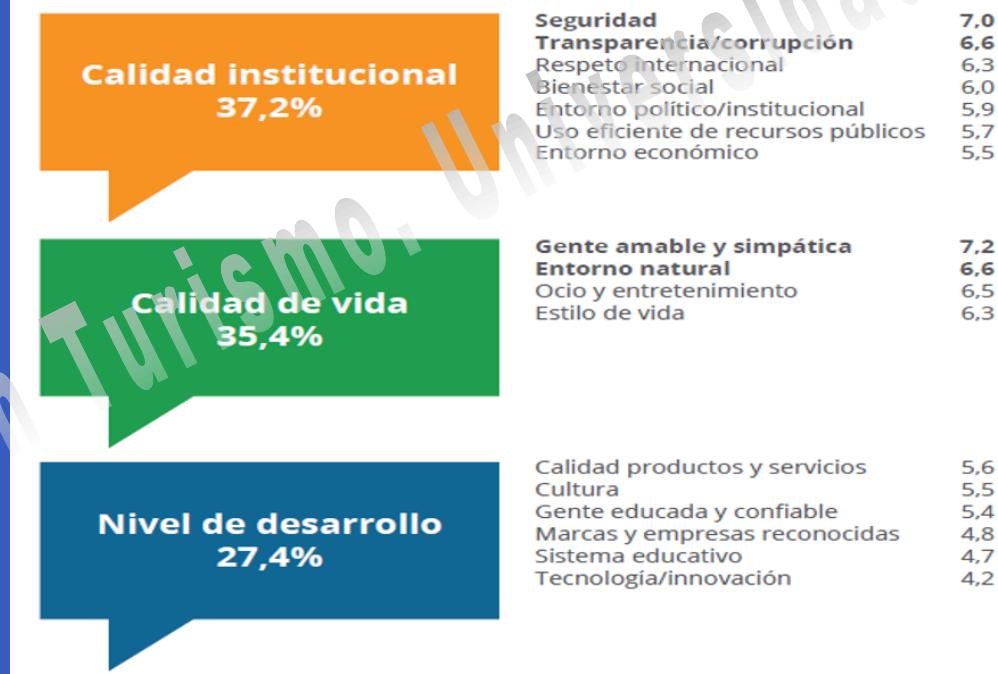
CULTURA, ARQUITECTURA,
EXPERIENCIAS, HISTORIA,
NATURALEZA...



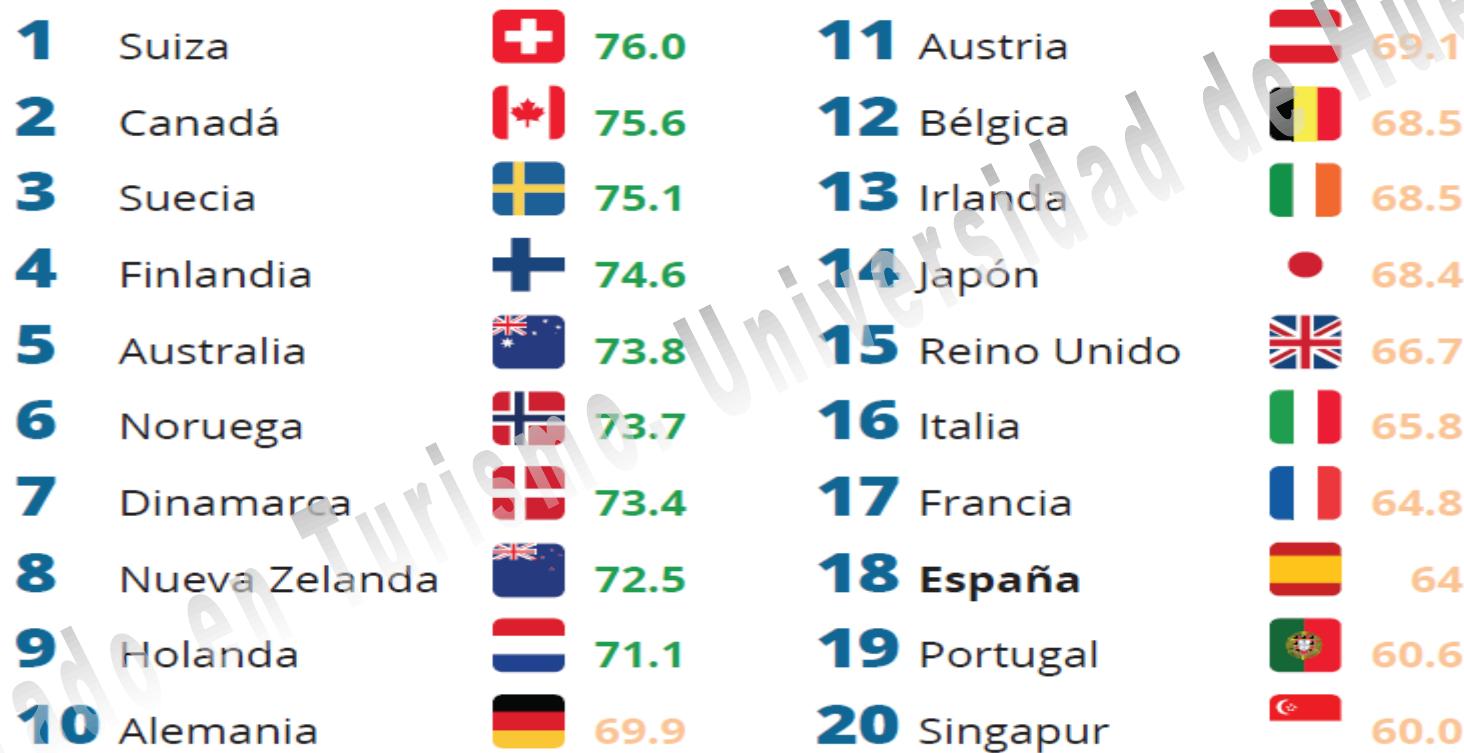
La Marca España mejora su reputación en el mundo

El estudio, realizado entre febrero y marzo de este año, cuenta con más de 80.000 valoraciones de 23 países que valoran 17 atributos de la reputación de España

Atributos clave que construyen la reputación de España



*Los 20 países con mejor reputación en el mundo,
según el índice Country RepTrak 2014*



POBRE DÉBIL MODERADA FUERTE EXCELENTE



Edición España. Según el estudio "Country Rep Track" del Real Instituto Elcano y Reputation Institute

España mantiene su prestigio internacional a pesar de la pandemia

Los países que son principales mercados emisores de turistas son los que mejor valoración hacen de España

Los 20 países con mejor reputación entre ciudadanos de países del antiguo G8

Top 20

			Posición vs 2019
1	Suiza		83,2 +1
2	Noruega		82,5 +1
3	Finlandia		82,3 +1
4	Suecia		82,0 -3
5	Nueva Zelanda		81,9 =
6	Canadá		81,0 =
7	Dinamarca		80,2 =
8	Australia		79,7 =
9	Japón		78,6 +2
10	Holanda		78,6 -1
11	Irlanda		77,8 -1
12	Austria		76,9 +1
13	España		76,3 -1
14	Bélgica		75,1 =
15	Portugal		74,9 +1
16	Italia		74,2 -1
17	Singapur		73,7 =
18	Reino Unido		72,0 =
19	Alemania		69,9 =
20	Francia		69,9 +1

España mejora su prestigio turístico a pesar de la pandemia

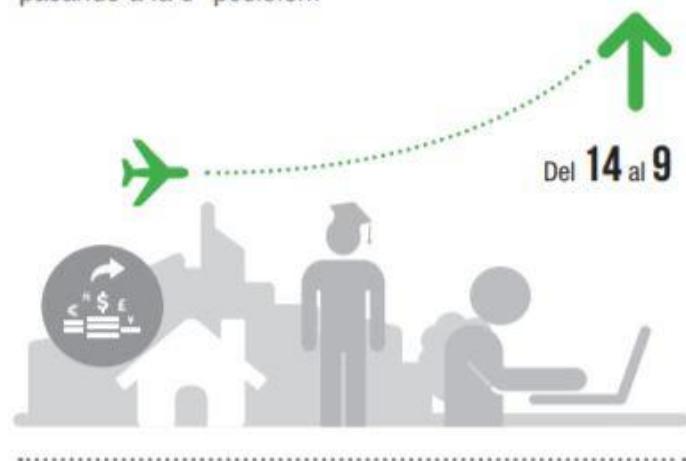
POSICIÓN

España ocupa el puesto 14º en el ranking de prestigio global de las 55 principales economías del mundo.



ACTITUD

España mantiene su puesto en el ranking de las actitudes de apoyo (comportamientos que los entrevistados recomiendan para cada país), pero mejora sustancialmente en lo relativo al turismo, pasando a la 9ª posición.



Inversión · Compras · Eventos · Estudios · Trabajo · Residencia

Edición España. Según el estudio "Country Rep Track" del Real Instituto Elcano y Reputation Institute

España mantiene su prestigio internacional a pesar de la pandemia

Los países que son principales mercados emisores de turistas son los que mejor valoración hacen de España



Recuerdo espontáneo del destino España

Cuándo piensa en viajes fuera de su país
¿qué destinos turísticos o países le vienen a la cabeza?

MERCADO EMISOR

Recuerdo espontáneo
de España (%)

Posición de España
en el ranking de
destinos por mención
espontánea

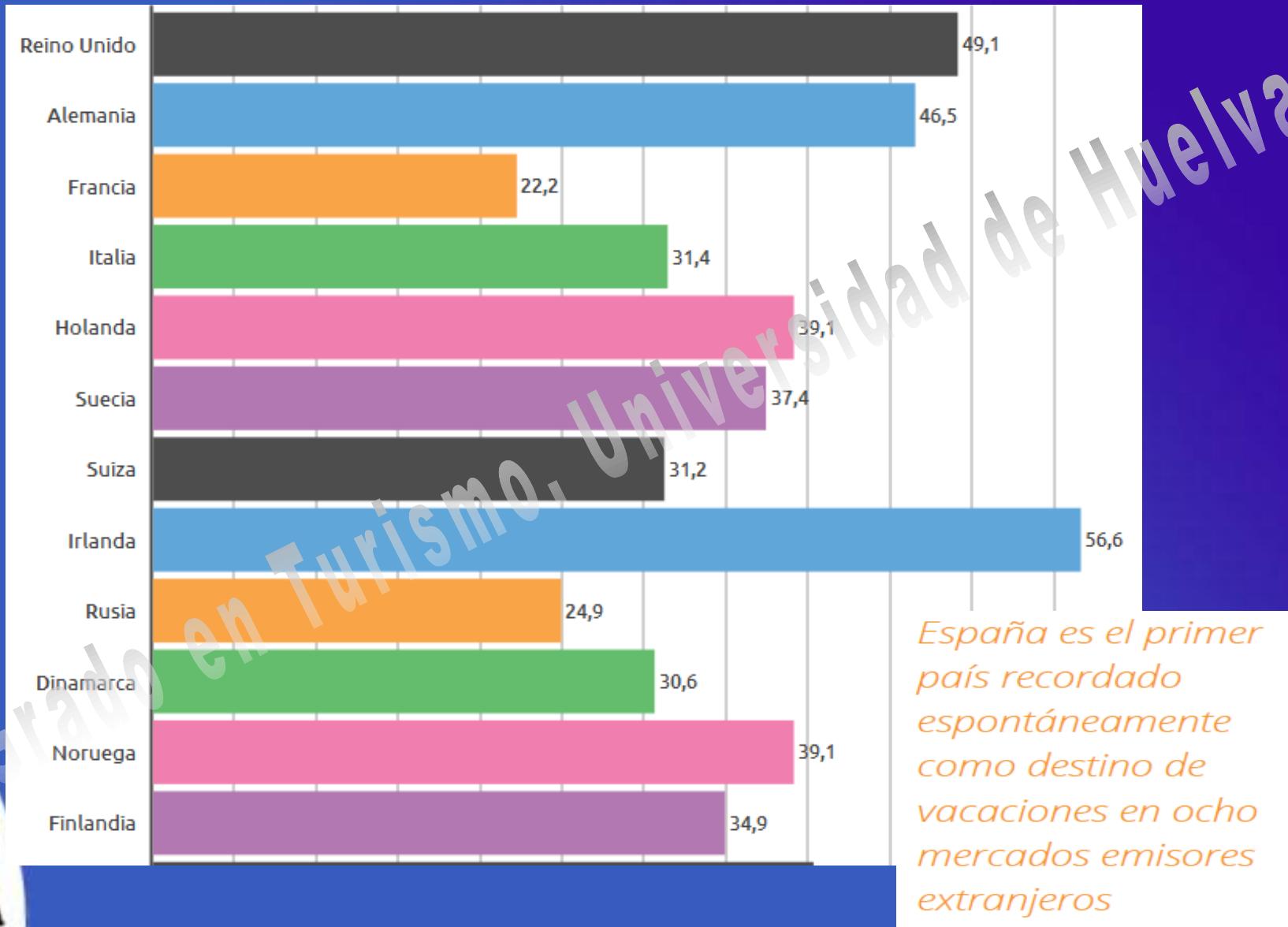
Reino Unido	49,1	1
Alemania	46,5	1
Francia	22,2	2
Italia	31,4	2
Holanda	39,1	1
Suecia	37,4	1
Suiza	31,2	2
Irlanda	56,6	1
Rusia	24,9	2
Dinamarca	30,6	2
Noruega	39,1	1
Finlandia	34,9	1
Bélgica	40,3	2
Portugal	18,8	6
Polonia	38,3	1
Austria	29,9	2
Japón	13,6	6
China	5,4	12
EEUU	10,7	7
Brasil	12,4	5
México	24,5	3
Argentina	16,9	5
Canadá	7,5	9

Fuente: informe de tracking encargado por Turespaña en abril de 2013. El estudio se realizó a través de encuestas online mediante panel con una muestra de

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



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



El turismo refuerza el reconocimiento de España en el mundo

La Unión Europea, como actor único, es la región del mundo líder en presencia global

Los 10 países más citados en las agencias de noticias

	Total de noticias	Total 2010-2014
Estados Unidos	3.066.253 (excl. AP)	2.224.585 (excl. AP)
Alemania	1.309.783 (excl. DPA)	879.006 (excl. DPA)
China	1.172.688 (excl. Xinhua)	860.402 (excl. Xinhua)
Francia	1.080.376 (excl. AFP)	737.606 (excl. AFP)
España	1.064.674 (excl. EFE)	823.049 (excl. EFE)
Reino Unido	1.048.008 (excl. Reuters)	741.248 (excl. Reuters)
Japón	974.240	598.361
Rusia	971.005 (excl. ITAR-TASS)	675.130 (excl. Reuters)
India	865.326	614.823
Italia	838.601 (excl. ANSA)	591.270 (excl. ANSA)

Fuente: Factiva



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

El Word 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 ¹	Change since 2017		Diff. from
			Rank	Diff.	
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 desetino para la **celebración congresos internacionales y de acontecimientos deportivos**.

España lidera de nuevo el Índice de Competitividad Turística mundial

De este modo, España obtiene la posición de liderazgo gracias principalmente a "sus recursos culturales (1er puesto global), su capacidad para figurar entre los primeros puestos en las búsquedas online de ocio (4^a posición) y sus excelentes infraestructuras turísticas (4^a posición), según explican los autores del informe.

Las primeras 10 economías mejor preparadas para el turismo

País	Posición mundial *
España	1
Francia	2
Alemania	3
Estados Unidos	4
Reino Unido	5
Suiza	6
Australia	7
Italia	8
Japón	9
Canadá	10

¿Qué países pueden contar más con sus recursos culturales para su industria turística?

País	Posición mundial *
España	1
Francia	2
Italia	3
China	4
Alemania	5
Japón	6
Reino Unido	7
Brasil	8
Australia	9
India	10



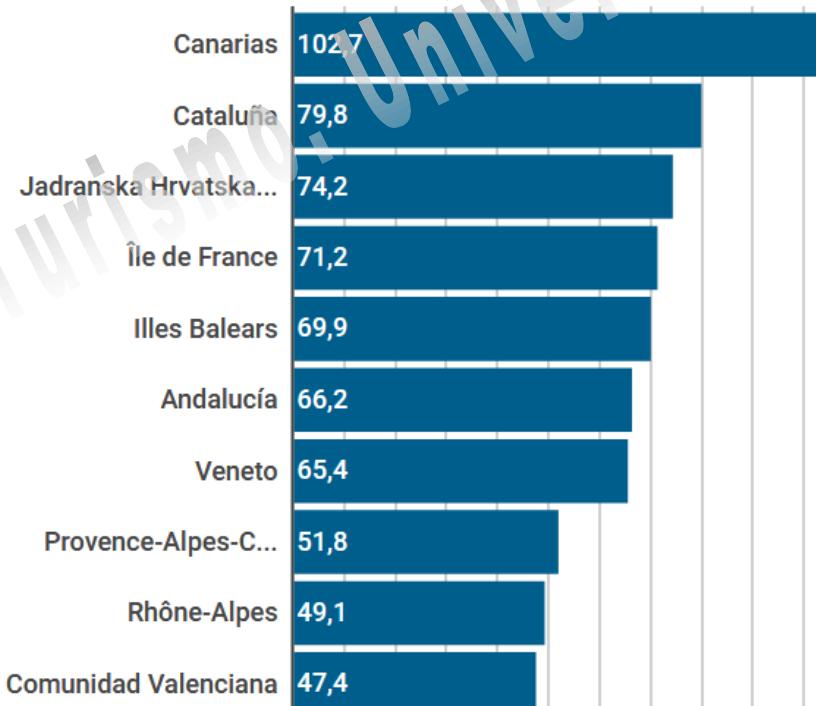
Las 20 mayores regiones turísticas de la UE: Canarias y Cataluña en cabeza

De las 276 regiones de la UE, el top 20 de las más turísticas incluye cinco de España

Ranking de las 20 regiones de la UE con más pernoctaciones

Cifras de 2016 / Millones de noches y porcentajes

Pernoctaciones (millones)



El Parque Güell y la Plaza Mayor, entre los 12 primeros del ranking

Los lugares más fotografiados del mundo

según los datos recopilados por el portal de **Google SightsMaps**.

- 1. Nueva York.** El lugar más fotografiado es el museo **Solomon R. Guggenheim**, el icónico edificio diseñado por Frank Lloyd Wright que cuenta con una rampa que se extiende a lo largo del inmueble desde el nivel inferior.
- 2. Roma:** la Trinità dei Monti, una iglesia católica que se encuentra sobre los escalones de la Piazza di Spagn, supera incluso al Coliseo.
- 3. Barcelona:** el **Park Güell**, un parque salpicado por la colorida y modernista arquitectura de Antonio Gaudí, seguido muy de cerca por la Sagrada Familia.
- 4. París:** el cabaret Moulin Rouge, compitiendo muy de cerca con la Torre Eiffel, se lleva la palma como el lugar más fotografiado de la capital parisina.
- 5. Estambul:** el lugar al que más apuntan los flashes es Kiz Kulesi, o la Torre de la Doncella, una estructura bizantina medieval que se encuentra en una pequeña isla en medio del estrecho del Bósforo.



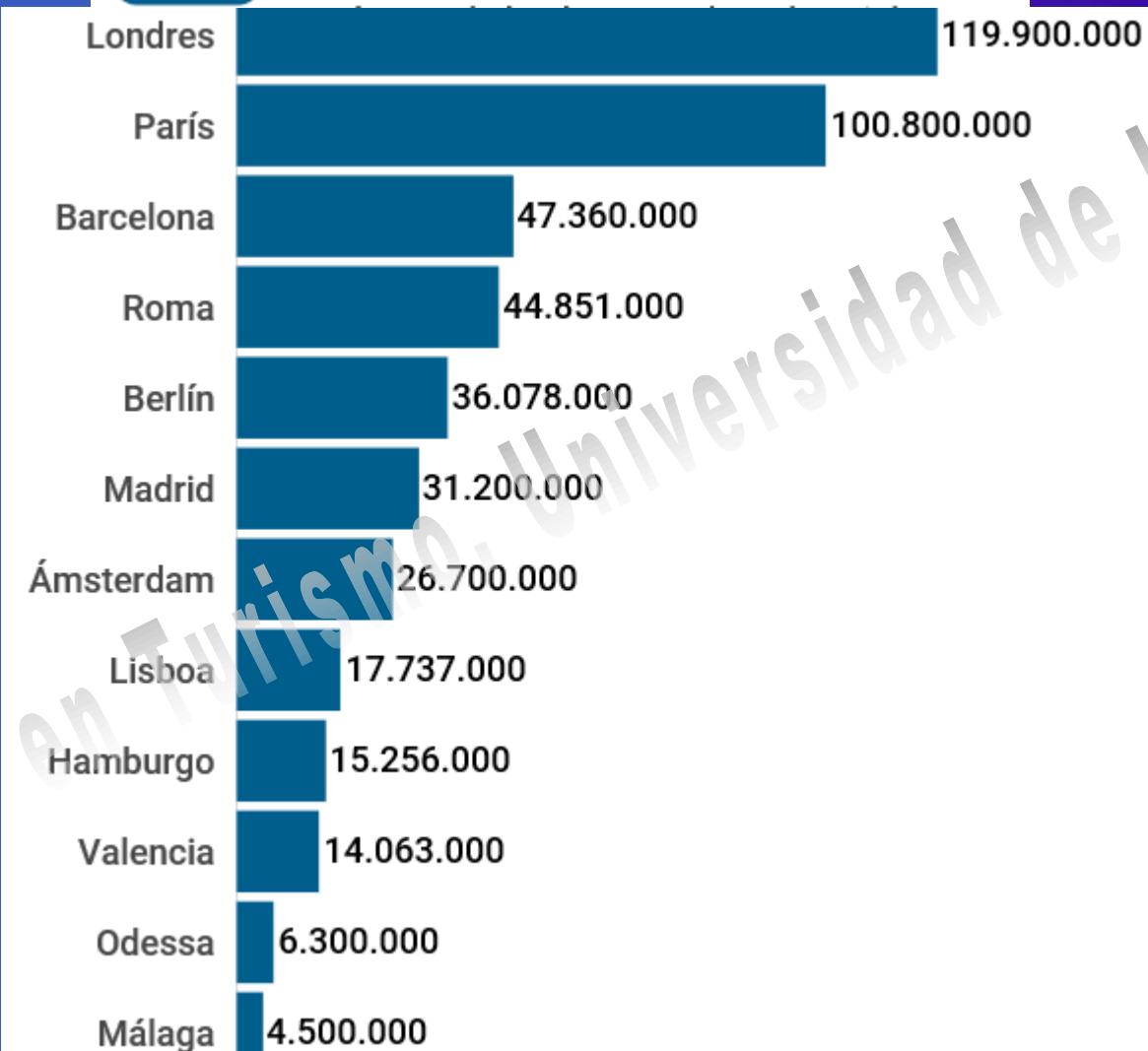
Los lugares más fotografiados

- 6. Venecia:** el Ponte dell'Accademia, que cruza el Gran Canal y ofrece unas vistas impresionantes de la ciudad italiana, es el lugar con mayor reproducción de imágenes.
- 7. Monte Carlo, Mónaco:** el Hotel de Paris de Monte Carlo, conocido por ser el escenario de películas como las de James Bond.
- 8. Florencia:** la Piazzale Michelangelo es conocida como el lugar donde captar la mejor panorámica de la ciudad.
- 9. Buenos Aires:** el sitio más fotografiado de la capital argentina es Caminito, un callejón lleno de coloridos edificios, tiendas y artistas de la calle.
- 10. Budapest:** la Basílica de San Esteban, que alberga la supuesta mano derecha de San Esteban, el primer rey católico de Hungría.
- 11. Praga:** el reloj astronómico, el reloj de trabajo más antiguo del mundo, que data de 1410 y está decorado con figuras góticas, sigue siendo uno de los lugares favoritos de los turistas que visitan la capital checa.
- 12. Madrid:** el sitio más fotografiado es la **Plaza Mayor**, donde destaca la estatua del rey Felipe III.





Ciudades de Europa más fotografiadas en Instagram

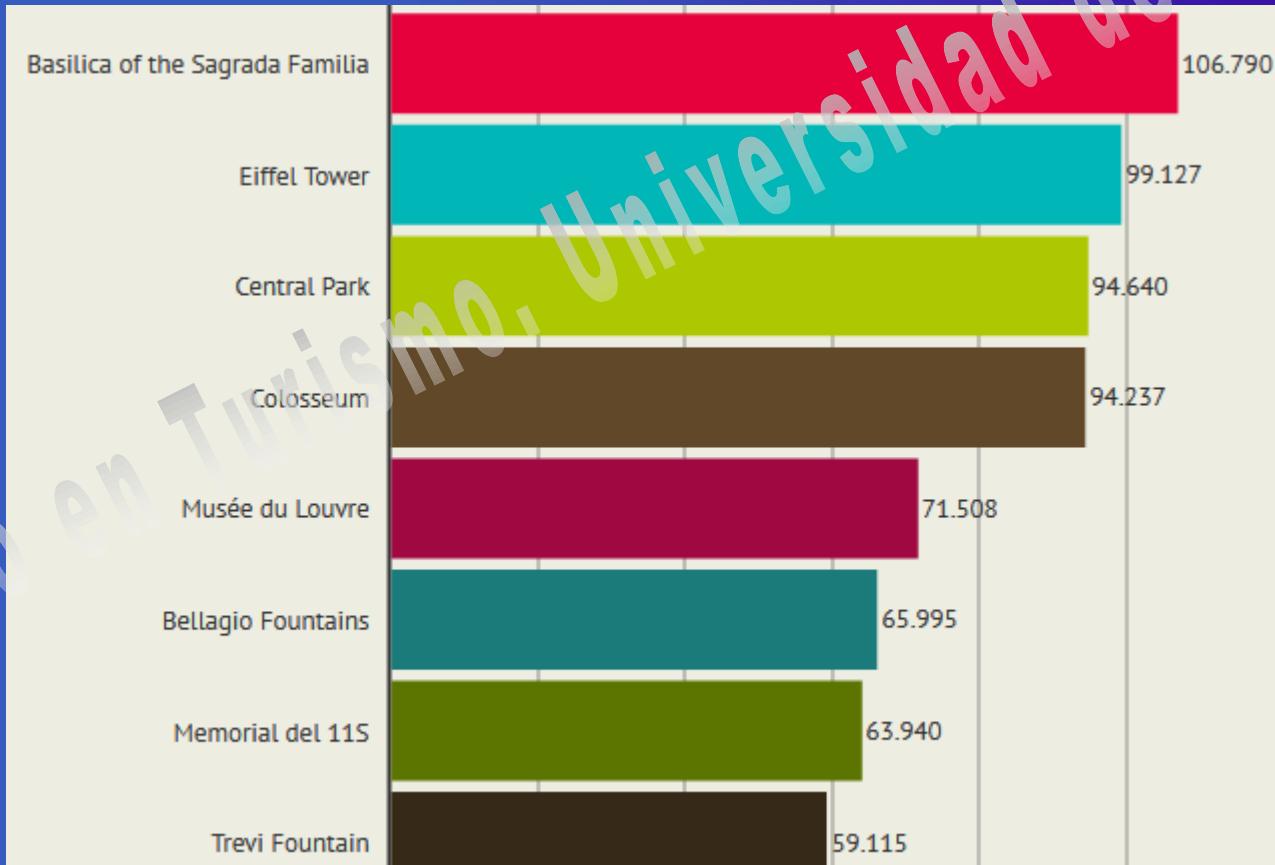


Los 25 sitios turísticos más comentados del mundo y de España



Ranking mundial

Fuente: TripAdvisor. Número de opiniones

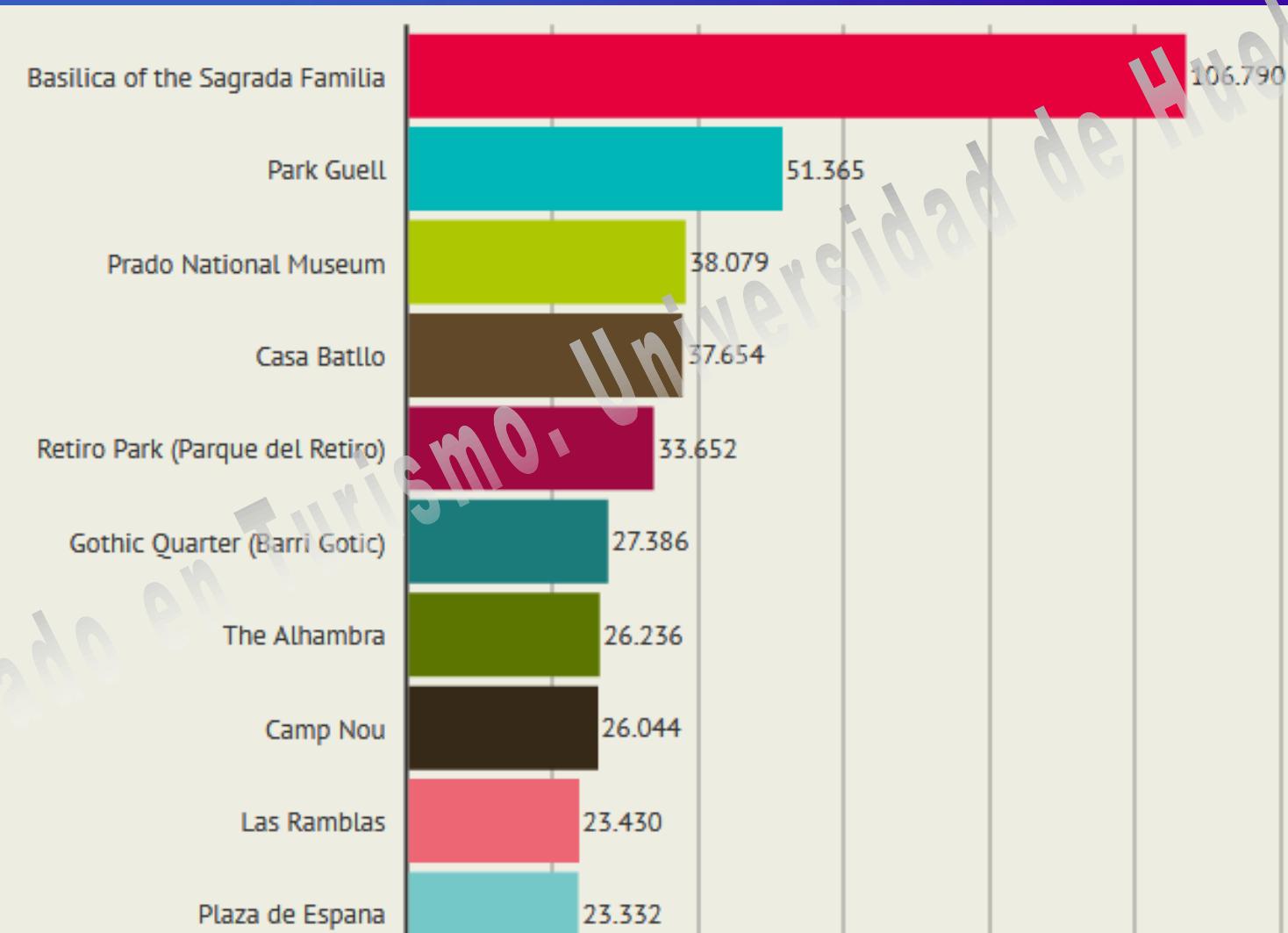




Ranking de España

"La Basílica de la Sagrada Familia ha sido el primer lugar del mundo en superar las 100.000 opiniones"

TripAdvisor





Ranking de España



Airbnb señala al barrio sevillano de Triana como uno de los 16 de moda en 2016

Los 16 destinos de todo el mundo que estarán de moda este año según Airbnb son:

1. Chūō-ku en Osaka (Japón), con un crecimiento del 7.000%
2. Banglampoo en Bangkok (Tailandia), +1.230%
3. Brickfields en Kuala Lumpur (Malasia), + 1.200%
4. Capucins en Burdeos (Francia), +960%
5. Koukaki en Atenas (Grecia), +800%
6. Triana en Sevilla (España), +770%
7. Hammerbrook en Hamburgo (Alemania), +415%
8. Kaneohe en Oahu (Estados Unidos), +320%
9. Meireles en Fortaleza (Brasil), +285%
10. Roma Sur en México DF (México), +275%
11. Oak Lawn en Dallas (Estados Unidos), +260%
12. Poncey-Highland en Atlanta (Estados Unidos), +240%
13. Distrito VII en Budapest (Hungría), +145%
14. The Bukit Peninsula en Bali (Indonesia), +130%
15. Richmond en Melbourne (Australia), +126%
16. Constitución en Buenos Aires (Argentina), +125%



Sevilla, la mejor ciudad para visitar en 2018, según Lonely Planet

La guías Lonely Planet, a través de su publicación **Best in Travel 2018** que selecciona los mejores destinos para el próximo año, han elegido Sevilla como la mejor ciudad del mundo para visitar, en un acto en el que **El Año Murillo** ha sido el gran protagonista.



Según un estudio de Kayak

España, el país europeo más buscado en 2017

España es el destino europeo más buscado para viajar en 2017, seguido de Italia, Reino Unido y Alemania, según un análisis realizado por el buscador de viajes [Kayak](#) con motivo del Día Internacional del Turismo, que se celebra hoy. Ha estudiado millones de búsquedas de vuelos de todo el mundo para determinar cuáles son los enclaves de Europa y nacionales más deseados de este año entre sus usuarios.

Barcelona y Madrid, por este orden, son las ciudades españolas favoritas de los usuarios de Kayak, pero abundan más los destinos de sol y playa, con **Palma de Mallorca, Santa Cruz de Tenerife, Ibiza o Málaga** entre los destinos más populares en España.

Posición	País
1	España
2	Italia
3	Reino Unido
4	Alemania
5	Francia
6	Grecia
7	Portugal
8	Países Bajos
9	Irlanda
10	Suiza



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



El valor de marca: Branding

Andalucía, marca turística más valorada por la prensa internacional

El destino andaluz revalida por tercer año su liderazgo



El valor de marca: Branding

Andalucía, marca turística más valorada por la prensa internacional

El destino andaluz revalida por tercer año su liderazgo

Andalucía sigue siendo la marca turística general más valorada por los periodistas del todo el mundo en 2013, por tercer año consecutivo, con una puntuación de 8,2 sobre 10, según refleja el "Estudio de marcas turísticas españolas" de [Oak Power Comunicación](#).

Según explica el gabinete de comunicación que ha realizado el estudio, la marca Andalucía logra una valoración algo más baja que el año anterior, 3 décimas menos.

"La marca turística Andalucía mantiene su hegemonía en el mundo debido a su enorme y único patrimonio turístico, con historia, cultura, música, gastronomía, naturaleza, playas, calidad de las infraestructuras... Si bien es cierto que su puntuación ha bajado ligeramente posiblemente debido al fuerte ajuste de la promoción turística", explica **Maria Asenjo**, directora general de Oak Power.

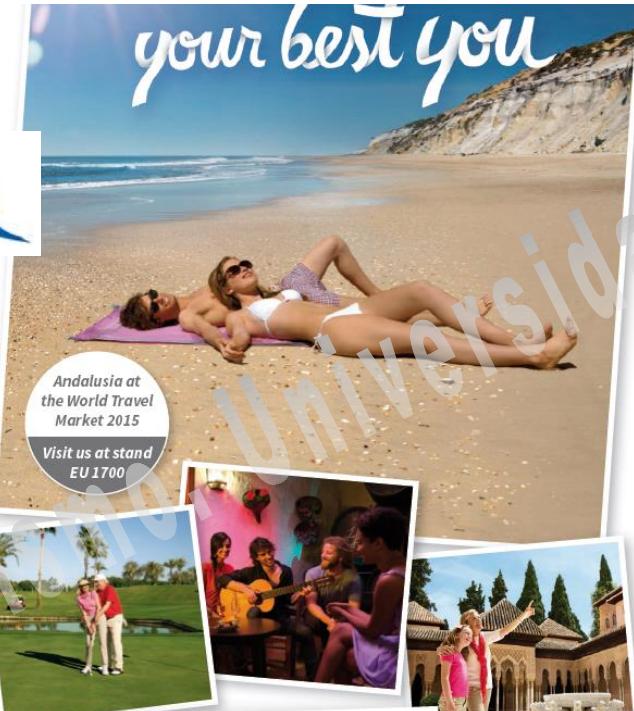
Ver también el último Índice de Precios Hoteleros de Hoteles.com: [Andalucía, bien posicionada para los clientes extranjeros de hoteles en 2012](#) y [Andalucía firma alianzas con Rewe y FTI para crecer en Alemania](#).

Cabe recordar que [el turismo generó 16.300 M € en Andalucía](#) en 2012, lo que significó un crecimiento real del 3,8%, según informó el consejero de Turismo y Comercio andaluz, [Rafael Rodríguez](#), en Fitur.



La Junta de Andalucía destinará 80 M € al turismo en 2016

Andalucía



El turismo, 13% del PIB de Andalucía

El sector turístico representa casi del 13% del Producto Interior Bruto regional, según ha informado la Junta.

Durante el pasado año, Andalucía recibió cerca de **26 millones de visitantes**, lo que supone un crecimiento del 7,9%, y registró casi 48 millones de pernoctaciones en los establecimientos hoteleros, un 6,5% más.

"Además, los ingresos totales generados por la actividad en 2015 se situaron en 17.600 millones de euros (un 5% más en términos reales); mientras que el empleo en la hostelería aumentó un 7,5% al cierre del ejercicio, hasta los **216.000 trabajadores**", explica el gobierno andaluz.



ICONOS CON MARCA ESPAÑA EN EL ADN



Algunos de los iconos que identifican a España, tal como aparecen en los bancos de imágenes y fotografías que usan los medios de comunicación internacionales. Imagen: Shutterstock



LA MARCA ESPAÑA

