

# INFORME BÁSICO DEL MERCADO TURÍSTICO EMISOR



## MARRUECOS 2024 Informe Básico del Mercado

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

[www.tourspain.es](http://www.tourspain.es)

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en París

NIPO: 219-24-018-5

Junio 2024



### TABLA DE CONTENIDO

Análisis del mercado turístico en su conjunto

---

Análisis del mercado emisor hacia España

---

Conclusiones y valoración de la situación

---

# ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO EN SU CONJUNTO

## Características básicas del Mercado Turístico Marroquí

Marruecos es, ante todo, un importante destino receptor de turistas y uno de los principales competidores de España en el producto sol y playa.

El turismo es una de las principales actividades de la economía marroquí. En 2023<sup>1</sup> su contribución directa al PIB alcanzó el 7% (7,7% en 2019), aportando alrededor de 550.000 empleos directos, es decir, el 5% del empleo total.

Como país receptor<sup>2</sup>, en 2023 Marruecos recibió 14,5 millones de turistas, que representaron un +34% interanual y un +12% respecto a 2019, quedando divididos de la siguiente forma:

4

- Los “turistas extranjeros en estancia” (TES) representaron el 49% del total (7,1 millones por un aumento interanual del +41%).
- Los “marroquíes residentes en el extranjero” (MRS) representaron el 51% del total (7,3 millones por un aumento interanual del +27%).

Los mercados europeos representaron el 70% del turismo internacional en 2023. Por países, Francia, España y Reino Unido fueron los tres primeros mercados emisores, con 13%, 8,9% y 4,6% de cuota, respectivamente. Los tres mercados crecieron interanualmente en 2023 un 33%, un 45% y un 41%, respectivamente.

El turismo en Marruecos generó en 2023 unos ingresos de 9.800 millones de euros (+12% interanual pero aún un 1% por debajo del nivel de 2019).

Como país emisor se caracteriza por tener una tasa viajera baja<sup>3</sup> y poco gasto en turismo doméstico (32% del gasto turístico total). Por el contrario, el gasto de los

<sup>1</sup> Fuente: informe 2023 de la Oficina Comercial Española en Rabat – Publicado en 2024.

<sup>2</sup> Fuente: los datos sobre número de turistas y gasto en Marruecos en 2023 proceden del Ministerio marroquí de Turismo, Artesanía y Economía Social y Solidaria.

<sup>3</sup> Fuente: los datos del presente párrafo proceden del “Informe del Ministerio de Economía y Finanzas sobre el sector turístico marroquí como palanca de la economía nacional post-Covid” – Publicado en 2022 con datos referidos a 2019 (últimos disponibles).

marroquíes en sus viajes internacionales es muy alto, representando el 68% del gasto turístico total.

## El mercado turístico doméstico

### Perfil general

Marruecos se caracteriza<sup>1</sup> por un bajo número de viajes domésticos anuales por habitante (0,7). El turismo doméstico marroquí tiene un peso del 64% frente a una media del 85% en los países europeos.

El número de viajeros y pernoctaciones domésticos en los hoteles marroquíes representan el 39% y el 31%, respectivamente, del total.

Entre 2010 y 2019, las pernoctaciones domésticas han pasado del 21% al 31% del total, poniendo de manifiesto el potencial de crecimiento del turismo doméstico en Marruecos<sup>2</sup>.

El producto turístico predominante de los viajes domésticos de los marroquíes es el “sol y playa”, según muestran las tres regiones que concentran la mayor parte de dichos viajes:

- Marrakech-Safi (29%)
- Sus-Massa (13%)
- Tanger-Tetuán Alhucemas (17%)

Las dos primeras están en la costa atlántica y la tercera en el norte del país, en el estrecho de Gibraltar, con parte de costa mediterránea y atlántica.

En Tanger-Tetuán, el 55% del turismo es doméstico. Por el contrario, las otras dos regiones concentran más del 60% del turismo internacional (en ellas están las localidades playeras de Agadir y Esauira y la ciudad de Marrakech).

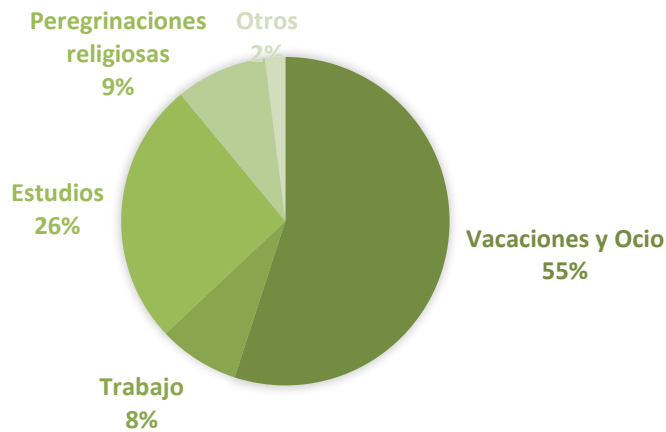
<sup>1</sup> Fuente: Informe del Ministerio de Economía y Finanzas sobre el sector turístico marroquí como palanca de la economía nacional post-Covid - 2022 con datos referidos a 2019 (últimos disponibles).

<sup>2</sup> Fuente: Informe “El turismo interno. ¿salvavidas post-Covid o locomotora para el sector? - Septiembre 2023 - portal “Open Edition Journals”.

Respecto al alojamiento del mercado doméstico, las casas de familiares o amigos representan un 44%, mientras que el alquiler de apartamentos concierne al 29,6% del mercado<sup>1</sup>.

Para sus estancias domésticas de un mes o más, un 78% de marroquíes prefiere las segundas residencias. Por el contrario, para estancias de duración de menos de 8 días, el 88% de marroquíes se decanta por los hoteles<sup>2</sup>.

En cuanto a los motivos de los viajes turísticos domésticos, las vacaciones y los estudios son los principales. El siguiente gráfico recoge los porcentajes de los mismos en base a los presupuestos asignados a cada uno de ellos por las familias marroquíes:



Fuente: elaboración OET París en base a datos del Informe del Ministerio marroquí de Economía y Finanzas - 2022 (datos referentes a 2019, últimos disponibles).

## El mercado turístico emisor al extranjero

### Volumen<sup>3</sup>

En 2023, el mercado emisor internacional marroquí recuperó su potencial viajero, tanto en número de viajes como en gasto.

Los viajes internacionales de los marroquíes ascendieron a 2,1 millones, representando un +22,8% interanual. Esta cifra, sin embargo, fue un 12,4% menor que en 2019.

<sup>1</sup> Fuente: Encuesta sobre el perfil de los turistas marroquíes, incluida en el informe "El turismo interno. ¿salvavidas post-Covid o locomotora para el sector? - Septiembre 2023 - portal "Open Edition Journals".

<sup>2</sup> Fuente: Encuesta sobre el perfil de los turistas marroquíes, incluida en el informe "El turismo interno. ¿salvavidas post-Covid o locomotora para el sector? - Septiembre 2023 - portal "Open Edition Journals".

<sup>3</sup> Fuente: todos los datos del párrafo proceden de Oxford Economics.

El gasto de dichos viajes ascendió a 2.690 millones de dólares (+33% interanual). En este caso, los marroquíes superaron en un +5,4% el gasto realizado en 2019. El gasto medio por turista fue de alrededor de 1.700 euros y los países visitados al año como promedio fueron 2,79.

### Perfil general

Según los últimos datos disponibles de un estudio<sup>1</sup> de la demanda de viajes internacionales del turista marroquí, las principales características de su perfil viajero son las siguientes:

- Preferencia mayoritaria por las agencias de viaje para organizar los viajes internacionales (un 92% de encuestados) y alto nivel de fidelización (un 87% de clientes reutilizó una agencia de viajes);
- La importancia de las mujeres en la organización de los viajes (representan el 65,5%);
- Edad media entre 28 y 45 años (59,3% de encuestados);
- Nivel elevado de estudios (48% de licenciados universitarios).

Otra encuesta<sup>2</sup> completa el perfil del marroquí que viaja al extranjero con las siguientes características:

- Preferencia por el hotel como modo de alojamiento (más del 50% de sondeados reservó estancias en “hoteles-club”);
- Principales factores de elección de destino: playas bonitas y limpias; clima agradable; buen servicio; buena oferta gastronómica; alto nivel de seguridad y tranquilidad;
- Principales factores de insatisfacción hacia un destino: falta de seguridad; masificación y saturación de las infraestructuras turísticas; precio elevado de la restauración; calor excesivo; escasez de actividades y de locales de ocio.

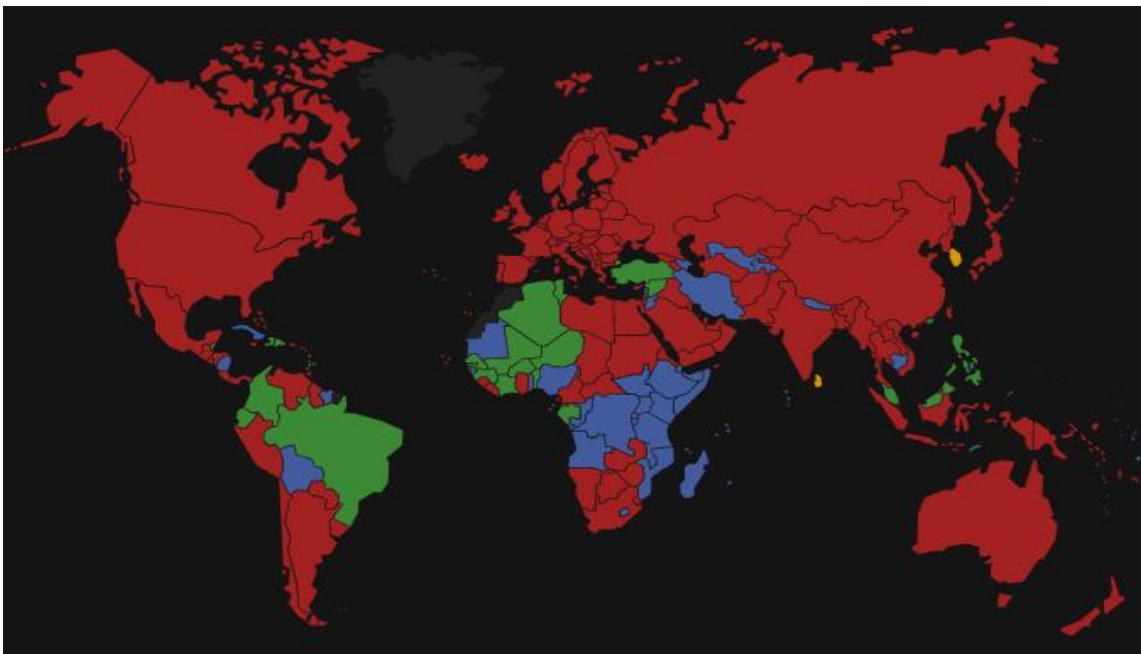
<sup>1</sup> M. Boukhrouk, R. Ed-Dali (2018): “Outbound Tourism in Developed Countries: Analysis of the Trends, Behavior and the Transformation of the Moroccan Demand for International Travels”. Estudio realizado a través del análisis de la oferta internacional comercializada en agencias y de los motivos de viaje.

<sup>2</sup> Morocco World News (2019): “Survey: most maroccans choose to holiday close to home”.

### Destinos preferidos

La política de visados aplicada por los diferentes países del mundo respecto a Marruecos es fundamental para entender los viajes internacionales de los marroquíes.

El siguiente gráfico muestra en rojo los países donde el visado es obligatorio para los marroquíes; los países en verde son aquéllos que no exigen visados y los países en azul son aquéllos en los que deben obtenerlo a su llegada a los mismos:



Fuente: Passport Index 2023

Para los viajes a países europeos es preciso que los marroquíes soliciten el visado Schengen que les permite viajar y permanecer en dicho espacio durante un máximo de 90 días. A partir de ese plazo, el visado deja de ser válido y es imprescindible que se regularice la situación de residencia. Existen varios tipos de visados Schengen: turístico, negocios, estudios, visita a amigos o parientes, etc.

Las condiciones para su obtención incluyen:

- Documentos que justifiquen el objeto y condiciones de la estancia:



- Documento justificativo de reserva de hotel o carta de invitación del propietario del domicilio particular en el que se aloje el invitado, expedida por la comisaría de policía correspondiente a su lugar de residencia.
  - Confirmación de la reserva de un viaje organizado, con el itinerario.
  - Billete de vuelta o billetes comprobantes de que se realiza un itinerario turístico.
- Documentos que justifiquen que se dispone de medios económicos suficientes para el propio mantenimiento durante el periodo de permanencia en la zona Schengen.
- Documentos que justifiquen que se dispone de un seguro médico de viaje con cobertura internacional. Dicho seguro deberá cubrir aquellos gastos que pudieran ocasionar su repatriación por motivos médicos o por defunción, la asistencia médica de urgencia o la atención hospitalaria de urgencia durante su estancia o estancias en el territorio de los Estados miembros. La cobertura mínima será de 30000 euros.

Según datos de la Comisión europea, en 2023 se concedieron 437.801 visados Schengen a ciudadanos marroquíes (por un total de 591.408 solicitudes). Marruecos es el cuarto país en el total de países solicitantes de visados.

9

A partir de junio de 2024, la UE ha revisado el importe de la tasa de visados, aumentándolo en un 12,5%. De esta forma, dicha tasa ha quedado en 90 euros para los adultos y 45 euros para los niños de entre 6 y 12 años. Asimismo, a partir de octubre de 2024 está prevista la entrada en vigor del "Entry Exit System" (registro automatizado en las fronteras con control biométrico). Esta subida de tasas de visado y el Entry Exit System también se aplica a los marroquíes que soliciten visado Schengen.

Pese a la necesidad de visados, los turistas marroquíes que viajan al extranjero eligen destinos que les son geográficamente cercanos, especialmente los europeos. A este respecto hay que señalar que España fue su primer destino internacional en 2019, con una cuota de mercado del 39%, seguido de Francia, con el 38%<sup>1</sup>.

Los consulados de España concedieron el 28,2% del total de visados Schengen (123.485 sobre 189.129 solicitudes). Los consulados de Francia concedieron el 56,2% del total de visados Schengen (246.058 sobre 310.061 solicitudes).

La residencia de familiares o amigos fuera del territorio marroquí es un factor clave para explicar la concentración de peticiones de visados a España y Francia. Según un informe de 2023 del Consejo Económico Social y Medioambiental marroquí (CESE), 5,1

<sup>1</sup> Fuente: informe "Potentiel du tourisme interne en tant que levier de relance post covid-19" de la Dirección General de Estudios y Previsiones Financieras del Ministerio Marroquí de Economía y Finanzas - 2022.

millones de marroquíes están registrados como “Marroquíes Residentes en el Extranjero” (MRE).

Por destinos, más de un millón de MRE vive en Francia y 787.317 en España (+2% interanual)<sup>1</sup>. Los marroquíes constituyen el colectivo de extranjeros residentes en España más importante, representando el 27% del total. De ellos, el 43% son mujeres, de una edad media de 36 años. El número de marroquíes afincados en España se ha multiplicado por 5 en los últimos diez años.

Respecto a otros destinos europeos, destaca Italia y Bélgica con los otros destinos europeos donde se concentran importantes comunidades de MRE.

París acoge al 83% del mercado emisor marroquí para Francia, cuyo motivo principal de viaje es visitar a sus amigos o familiares residentes en territorio francés.

En cuanto a los viajes a países sin necesidad de obtener un visado destaca Turquía, que representa el 12% del total de viajes internacionales de los marroquíes<sup>2</sup>. Este destino experimenta importantes aumentos interanuales<sup>3</sup> y es el más programado y vendido por TTOO y AAVV en temporada estival<sup>4</sup>.

Según datos de la turoperación<sup>5</sup>, más de un 66% de marroquíes ha viajado al menos una vez a Turquía y un 53,3% lo ha hecho dos veces o más. Los productos más vendidos son las estancias en Estambul, centradas en turismo urbano y las de “sol y playa” en la zona de Antalia y Bodrum, (costas del Mar Egeo). La gastronomía y las compras también son muy apreciadas<sup>6</sup>.

Egipto y Túnez son también dos destinos a los que los marroquíes viajan sin visado. Sus ventas en turoperación tienen volúmenes importantes (24% y 16%, respectivamente). Otros destinos también muy vendidos en AAVV son Tailandia y Malasia<sup>7</sup>. Ambos países tampoco exigen visados de entrada y ofrecen productos de turismo de bienestar (Spas,

<sup>1</sup> Fuente: datos a 31 de diciembre de 2023 del Ministerio español de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones.

<sup>2</sup> Fuente: datos del turoperador de Rabat “Terratour” publicados por la prensa en junio 2023.

<sup>3</sup> En 2023, dicho incremento fue del +16,7% respecto al año precedente.

<sup>4</sup> Fuente: datos del turoperador de Rabat “Terratour” publicados por la prensa en junio 2023.

<sup>5</sup> Fuente: Idem.

<sup>6</sup> Fuente: estudio sobre “La huella digital de España como destino turístico en Marruecos” realizado por la consultoría Consultor por cuenta de la OET de París en junio de 2023.

<sup>7</sup> Fuente: datos del turoperador afincado en Rabat “Terratour” publicados por el diario “L’Economiste”, el 27 de junio de 2023.

etc.) muy apreciados. Además, tienen una oferta de alojamiento, restauración y actividades en destino que resulta asequible para el poder adquisitivo marroquí<sup>1</sup>.

Dubái y Abu Dhabi han ido ganando cuotas de mercado en los últimos años. Las ventas de Dubái cobran especial fuerza por lo que respecta al turismo de compras. AAVV y TTOO comercializan estancias con vuelo incluido, especialmente durante el denominado “festival de compras”, habitualmente entre diciembre y enero.

El turismo religioso representa el 9% de los viajes internaciones de los marroquíes. Los países de los lugares santos de peregrinación para los musulmanes registran una media de aumento interanual del 10%. Cobra especial importancia Arabia Saudita, pues la peregrinación a La Meca representa el 82% de los viajes anuales de los marroquíes por motivos religiosos. Según cifras de la turoperación, a este país viajan anualmente unos 150.000 marroquíes con motivo de la peregrinación de la “Omra”.

### Canales de comercialización

11

En 2023, Marruecos tenía 165 agencia de viaje tradicionales, por un total de 1.246 puntos de venta repartidos por todo el país<sup>2</sup>. La mayoría de esos puntos de venta se concentran en Casablanca (38,1%), Marrakech (21,3%) y Rabat (8%).

Hasta 2019, la apertura de agencias de viaje registraba un crecimiento del 53%.

En el sector de la producción y distribución tradicionales, se debe destacar a Atlas Voyages, una red de 17 agencias -instaladas en 8 ciudades- creada en 1964 en Casablanca. Vende también online a través de su propia web y trabaja el segmento vacacional, de negocios y MICE.

También se puede citar a Transatour Maroc, creada hace más de 70 años en Casablanca y filiales en Rabat, Tanger, Fès, El Jadida y Marrakech. Tiene también ventas a través de su propia página web. Es un importante receptor, destacando su filial de alquiler de coches AIRCAR.

Otras agencias a destacar son: Vacancia.ma, una agencia online con sede social en Marrakech; Z'Tours, Elite Travel Morocco, Destination Evasion Maroc, Univers Voyage, El

<sup>1</sup> Fuente: estudio sobre “La huella digital de España como destino turístico en Marruecos” realizado por la consultoría Consultor por cuenta de la OET de París en junio de 2023.

<sup>2</sup> Fuente: web del Ministerio marroquí de Turismo, Artesanía y Economía Social y Solidaria - 2023.

Yakut Travel, Tours Moroco Trips, La Paloma Voyage, Hawmi Voyage, Setitours, Amana, Achar, Promise Voyage, Mondo Zenith y Marmara Travel, entre otras.

Las asociaciones del sector se encuadran a nivel regional (cada región tiene su asociación de agencias de viaje) y a nivel nacional (la Federación Nacional de Agencias de Viajes de Marruecos (FNAVM)).

Respecto al canal on-line, este sector tiene un gran potencial de desarrollo en Marruecos. Esto lo avalan las cifras globales de penetración de internet, que a fecha de finales de junio de 2023 ascendía al 98,9% de la población, es decir, 36,6 millones de personas, según la Dirección marroquí del Tesoro y de las Finanzas Exteriores (DTFE). El porcentaje de penetración de internet en el mismo período de 2022 había sido del 91,2%, según la misma fuente.

En favor del canal on-line está el que los turistas marroquíes que visitan Francia, España e Italia corresponden a un viajero que organiza individualmente sus viajes, pues se desplaza mayoritariamente en su propio vehículo. La organización del viaje sin intermediación propicia la expansión de los canales online.

12

### Situación de la conectividad aérea general

En 2023, Marruecos recibió 24,4 millones de pasajeros en vuelos internacionales, sobrepasando del 10,6% el volumen de 2019, según la Oficina Nacional de Aeropuertos (ONDA).

Alrededor del 82,3% del tráfico de los aeropuertos internacionales marroquíes se realizó con Europa<sup>1</sup>. Marruecos tiene 16 aeropuertos abiertos al tráfico internacional y otros 5 sólo para vuelos domésticos.

Por orden de importancia en volumen de viajeros se destacan los aeropuertos de:

1. Casablanca (aeropuerto "Mohammed V"), con el 43,2 % del tráfico;
2. Marrakech (23,4%);
3. Agadir (8,5%)
4. Fes (5,8%)
5. Tánger (5%).

<sup>1</sup> Fuente: notas de coyuntura de la Dirección Marroquí de Estudios y Previsiones Financieras (DEPF).

### Tendencias y Previsiones

Para 2024, las perspectivas del mercado emisor marroquí, tanto doméstico como internacional, se vislumbran optimistas, en base a la recuperación del tráfico aéreo internacional confirmada en 2023 y a la normalización de la situación interna tras el terremoto de septiembre pasado.

## ANÁLISIS DEL MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### Evolución del N° de turistas

En 2023 llegaron a España 586.496 turistas marroquíes, según datos de la encuesta Frontur del Instituto Nacional de Estadística español (INSEE).

13

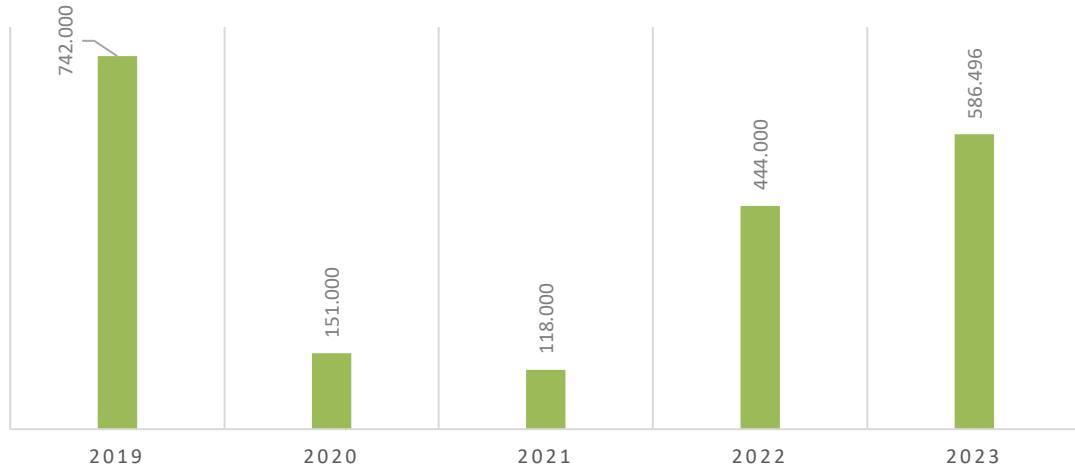
España es el primer destino internacional<sup>1</sup> de los turistas marroquíes debido a la proximidad geográfica y a la importante comunidad de residentes marroquíes afincados en nuestro país como se ha señalado en párrafos precedentes.

En la temporada estival, España se convierte en un destino alternativo a los propios destinos domésticos para muchos marroquíes por lo que respecta sobre todo al producto “sol y playa”.

Pero también es un destino de compras para el mercado emisor marroquí. Como se verá en el párrafo sobre los productos turísticos más demandados por los turistas marroquíes durante sus estancias en España, las compras -especialmente para el segmento lujo- tienen una importancia crucial.

<sup>1</sup> Fuente: informe “Potentiel du tourisme interne en tant que levier de relance post covid-19” de la Dirección General de Estudios y Previsiones Financieras del Ministerio Marroquí de Economía y Finanzas - 2022.

El siguiente gráfico muestra la evolución del turismo marroquí en España desde 2019:



Fuente: encuesta Egatur - Instituto Nacional de Estadística español (INE)- Serie 2019-2023

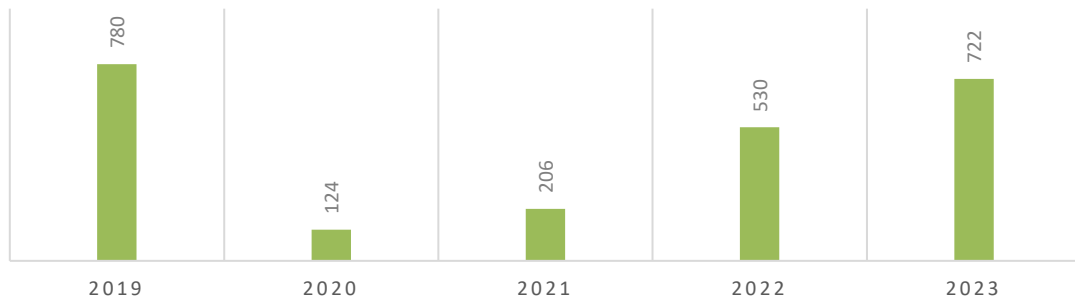
Según estas cifras, el mercado emisor marroquí hacia España creció un +32% interanual, si bien aún estuvo un -20,9% por debajo de su nivel pre-pandemia.

14

### Evolución del Gasto

En 2023, el mercado emisor marroquí a España también recuperó su potencial respecto a gasto, según el siguiente gráfico:

#### GASTO TOTAL (EN MILLONES DE EUROS)



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de datos Egatur - INE - Serie 2019-2023

Al igual que ocurrió con el número de turistas, el gasto total del mercado emisor marroquí registró en 2023 un importante aumento interanual (+36,2%), si bien aún no recuperó su nivel pre-pandemia (en 2023 estuvo un -7,4% por debajo del de 2019).

En cuanto al gasto medio por turista y al gasto medio diario, en 2023 ambos registraron aumentos interanuales del +3% y del 5,3%, para quedar en 1.230 y 189 euros, respectivamente. Estas cifras sobrepasan las de 2019 (en un 35,7% y un 24,3%, respectivamente).

Para explicar el aumento del gasto, es importante destacar el crecimiento interanual (+30,4%) del uso del alojamiento comercial por parte de los turistas marroquíes. Ese tipo de alojamiento es mayoritario, con un 85,1% de cuota sobre el total del mercado marroquí para España. De ese porcentaje, un 78% corresponde a marroquíes que se alojan en hoteles.

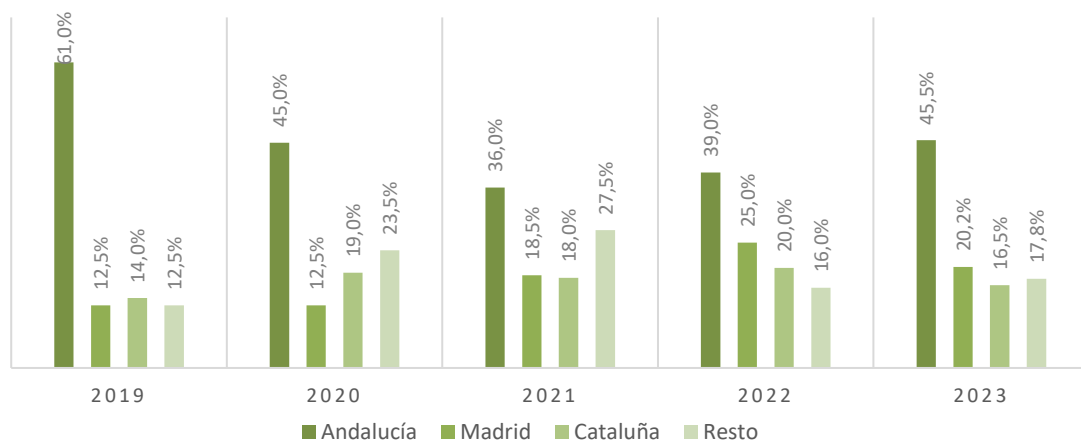
Se debe señalar que el mercado emisor marroquí presenta un alto potencial para generar gasto en España. Su gasto medio diario es de 189 euros, cifra más elevada que el gasto medio diario del conjunto de los mercados internacionales (177 euros).

### Destinos españoles más visitados

15

Andalucía es, desde hace décadas, la Comunidad Autónoma más visitada por los turistas marroquíes. En 2023 recuperó su habitual cuota, que roza el 50% del total del mercado emisor marroquí para España, y que en años precedente había perdido en favor de otros destinos, especialmente Madrid. En total, los turistas marroquíes que visitaron Andalucía fueron 264.000, representando un aumento interanual del +51,5%. Madrid se situó, nuevamente, en segundo lugar, con 117.000 marroquíes (+32,4% interanual), seguida por Cataluña que, sin embargo, perdió un -12,8% interanual, recibiendo 96.000 turistas.

El siguiente gráfico recoge la evolución del mercado emisor marroquí en los últimos años:



Fuente: elaboración OET Paris en base a datos de la encuesta Frontur - INE - 2019-2023

En Andalucía, los destinos preferidos son las localidades de la Costa del Sol, debido a su cercanía geográfica –accesibles mediante un viaje en ferry de 40 minutos- y al producto “sol y playa” del litoral andaluz, que es muy bien acogido entre la clientela marroquí por el alto nivel de su hotelería y las actividades de compras.

En 2021 y 2022, Andalucía perdió un poco de cuota de mercado en favor de Madrid y Cataluña. Es probable que ello se haya debido a un mayor peso de turistas marroquíes procedentes de otros países que no son Marruecos (la Operación Paso del Estrecho (OPE) estaba suspendida debido a la pandemia) y a la apertura de conexiones aéreas. Tanto Madrid como Barcelona registraron en esos años aumentos de capacidades aéreas y de rutas procedentes de ciudades marroquíes.

### Capacidades aéreas

Antes de la pandemia, el mercado aéreo entre España y Marruecos se encontraba en expansión. A partir del 31 de marzo de 2022, cuando se reabrieron las fronteras marroquíes tras casi dos años de cierre por la pandemia, se recuperó prácticamente el número de asientos entre España y Marruecos que había en la época pre-pandemia (843.392 en 2022 frente a 844.476 en el mismo período<sup>1</sup> 2019).

16

En el conjunto de 2023, los asientos disponibles a toda España desde los destinos marroquíes ascendieron a más de 1,6 millones, por un total de casi 1,3 millones de pasajeros. Por destinos:

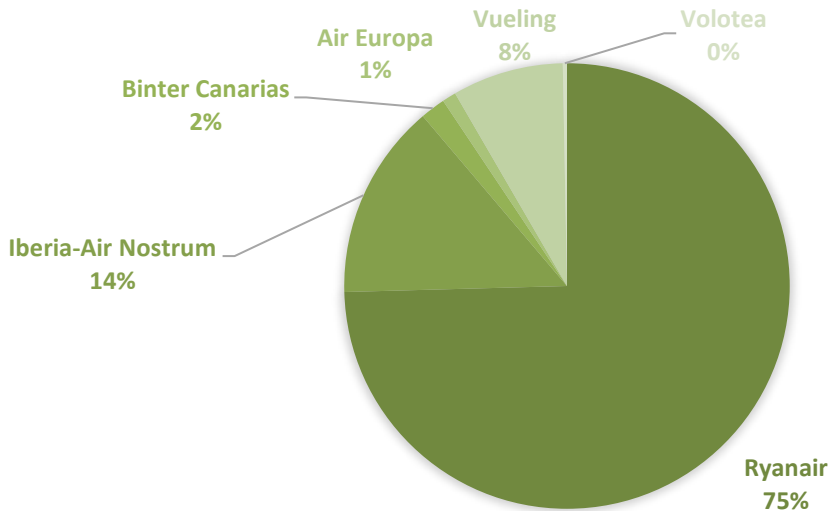
- Madrid acaparó el 35,9% del tráfico de pasajeros desde 10 ciudades marroquíes (Agadir, Tetuán, Rabat, Nador, Marrakech, Fez, Essaouira, Errachidia, Casablanca y Tánger).
- Andalucía recibió el 22,1% de pasajeros marroquíes desde 8 ciudades (Agadir, Tetuán, Rabat, Nador, Marrakech, Fez, Casablanca y Tánger).
- Cataluña fue el destino del 21% de los pasajeros marroquíes desde 7 ciudades (Agadir, Rabat, Nador, Marrakech, Fez, Tánger y Oujda).
- La Comunidad Valenciana recibió el 11,2% del tráfico de pasajeros desde 5 ciudades marroquíes (Agadir, Tetuán, Marrakech, Fez y Tánger).

La compañía aérea pública marroquí, Royal Air Maroc, y la aerolínea española, Iberia, dominaban el mercado hispano-marroquí hasta la liberación del espacio aéreo en 2006. A partir de esa fecha, las compañías de bajo coste, en especial Ryanair, han ido ganando cuotas de mercado.

<sup>1</sup> Fuente: cifras de AENA correspondientes a las temporadas invernales 2018-2019 y 2021-2022.



El siguiente gráfico recoge las cuotas de mercado respecto al número global de pasajeros en 2023 de las aerolíneas que operan en vuelos directos entre Marruecos y España:



17

Fuente: elaboración propia OET París en base a datos de AENA - 2023

Respecto a la apertura de nuevas rutas directas entre ciudades españolas y marroquíes, las novedades en 2023 fueron las siguientes:

- Binter abrió vuelos desde Gran Canaria a Esauira, Tánger, Fes y Guelmin y también la ruta Lanzarote-Guelmin.
- Royal Air Maroc, abrió vuelos desde Casablanca a Sevilla y Tenerife.
- Ryanair abrió la ruta Mallorca-Nador.
- Iberia puso en marcha vuelos Madrid-Nador.
- Vueling abrió la ruta Bilbao-Marrakech.

Para el Verano 2024<sup>1</sup>, las previsiones de AENA señalan un aumento interanual del número de asientos puestos a la venta del +3,3%, por un total de 1.144.744 plazas disponibles.

La siguiente tabla recoge el número de asientos disponibles para el período previamente citado y su variación interanual a las principales CCAA de destino del turismo marroquí:

<sup>1</sup> Fuente: tablas de previsiones de asientos de AENA correspondientes al período Junio-Octubre 2024.

CCAA	Nº asientos	Var. interanual
Madrid	318.887	+6%
Cataluña	300.952	+5,5%
Andalucía	243.213	-6%
C. Valenciana	100.316	-11,2%
Canarias	78.940	+23,9%
Baleares	30.851	-15,3%

Fuente: elaboración OET de París a partir de previsiones AENA junio-octubre 2024

Como se puede apreciar, Madrid y Cataluña acogen a la mayor parte del tráfico de pasajeros hispano-marroquí y parecen estar en expansión, visto que ambos registran aumentos interanuales sostenidos para el Verano 2024.

El importante aumento interanual de los asientos disponibles a destinos de Canarias parece avalar un aumento de la oferta comercializada por los canales online y agencias de viaje tradicionales marroquíes. Hay que subrayar el incremento significativo de los asientos disponibles a Lanzarote, que suben casi un +582.

18

Respecto a las rutas que cobran relevancia en 2024, los datos de previsiones de asientos puestos a la venta ponen de manifiesto el importante aumento de la conexión Murcia-Marrakech operada por Ryanair, que registra un aumento interanual del +26,4%, y el de las rutas entre destinos marroquíes y Bilbao, que se incrementan en un 45% interanual.

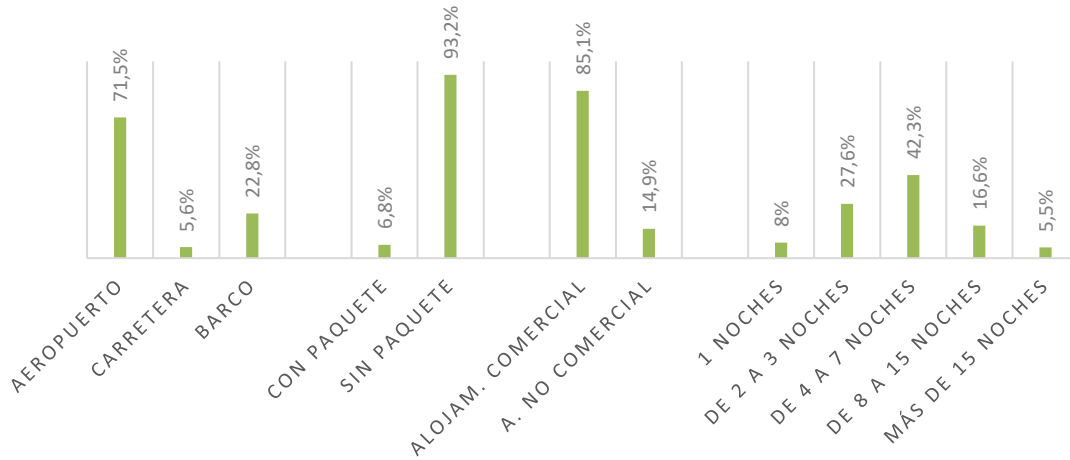
Respecto a Ryanair hay que destacar la apertura de la nueva ruta Zaragoza-Fez, que se une a la ya existente con Marrakech y que hace que las plazas disponibles desde el mercado marroquí a la capital aragonesa aumenten un 95,5%

### Principales características del mercado emisor marroquí para España

El siguiente gráfico refleja las características más importantes del mercado emisor marroquí para España en 2023, siendo la principal, el hecho de que nuestro país es un destino cercano, para el que la facilidad de acceso es un factor determinante<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> Fuente: estudio sobre "La huella digital de España como destino turístico en Marruecos" realizado por la consultoría Consultor por cuenta de la OET de París en junio de 2023.

### % SOBRE TOTAL DEL MERCADO MARROQUÍ EN ESPAÑA



Fuente: elaboración OET París en base a datos de la encuesta Frontur - INE - 2023

Hay que destacar el importante uso del avión y la recuperación del barco como vía de acceso, dado el funcionamiento normal de la OPE en 2023.

19

El resto de características está en consonancia con la tendencia del mercado antes de la pandemia: mayoría de los viajes organizados individualmente (sin paquete turístico), del alojamiento comercial, con especial importancia de los hoteles (un 78%) y de las estancias de entre 4 y 7 noches.

### Perfil del turista marroquí que visita España

En 2023, el mercado marroquí para España estuvo caracterizado por una mayoría de turistas en situación laboral activa (83,5%), con estudios superiores (86,2%) y una situación profesional correspondiente a empleados de cargo medio (35,8%). El 64,3% de los turistas fueron hombres y un 57% correspondió a la franja de edad 25-44 años.

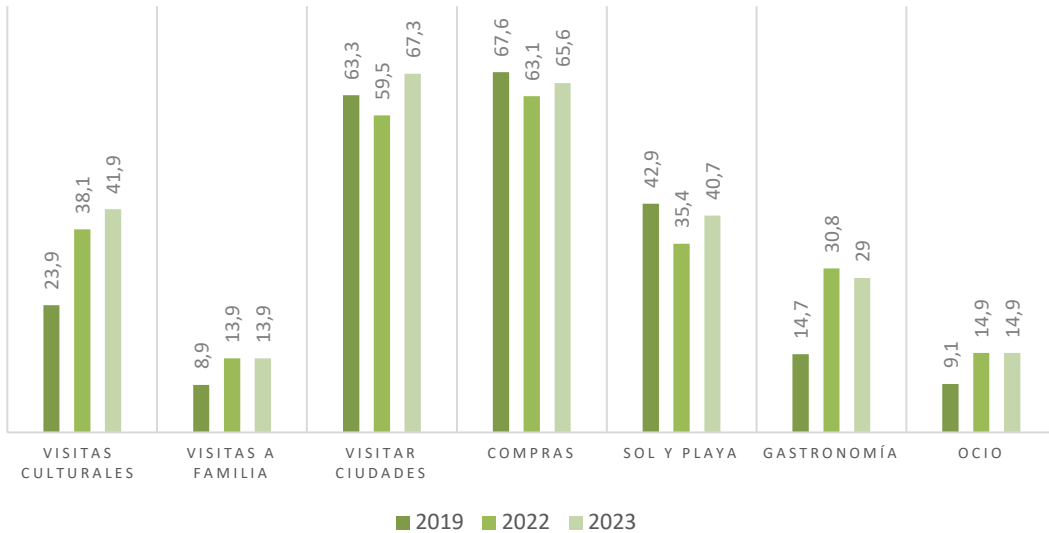
El ocio y las vacaciones fue el motivo del viaje a España del 80,8% del mercado emisor marroquí. Los motivos familiares disminuyeron con respecto a 2022 (en 2023 fueron el 6,6% del total, frente 7,6% del año precedente y el 8,9% de 2019).

Asimismo, los viajes en familia perdieron cuota de mercado, pasando del 33,7% del total en 2022 al 29,7% en 2023. Por el contrario, aumentaron los turistas marroquíes que viajaron solos (un 29% en 2023 frente al 25% en 2022).

### Productos y actividades turísticas preferidos



El gráfico siguiente ofrece las principales actividades\* que los turistas marroquíes realizaron en 2023 durante sus estancias en territorio español. A través de ellas se puede tener una visión de los productos turísticos que consumieron preferentemente:



20

Fuente: elaboración OET París en base a datos de la encuesta EGATUR – INE – Comparativa 2019-2022-2023 - \*el gráfico ofrece porcentajes sobre el total de actividades realizadas por los turistas marroquíes en España. Se contempla que un turista haya realizado varias actividades durante una misma estancia.

Hay que destacar la importancia de las actividades de compras que realizan los turistas marroquíes durante sus estancias en España. Este producto siguió en 2023 la tendencia positiva hacia su nivel de 2019. Las visitas a familia y el disfrute de ocio nocturno superaron incluso sus niveles de pre-pandemia.

Como se desprende del gráfico precedente, en 2023, el turismo cultural, el turismo urbano y el sol y playa ganaron cuotas de mercado respecto a 2022, reflejando así una preferencia del mercado marroquí por esta oferta turística española. Los productos cultural y urbano incluso superaron sus niveles de 2019, al igual que el gastronómico (nada menos que casi 15 puntos por encima de su nivel pre-pandemia).

### Posicionamiento e imagen de España

En 2023, la fidelización del mercado marroquí por España registró una erosión, según refleja la siguiente tabla:

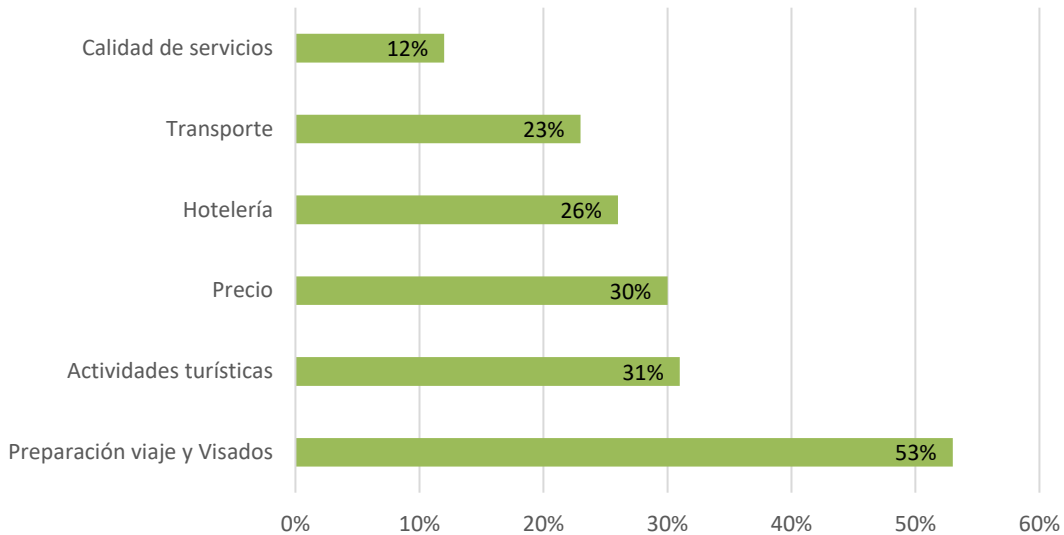
	2019	2020	2021	2022	2023
% de marroquíes con 10 visitas a España o más	68,9%	64,2%	66,5%	65,3%	56,9%



Fuente: elaboración OET de París en base a datos de la encuesta Egatur - INE - 2019-2023

Como muestra la tabla, los porcentajes de fidelización registran disminuciones a partir de 2019. Ello puede ser indicativo de un potencial “recambio generacional”, es decir, que empiecen a viajar a España turistas marroquíes más jóvenes que, por lo tanto, no habían visitado nunca antes nuestro país. De hecho, un 19,1% de marroquíes viajó a España por primera vez en 2023.

La reputación de España como destino turístico en Marruecos a través del análisis realizado por la OET sobre 200 artículos aparecidos en medios marroquíes -77% de ellos en RRSS y 23% en diarios online-<sup>1</sup> pone de manifiesto los aspectos que más interesan y preocupan a los marroquíes cuando se plantean viajar a España:



Fuente: estudio sobre “La huella digital de España como destino turístico en Marruecos” realizado por la consultoría Consultor por cuenta de la OET de París en junio de 2023

Los contenidos relacionados con la preparación del viaje son los que interesan más al potencial turista marroquí hacia España. Cobran una especial relevancia los temas relacionados con la concesión de visados para viajar a territorio español, que representan el 20% del total,

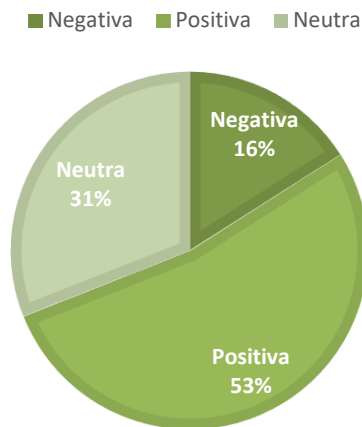
Le siguen los temas relativos a actividades a realizar en destino, con especial interés en informaciones sobre visitas de museos, monumentos y parques naturales.

<sup>1</sup> Fuente: estudio sobre “La huella digital de España como destino turístico en Marruecos” realizado por la consultoría Consultor por cuenta de la OET de París en junio de 2023.

El precio es el tercer tema de interés, seguido de informaciones prácticas sobre la oferta española de infraestructuras hotelera y de transporte.

La calidad de los servicios turísticos, con especial referencia a la restauración, es otro de los aspectos más mencionados y buscados.

El gráfico siguiente recoge el tono predominante en el conjunto de artículos analizados respecto a la imagen de España:



22

Fuente: estudio sobre "La huella digital de España como destino turístico en Marruecos" realizado por la consultoría Consultor por cuenta de la OET de París en junio de 2023

El tono dominante sobre España es positivo en el 53% del material analizado. La mayoría de publicaciones en RRSS y diarios online ofrece una percepción favorable de España como futuro destino de viaje.

La reputación positiva de España como destino turístico entre los marroquíes se basa en:

- precios abordables de las ofertas españolas de alojamiento y transporte;
- oferta diversificada de productos y actividades en destino;
- aumento de conexiones aéreas;
- percepción positiva de la acogida y la hospitalidad española.

Respecto al contenido negativo, se debe subrayar que el peso de los comentarios negativos en prensa fue mucho mayor que en redes sociales.

La reputación negativa de España tuvo que ver con temas de visados u otros problemas específicos, sin relación alguna con la oferta turística española.

Los contenidos de tono neutro se refirieron a datos objetivos sobre precios hoteleros, billetes de avión, consejos de viaje o recomendaciones de lugares para visitar.

### Comercialización del destino España

Como ya se ha precisado en párrafos precedentes, los principales destinos europeos del mercado emisor marroquí al extranjero –España, Francia e Italia- se comercializan mayoritariamente sin intermediación.

La combinación del uso del vehículo propio para viajes cuyo objetivo mayoritario es visitar familia o amigos residentes en los tres países citados favorece la organización individual de dichos desplazamientos.

23

Respecto a la comercialización a través de los canales online y tradicional, hay que señalar el incremento de la oferta de paquetes en fórmula de “todo incluido” en los archipiélagos españoles<sup>1</sup>. Esta oferta se suma a la ya comercializada en las localidades de la Costa del Sol, donde tanto los productos de sol y playa como la calidad de la infraestructura hotelera satisfacen los gustos de la clientela marroquí.

Asimismo, destinos con una buena conectividad aérea con el territorio marroquí como son Madrid y Barcelona ofrecen productos culturales y gastronómicos en consonancia con los gustos del mercado emisor marroquí.

### Tendencias de los viajes hacia España

Las tendencias que se observan en los viajes hacia España del mercado emisor marroquí son positivas para 2024. Así lo avalan las búsquedas de vuelos a través de Skyscanner, que, para el período julio-octubre 2024, registran un aumento interanual del +16%, el mismo incremento que se observa para el período julio-diciembre 2024. La tendencia positiva es más marcada si se observa que, respecto a los mismo períodos de 2019, las búsquedas de vuelos por parte de los marroquíes se han incrementado en más de un 200%.

<sup>1</sup> Fuente: datos del turoperador afincado en Rabat “Terratour” publicados por el diario “L’Economiste”, el 27 de junio de 2023.

Los datos de previsiones de asientos disponibles en vuelos directos entre España y Marruecos para el período Junio-Octubre 2024 de AENA también avalan esta tendencia positiva al reflejar un incremento interanual del +3,3%. Destacan los aumentos a Madrid (+6%) Barcelona (+5,5%) y Canarias (+23,9%).

Por el contrario, hay que resaltar que dos de los destinos con productos de “sol y playa” vacacional, como la Comunidad Valenciana y Baleares registran disminuciones del -11,2% y -15,3%, respectivamente. Andalucía también disminuye un -6% interanual. Estos datos parecen indicar una menor comercialización del producto “sol y playa” vacacional en época de verano en los destinos de la costa mediterránea. Por el contrario, el producto cultural y urbano, parece verse favorecido por un auge de la demanda marroquí.

### Previsiones

Las tendencias señaladas permiten realizar una estimación optimista con respecto al comportamiento del mercado emisor marroquí hacia España en 2024. Se prevé que continúe la recuperación en volumen y en gasto, si bien se estima improbable que se alcancen los niveles de 2019.

A ello puede contribuir el hecho de que la Operación Paso del Estrecho (OPE) funciona ya a pleno ritmo.

### Conclusiones y Valoración

España constituye un destino internacional apreciado y demandado por el turista marroquí. El mercado emisor marroquí presenta un alto potencial para 2024: su número de turistas es mayor que los provenientes de Países del Golfo, Argentina, Brasil, Japón, Corea, China, India o, incluso, Bélgica y el conjunto de los países bálticos. Destaca asimismo su gasto medio diario, que fue casi un 7% más elevado que el de la media de los mercados emisores internacionales, según cifras de la encuesta Egatur de 2023. El impulso de las conexiones aéreas a lo largo de 2023 y la continuación de dicha tendencia jugará un papel importante también en 2024.

Con estos datos, los objetivos previstos por Turespaña para Marruecos son: incrementar el número de turistas marroquíes que vienen a España, especialmente los de más alto poder adquisitivo; dar a conocer otros destinos españoles no tan frecuentados y, a su vez, lograr un mejor conocimiento del mercado marroquí, que permita implementar nuevas acciones de cara a los próximos años. Se debe tener en cuenta, además, las posibilidades de colaboración turística respecto al Mundial de Fútbol 2030 entre España, Portugal y Marruecos.



España cuenta con una ventaja competitiva, pues ofrece productos, servicios e infraestructuras que satisfacen los criterios del mercado marroquí. No obstante, es importante trabajar en la mejora de los procedimientos de obtención de los visados, para facilitar los flujos turísticos.



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

TURESPAÑA

