



**ESPAÑA**

**Panorama Turístico 2019**

## Visión General ♦ España y el mundo

### Número de viajes en el mundo

AÑO	NÚMERO DE VIAJES	INCREMENTO
2017	1.322M	7%

NÚMERO DE VIAJES / RESIDENTES EN ESPAÑA

**157.264.041**

### Economía en España

**PIB 2018:** +2,7%

**Previsión 2019:** + 2,2%

**Previsión 2020:** + 1,8%

**Desempleo:** 14,8% (octubre 2018)

**Renta media por hogar:** € 27,558 (2017)

**Número de ricos:** 224,200 in 2017 (+ 76% vs. 2008)

**Número de ultra ricos:** 579 en 2016 (más de 30 M €)

## Gasto de los españoles

- ◆ El gasto total de los viajes del tercer trimestre de 2018 es de 19.055 millones de euros, lo que supone un aumento del 4,6% respecto al mismo periodo de 2017.
- ◆ En los viajes con destino nacional el gasto total sube un 2,3% y en los realizados al extranjero un 9,3%.
- ◆ El gasto medio diario se sitúa en 40 euros en los viajes con destino interno y en 90 euros en los viajes al extranjero.
- ◆ Durante los nueve primeros meses de 2018 el gasto total de los viajes de los residentes se incrementa un 6,8%. El crecimiento es del 4,1% en los viajes internos y del 12,6% en los realizados al extranjero.
- ◆ España es el nº13 en el ranking mundial de los países que más gastan en viajes al extranjero.

## Turismo emisor

- ◆ Los residentes en España gastaron 18.374 M € en sus viajes al extranjero de enero a octubre.
- ◆ Los ingresos por turismo extranjero en España, crecieron un 5,6% en octubre y acumulan un crecimiento en lo que va de año del 3,3%, de 55.161 millones de euros.
- ◆ El saldo gastos/ingresos registró en los diez primeros meses de 2018 el sector turístico español ha acumulado un superávit de 36.787 millones de euros, un 0,7 % menos del registrado en las mismas fechas de 2017.

# Forma de viajar en España

## ANTELACIÓN DE RESERVAS

Sólo el 6,8% reserva con más de 60 días antes de la salida. El 20,1% lo hace entre 10 y 19 días antes. De la misma forma, son muchos los que preparan la escapada de cuatro a nueve días antes (19,9%). Por su parte, el 19,5% lo hace de uno a tres días antes. Sólo el 2% busca opciones el mismo día de la salida.

## TRANSPORTE

En los nueve primeros meses de 2018 los viajes internos en vehículo propio (117.073.735 en total) aumentan un 0,6% y los viajes al extranjero en transporte aéreo (9.657.938 en total) crecen un 21,2%, respecto al 2017.

## ALOJAMIENTO

Durante los nueve primeros meses de 2018, los viajes con destino interno de residentes que se alojan en viviendas de familiares o amigos (62.726.833 en total) disminuyen un 0,1%. Por su parte, los viajes al extranjero en alojamiento hotelero (5.618.147 en total) aumentan un 11,7%, en comparación con el mismo período de 2017.

## MOTIVO

En los nueve primeros meses de 2018 los viajes de ocio (83.523.701 en total) aumentan un 2,9% y las visitas a familiares o amigos (53.559.970 en total) un 0,5% que los tres primeros trimestres de 2017.

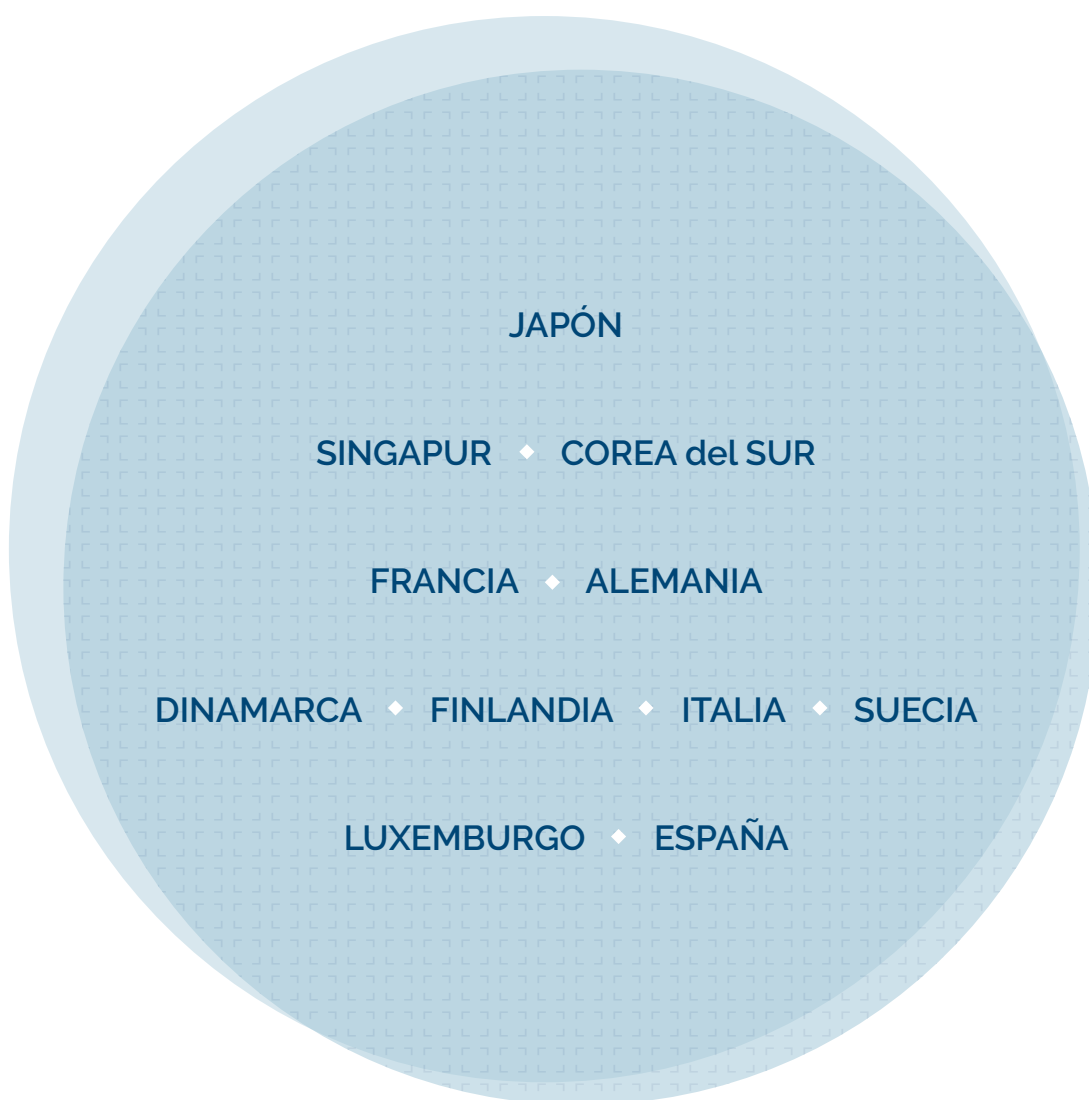
## ESPAÑA

### ENTRE LOS 10 PAÍSES CON MÁS MILLONARIOS

Según el informe “Global Wealth in 2018” de Credit Suisse,  
los 10 países con más millonarios son:

PAÍS	NÚMERO DE MILLONARIOS	% DEL TOTAL MUNDIAL
<b>1 ESTADOS UNIDOS</b>	<b>17.350.000</b>	<b>41%</b>
<b>2 CHINA</b>	<b>3.480.000</b>	<b>8%</b>
<b>3 JAPÓN</b>	<b>2.809.000</b>	<b>7%</b>
<b>4 REINO UNIDO</b>	<b>2.433.000</b>	<b>6%</b>
<b>5 ALEMANIA</b>	<b>2.183.000</b>	<b>5%</b>
<b>6 FRANCIA</b>	<b>2.147.000</b>	<b>5%</b>
<b>7 ITALIA</b>	<b>1.362.000</b>	<b>3%</b>
<b>8 CANADÁ</b>	<b>1.289.000</b>	<b>3%</b>
<b>9 AUSTRALIA</b>	<b>1.288.000</b>	<b>3%</b>
<b>10 ESPAÑA</b>	<b>852.000</b>	<b>2%</b>

## PASAPORTES MÁS VALIOSOS



# Principales sectores turísticos

## CRUCEROS

El primer semestre de 2018 muestra un balance para el emisor español de cruceros que permite ser optimistas, con una subida del 8,4%.

En el primer trimestre de 2018, 48.000 españoles disfrutaron de un crucero, un 6% más que en el trimestre anterior, y 127.000 lo hicieron en el segundo trimestre, un 9,3% más que en el periodo anterior.

Respecto a la duración del crucero, los españoles estuvieron de media de crucero 7,3 días en el primer semestre de 2018, a diferencia de los 7,7 días del año anterior.

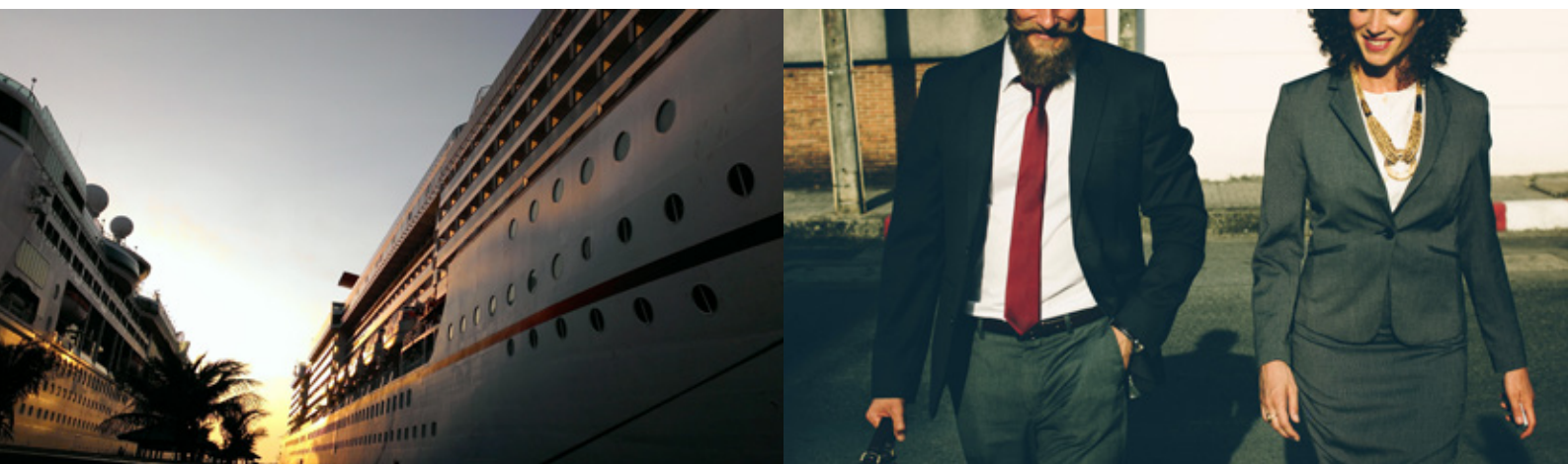
Hasta el noviembre de 2018 9.562.851 personas han hecho un crucero en España, +11,45% que el 2017.

## DESTINOS

Los cruceros por el Mediterráneo Occidental 82.500 pasajeros (47%), Mediterráneo Oriental 24.200 pasajeros (24%), y un crecimiento del 19%, Caribe/Bahamas, con 20.700 pasajeros y un descenso del 1,88%, Norte de Europa con 15.700 pasajeros y un incremento del 11,79% en las Islas Canarias, dónde viajaron 13.000 pasajeros incrementándose en un 83%.

## BUSINESS & MICE

A lo largo de este año la demanda de reuniones y eventos crecerá entre un 5% y un 10%, y el tamaño medio de las reuniones aumentará en casi todas las regiones del mundo.



## LUJO



### Los expertos europeos en viajes dicen que...

Los viajes de lujo están asociados con experiencias exclusivas y únicas, así como servicios más personalizados.

Al realizar una compra, los viajeros de alto nivel eligen primero el destino, luego el servicio insitu, preferiblemente un exclusivo hotel boutique seguido de hoteles internacionales.

El número de viajes de lujo disminuye a un máximo de 3 viajes por año.

La mayoría de los viajeros de lujo aún reservan offline y confían en las recomendaciones de un especialista en viajes.

### Viajeros de lujo de un vistazo

La generación X está en aumento: la mayoría son parejas con edades comprendidas entre 36 y 55 años.

Mientras están de vacaciones buscan relajación y comodidad, y también les encanta la degustación de comida gourmet, la cultura y excursiones privadas en la naturaleza.

Son sensibles a la relación calidad-precio y al valor añadido, más que al precio.

Su presupuesto por viaje es de entre 5.000€ y 10.000€.

Confían en las recomendaciones de amigos y familiares, así como en las reseñas de Internet.

### Qué esperar en los próximos años

Los viajeros de alto nivel serán extremadamente exigentes, informados y cada vez más sensibles a las soluciones de viaje ecológicas.

Los viajes de lujo en general aumentarán en un 6-10% en los próximos 2-3 años.





## GASTRO

Una de las redes sociales favoritas de los viajeros es Instagram. De los viajeros españoles en esta plataforma, el 71% ha comprado un billete al extranjero y el 84% ha adquirido viajes locales dentro de su propio país. De los diversos intereses que motivan esos viajes, el turismo gastronómico es uno de los nichos de mercado que más rápido crece. El 75% de los turistas en Instagram elige un destino por su experiencia gastronómica y el 88% de los destinos considera que la gastronomía es clave para su marca e imagen.

### SEGÚN EL 1ER ESTUDIO DE TURISMO GASTRONÓMICO EN ESPAÑA, REALIZADO POR THE BLUEROOM PROJECT:

La tradición culinaria influye en la imagen de un destino y puede determinar la elección del viajero

El 80% de los profesionales cree que la comida es un factor importante a la hora de elegir un destino.

Un verdadero segmento del mercado turístico

El 44% vende un paquete gastronómico, y el 24% tiene intención de hacerlo.

Una comunicación a medida

La venta directa permanece como la mejor opción para los paquetes del Turismo Gastronómico.

El auge de Internet

Aunque el comercio tradicional permanece como la opción más elegida, las agencias promocionan sus productos a través de Internet y las Redes Sociales debido al aumento de ventas online y del uso de Internet.



### Un mercado en pleno crecimiento

En los últimos tres años, el 73% ha notado un aumento de la demanda; de éstos, el 42% dijo que el aumento fue "considerable".

### Clientes potenciales

Hombres y mujeres de entre 36 y 55 años, que prefieren viajar en pareja durante 2-3 días y gastar una media de entre 100 y 250 euros por persona y día.

### El valor añadido

Las visitas a destino y sus alrededores son las más demandadas por el gastroturista junto a itinerarios culturales.



## LGBT



Las fiestas del Orgullo 2018 en Madrid atrajeron a más de un millón de visitantes a la capital, menos que en la edición de 2017 por la itinerante y más dimensionada World Pride, pero el gasto ha sido mayor que la edición anterior.

El gasto medio por viajero será de unos 500 euros en sectores como el ocio cultural, el comercio, la hostelería y la restauración y el hotelero.

El perfil de los turistas LGBTI es muy diverso, aunque la mayoría tienen una edad comprendida entre los 28 y los 40 y gastan hasta un 35 % más que un turista convencional.

Las fiestas de Orgullo son el principal motivo de atracción de turistas gay. Así aparte de Madrid otros destinos españoles populares entre la comunidad LGTBI son Sitges en Barcelona y Maspalomas en Gran Canaria, o ahora Torremolinos, un destino emergente que está apostando mucho en por este segmento. A nivel internacional los destinos favoritos son Israel, Canadá, Tailandia, Ciudad de Cabo, Nueva York y Portugal.

## P2P



Según el informe *Tourism and the Sharing Economy*, la tasa de crecimiento anual de los servicios de hospedaje P2P en el mundo se estima en 31 % entre 2013 y 2025, una tasa seis veces mayor a la de los servicios de alojamiento y desayuno y los hostales tradicionales.

Según los datos registrados por el V Barómetro del Alquiler Vacacional en España realizado por HomeAway en colaboración con la Universidad de Salamanca, el uso de vivienda turística aumenta un 33% en los dos últimos años. La actividad del sector generó un impacto económico de cerca de 62 mil millones en España. Además, el 32 % del gasto total de estancia por persona alojada en una vivienda turística se realiza en los comercios del entorno

## PRINCIPALES SECTORES TURÍSTICOS

### BLEISURE

Más del 50% de los milenials españoles se ha apuntado a la nueva tendencia del bleisure, una práctica que combina los viajes de negocios con las actividades de ocio. Suelen viajar acompañados por al menos una persona y registran un gasto medio por individuo y viaje de 743 euros. La conectividad permanente es otro de los factores que definen a este perfil, teniendo en cuenta que un 45% de ellos siguen en contacto con familiares o amigos durante sus desplazamientos y un 55% también lo hace con sus clientes.

### SHOPPING

En 2017, unos 130 millones de ciudadanos chinos viajaron al extranjero, cerca de 14 millones visitaron Europa y cerca de 515.000, España. El turismo de compras es un punto clave para mantener esta senda del crecimiento del gasto que todo el sector busca. El 2017 sólo unas 74.500 personas viajaron a España exclusivamente con un motivo de compras.

España se llevó en 2017 sólo el 3,7% de los turistas chinos que llegaron a Europa; 515.000 frente a 13,6 millones. Ocupa el cuarto puesto en preferencias para los turistas de compras pese a ser el primer país del mundo en competitividad turística.

## ECO ♦ RURAL

El 45.53% de los turistas rurales reserva con menos de un mes de antelación, un 24.58% con menos de 15 días y un 10.47% contrata su alojamiento 5 días o menos antes de la fecha del viaje.

El principal problema del sector sigue siendo la estacionalidad. Hay altos picos de ocupación durante los puentes y los periodos vacacionales, picos un poco más moderados durante los fines de semana y muy poca ocupación las noches del lunes al jueves.

## SALUD

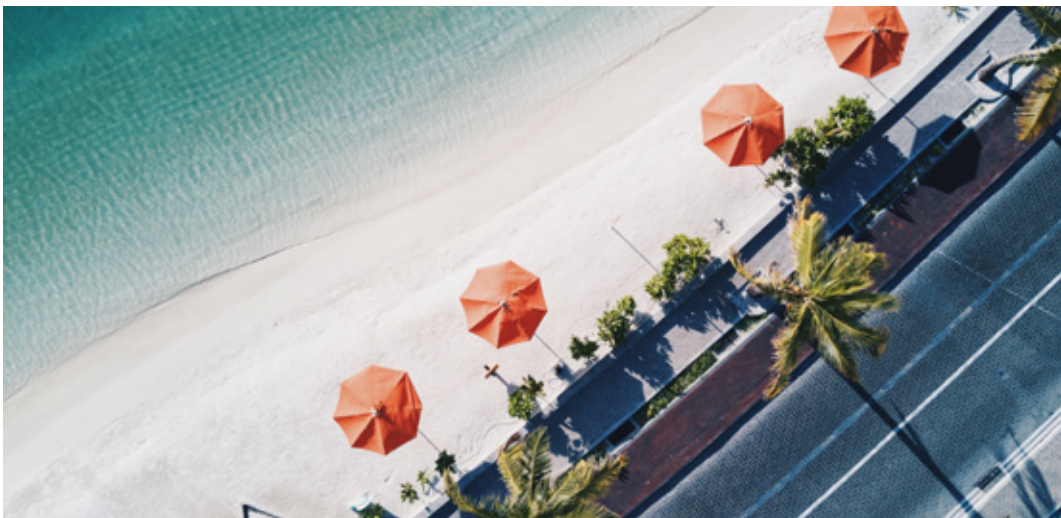
Los viajeros de este sector tienen un buen nivel adquisitivo: 140.000 visitantes de 2016 que supusieron unos 500 millones de euros de gasto directo, según las estimaciones de Spaincares. Ello supone unos 3.500 euros por persona, mientras que la media del total de visitantes ese año, según Turespaña, está alrededor de 1.000€.

El Turismo de Salud está previsto de seguir creciendo en España especialmente en el gasto de los viajeros, que en 2018 dejarán un 7% más que en años anteriores y respecto a los turistas tradicionales.

## CITY TRIPS POR ENCIMA DE SOL Y PLAYA

Los destinos urbanos de todo el mundo recibieron el año pasado 190 millones de viajeros internacionales.

El turismo urbano ha triplicado sus cifras en una década gracias a los vuelos baratos y nuevas fórmulas de alojamiento.



# Turismo y tecnología ♦ Digital

## Compras ♦ reservas online

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha revelado que la industria que más factura en comercio electrónico es la relacionada con las agencias de viajes y operadores turísticos, con un 14,8% del total, seguida por el transporte aéreo, con un 11,8% y los hoteles y alojamientos, con un 5,1%.

El sector turístico supone el 29,3% de facturación dentro de España y el 73,6% de las compras desde el exterior.

## Penetración de smartphones en España

96% de ciudadanos tiene un teléfono móvil y de ellos, un 87% son smartphones.

El 66% de la población mundial ya cuenta con móvil, mientras que internet tiene una penetración de tan solo el 50%.

España lidera el ranking mundial en penetración de smartphones con un 88% de usuarios únicos.

El móvil es el dispositivo más utilizado en España para acceder al internet, usado por el 94,4% de los españoles.



# TENDENCIAS EN MK y TURISMO .com

## OPTIMIZACIÓN DIGITAL

La inversión en publicidad y campañas digitales sigue mostrando un aumento constante. Las facilidades que proporcionan el denominado Bid Data y la amplia penetración de internet en la vida de los españoles suponen un aumento de la inversión en este canal. Sin embargo, hay factores clave que pulir para desarrollar con éxito estas campañas con aspectos como una carga rápida de la página que no supere los tres segundos para evitar fugas de leads, así como la adecuación de las ofertas en campañas promocionales para evitar un malgasto de la inversión. Estos factores son clave para obtener un ROI adecuado de la inversión.

## INSTAGRAM / INFLUENCERS

Más de 50% de los usuarios valoran positivamente los comentarios y aceptan que influyen en sus decisiones de compra las recomendaciones de los influencers. Otro estudio demuestra que el 88% de las marcas consideran las acciones con influencers muy positivas para lograr notoriedad y la mitad los considera efectivos para aumentar las ventas.

## NUEVAS REDES

Las redes sociales ya forman parte del día a día de las personas y de las empresas. Las marcas turísticas están explotando cada vez más las tendencias en redes sociales y dando una mayor importancia a las plataformas basadas en la imagen como son Instagram e, incluso, explorando redes sociales internacionales como WeChat y Weibo para introducirse en el mercado Chino.

## BLACKFRIDAY

Con el objetivo de reforzar las ventas en uno de los peores trimestres del año, el sector turístico se ha sumado a la campaña nacida en Norteamérica llamada Black Friday, que se celebra justo después del día de Acción de Gracias. En España, tanto el sector de transporte como aerolíneas, Renfe y autobuses, así como de alojamiento y agencias de viajes han lanzado diversas campañas con descuentos.



# TENDENCIAS EN MARKETING 2019

SEGÚN REBIXIT CONSULTING

1. Maximizar el SEO local
2. Tener una web mobile-friendly
3. Crear más contenido
4. Estar más presente que nunca en redes sociales
5. Utilizar vídeo en la estrategia de marketing

# DESTINOS MÁS POPULARES PARA LOS ESPAÑOLES

## ASIA Y OCEANÍA

---

- 1 TAILANDIA
- 2 VIETNAM
- 3 CHINA
- 4 JAPÓN
- 5 INDONESIA
- 6 INDIA
- 7 MYANMAR
- 8 SINGAPUR
- 9 MALDIVAS
- 10 FILIPINAS

## AMÉRICA

---

- 1 ESTADOS UNIDOS
- 2 CANADÁ
- 3 MÉJICO
- 4 REPÚBLICA DOMINICANA
- 5 ARGENTINA
- 6 PERÚ
- 7 CUBA
- 8 COSTA RICA
- 9 BRASIL
- 10 CHILE

## AFRICA

---

- 1 MARRUECOS
- 2 KENIA
- 3 TANZANIA
- 4 MAURICIO
- 5 SUDÁFRICA
- 6 SEYCHELLES
- 7 ETIOPIÁ
- 8 SENEGAL
- 9 ZAMBIA
- 10 BOTSUANA

## EUROPA

---

- 1 ITALIA
- 2 FRANCIA
- 3 PORTUGAL
- 4 REINO UNIDO
- 5 TURQUÍA
- 6 GRECIA
- 7 ALEMANIA
- 8 PAÍSES BAJOS
- 9 BÉLGICA
- 10 ESCANDINAVIA

## CIUDADES MÁS POPULARES DE CORTA DISTANCIA

- 1 PARÍS
- 2 LONDRES
- 3 ROMA
- 4 BERLÍN
- 5 LISBOA
- 6 ÁMSTERDAM
- 7 BRUSELAS
- 8 FLORENCIA
- 9 MILÁN
- 10 PRAGA

## DESTINOS MÁS POPULARES DOMÉSTICOS

- 1 BARCELONA
- 2 PALMA DE MALLORCA
- 3 MADRID
- 4 SEVILLA
- 5 VALENCIA
- 6 BILBAO
- 7 LAS PALMAS DE GRAN CANARIA
- 8 MÁLAGA
- 9 GRANADA
- 10 LANZAROTE

# LOS 20 DESTINOS MÁS BUSCADOS POR LOS ESPAÑOLES EN 2018

## SEGÚN TRABBER

- |                     |                               |
|---------------------|-------------------------------|
| 1 MADRID            | 11 LAS PALMAS DE GRAN CANARIA |
| 2 NUEVA YORK        | 12 LONDRES                    |
| 3 PALMA DE MALLORCA | 13 LANZAROTE                  |
| 4 BANGKOK           | 14 ATENAS                     |
| 5 TENERIFE          | 15 IBIZA                      |
| 6 BARCELONA         | 16 MIAMI                      |
| 7 TOKIO             | 17 PARÍS                      |
| 8 MAHÓN             | 18 SAN JOSÉ                   |
| 9 LIMA              | 19 LOS ÁNGELES                |
| 10 LA HABANA        | 20 DUBLÍN                     |

# fuentes

AERVIO  
AGENTTRAVEL  
AYUNTAMIENTO DE MADRID  
BANCO DE ESPAÑA  
BRAINTRUST CONSULTING SERVICE  
CAPGEMINI  
CIVITATIS  
CLIA ESPAÑA  
CLUB RURAL  
COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA  
CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE MADRID  
CREDIT SUISSE  
CWT MEETINGS & EVENTS  
DESTINO INSTAGRAM  
DITRENDIA  
ESTUDIO ANUAL DE REDES SOCIALES  
FMI  
HOSTELTUR  
INE  
LAUNCH METRICS  
OMT -UNWTO  
OXFORD ECONOMICS  
PANGAEA NETWORK  
PHOCUSWRIGHT  
PUERTOS DE ESPAÑA  
REBIXIT CONSULTING  
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO  
SPAIN CARES  
TREBBER  
TURESPAÑA  
WORLD BANK



marketing y comunicación

- ◆ turismo
- ◆ lujo
- ◆ lifestyle

[blueroom.es](http://blueroom.es)