

# INFORME BÁSICO DEL MERCADO TURÍSTICO EMISOR



MARRUECOS 2026  
Informe Básico del Mercado



### 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 tiene una población de 36,8 millones de habitantes, con una tasa de urbanización del 64,8% y una edad media de 29,5 años<sup>1</sup>.

La economía marroquí muestra una aceleración del crecimiento en los últimos años que explica la importancia creciente del país como mercado emisor de turistas:

- PIB: +5% en el primer trimestre de 2026, +4,1% en 2025
- Este crecimiento se apoya principalmente en la demanda interna (+4,8%).
- El consumo de los hogares crece un 4,6%,
- Inflación prácticamente nula (-0,1%)
- Déficit público sobre el PIB del 4% en 2024 y un 70,3% de deuda

Además de por la fuerte demanda interna, gran parte de este crecimiento se explica por la inversión extranjera directa (IED), que experimenta una fuerte dinámica en los últimos años.

Durante 2024 y principios de 2025, el incremento ha aumentado considerablemente (+52,5 % en 2024 y +74,3 % en 2025), especialmente en los sectores inmobiliario industrial y financiero. Francia es el principal socio financiero (30,8 % del capital), seguida de Emiratos Árabes Unidos y España.

En 2025 los viajes internacionales de los marroquíes ascendieron a 2,5 millones, representando un aumento interanual del +3,2% según datos de Oxford Economics. El gasto ascendió a 2.750 millones de euros (+10,6%). Destaca el gasto en destino que representa el 70% del gasto total así como la media de países visitados al año: 2,7

El incremento progresivo del mercado emisor internacional marroquí influyen los siguientes factores:

- incremento de la clase media gracias al desarrollo económico del país y aumento de su poder adquisitivo;

<sup>1</sup> Fuente para todo este apartado general: Haut Commissariat du Plan (HCP). Reino de Marruecos 2025

- mayor disponibilidad de vuelos internacionales;
- uso generalizado de internet para la planificación de viajes;

### Perfil del turista internacional

Un 40% de la población marroquí realiza al mes o un viaje de ocio al año como puede verse en el gráfico siguiente.

| Nivel económico                                           | % sobre total de población marroquí | Nº viajes por año                               |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------------|
| Clase acomodada (altos directivos, profesiones liberales) | 8%                                  | 3 o 4                                           |
| Clase media-alta (directivos, ingenieros, comerciantes)   | 12%                                 | 2                                               |
| Clase media (empleados, funcionarios)                     | 20%                                 | 1                                               |
| Clase media-baja                                          | 30%                                 | Ocasionales (fiestas familiares y religiosas)   |
| Clase baja                                                | 30%                                 | Sólo viajes muy cercanos al lugar de residencia |

Fuente: HCP – Estudio sobre la estructura socio-profesional de la población marroquí – 2024 – últimos datos disponibles.

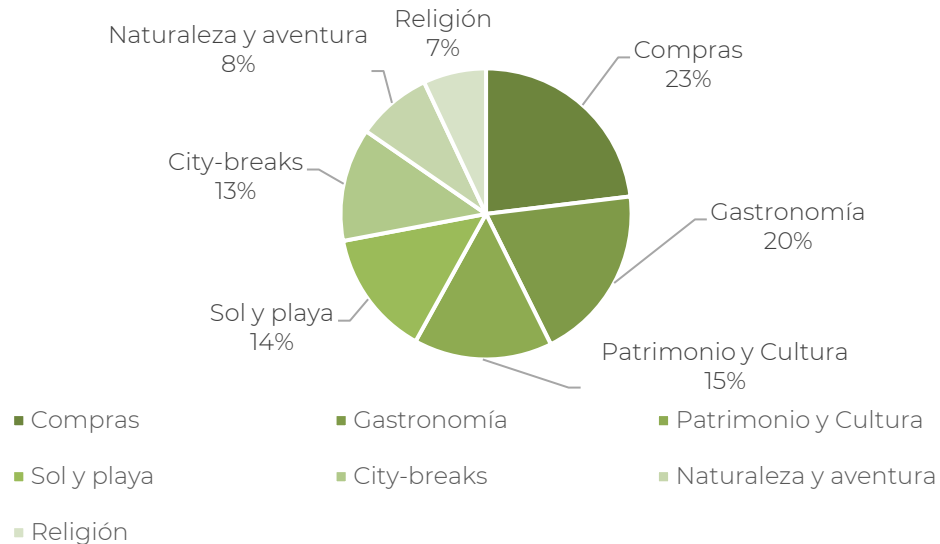
Según l' Office des Changes del Reino de Marruecos, si bien el saldo turístico del país en la balanza de pagos es positivo, con unos ingresos en 2025 cercanos a los 13.000 millones de euros, los pagos se han multiplicado por tres tras la pandemia alcanzando en 2025 los 3.100 Millones de Euros.

En general, los marroquíes realizan el 34% de sus desplazamientos internacionales en pareja; un 25% viaja en familia, un 13% en grupo de amigos y un 28% solo<sup>1</sup>.

El viajero internacional marroquí se caracteriza por tanto por un perfil socioeconómico alto. Las principales actividades que realiza en sus viajes internacionales de ocio se reflejan en el siguiente cuadro, pudiendo realizar varias de ellas en un mismo viaje:

<sup>1</sup> Fuente: estimaciones en base a datos del HCP – Reino de Marruecos - Datos referidos a 2024 – Últimos disponibles.

### Principales actividades que realizan los marroquíes en sus viajes



Fuente: UN Tourism - Statista - 2025

6

Su motivación principal son las compras, seguido de la gastronomía. Los factores claves de decisión de viaje para los marroquíes que resultan de sus publicaciones en redes sociales y prensa online sobre destinos internacionales donde pasar sus vacaciones son los siguientes<sup>1</sup>:

- Facilidad de acceso (en cuanto a visados y transporte);
- Buena relación calidad/precio;
- Afinidad cultural y religiosa;
- En los últimos años destaca una búsqueda creciente de diversidad, autenticidad y accesibilidad<sup>2</sup>: experiencias únicas y de aventura.

Los principales factores que desincentivan la elección de un destino internacional son, según las mismas fuentes<sup>3</sup>: falta de seguridad; masificación; precio elevado de la restauración; calor excesivo; escasez de actividades y de locales de ocio.

En cuanto al medio de transporte utilizado para el viaje internacional, el avión es el medio de transporte más utilizado, con una cuota de mercado del 54%. El barco también tiene una cuota de mercado alta (alrededor del 30%) (combinado con tren de alta velocidad en el interior de Marruecos o no), mientras que los viajes por carretera suponen el 16% del total<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>Idem.

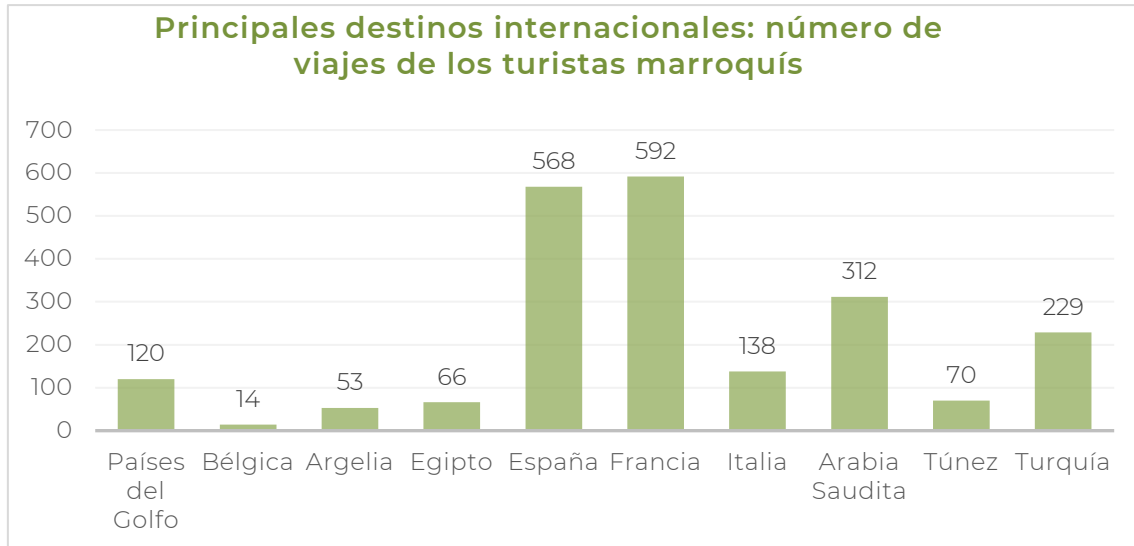
<sup>2</sup> Fuente: estudio sobre "La huella digital de España como destino turístico en Marruecos" realizado por la agencia digital Consultor por cuenta de la OET de París - 2025.

<sup>3</sup> Idem.

<sup>4</sup> Fuente: HCP – Reino de Marruecos 2025.

### Destinos internacionales:

El siguiente gráfico presenta los destinos internacionales más visitados por los marroquíes en 2025 por número de viajes:



Fuente: Oxford Economics sobre número de viajes internacionales de los turistas marroquíes en 2025 – Cifras en miles.

Los principales destinos son Francia y España a gran distancia del resto, países para los que es necesario el visado UE. La necesidad de visado no sería por tanto la razón principal para la selección de destino entre los viajeros internacionales.

Según los últimos datos disponibles del Ministerio de Turismo de Marruecos, el gasto realizado en los viajes de los marroquíes a destinos europeos representa alrededor del 70% del total de su gasto anual en desplazamientos internacionales.

Para los viajes a países europeos, los ciudadanos marroquíes precisan de un visado para viajar al espacio Schengen europeo (tipo C – máximo 90 días en cualquier período de 180 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.

Para su obtención deben presentar ante Consulados UE, entre otros, estos documentos:

- Seguro enfermedad +30.000€
- Transporte ida y vuelta
- Medios subsistencia ( 108€/persona/día)

- Reserva de hotel o título propiedad 2ª residencia o invitación sellada Comisararía
- Prueba estabilidad socio-económica (certificado del empleador de situación profesional)

A fecha de cierre del presente informe, el importe de la tasa es de 90 euros por adulto y 45 euros por niño de 6 a 12 años.

Según datos de la Comisión europea, en 2025 los marroquíes presentaron 619.827 solicitudes de visados Schengen, de las que fueron concedidas 480.354 (tasa de rechazo del 19,2%). Marruecos fue el quinto país del mundo con un mayor número de solicitudes de este tipo de visado (por detrás de China, Turquía e India, entre otros).

La residencia de familiares o amigos fuera del territorio marroquí es un factor clave para explicar la concentración de peticiones de visados a Europa. Según los últimos datos del Ministerio Marroquí de Asuntos Exteriores, Cooperación Africana y Marroquíes Residentes en el Extranjero, más de 5,7 millones de marroquíes están registrados como “Marroquíes Residentes en el Extranjero” (MRE) en junio de 2026.

### 8

Por destinos, alrededor de 1,5 millones viven en Francia con nacionalidad marroquí, sus hijos o nietos nacidos en Francia tienen nacionalidad francesa. En España residen más de 910.000 en 2024 con autorización de residencia en régimen de extranjería según el Observatorio Permanente de la Inmigración (OPI) (MISSM). Destacan asimismo las importantes comunidades de MRE en Bélgica (unos 550.000) e Italia (unos 500.000) marroquíes. Los cuatro destinos citados representan el 59% del total de la diáspora marroquí mundial.

Los marroquíes pueden viajar sin visado a 39 países; pueden obtenerlo a su llegada a otros 28; tienen derecho a obtener una autorización de viaje electrónica (ETA, por sus siglas en inglés) para ir a Corea del Sur y Kenia, y pueden obtener un visado electrónico para otros 40 países.

En cuanto a los viajes a países sin necesidad de obtener un visado, Arabia Saudí es el principal destino de elección, seguido por Turquía y los países del Golfo, según muestran los datos del gráfico precedente.

En 2025, cerca de 312.000 marroquíes viajaron a Arabia Saudí. Este destino es el más visitado debido a la importancia de los viajes de negocios y de la peregrinación a La Meca.

Turquía, por su parte, recibió a casi 230.000, siendo el destino más programado y vendido en turoperación en la temporada estival, según fuentes de este sector. 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, de acuerdo con las mismas fuentes. Los productos más vendidos son las estancias en Estambul, centradas en turismo urbano y las de “sol y playa”.

Dubái y Abu Dhabi han ido ganando cuotas de mercado en los últimos años. Además de la cercanía cultural y lingüística, los viajes a los Emiratos Árabes cobran especial en el segmento del turismo de compras. Para Dubái, por ejemplo, AAVV y TTOO marroquíes comercializan paquetes para el denominado “festival de compras”, habitualmente entre diciembre y enero de cada año.

Egipto y Túnez tienen cuotas de mercado importantes en Turoperación (24% y 16%, respectivamente).

Otros destinos también muy vendidos en AAVV -especialmente en el segmento premium- son Vietnam, Tailandia y Malasia. Estos países tampoco exigen visados de entrada y ofrecen productos de turismo de bienestar (Spas, etc.) y de compras muy apreciados.

### Canales de comercialización

9



Fuente: estudio de la agencia digital marroquí “Consultor” – mayo 2026

El principal canal que los marroquíes utilizan mayoritariamente para reservar sus viajes son las agencias internacionales digitales (OTAs como Booking, Expedia, Agoda). Si a esto le sumamos los canales on-line de transporte y las redes sociales, la reserva y compra de viajes a través de internet alcanzaría el 68%. Esto lo avalan las cifras globales de penetración de internet, que en 2025 fue del 88% (casi 34 millones de personas).

Hasta 2019, la apertura de agencias de viaje registraba un crecimiento del 53%, bajo el impulso de la ley 11-16<sup>1</sup>. La pandemia afectó gravemente al sector, con el cierre de casi el 80% de las agencias de viajes en Marruecos. A partir de la reapertura del país una vez superada la crisis sanitaria, la ley 11-16 ha favorecido nuevamente la reactivación del sector de las agencias de viaje.

Marruecos cuenta con unas 170 grupos de agencias de viaje (generalmente con una parte muy importante de su negocio como agencias receptoras). Tienen unos 1.250 puntos de venta repartidos por todo el país<sup>2</sup>. La mayoría de esos puntos de venta se concentran en Casablanca (alrededor de un 38%), Marrakech (poco más de un 21% y sobre todo como receptor) y Rabat (alrededor del 8%).

10

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)).

### Situación de la conectividad aérea general

En 2025, Marruecos recibió un total de 32,4 millones de pasajeros en vuelos internacionales. Esta cifra representó un aumento interanual del 11% respecto a 2024, impulsado principalmente por el crecimiento de las conexiones y por la consolidación de la estrategia de expansión de la conectividad aérea marroquí de cara al Mundial de Fútbol 2030. Alrededor del 84% del tráfico de los 18 aeropuertos internacionales marroquíes se realizó con Europa<sup>3</sup>.

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

---

<sup>1</sup> Fuente: Promulgada en 2016, la ley 11-16 reformó el marco regulatorio de las agencias de viajes y operadores turísticos. Su propósito era modernizar y reorganizar dicho sector para adaptarlo a un entorno más dinámico. En la práctica, permite la apertura de una agencia de viajes en tan sólo 48 horas, con el depósito de una fianza y eliminando requisitos como la formación profesional del director o acreditaciones ministeriales obligatorias. La ley es criticada por la Federación Nacional de Agencias de Viaje porque habría debilitado a las agencias consolidadas y habría mermado profesionalidad al sector.

<sup>2</sup> Fuente: Ministerio marroquí de Turismo, Artesanía y Economía Social y Solidaria – 2023 (últimos datos disponibles).

<sup>3</sup> Oficina Nacional de Aeropuertos (ONDA) – junio 2026.

1. Casablanca (aeropuerto “Mohammed V”), con 11,5 millones de pasajeros (+9,3% interanual), concentró el 32% del total;
2. Marrakech, con 10,2 millones (+10,1% interanual) y una cuota del 28%;
3. Agadir, con 3,4 millones (+10% interanual) y una cuota del 9,4%;
4. Tánger, con 2,8 millones de pasajeros (+17% interanual) y una cuota del 7,7%;
5. Rabat, con 2,17 millones (+25,7% interanual) y una cuota del 6%.

### Marruecos como destino competidor

El turismo es una de las principales actividades de la economía marroquí y motor clave del crecimiento del país en los últimos años. Representa el 8% del PIB (en 2019 representaba el 6,8%) y supone unos ingresos anuales de unos 19.000 millones de euros (+42,6% respecto a 2019). En el año 2025 se ha convertido en la primera potencia turística de África superando a Egipto. Respecto al empleo, supone unos 894.000 empleos directos. Con los empleos indirectos, esta cifra asciende a 2 millones de puestos de trabajo, o sea, el 18,2% del empleo total.

En 2025 Marruecos recibió 19,8 millones de turistas internacionales registrando un crecimiento interanual del +13,7% y un +52% respecto a 2019. Como puede verse en el Anexo 1 sobre la evolución del turismo internacional en los últimos años, el crecimiento de los mercados francés y español marcan la recuperación tras la pandemia. Destaca asimismo la tasa de crecimiento registrada para el mercado británico.

Respecto a los ingresos, el turismo internacional en Marruecos generó en 2025 unos ingresos cercanos a los 13.000 millones de euros (+19% interanual y +40,7% respecto a 2019).

Es importante señalar la apuesta estratégica del gobierno marroquí para el sector del turismo con el lanzamiento de dos planes:

#### 1. Hoja de Ruta del Turismo 2023–2026

El Gobierno de Marruecos lanzó en 2022 su Hoja de Ruta del Turismo 2023–2026, un plan estratégico diseñado para modernizar y potenciar el sector turístico a través de seis líneas de acción clave:

- Refuerzo de la conectividad aérea, con el objetivo de mejorar el acceso a destinos marroquíes desde mercados prioritarios, como Europa y el Golfo.

- Estructuración de la capacidad de alojamiento, para garantizar una oferta equilibrada y adaptada a la creciente demanda.
- Diversificación de la oferta turística, promoviendo experiencias más allá del turismo tradicional, como el cultural, el de naturaleza y el de lujo.
- Mejora de la calidad de los servicios, con estándares más altos en atención al turista y sostenibilidad.
- Dinamización de la inversión territorial, incentivando proyectos que impulsan el desarrollo local y la creación de empleo en nuevos destinos.
- Expansión estructurada del sector, con un enfoque en la competitividad y la resiliencia ante cambios en el mercado global.

### 2. Plan Turismo Objetivo 2030

12

Con la mirada puesta en la celebración del Mundial de Fútbol 2030, coorganizado por Marruecos, España y Portugal, el Plan Turismo Objetivo 2030 busca posicionar a Marruecos como destino turístico de referencia mediante una serie de metas ambiciosas:

- Superar los 30 millones de turistas internacionales en 2030, consolidando su posición como uno de los destinos más visitados de África y el Mediterráneo.
- Incrementar la capacidad aeroportuaria: se prevé pasar de 32 millones de pasajeros internacionales (2024) a 74 millones en 2029, con inversiones en infraestructuras y nuevas rutas.
- Duplicar la oferta hotelera, para responder al aumento de la demanda y diversificar la experiencia del visitante.
- Regulación de nuevos modelos de alojamiento, como el bivouac (acampada controlada) y viviendas turísticas, para ampliar las opciones disponibles.
- Apuesta decidida por la sostenibilidad, integrando criterios medioambientales y sociales en todas las acciones, con el fin de garantizar un turismo responsable y de calidad.

Este plan busca aprovechar el impacto del Mundial 2030 para consolidar un modelo turístico más robusto, diverso y equilibrado.

### Tendencias y Previsiones

En los últimos años, el comportamiento de la economía marroquí permite prever que la tendencia de viajes internacionales se mantendrá. La economía del país ha experimentado una aceleración notable en su crecimiento, con un PIB que aumentó un 5% en el primer trimestre de 2026 y un 4,1% en 2025. Este crecimiento se sustenta, principalmente, en la demanda interna (+4,8%), impulsada por un consumo de los hogares que creció un 4,6% en 2025. Además, el contexto macroeconómico se caracteriza por una inflación prácticamente nula (-0,1%), un déficit público del 4% del PIB en 2024 y un nivel de deuda del 70,3%.

Según las proyecciones de Oxford Economics, los viajes internacionales de los marroquíes aumentarán un 2,8% interanual en 2026, alcanzando un total de 2,47 millones de turistas, mientras que el gasto asociado a estos desplazamientos se incrementará un 13% interanual.

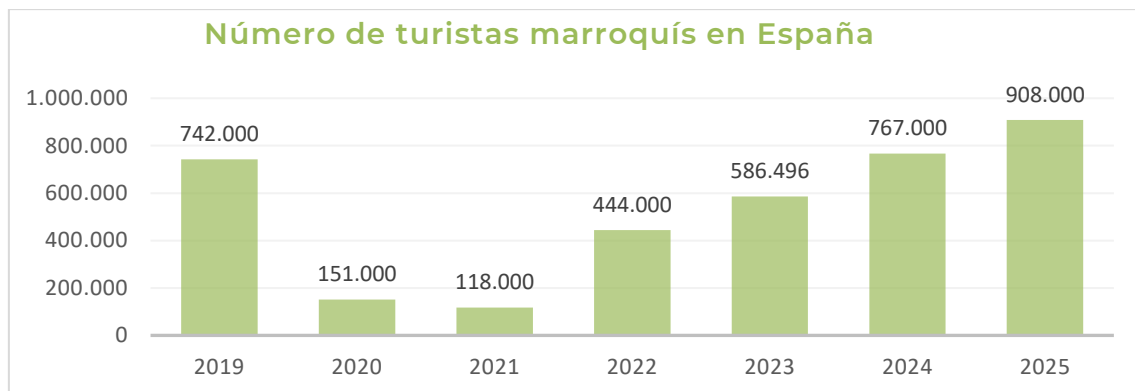
No obstante, es necesario actuar con prudencia ante el contexto geopolítico actual y su posible repercusión en los precios de los carburantes, un factor que podría afectar la movilidad internacional.

Otro aspecto relevante, especialmente para la llegada de turistas internacionales a Marruecos, es el aumento de las temperaturas en los países emisores de turistas. Este fenómeno podría desincentivar los viajes a destinos como Marruecos o España, afectando así a la economía local.

# ANÁLISIS DEL MERCADO EMISOR A ESPAÑA

## Evolución del N° de turistas

En 2025 llegaron a España 908.000 turistas marroquíes, según datos de la encuesta Frontur del Instituto Nacional de Estadística (INE). Esta cifra representó un aumento interanual del +18,4%.

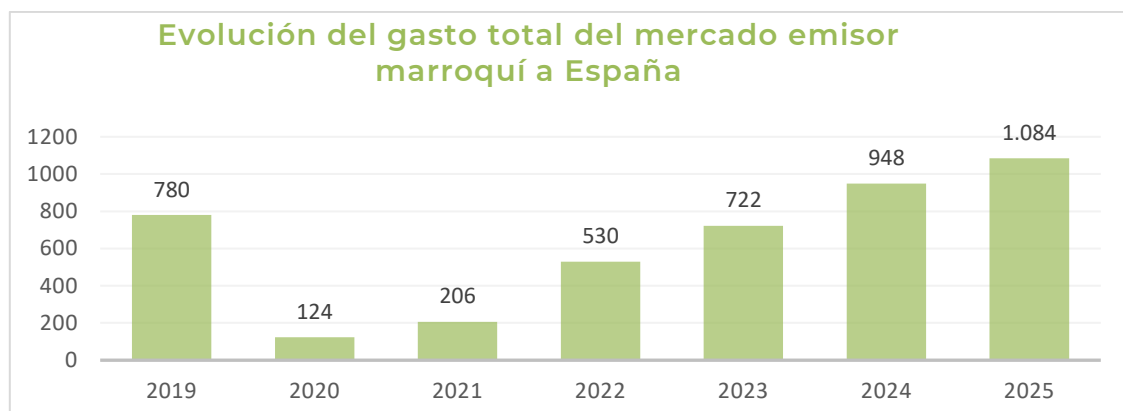


Fuente: encuesta Frontur – Instituto Nacional de Estadística español (INE) - Serie 2019-2025

Según estas cifras, el mercado emisor marroquí hacia España en 2024 sobrepasó su nivel de pre-pandemia en un +22,4%. El número de turistas marroquíes recibidos en España en 2025 es superior a los turistas recibidos de los principales mercados asiáticos como: China (790.000), el doble que Japón (o Corea, también es superior a los recibidos de los mercados americanos, salvo EEUU y México: Brasil (703.000), Argentina (817.000) o Canadá (628.000)

## Evolución del Gasto

En 2025, el mercado emisor marroquí a España registró una importante progresión respecto a su gasto en nuestro país, según muestra el siguiente gráfico.



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de Egatur – INE

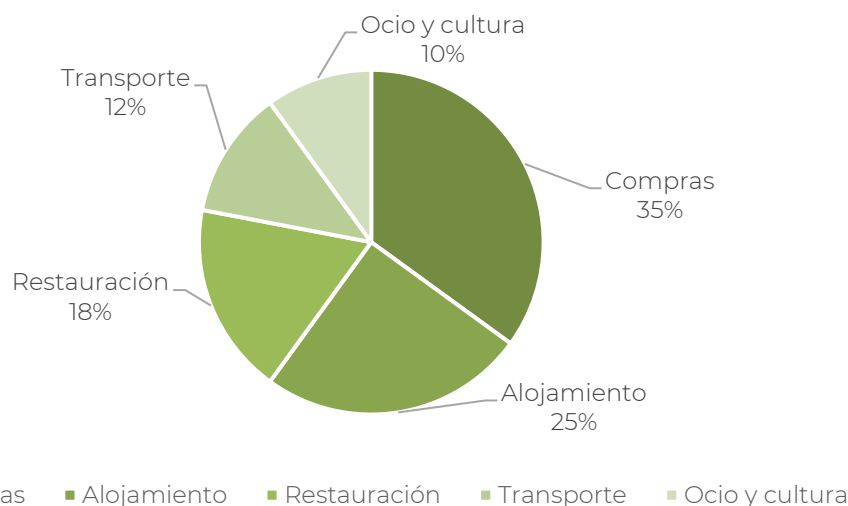
Este gasto podría ser mayor y debería contrastarse con otras fuentes ( ejemplo Tax Refund) ya que los datos recogidos por encuestación en punto de acceso de Egatur podrían no reflejar el gasto real debido a los usos y costumbre del mercado. Pese a esta puntualización, el gasto total del mercado emisor marroquí registró en 2025 un importante aumento interanual (+16,7%), sobrepasando asimismo su nivel de pre-pandemia en un +39%. El gasto medio diario es de 193 euros, cifra superior a la media para el conjunto de los mercados internacionales (188 euros).

Este incremento del gasto se explicaría por:

- Incremento del número de turistas
- Incremento de la estancia media (+6,9%): 6,2 días.
- Crecimiento del uso del alojamiento comercial por parte de los turistas marroquíes (+18,8%) con un 87,1% de cuota sobre el total del mercado marroquí para España y en particular del alojamiento hotelero. Un 77,9% correspondió a estancias en hoteles. Este tipo de alojamiento, por su parte, registró un incremento interanual del +16,4%.
- La importancia del gasto en destino ( como se señalaba en el apartado sobre gasto internacional del turista marroquí 80% del gasto en destino)

15

Principales partidas del gasto total de los turistas marroquíes en España en 2025

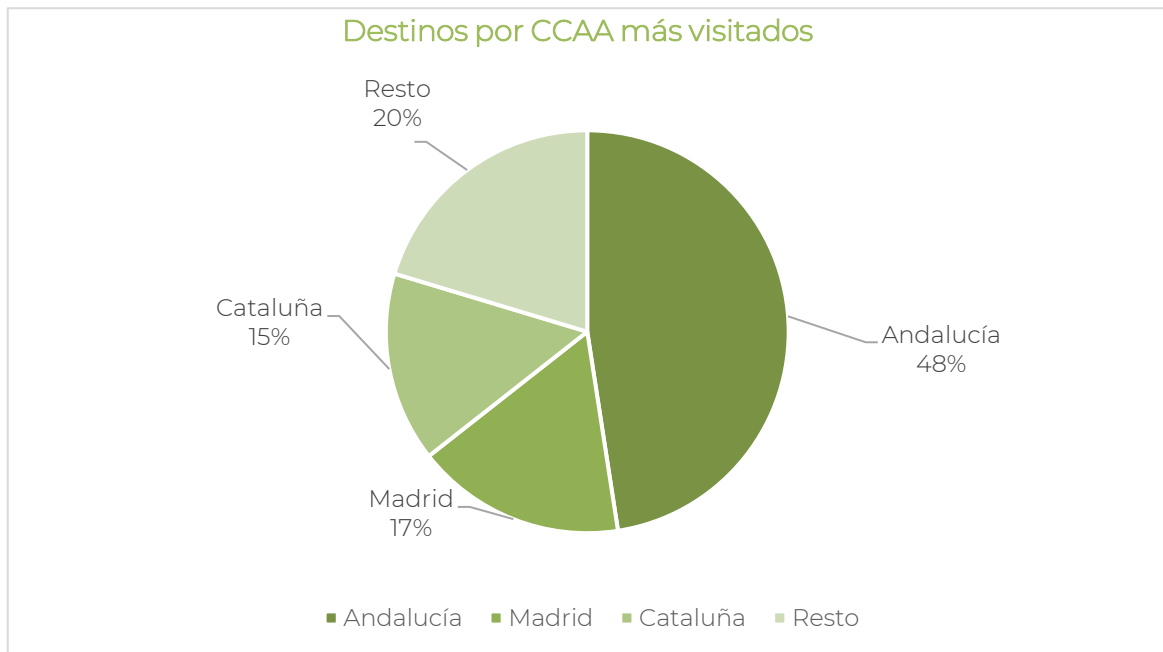


Fuente: encuesta EGATUR (INE) -2025

Las compras constituyen la principal categoría de gasto. Los productos de moda, electrónica, cosmética y artículos para el hogar son especialmente demandados.

### Destinos españoles más visitados

En líneas generales, el turismo marroquí se concentra en el sur de España, concretamente en Andalucía, y en las grandes capitales, Madrid y Barcelona. El gráfico siguiente ofrece las CCAA más visitadas por los marroquíes en 2025, según Frontur:



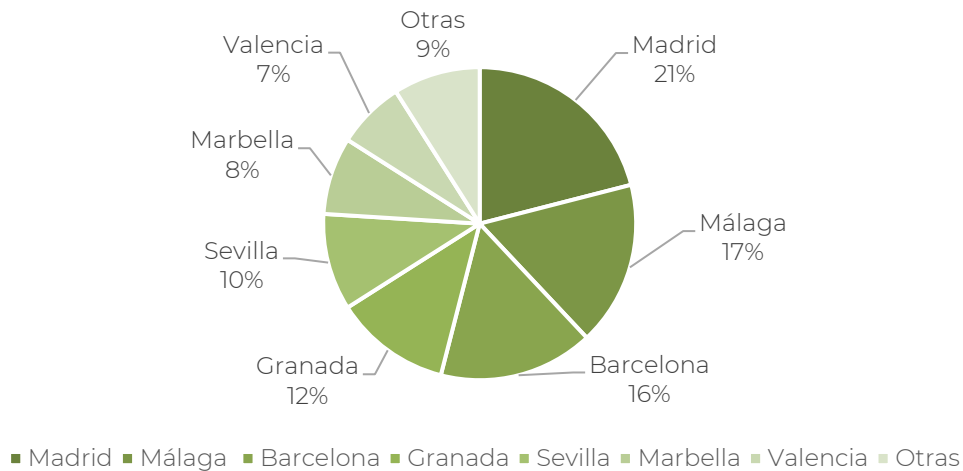
Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de: FRONTUR (INE)

Andalucía es la Comunidad Autónoma más visitada por los turistas marroquíes. En 2025, 433.000 marroquíes que viajaron a Andalucía, con un incremento interanual del +31,5%, según la encuesta Frontur del INE. La cuota de Andalucía en 2025 para el conjunto de las llegadas fue del 47,7%.

Madrid fue la segunda Comunidad Autónoma más visitada por los marroquíes en 2025, con 154.000 turistas (-17,5%). El 17% del total del mercado emisor marroquí para España. Cataluña atrajeron a 139.000 visitantes marroquíes con un incremento interanual de +59,7%.

En cuanto al análisis por ciudades, Madrid es el principal destino con una cuota del 21%, seguido de Málaga. Por ciudades, el siguiente gráfico ofrece las más visitadas por los marroquíes en 2025:

### Destinos por ciudades más visitadas



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de Frontur (INE)-

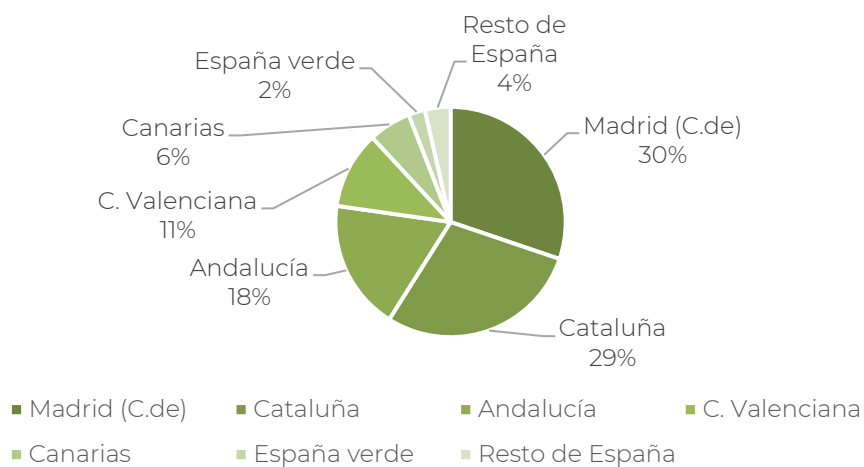
17

Como se puede observar, Madrid es el principal destino seguido de Málaga y Barcelona destinos de preferencia del turismo marroquí en sus viajes centrados en compras y escapadas urbanas. Se benefician de su amplia oferta de conectividad aérea con destinos marroquíes a unas dos horas de vuelo.

### Capacidades aéreas

En 2025 prosiguió la reactivación del tráfico aéreo hispano-marroquí. En el conjunto del año, los pasajeros en vuelos directos fueron 2.262.108, suponiendo un incremento interanual del 15,7%. Es importante recordar que se trata de cifras de pasajeros por lo que no existen datos respecto a la nacionalidad de los mismos.

### Distribución de los pasajeros Marruecos-España



Fuente: Encuesta de pasajeros AENA (2025)

Por CCAA de destino, las cuotas de tráfico de pasajeros en 2025 fueron las siguientes<sup>1</sup>:

- Madrid acaparó el 30,2% de cuota de mercado, por un total de 683.292 pasajeros, que representaron un aumento interanual del +7,4%.
- Cataluña fue el destino del 28,7% de los viajeros por un total de 650.327 personas, cifra que supuso un incremento interanual del +20,8%.
- Andalucía recibió 18,3% de viajeros, es decir, 413.875 personas, que representaron un incremento interanual del +15%.
- Canarias recibió el 6% del tráfico de pasajeros por un total de 134.861 personas. Esta cifra supuso un importante aumento interanual del +28,1%.

Para el Verano 2026<sup>2</sup>, las previsiones de AENA señalan un total de 1.607.200 asientos disponibles en vuelos directos Marruecos-España, que representan una disminución interanual del -15%.

## 18

### Principales características del mercado emisor marroquí para España

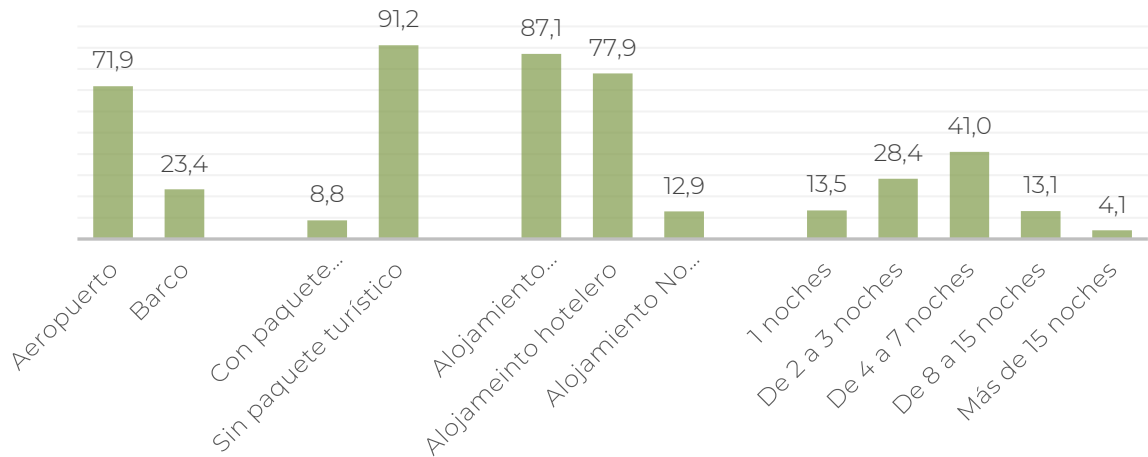
Las principales características son las siguientes:

- El 72% de los turistas marroquíes acceden a España en avión
- Organizan su viajes a España de forma individual (solamente el 8,8% compra un paquete turístico)
- El 78% se aloja en establecimientos hoteleros
- La estancia media es de 6,2 noches, aunque también son importantes las estancias de 2-3 noches (City-break)

<sup>1</sup> Sólo se aportan los datos de CCAA permitidos por protección de datos estadísticos.

<sup>2</sup> Fuente: las previsiones de asientos de AENA a las que se hace referencia en este apartado corresponden al período mayo-octubre 2025.

### Principales características del turismo de Marruecos a España



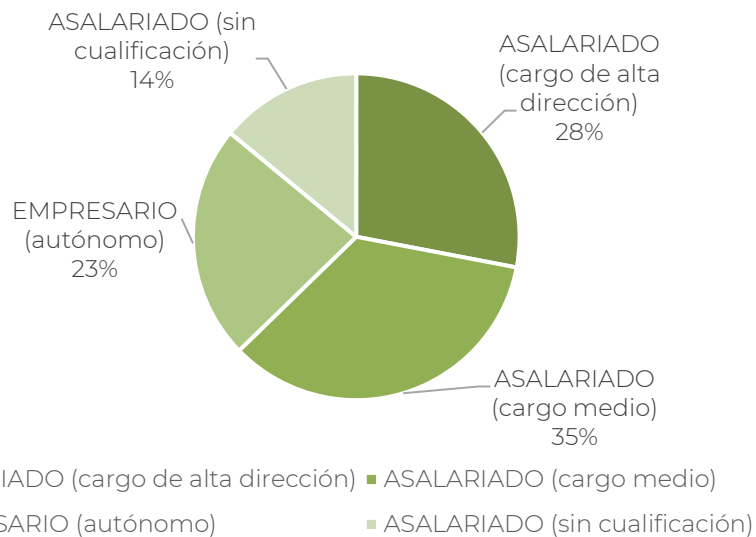
Fuente: encuesta Frontur – Instituto Nacional de Estadística español (INE)-

19

### Perfil del turista marroquí que visita España

#### Situación profesional

#### Situación profesional del Marroquí que visita España



Fuente: encuesta Frontur – Instituto Nacional de Estadística español (INE)-

Con estudios superiores (77,1%) y una posición profesional predominante como empleados de cargo medio (34,7%).

### Motivos del viaje

El principal motivo para viajar a España fue el ocio, recreo o vacaciones (85,9%). Las visitas a familiares y/o amigos representaron el 6,2% de los casos. Destacan también los viajes con fines educativos, especialmente para la realización de estudios superiores o universitarios.

### Composición del grupo de viaje

En cuanto a la composición de los grupos, el 32,6% de los turistas marroquíes viajaron en familia, mientras que el 19,2% lo hicieron en pareja.

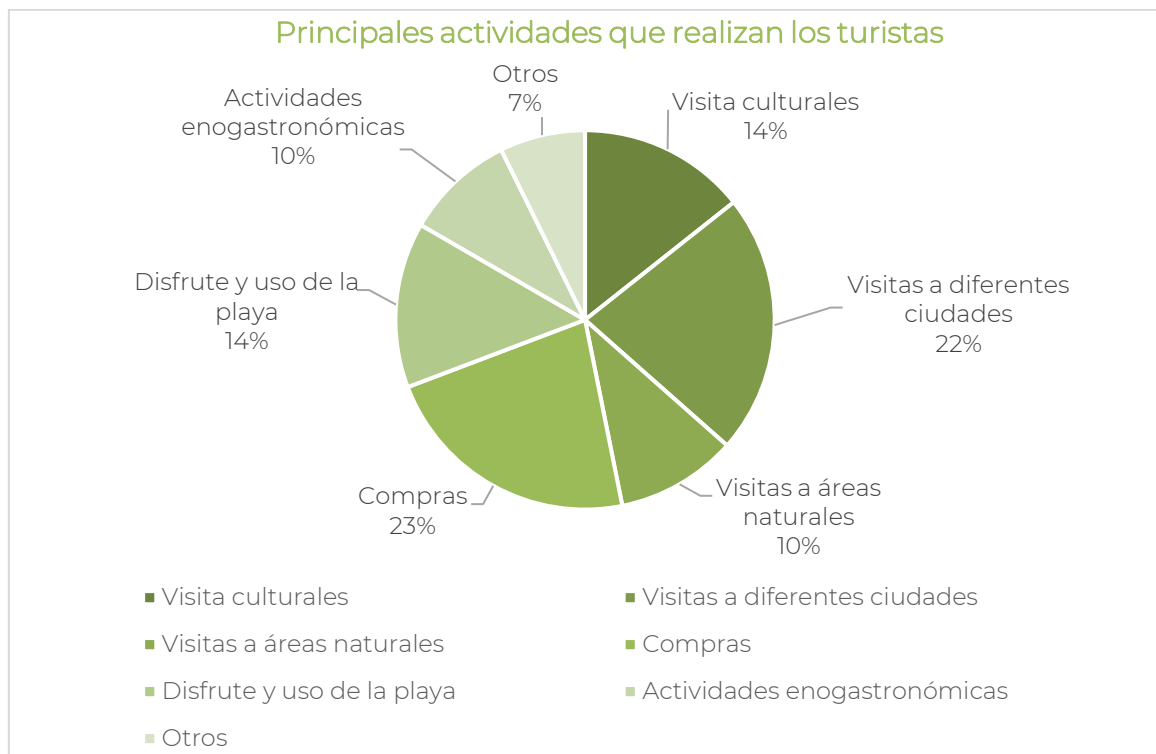
### Fidelidad

Un % de los turistas de 2025 habían venido a España más de 10 veces y casi un 17% de marroquíes viajó a España por primera vez en 2025. un % lo hizo por primera vez

### Actividades realizadas

El gráfico siguiente ofrece las principales actividades que los turistas marroquíes realizaron en 2025 durante sus estancias en territorio español.

20



Fuente: encuesta EGATUR – INE – Comparativa 2019-2023-2025 - 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.

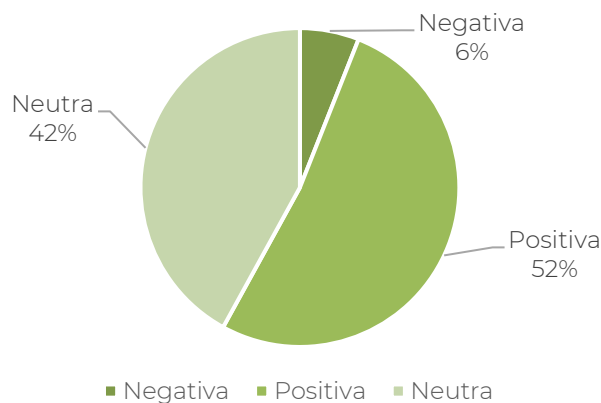
Como se desprende del gráfico precedente, destaca en primer lugar la importancia de las actividades de compras que realizan los turistas marroquíes durante sus estancias en España. Vivistas a ciudades y cultura siguen a continuación.

### Posicionamiento e imagen de España.

El gráfico siguiente recoge el tono predominante en el conjunto de artículos analizados respecto a la imagen de España como destino turístico en Marruecos realizado por la agencia Consultor para la OET sobre artículos aparecidos en medios y en RRSS marroquíes:

Como muestra el gráfico siguiente, tres temas dominan el interés y las preocupaciones de los turistas marroquíes respecto a España: las posibilidades de descubrimiento, la organización de sus viajes y el precio de los mismos.

**Imagen de España en el mercado emisor marroquí**



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 2025

La imagen de España por parte de los marroquíes en 2025, es positiva en el 52% del material analizado. Un 77% de publicaciones positivas proceden de las RRSS el restante 23% de la prensa online, ofreciendo en su globalidad una percepción favorable de España como futuro destino de viaje. Respecto al primer estudio realizado en 2023, destaca la disminución de la imagen negativa de España en 10 puntos porcentuales (el porcentaje de 2023 fue del 16%). Esos diez puntos porcentuales han pasado a tono neutro.

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

- precios abordables y buena relación calidad/precio de las ofertas españolas de alojamiento y todo tipo de servicio turístico;
- oferta diversificada de productos -especialmente por lo que respecta a turismo urbano, cultural y de naturaleza- y actividades en destino;
- buenas conexiones aéreas y apertura de nuevas rutas;
- percepción positiva de la acogida, la hospitalidad y la calidad de los servicios e infraestructuras turísticas españoles.
- Incremento de la oferta española de turismo halal, no sólo respecto a la restauración, sino también al alojamiento y a las actividades en destino

Respecto al contenido negativo, éste tuvo que ver con el eco de las manifestaciones contra la saturación turística en algunas localidades españolas, que han suscitado una percepción desfavorable entre los marroquíes. Otras opiniones negativas estuvieron relacionadas con el tema de la dificultad para obtener un visado.

## 22

### 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 y a través de internet.

En cuanto a la principales empresas de producción y distribución hacia España las mas relevantes serían las siguientes:

Grupo Atlas Voyages, una red de 17 agencias en 8 ciudades, creada en 1964 y con sede en Casablanca, que trabaja el segmento vacacional Premium, de negocios y MICE; también se debe citar a

Transatour Maroc. Creada hace más de 70 años en Casablanca y con filiales en Rabat, Tanger, Fès, El Jadida y Marrakech, esta empresa es también un importante receptivo, destacando su filial de alquiler de coches Aircar.

Agencias de viajes a medida y de nicho: Africa Travel; Kabdani; Royal Voyages; Atlas Tours; Horizon Voyages; Mediterranee Voyages; Dakhla Luxury Travel; Triplan; Follow me Travel by Asfari Voyage; y Circuit de Voyage .

Otras agencias a destacar aunque con un peso muy relevante en el receptivo son: Vacancia.ma, una agencia online con sede social en Marrakech; Z'Tours, Elite Travel Morocco, Destination Evasion Maroc, Univers Voyage, El Yakut Travel, Tours Moroco

Trips, La Paloma Voyage, Hawmi Voyage, Setitours, Amana, Achar, Promise Voyage, Mondo Zenith y Marmara Travel.

### Tendencias de los viajes hacia España y previsiones

Según los datos de Frontur, el mercado emisor marroquí hacia España muestra una tendencia alcista, con un crecimiento interanual del +6,7% en el período enero-abril 2026. Sin embargo, las previsiones de AENA para el verano de 2026 indican una reducción del -15% en los asientos disponibles en vuelos directos entre España y Marruecos, debido a la situación en Oriente Medio, que ha afectado a la demanda de viajes hacia Marruecos desde los mercados europeos. No se disponen de datos suficientes para realizar una previsión precisa sobre el comportamiento futuro de este mercado emisor a corto plazo.

No obstante, el buen comportamiento de la economía y el impulso a las conexiones aéreas, respaldado por inversiones en infraestructuras, favorecerán el aumento de los viajes de los marroquíes hacia España en los próximos años. En este sentido, la celebración de la Copa del Mundo de Fútbol 2030 actúa como catalizador, ya que acelerará la puesta en marcha de nuevas infraestructuras que mejorarán la conectividad y la capacidad de transporte, facilitando así el crecimiento del turismo hacia Marruecos pero también las salidas de marroquíes al exterior..

23

## Conclusiones y Valoración

España constituye un destino internacional apreciado y demandado por el turista marroquí: le ofrece la cercanía geográfica, la acogida y atención al cliente, la buena relación calidad-precio, la calidad del alojamiento y de servicios y la oferta de experiencias y actividades variadas que constituyen sus principales criterios de elección de destino<sup>1</sup>. España se posiciona como un destino donde los viajeros marroquíes se sienten cómodos y España tiene una buena valoración y posicionamiento competitivo<sup>2</sup>.

Dada la tendencia positiva manifestada en los últimos dos años por dicho mercado, se estima que en 2026 se siga cumpliendo el primer objetivo de Turespaña respecto a Marruecos como país emisor de turistas hacia España: un incremento tanto en el número de turistas, especialmente los de más alto poder adquisitivo, como en el gasto.

<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 2025.

<sup>2</sup> Fuente: Idem.

Sin embargo la incertidumbre causada por la actual situación geopolítica podría también afectar al mercado emisor marroquí en 2026.

Respecto a la diversificación espacial de las llegadas de turistas marroquíes, que es el segundo objetivo de Turespaña para este mercado, se prevé lograr un interés cada vez más marcado por los destinos españoles menos conocidos, especialmente los del norte de la Península que, además, ofrecen productos de naturaleza y urbano cada vez más apreciados por los marroquíes en sus viajes al extranjero.

Asimismo, se seguirá trabajando en un tercer objetivo: la adquisición de un mejor conocimiento del mercado emisor marroquí para poner en marcha nuevas acciones de cara a los próximos años.

España cuenta con una ventaja competitiva, pues ofrece productos -especialmente en turismo de compras, cultural y urbano-, servicios e infraestructuras que satisfacen los criterios de calidad del mercado marroquí.

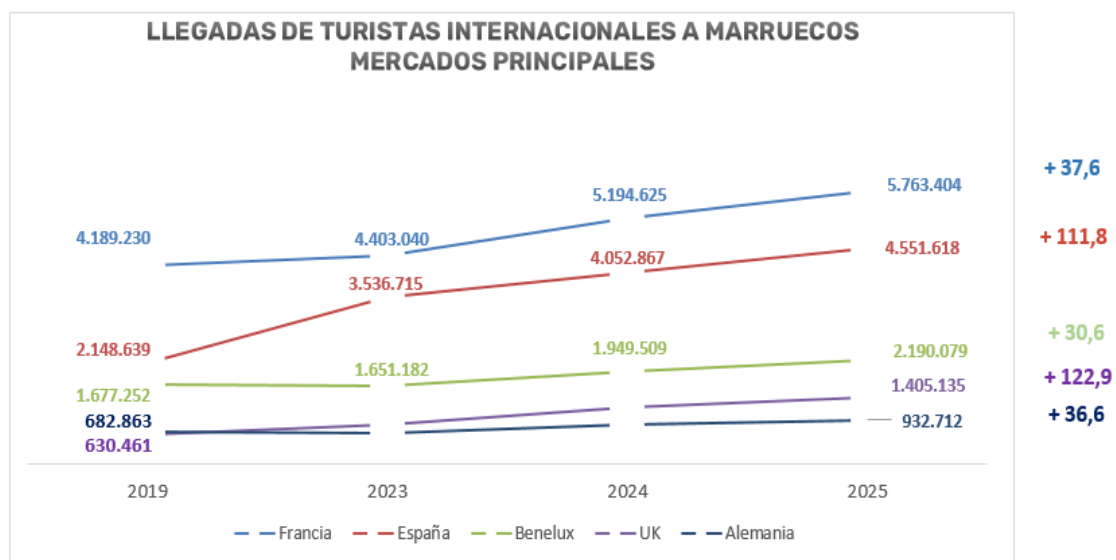
24

No obstante, para mantener y reforzar esta atraktividad, es esencial adaptar la oferta a la evolución de las expectativas de la clientela marroquí, incrementando la oferta de turismo halal, entre otras medidas. Asimismo, se debe trabajar en la mejora de los procedimientos de obtención de los visados, para facilitar los flujos turísticos.

El Mundial de Fútbol 2030 representa una oportunidad única para impulsar los viajes de marroquíes hacia España. Las inversiones en infraestructuras y conectividad, junto con el aumento de la capacidad aeroportuaria y la promoción turística, facilitarán el desplazamiento y fomentarán que más ciudadanos marroquíes elijan España como destino, consolidando así un crecimiento sostenido del turismo entre ambos países.

Además, la nueva normativa de visados de la UE, que agiliza y simplifica los trámites para viajeros de países terceros como Marruecos, eliminará barreras burocráticas y mejorará la fluidez de las llegadas. Este avance, combinado con el atractivo del Mundial, potenciará aún más el flujo turístico, haciendo que España sea un destino aún más accesible y atractivo para los viajeros marroquíes.

### ANEXO 1:



Fuente: Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Economie Sociale et Solidaire. Royaume du Maroc 2026,



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

TURESPAÑA

