

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2.

AUSTRALIA 2023
Mercado Emisor

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en Singapur

NIPO: 115-23-008-X

Junio 2023



TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

Australia es un país próspero cuyo PIB per cápita es de los más altos del mundo. Si bien es un mercado relativamente pequeño, con una población de 25,75 millones de personas, son muy viajeros.

Según Credit Suisse (2022), el 11,2% de los australianos adultos son millonarios, el tercer porcentaje más alto del mundo (después de Luxemburgo y Suiza).

Antes de la pandemia, la economía australiana había logrado evitar la recesión durante un periodo récord de 28 años, más tiempo que cualquier otro país desarrollado del mundo. La recesión del 2020 fue sólo una recesión técnica, y desde entonces Australia ha tenido 8/9 trimestres de crecimiento del PIB.

4

Los australianos cobran unos salarios altos y disfrutan de un importante número de días de vacaciones. Incluyendo las vacaciones anuales obligatorias y los días festivos, los australianos disfrutan de al menos 30 días de vacaciones pagadas al año. (fuente: Oficina Australiana de Estadística)

La economía australiana creció un +2,7% en 2022, según el último informe de la Oficina Australiana de Estadística (01/03/23). La inflación alcanzó su nivel máximo en diciembre de 2022, con un 8,4%, y ha empezado a reducirse, situándose en abril de 2023 en el 6,8% (por encima del mes de marzo).

De acuerdo con el gobernador del Australian Reserve Bank, el crecimiento de la economía australiana se ha ralentizado y las condiciones del mercado laboral se han suavizado, aunque siguen siendo muy ajustadas. La tasa de desempleo aumentó ligeramente hasta el 3,7% en abril y el crecimiento del empleo se ha moderado. Las empresas informan de que la escasez de mano de obra se ha atenuado, aunque las vacantes y los anuncios de empleo se mantienen en niveles muy elevados. El crecimiento de los salarios ha repuntado en respuesta a la escasez de mano de obra y a la elevada inflación.

Siguen tratando de mantener la economía en una situación de equilibrio mientras la inflación vuelve al rango objetivo del 2-3%. Una fuente importante de incertidumbre siguen siendo las perspectivas del consumo de los hogares. La combinación de tipos



de interés más altos y presiones sobre el coste de la vida están provocando una desaceleración sustancial del gasto de los hogares. Los precios de la vivienda están subiendo de nuevo y algunos hogares tienen importantes reservas de ahorro, aunque otros están experimentando restricción de sus recursos.

El viajero australiano es un viajero con gran capacidad de gasto, exigente, independiente y atraído por las novedades. A los australianos les interesa la gastronomía, el turismo cultural, de naturaleza y deportivo, así como los productos y experiencias en torno al turismo activo. De hecho, la gastronomía es un gran motivador del viaje.

Cabe destacar igualmente su preocupación por su salud y por el medio ambiente, así como el hecho de que prefieren destinos sostenibles.

Los meses preferidos para viajes de ocio a destinos cercanos son los que corresponden al verano austral, que coinciden con las vacaciones escolares. Por el contrario, para los viajes a Estados Unidos y Europa, los australianos optan por realizarlos en su temporada de invierno (junio-septiembre).

5

El viajar está muy integrado dentro de su forma de vida y se plantea como una necesidad, lo que da lugar a que destinen parte de sus recursos financieros anuales a este fin, tanto viajes domésticos como internacionales. De acuerdo con GlobalData, el turista australiano dedica el 80% de sus vacaciones anuales a viajes internacionales y además tienden a repetir destino si dicho destino incluye playa o VFR.

El 43% de los turistas australianos prefiere las vacaciones de sol y playa. La oferta de actividades deportivas acuáticas o eventos en la playa es probablemente una ventaja cuando se trata de un destino internacional.

De acuerdo con GlobalData, los residentes australianos están menos influenciados por las redes sociales que otros países a la hora de tomar decisiones de viajes, si bien este porcentaje ha ido creciendo.

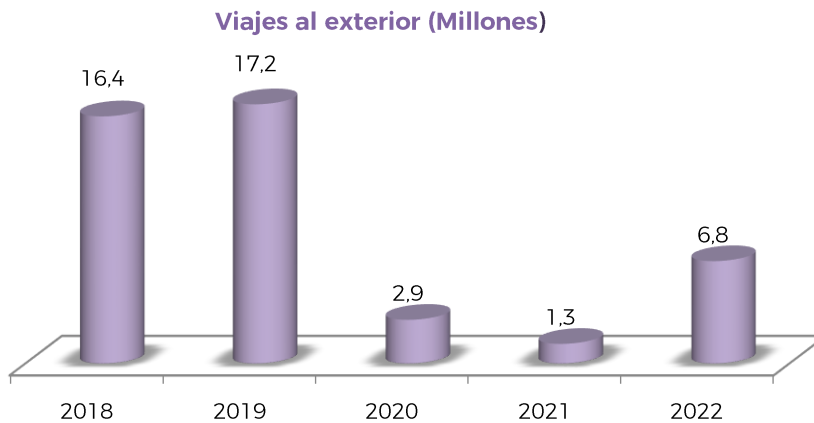
Volumen del mercado por gasto

En el año que terminó en marzo del 2022, los australianos habían gastado en viajes internacionales 65.0000 millones de dólares australianos. (Finder).



Los australianos son uno de los países de mayor gasto en sus viajes. De media, este gasto es de AUD \$7.3 (aproximadamente 4.500 Euros) por viaje.

Volumen del mercado por número de viajes



6

Fuente: Euromonitor International, Travel from Australia

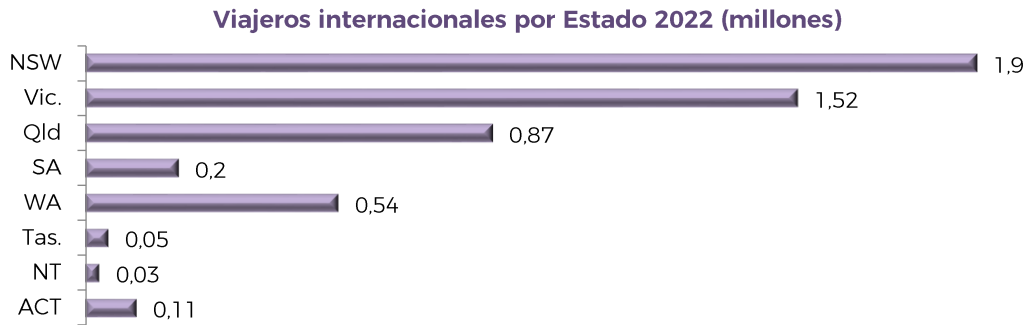
En 2022 Nueva Zelanda fue el principal país de destino de los australianos, seguido de Indonesia, USA, UK e India. Italia aparece en el puesto número 10 del ranking. El 47,8% viajó por vacaciones, 37% para ver amigos y familiares y el 6,9% por negocio.

El año 2023 está de momento por debajo de las cifras de 2019 (abril, último mes disponible un 18% por debajo aun) y los principales destinos son Nueva Zelanda, Indonesia y Japón. Hasta el mes de abril no aparece Europa en las estadísticas con UK.

De acuerdo con datos del Australian Bureau of Statistics, el 2019 fue record en salidas de australianos, con 11,3 millones (datos diferentes al cuadro de Euromonitor). El único cambio en destinos con los años 2022 y 2023 es que no aparece China entre los destinos (5º lugar en 2019), si bien las posiciones se alteran entre algunos países.

Principales áreas emisoras

En 2023, la proporción de residentes que retornó a Australia por país de residencia fue mayoritariamente del estado de Nueva Gales del Sur (NSW), Victoria, Queensland y Australia Occidental.



Fuente: Australian Bureau of Statistics, Overseas Arrivals and Departures

Organización del viaje y reservas

Según los últimos datos de Nielsen, tanto los paquetes de viajes nacionales (34%) como los internacionales (29%) se reservan cada vez más a través de plataformas en línea, lo que refleja un crecimiento significativo en los últimos años. Entre las plataformas preferidas por los australianos se encuentran Booking Holdings Network (37%), TripAdvisor (27%), Virgin Travel and Tourism (20%) y Expedia (15%) para paquetes de viajes, mientras que Booking.com (30%), Airbnb (17%) y Hotels.com (10%) lideran las reservas de alojamiento.

Se calcula que casi el 40% de los agentes de viajes de Australia perdieron su empleo como consecuencia de los más de dos años de cierre de fronteras internacionales y restricciones a los viajes. Aunque se están llevando a cabo campañas de contratación, sigue habiendo escasez de personal en todo el sector. Esto ha impulsado aún más el cambio de las tiendas físicas a modelos híbridos o a domicilio (mayor flexibilidad del personal y menores gastos generales).

De acuerdo con un estudio realizado por ACI Asia- Pacífico (Airport Council International) en colaboración con Flare Aviation Consulting, mientras que las tasas aeroportuarias se han mantenido estables desde la pandemia, las tarifas aéreas se han disparado por encima de los niveles anteriores a la pandemia, ayudando a las principales aerolíneas a obtener beneficios récord.

El estudio, examinó unas 36.000 rutas en los 10 principales mercados de aviación de Asia-Pacífico, y revela un aumento de las tarifas aéreas internacionales de hasta el 50%, y un 10% en las rutas nacionales. Entre los mercados que registraron el mayor aumento de las tarifas aéreas se encuentra Australia 23%. Las aerolíneas están aprovechando la escasa competencia y la demanda acumulada para aumentar sus beneficios y recuperar las pérdidas sufridas durante la pandemia.

Turkish Airlines ha anunciado que volará a Sydney cinco veces por semana antes de finales del año 2023.

Comportamiento viajero

El viajero australiano, como mencionábamos al principio de este informe, es un viajero con gran capacidad de gasto, exigente, independiente, y atraído por las novedades. A los australianos les interesa la gastronomía, el turismo cultural, de naturaleza y deportivo, así como los productos y experiencias en torno al turismo activo.

También es conocida su gran afición a todo tipo de deportes, por lo que un número sustancial de viajeros dedica parte de su tiempo libre a participar o asistir a eventos deportivos que transcurren fuera de su país. Cabe destacar igualmente su preocupación por su salud y por el medio ambiente, así como el hecho de que prefieren destinos sostenibles.

8

Los meses preferidos para viajes de ocio a destinos cercanos son los que corresponden al verano austral, que coinciden con las vacaciones escolares. Por el contrario, para los viajes a Estados Unidos y Europa, los australianos optan por realizarlos en su temporada de invierno (junio-septiembre).

Cabe destacar que Australia ocupa el segundo lugar, detrás de Singapur, en número de cruceristas respecto al total de su población, un 5,4 % de la población en 2018, o lo que es lo mismo, 1 de cada 17 australianos. Según CLIA, los "early nesters" cada vez son más numerosos en el turismo de cruceros de Australia y la media de edad es de 49 años, concentrándose los pasajeros (el 53 %) en la región NSW de Australia. El 76,6 % de los cruceros los realizan en la zona de Australia, NZ y Pacífico, pero, saliendo de esta área, el Mediterráneo es el destino más escogido, representando el 8,1 % de los cruceros de los australianos.

Como nación de inmigrantes, los australianos suelen tener amigos o familiares en otros países y la visita y el contacto suele ser uno de los motivos centrales a la hora de escoger un destino vacacional.

Los últimos datos de Nielsen Consumer and Media View (CMV) junio de 2023, revelan el creciente interés de los australianos por los viajes nacionales, las reservas de viajes online y un mayor deseo de viajar en general.

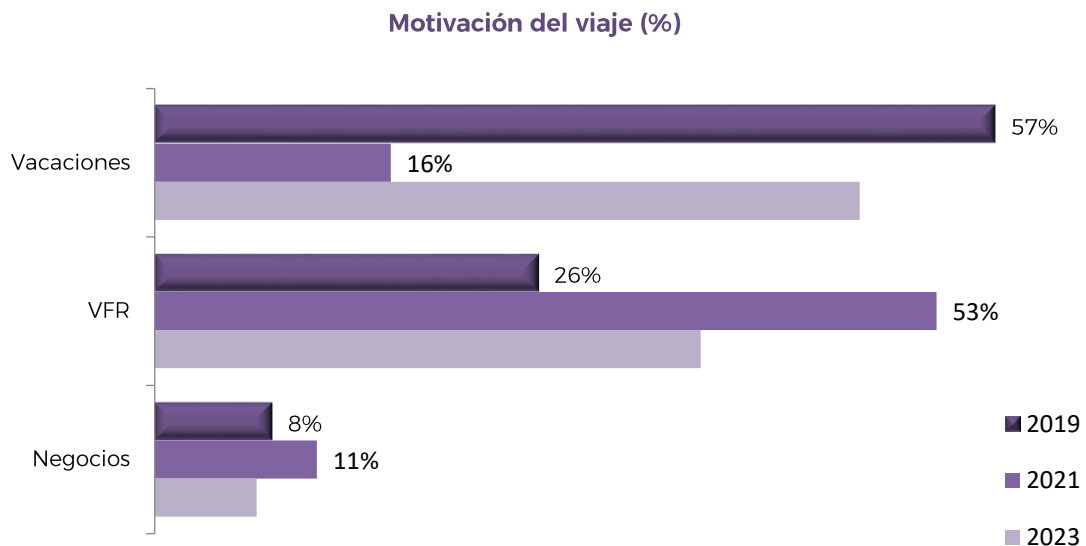
Los datos de Nielsen CMV también revelan un aumento del interés por viajar entre los australianos más jóvenes (de 25 a 39 años), con un 30% que planea algún tipo de viaje, una estadística que hace que este grupo demográfico tenga un 10% más de probabilidades de viajar que el australiano medio.

De acuerdo con este estudio, aunque el 42% de los australianos se inclina por las vacaciones nacionales, se observa un notable aumento del interés por los viajes internacionales. Así, el 35% de los australianos tiene previsto viajar al extranjero.

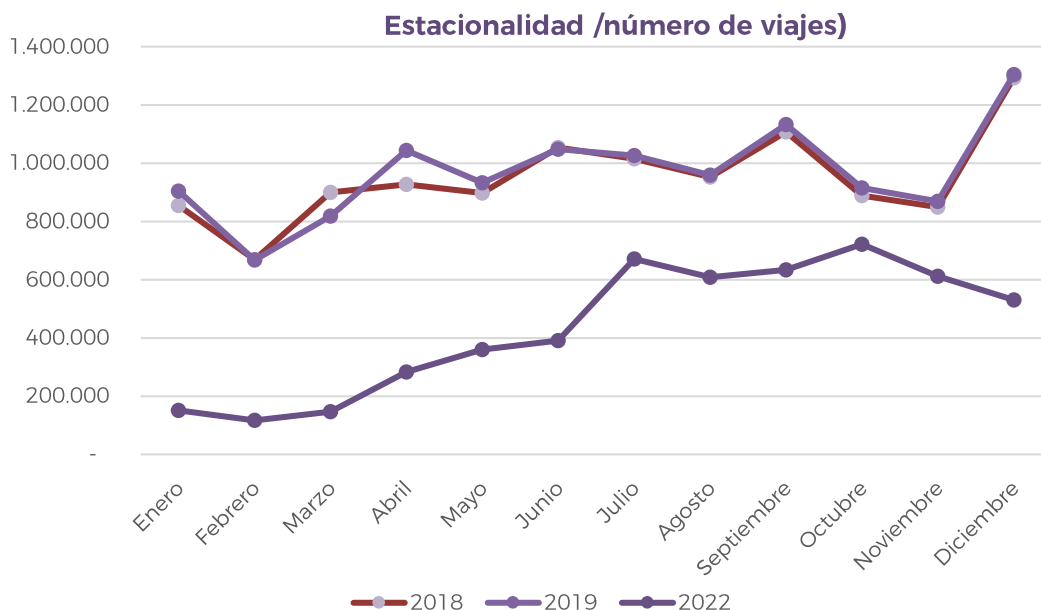
Entre los que planean viajar al extranjero, los destinos preferidos son Europa (39%), Norteamérica (24%), Reino Unido (23%) y Nueva Zelanda (18%).

Motivación y estacionalidad del viajero

9



Fuente: Australian Bureau of Statistics.



Fuente: Australian Bureau of Statistics

10

Perfil del viajero y Productos turísticos demandados

Cultura, gastronomía, naturaleza y wellness son los principales atractivos para el mercado australiano.

Según los datos de Nielsen, el 76% de los australianos "muestra un gran interés por visitar nuevos lugares", y una mayoría significativa muestra preferencia por las "experiencias centradas en la naturaleza" (64%), la "proximidad de la costa" (59%) y la "exploración de lugares apartados y poco frecuentados" (54%).

Los viajeros son ahora más conscientes que nunca de su impacto y del impacto de sus vacaciones. Más de dos tercios (69%) de los viajeros de Booking.com esperan que el sector turístico ofrezca opciones de viaje más sostenibles, mientras que el 53% está molesto si los hoteles no ofrecen soluciones de viaje sostenibles significativas (por ejemplo, si no ofrecen instalaciones de reciclaje o siguen utilizando plásticos de un solo uso).

El 73% de los viajeros quiere vivir experiencias auténticas que sean representativas de la cultura y la comunidad locales cuando viaja, según Booking.com.

El 42% de los australianos quiere trabajar a distancia en 2023, y una de las principales razones es que "así puedo pasar más tiempo en el destino". La prensa de viajes ha compartido sus consejos para aprovechar al máximo los días festivos, así como para trabajar mientras se viaja.



El 45% de los australianos está dispuesto a viajar solo, sin acompañante, en 2023. Los australianos ya no esperan a que otros se unan a ellos en sus viajes.

Los australianos son también un importante mercado para los cruceros. Así, en 2019, 1,3 millones de australianos realizaron un crucero. Sin embargo y, de acuerdo con datos de CLIA, la gran mayoría de los mismos tiene lugar en Australia, Nueva Zelanda y Asia Pacífico. Así solo el 8,1% tiene como destino Europa y el Mediterráneo, que es el destino lejano más popular.

En 2022, solo 457.200 australianos realizaron un crucero y de esta cifra el 9,1% viajaron a destinos diferentes de Australia, Nueva Zelanda y Asia Pacífico, siendo el perfil mayoritariamente (+57%) personas de más de 50 años.

Según la Encuesta YouGov sobre Intenciones de Viaje en Australia 2023 los elementos que toman en cuenta los viajeros al elegir un destino son las atracciones y servicios locales (41%), la seguridad del destino (35%) y la disponibilidad de una amplia gama de actividades a realizar (28%).

También de acuerdo con el barómetro de la ETC los viajeros australianos buscan ante todo seguridad en los destinos (35%), buen precio (35%), atractivos “must-see” (32%) y un tiempo agradable (31%).

El encarecimiento de los precios lo afrontan reduciendo las compras (35%), con alojamientos más económicos (35%) y con restaurantes o comidas menos costosas (31%).

Conclusiones y tendencias

Los australianos, que se sienten presionados por la subida de los tipos de interés, la inflación y el temor a una inminente recesión, renuncian cada vez más a viajar al extranjero y optan por unas vacaciones más baratas cerca de casa.

Los precios de los billetes de avión siguen siendo elevados y los hoteles europeos cobrar tarifas máximas. Una encuesta realizada por Finder entre 1.079 personas reveló que el 37% de los encuestados considera que viajar al extranjero es inasequible.

Otra serie de entrevistas realizadas por la empresa de vacaciones nacionales G'Day Group a 5.000 clientes reveló que el 57% pensaba quedarse en Australia para sus próximas vacaciones debido al coste de viajar al extranjero.

Los datos de Expedia Brands, que incluye las plataformas de reserva y búsqueda Expedia, Wotif y Stayz, han mostrado un cambio importante en la forma en que los australianos viajan ahora: eligen estancias más cortas de tres noches en lugar de los viajes anteriores de siete a diez noches.

El Director general de Expedia Brands afirmaba que los australianos prefieren escaparse fines de semana largos a destinos nacionales o hacer una escapada corta a Fiji, Papua New Guinea, Singapore, Bangkok, Bali o Nueva Zelanda, en lugar de hacer el tradicional viaje más largo a Europa ya que se trata de destinos más asequibles.

De acuerdo con Flight Centre, el año pasado se produjo un enorme aumento de los "viajes por venganza" a Europa por parte de los australianos, especialmente a Italia y Grecia, así como al Reino Unido y EE.UU.. Este año, los viajes nacionales vuelven a ser los más populares, y Asia ha tomado el relevo de Europa en el segundo puesto. No solo están más cerca y asequibles, sino que se reabrieron al turismo más tarde, con lo que son aun novedad de nuevo para los visitantes.

12

Pero todavía hay mucha gente que viaja a Europa y, aunque los billetes de avión son mucho más caros que antes de la pandemia, la capacidad aérea está aumentando gradualmente. Sin embargo, las perspectivas de las tarifas aéreas no son muy optimistas para los viajeros. Así, el director ejecutivo de Qantas, dijo que espera que el precio de los vuelos se "normalice" a medida que la capacidad se recupere, pero advirtió que era poco probable que las tarifas volvieran a los niveles anteriores a la pandemia.

La capacidad de las aerolíneas, por tanto, es uno de los principales problemas, ya que no hay suficientes plazas y por tanto y las que hay suelen ofrecerse a precios muy elevados.

Parece que los menos afectados por los costes en sus reservas son los baby boomers y los menores de 30 años. (No tienen hipotecas)

Finalmente, un estudio encargado por Carnival Cruise Line Australia reveló que algunos cruceristas preferían recortar en ropa, bolsos y calzado caros (86%), coches nuevos (82%), reformas (79%), comidas fuera (23%) y películas (22%), antes que renunciar a sus vacaciones.

Lo cierto es que las agencias siguen vendiendo, con viajes cada vez más exclusivos y a precios más altos y que Europa continúa creciendo en la intención de viaje.



MERCADO EMISOR

AUSTRALIA 2023

En el corto plazo y, de acuerdo con el [Barómetro de la European Travel Commision](#), las preferencias de los australianos en los meses de mayo a agosto de este año se resumen de la siguiente manera:

El 41% de los encuestados no viajará y el 38% lo hará a Europa (un 24% ya ha estado previamente). Los que más viajan son los comprendidos entre 18 y 49 años y aquellos con unos ingresos superiores a los 55.000€.

Loa mayores de 50 años buscan experiencias culturales y gastronómicas, mientras que los de 18 a 34 años se sienten atraídos por el estilo de vida de Europa y están más inclinados a participar en actividades y eventos musicales, festivales literarios, actividades de pintura y fotografía, etc.

El destino más buscado es Francia (42%) seguido de Reino Unido (35), Alemania (29%), Italia (28%) y España (21%) en quinto lugar, si bien la media de países a visitar por viaje es de 3,6.

13

MERCADO EMISOR A ESPAÑA

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

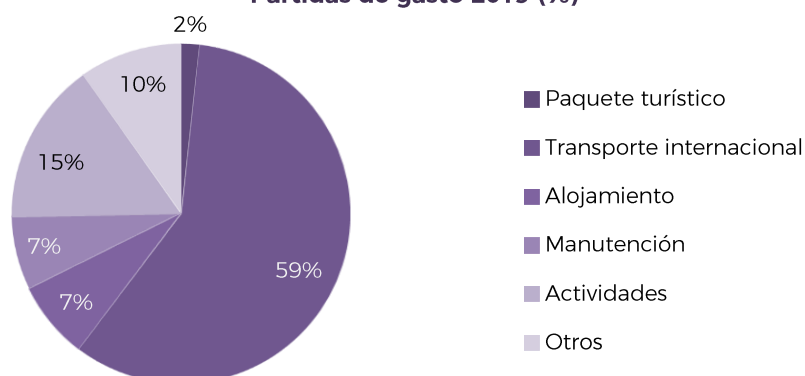
Cabe destacar que, si bien el turista de Australia representa en número solo el 0,4% del total de turistas internacionales a España en 2022, supone el 1,2 % del gasto total. (0,5% y 1,8% en 2019 respectivamente)

	2022	% Variación interanual 2019
Gasto total (millones €)	1.025	-25,3%
Gasto medio diario (€)	404	-9,4%
Gasto medio/persona (€)	3.425	8,8
Estancia media (días)	8,5	+20%

Fuente: Egatur, INE

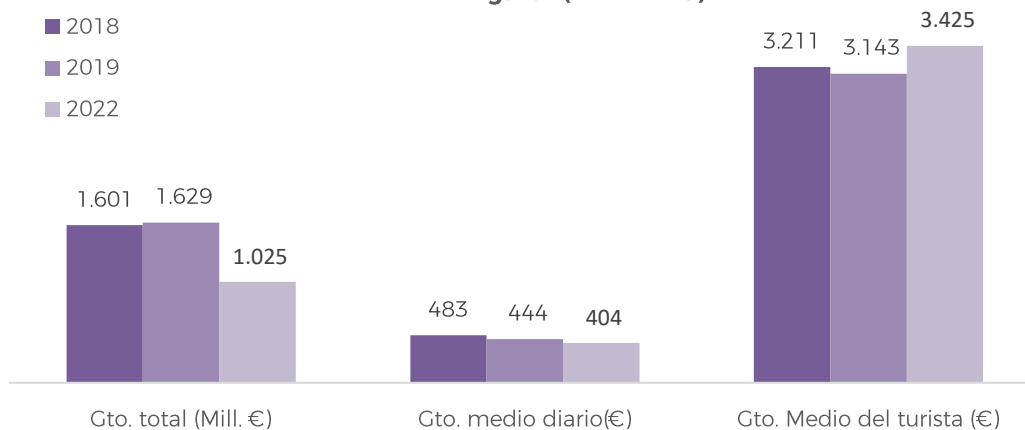


Partidas de gasto 2019 (%)



Fuente: Egatur, INE. Datos 2019

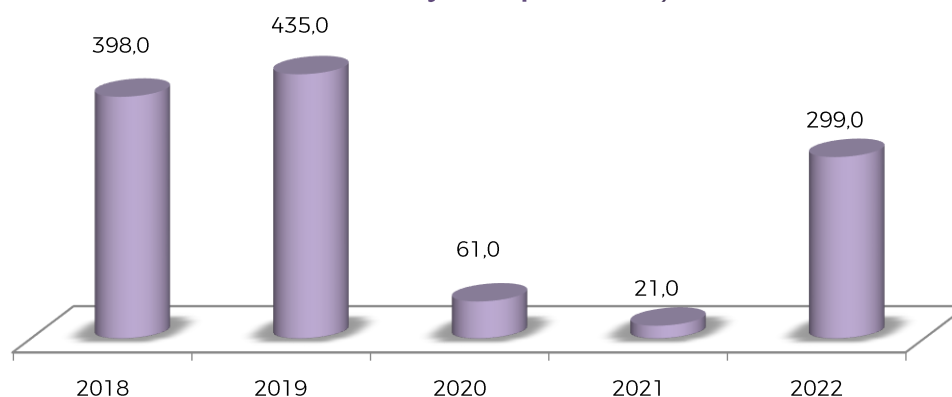
Evolución del gasto (2017-2019)



Fuente: Egatur INE y estimación Turespaña

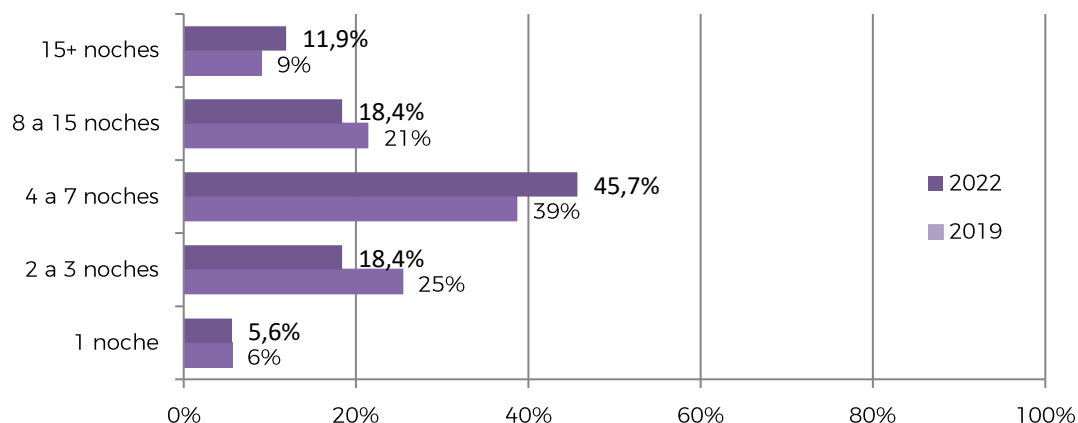
Número de viajes a España

Viajes a España (Miles)



Fuente: Frontur, INE y estimación Turespaña

Turistas según pernoctaciones (% sobre el total)

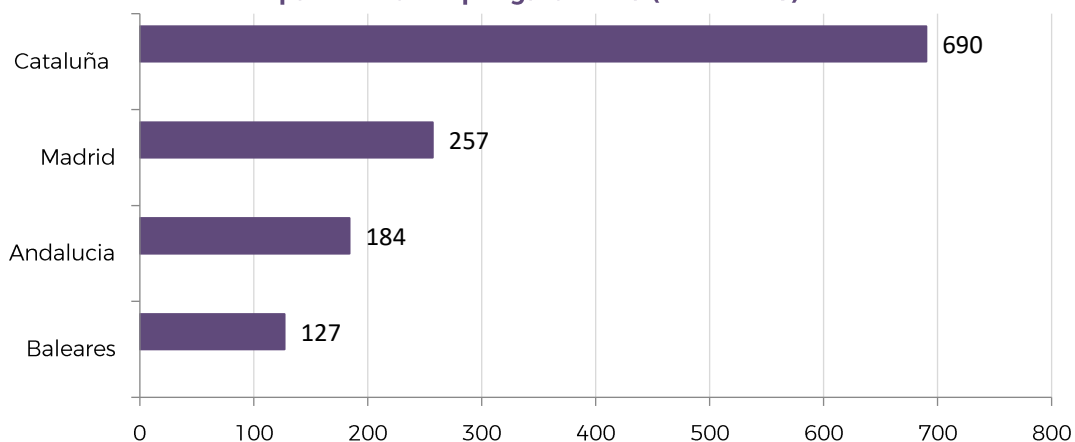


Fuente: Frontur, INE y estimación Turespaña

15

Principales destinos en España

Principales destinos por gasto 2019 (millones €)



Fuente: Egatur- Turespaña

CCAA	Gasto total 2019 (€)	% Var. Inter. Acum.
Cataluña	689.906.234	8,4
Comunidad de Madrid	256.950.888	-3,0
Andalucía	183.995.079	19,3
Baleares	127.380.427	-42,4
Total	1.633.998.680	2,7

Organización del viaje y reserva

Dentro de los aspectos relativos al viaje, el billete de avión es un componente muy importante del presupuesto del viaje, lo que ha dado lugar a que las aerolíneas realicen promociones muy agresivas para promocionar sus tarifas aéreas a través de “Early Bird” a destinos europeos.

Antes de la pandemia, los australianos compraban sus vuelos en febrero y a finales de septiembre, meses en los que las compañías aéreas lanzaban ofertas en sus tarifas aéreas. Sin embargo, desde el año pasado, las compañías aéreas que operan vuelos a Europa no ofrecen tarifas promocionales. Las tarifas aéreas han aumentado en gran medida tal y como se ha comentado en anteriores apartados.

La mayoría de los mayoristas y algunas agencias de viaje de tamaño medio combinan la publicidad del destino tanto por el canal offline como online para la promoción del viaje a España, y realizan las promociones en los meses comprendidos entre septiembre y marzo, cuando se efectúa el mayor volumen de reservas para el año siguiente. Como se ha mencionado anteriormente, las agencias de viajes online líderes en el mercado, como Webjet, Expedia y Booking.com, están siendo una fuerte competencia en el mercado australiano. Se estima que el 56 % de los viajeros australianos que viajan al exterior consulta los sitios web de viajes cuando planifican y organizan sus viajes de ocio.

De acuerdo con los datos de Frontur, el 93% de los turistas viaja sin paquete turístico.

Los datos de ForwardKeys nos hablan de unas reservas directas con las aerolíneas del 31% y a través de agentes del 61,4%.

Las principales compañías aéreas en 2023 son Emiratos y Qatar, si bien hay un alto porcentaje de viajeros que llega a España o sale por otro medio de transporte (34%).

Comportamiento viajero

El viajero australiano que viaja a España tiene un alto poder adquisitivo, realiza un gasto por encima de la media en el destino, reservando parte del presupuesto para realizar actividades y disfrutar de la gastronomía y las tradiciones locales.

Asimismo, se trata de un viajero independiente que busca la inmersión en la cultura local y busca el contacto con la naturaleza. También le gusta el turismo activo y participar en actividades de senderismo y ciclismo. El viajero australiano es muy

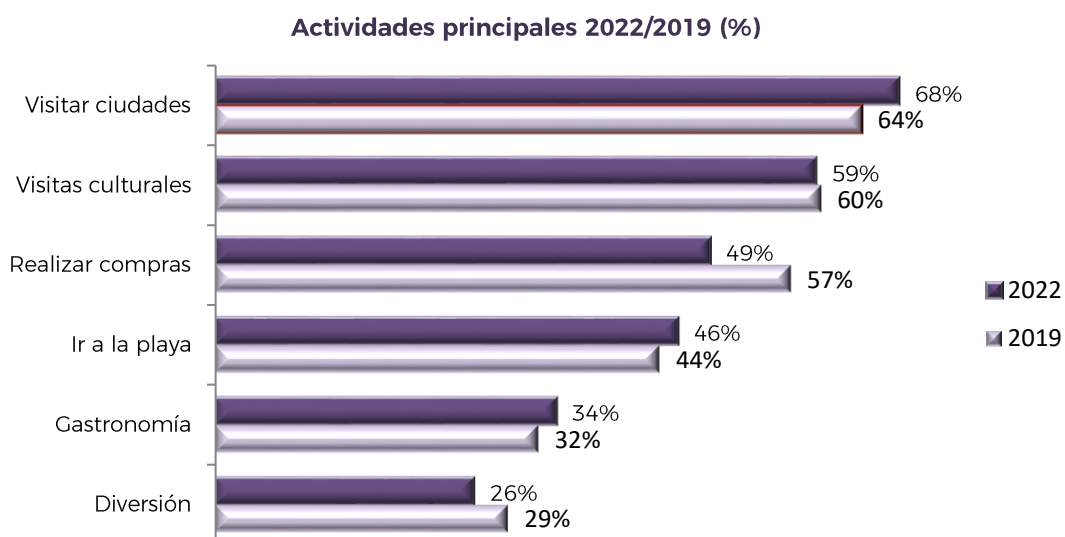
sociable, le encanta entrar en contacto con el ciudadano local y conocer la historia de la zona, los restaurantes locales y mercados artesanales.

En España, las actividades preferidas de estos turistas son las visitas culturales y actividades en la naturaleza, asistencia a festivales y/o eventos, experiencias turísticas relacionadas con el deporte (bici, surf, golf, pesca, etc.), vida nocturna y la gastronomía. Cabe mencionar que en los últimos años ha aumentado la demanda de productos turísticos relacionados con la enogastronomía y así, han surgido diferentes agencias de viajes australianas que ofrecen paquetes centrados en este tipo de turismo y otras muchas que ofrecen itinerarios a medida, tendencia cada vez mayor.

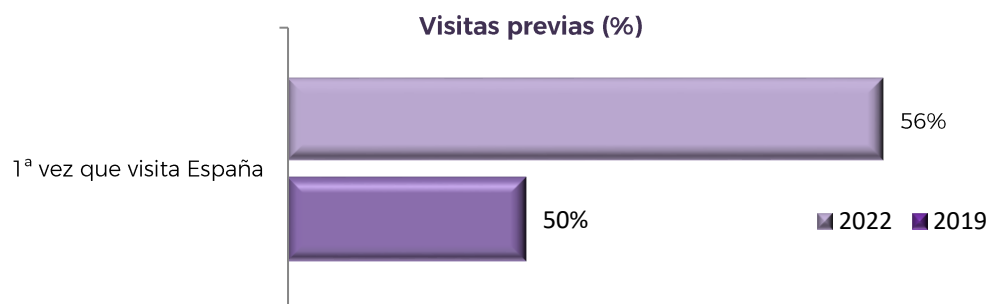
Segmentación de la demanda

El 86% de los viajeros de Australia a España en 2022 lo hicieron por ocio y vacaciones.

17



Fuente: Egatur INE (Estimación Turespaña), datos 2022/2019



Fuente: Egatur INE (Estimación Turespaña).

En 2022, el 31,68% de los australianos viajó solo a España, cifra muy similar a la de 2019 (30%).

Estudios superiores tiene el 84% de los viajeros, frente al 88% de 2019 y a destacar que en 2022 el 89% de los viajeros estaban trabajando, frente al 73% en 2019, lo cual es relevante y puede estar relacionado con la carestía de los viajes en este momento y el aumento del coste de vida en Australia.

Productos turísticos demandados

Ciudades, visitas culturales, gastronomía, naturaleza y playa, así como diversión en general son los principales atractivos de España para el mercado australiano y sus actividades se incardinan alrededor de estos puntos.

Según la información facilitada por operadores de turismo religioso en Sydney y Melbourne, se estima que cerca de 7.000 jóvenes australianos viajarán a la Jornada Mundial de la Juventud de este año en Portugal, y muchos de ellos pasarán en España unos días antes o después de la misma.

También los operadores están observando un aumento de las consultas sobre trenes de alta velocidad y alquiler de coches, especialmente en las comunidades de Castilla La Mancha y Castilla y León), País vasco y Cataluña.

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

Análisis de la competencia

Si tomamos los principales países de destino de los viajes de los australianos, solo dos de ellos quedan fuera de la región de Asia pacífico: EEUU y UK. Ahora bien, cuando en esta tabla, se aglutina Europa en un solo, Europa pasa a ser uno de los destinos principales (Excluido UK).

No hay que olvidar que una gran parte de los residentes en Australia son descendientes de europeos (ingleses casi el 26%, irlandeses el 7,5%, escoceses (6,4%), italianos el 3,3% y alemanes el 3,2%). Fuente: Estatista.

UK y Francia son los principales destinos en Europa. Cuando viajan a Reino Unido y según estudio de Visit Britain, 2/3 de los turistas australianos viajan a un tercer país, con Francia a la cabeza. De acuerdo con el mismo estudio, en 2019, el 45% de los australianos que viajaron a UK lo hicieron para visitar familiares y amigos. Demográficamente estos viajeros tienen entre 35 y 64 años, con residencia en Sidney y Melbourne, con rentas altas y alto gasto en su vida diaria.

La principal puerta de salida del país es el aeropuerto de Sídney, seguido de los aeropuertos de Melbourne, Brisbane y Perth.

El único destino en Europa con vuelo directo todo el año desde Australia es UK con Qantas.

El viaje hacia Europa se realiza vía Singapur, Bangkok, Kuala Lumpur y Hong Kong y en este momento a través de Oriente Medio, que han mejorado horarios y ofrecen tarifas muy competitivas. Por su parte, en los viajes con destino a Estados Unidos o Canadá, la opción más habitual y económica era viajar vía Japón o Corea del Sur.

No hay que olvidar además que Francia, Austria, Italia, Suiza e Irlanda cuentan con oficina de turismo en Australia. Grecia ha anunciado que reabre su oficina en Melbourne este otoño. A ello se une, como se ha mencionado antes, el que los lazos históricos y familiares de estos países con en general más fuertes que los de España.

En todo caso, Australia es un mercado en el que los países de Europa colaboran en muchas acciones de promoción dada la forma de viaje de los australianos. Hay por tanto una competencia-cooperación de Europa.

El viajero australiano a Europa este verano de acuerdo con el barómetro de la [European Travel Commission](#), sitúa a España en el quinto lugar de sus preferencias, si bien en cada viaje el turista australiano a Europa visita una media de 3,6 países.

Posicionamiento e imagen de España

Los australianos pueden identificarse fácilmente con la cultura española y disfrutan de la diversidad y la riqueza de las distintas regiones de España; su nivel de conocimiento de España como destino turístico es alto.

Aun así, y por todas las razones antes mencionadas de lazos familiares e históricos, España ocupa un lugar secundario en los viajes a Europa tras Reino Unido, Italia o

Francia. De hecho, Reino Unido es el único país europeo que está entre los 10 primeros destinos de los australianos y ocupa el 4º lugar. En el caso de los viajes de mayor gasto, Italia y Francia encabezan el ranking de destinos favoritos de acuerdo con la encuesta realizada por Luxury Escapes a 4.000 consumidores. Globalmente, Indonesia, Tailandia, Nueva Zelanda, UK e Italia son los destinos más buscados en 2023.

Conectividad aérea con España

Desde Australia no existe ningún vuelo que conecte directamente con España.

La mayoría de los viajes a España suelen ser parte de un viaje combinado con otros países europeos, Qatar y Emirates operan desde este mercado desde distintos aeropuertos del país. Qantas vuela directo a Londres y el vuelo estacional de Qantas con Roma puede ayudar también a los viajes a España. British Airways hace una parada en Singapur y Singapore Airlines también canaliza viajeros a través de sus vuelos a Europa. Scoot, la línea de bajo coste del grupo de Singapore Airlines vuela no solo a Londres sino también a Grecia, y si bien lo hace desde Singapore el target de viajero es el viajero australiano.

No hay que olvidar, además, que, una vez dentro de Europa, el viajero australiano se mueve además de en avión regular (46%), aerolínea de bajo coste (35%), en tren con o pase o billetes individuales (61%) y en coche de alquiler (25%). (Barómetro de la ETC).

Tramitación de documentos de viaje

Los viajeros australianos no necesitan visado para viajar a España por un período menor a 90 días.

A partir del 2024 necesitarán el ETIAS.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

El mercado conoce España y suele integrar el destino en un viaje más amplio a Europa, bien sea por las mencionadas conexiones familiares, de estudios, de negocio o por las ciudades de conexión de vuelo.



La gastronomía, la naturaleza y el estilo de vida son los principales elementos para acercarnos a este mercado.

Se observa crecimiento en los viajes e interés de pequeños grupos para reuniones y convenciones de los sectores sanitario y farmacéutico de aquí a 2025.

Eventos Deportivos como la Solheim Cup en Andalucía y la Copa América en Barcelona en 2024 se consideran atractivos y pueden motivar a los australianos a viajar a España, de acuerdo con algunos operadores.

Previsiones a medio plazo

La recuperación del mercado australiano se está produciendo, y ello a pesar la de falta de conectividad directa y el encarecimiento de los vuelos y los servicios en destino. Es el segmento más alto, en general el que continúa viajando, si bien este año el crecimiento también se ha visto impulsado por las jornadas de la juventud.

Si bien no parece que el crecimiento vaya a detenerse, habrá que ver en el medio plazo la evolución de los precios no solo de los vuelos, sino el coste de vida en Australia y la evolución del cambio de divisa.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 