



Jerez, 25 octubre 2011

Retos del turismo asiático en España

Amadeo Jensana
Director Programas Económicos y Cooperación
Casa Asia



Introducción

- Asia - Pacífico engloba a más de 4.100 millones de personas
- Europa es el mayor destino turístico mundial: **52% flujo internacional (471 millones de turistas)**
- Europa es el destino preferido para los asiáticos fuera de su región



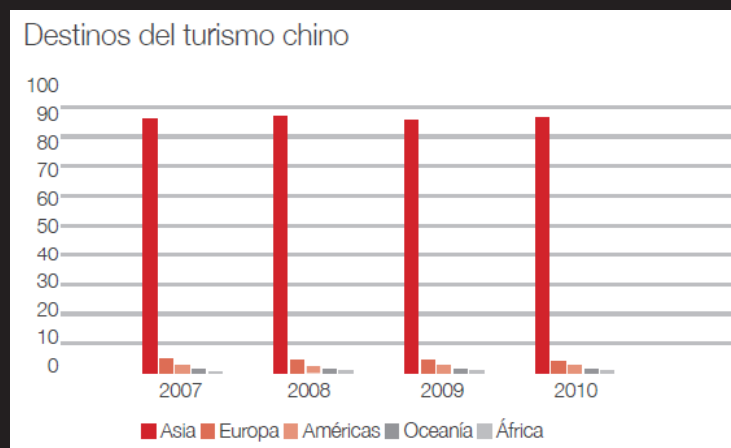
Turismo de China

- Población: **1.354 millones** de habitantes
- PIB *per capita*: **4.108 \$**
- Viajes internacionales: **57,4 millones**. Cuarto país emisor de turismo mundial y en 2020 se prevé que lidere el ranking.
- Viajes a España: **102.000 (Δ 22%)**
- Perfil del turista: joven (26 a 52 años), casado, universitario. Más del 42% de los visitantes son empleados públicos.
- Gasto medio de compra: **725€** por turista (2º después de Rusia)



Turismo de China

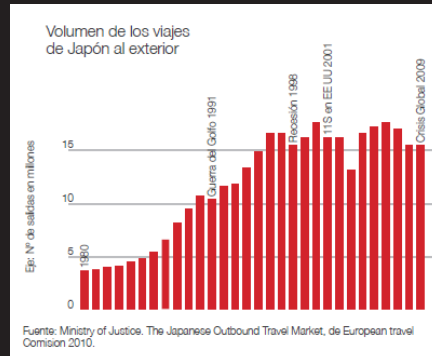
Destinos competidores: Macao, Hong Kong y destinos de proximidad, **Japón, Corea del Sur y Sudeste Asiático**





Turismo de Japón

- Población: **127 millones**
- PIB *per capita*: **34.312 \$**
- Viajes internacionales: **15,4 mill.**
- Viajes a España: **332.694 (Δ 44%)**
- Destinos competidores: **Corea del Sur, China, Francia**



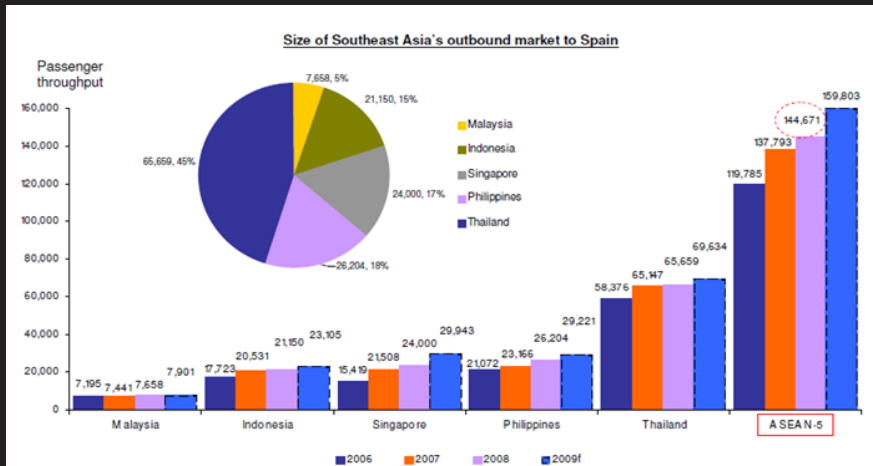
Turismo de la India

- Población: **1.214 millones de habitantes**
- PIB *per capita*: **3.290 \$**
- Viajes internacionales: **11,5 millones**
- Viajes a España: **77.108 (Δ 4,9%)** Mayores expectativas de crecimiento
- Destinos competidores en Europa: **Reino Unido, Suiza, Alemania, Francia e Italia**
- Gasto medio de compra: **429 €** por turista
- Importancia de la imagen país: película “Sólo se vive una vez”



Turismo Sudeste Asiático

➤ Población: **600 millones** de habitantes. Viajes a España: **159.803** (Δ 10,46%)



Turismo MICE *

- Uno de los sectores turísticos que experimenta un **mayor crecimiento** (Δ 30%)
- Destinos: ASEAN, EEUU y **Europa** (20%)
- La actividad más solicitada son los **incentivos**
- Sectores: seguros, IT, farmacia, automóvil y gran consumo
- Perfil del viajero: de 30 a 55 años (80%), dominio medio del inglés, alto nivel educativo
- Duración media del viaje: **3-4 noches**

* Meeting, Incentives, Conferencing and Exhibitions



Turismo de lujo y compras

- Los asiáticos son grandes compradores de artículos de lujo en Europa (en Asia impuestos $\Delta 20 - 40\%$)
- Clientes tradicionales: Japón y Australia
- Nuevos clientes: China, India y Sudeste Asiático
- Destinos en Europa: países del norte con creciente importancia de los países del Mediterráneo
- Demanda: hoteles de lujo y boutique, resorts en la costa, villas privadas, cruceros, spa y salud y experiencias culturales



Turismo de lujo y compras

LA ROCA VILLAGE 2010 FIGURES

- 53% of customers received during 2010 were tourists.
- 86% of tourists were international, 20% of which Asiatic (8 out of 10 Chinese).
- Top 3 countries: France, Russia and China.
- In 2010 the average spend for Asian tourists was 287€ (the figure for Chinese tourists reached 311€)
- Tax free sales by Asian customers grew greatly in the last 3 years as well as the number of Asian groups received in the Village.

Asian Tax Free Sales Growth

2007/2008	2008/2009	2009/2010
22%	77%	133%

Organized Asian Groups Received

200/2008	2008/2009	2009/2010
5%	45%	72%



Turismo deportivo

Moto GP

- 2,3 millones de seguidores presenciales, retransmisión a 207 países con más de 6.000 h. de retransmisión
- 55 millones de visitas en la Web, 19% del continente asiático (Δ31%) → Indonesia encabeza el número de seguidores
- Pilotos japoneses, malayos, indios y tailandeses

Fútbol Club Barcelona

- Deporte con mayor audiencia mundial
- El Barça cuenta con 250 millones de seguidores
- Asia objetivo prioritario: China, Japón y Corea del Sur
- Alianzas con grandes empresas locales. E.g. Samsung
- Centro de Formación del Barça – “más que un club”



Nuevas tecnologías

Japón



Corea del Sur



Inglaterra



China





Retos y visión futura

- El turismo asiático, salvo el caso de Japón, es muy reciente en Europa
- El turista asiático viaja en su entorno geográfico próximo
- Sólo el 1% del turismo español es asiático
- A pesar de que la cifra de turistas asiáticos continúa creciendo en Europa, su cuota decrece en detrimento de otros destinos como Estados Unidos o Canadá



Retos y visión futura

- Tendencias
 - Al boom turístico de Japón le sucede **China e India**
 - Cambio del multidespino por el **destino único**
 - Cambio en la percepción de España → gastronomía, moda, cultura...
 - **Polarización** del viaje: muy económico o de lujo orientado al arte, arquitectura, deporte, experiencias únicas y alta gastronomía
- Barreras turísticas
 - Obtención de **visados**
 - **Conectividad aérea**
 - Escaso **conocimiento y adaptación al cliente asiático**
 - Falta de **imagen país**



Gracias por su atención

Jerez, 25 octubre 2011

Amadeo Jensana
Director Programas Económicos y Cooperación
Casa Asia

