

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2.

Golfo Pérsico 2025 Mercado Emisor

TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

En el año 2024, el turismo emisor procedente de los países que conforman el Consejo de Cooperación del Golfo Pérsico (CCG), Arabia Saudita, Bahréin, Qatar, Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Omán, hacia España alcanzó un nuevo máximo histórico, con un total de 515.077 turistas. Esta cifra confirma la tendencia de crecimiento sostenido que ha experimentado este mercado en los últimos años. La población total de la región asciende a 60,615 millones de personas, caracterizadas por un elevado poder adquisitivo a pesar de tratarse de un conjunto de países con una población relativamente reducida.

Los residentes de esta región tienden a viajar con frecuencia, motivados tanto por factores culturales como por las condiciones geográficas y climáticas en las que viven. La mayoría de los viajes realizados a Europa tienen fines vacacionales, aunque los desplazamientos por motivos de negocios también son habituales. El medio de transporte más utilizado por estos viajeros es el avión, dada la distancia entre sus países de origen y los destinos europeos.

4

Entre los principales factores que impulsan a la población de estos países a viajar al extranjero se encuentran la buena situación económica de sus ciudadanos, las altas temperaturas que experimentan durante el verano, lo cual hace que busquen destinos más frescos, y un marcado interés por descubrir nuevos lugares. En este contexto, España se posiciona como un destino atractivo, no solo por su oferta turística, sino también por su capacidad de adaptación a las necesidades y preferencias de estos visitantes.

En cuanto al gasto turístico, los datos de 2024 muestran que los viajeros procedentes de Emiratos Árabes Unidos y Arabia Saudita realizaron un gasto medio de 2.493 euros por persona en cada viaje a España, lo que confirma su perfil de turista de alto valor para el sector turístico español.

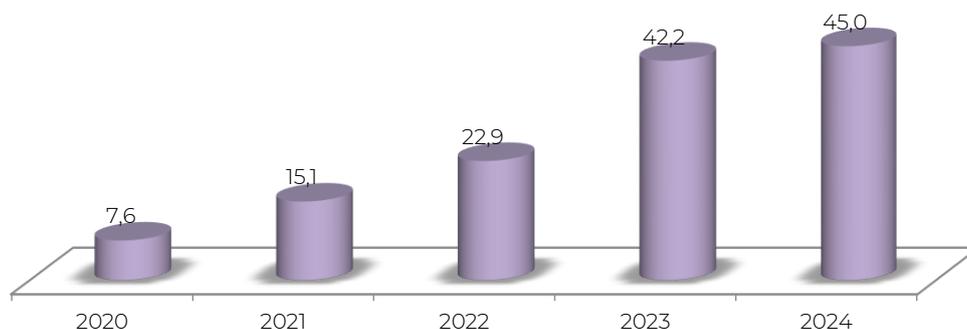
Volumen del mercado por gasto turístico emisor en el CCG

El gráfico presentado a continuación ilustra el gasto turístico total, en miles de millones de euros, de los países que integran el Consejo de Cooperación del Golfo. A pesar de contar con una población relativamente reducida, el volumen de gasto registrado es considerablemente elevado, lo que refleja el alto poder adquisitivo de los residentes de la región. Asimismo, se observa una evolución positiva sostenida en los últimos años, desde los mínimos marcados en 2020 como consecuencia de la pandemia del COVID-19, con un repunte especialmente notable a partir de 2023, año en que se superaron las cifras del año 2019, anterior a la pandemia. Esta tendencia al alza sugiere que el crecimiento del gasto turístico continuará en los próximos años, consolidando la



importancia de estos mercados como emisores clave en el ámbito del turismo internacional.

Gasto Total (Miles de millones de euros)



Fuente: Global Data

5

Volumen del mercado por número de viajes en el CCG

En este gráfico podemos observar los viajes realizados por la población del CCG al exterior en los últimos años. Para interpretar correctamente la magnitud de estas cifras, es importante tener en cuenta el elevado volumen de desplazamientos que también se produce a nivel regional, dentro de la propia península arábiga y a otros países del Medio Oriente. Uno de los destinos más frecuentados es Arabia Saudita, debido a la presencia de la ciudad de La Meca, lugar sagrado y de peregrinación para la población musulmana, mayoritaria en estos países.

Viajes al exterior (Miles)



Fuente: Global Data

Principales áreas emisoras



Fuente: Global Data

6

Las principales áreas emisoras de turistas en la región del Golfo Pérsico son Arabia Saudita y los Emiratos Árabes Unidos, que además son los dos países más poblados de la zona. Arabia Saudita cuenta actualmente con una población de aproximadamente 35 millones de habitantes, de los cuales un 41,6 % son no nacionales. En comparación con los datos de 2022, se ha registrado un crecimiento notable en el volumen de turismo emisor. Este aumento se atribuye en gran medida a la reciente apertura internacional del país, un proceso que ha favorecido tanto la llegada de visitantes extranjeros como el interés creciente de sus propios ciudadanos por viajar al exterior.

Por su parte, los Emiratos Árabes Unidos registran una población cercana a los 11 millones de personas, y se prevé que esta cifra continúe en aumento durante los próximos años. Se trata de uno de los países con mayor proporción de población expatriada del mundo, con un 87,9 % del total. De este segmento, aproximadamente el 60 % está compuesto por ciudadanos de India, Bangladés y Pakistán. Dubái alberga la mayor concentración de residentes expatriados, superando los 3 millones de habitantes, mientras que Abu Dabi cuenta con una población estimada en 1,5 millones. Además de estas dos ciudades, Al Ain y Sharjah también se destacan como importantes núcleos emisores de turismo de alto poder adquisitivo dentro de los Emiratos.

Organización del viaje y reservas

En los países del Golfo Pérsico, la organización de los viajes se basa principalmente en paquetes personalizados, diseñados a medida según las necesidades, expectativas y preferencias de cada cliente. La cantidad y tipo de servicios incluidos varían en función del perfil del viajero y del grado de conocimiento que este tenga sobre el destino.

En este contexto, países como Arabia Saudita y Kuwait muestran una mayor tendencia a contratar paquetes con todo incluido, sobre todo entre aquellos viajeros que priorizan la comodidad y prefieren alojarse en un resort sin realizar desplazamientos adicionales.

En cambio, los paquetes cerrados con menor flexibilidad presentan una demanda más limitada, generalmente entre los expatriados con menor poder adquisitivo.

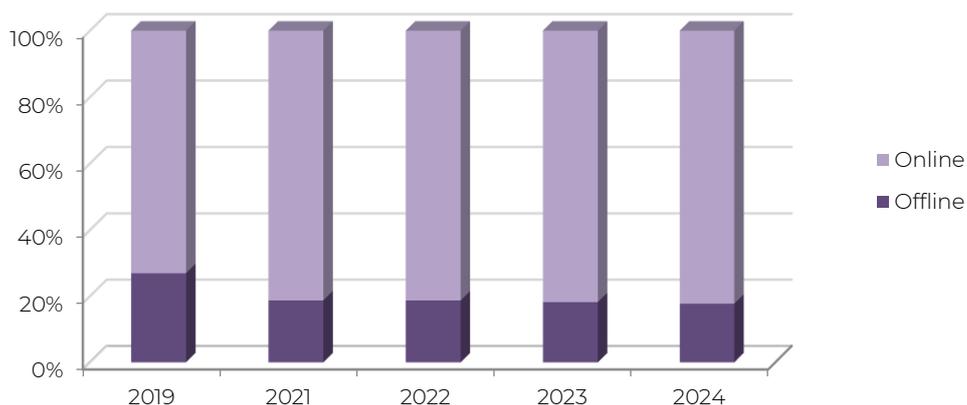
El canal de reserva utilizado depende en gran medida del tipo de viaje y del perfil del viajero. En el presente gráfico se puede observar la preferencia general por las plataformas online. Estas son ampliamente utilizadas, especialmente para la compra de billetes de avión y reservas de hotel cuando el destino es ya conocido por el cliente. Sin embargo, para viajes más complejos o a destinos menos familiares, persiste el uso de agencias físicas. Es habitual que los viajeros locales con alto poder adquisitivo mantengan fidelidad a una agencia o agente de confianza. En países como Qatar y Kuwait, el pago en efectivo continúa siendo una práctica común.

En lo que respecta a los tiempos de reserva, se observa una clara segmentación según la nacionalidad y el nivel socioeconómico. Los inmigrantes residentes, así como los jóvenes locales o los viajeros con menor capacidad económica, tienden a reservar con varios meses de antelación para asegurar precios más asequibles. Por el contrario, los viajeros locales con mayores recursos económicos suelen tomar decisiones de forma más impulsiva y reservar en el último momento. Esta tendencia es especialmente visible en los Emiratos Árabes Unidos, donde, si bien prevalecen las decisiones de última hora, también se percibe una planificación algo más anticipada que en el resto de los países del Golfo.

7

Finalmente, conviene destacar que la fase inicial del proceso de reserva, es decir, la toma de conciencia y decisión, suele estar fuertemente influida por contenidos digitales y medios online, ya sea mediante búsquedas directas por parte del cliente o a través de impactos publicitarios. Sin embargo, en muchos casos, la conversión final, entendida como la formalización de la reserva, se realiza a través de agencias físicas, motivada por la búsqueda de mejores precios, la necesidad de simplificar gestiones o la voluntad de reducir riesgos ante posibles cancelaciones o imprevistos.

Canales de reserva



Fuente: Global Data

Comportamiento viajero

Entre los distintos motivos que impulsan a los residentes del Golfo Pérsico a viajar, las estadísticas disponibles se centran principalmente en la comparación entre los viajes de ocio y los de negocios, siendo los primeros los que predominan con claridad. Sin embargo, existen otros motivos relevantes desde una perspectiva cualitativa, como los desplazamientos para recibir atención médica o para visitar a familiares y amigos, que, aunque menos cuantificados, también desempeñan un papel significativo en la dinámica de los flujos turísticos.

Motivación del viaje. Periodo 2019-2024 (%)



Fuente: Global Data

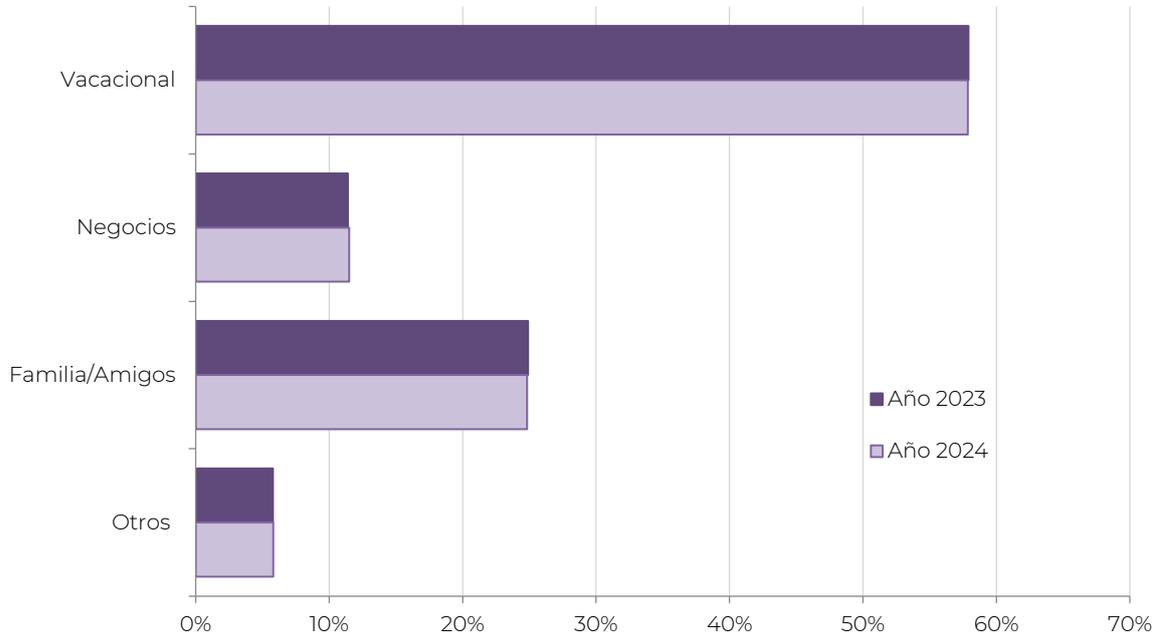
En lo que respecta al tipo de vacaciones preferidas por los residentes en los países del Golfo Pérsico, se observa que más de la mitad de los viajes tienen como principal motivación el ocio. En segundo lugar, destaca el turismo vinculado a la visita de familiares y amigos, una categoría especialmente asociada a la población extranjera residente en la región, en su mayoría originaria de India, Pakistán, otros países árabes y Filipinas.

En el caso de los filipinos, los viajes a su país de origen representan el principal destino de las limitadas rentas que pueden destinar al turismo. Por su parte, los residentes árabes, pese a contar con altos niveles salariales, suelen dedicar sus vacaciones anuales a reunirse con sus familias, en lugar de optar por destinos de ocio. En contraste, los ciudadanos indios, además de visitar a sus familiares, disponen de recursos económicos y motivaciones culturales suficientes como para constituir una parte importante del turismo vacacional por motivos recreativos.

El turismo de negocios, aunque representa un porcentaje menor dentro del conjunto de viajes realizados, ha experimentado un crecimiento moderado en los últimos años, consolidándose como una tipología en expansión.

Por último, también se identifican otras motivaciones de viaje, si bien con menor peso relativo, como son los desplazamientos por razones de salud, educación o turismo religioso.

Tipo de vacaciones (%)



Fuente: Global Data

9

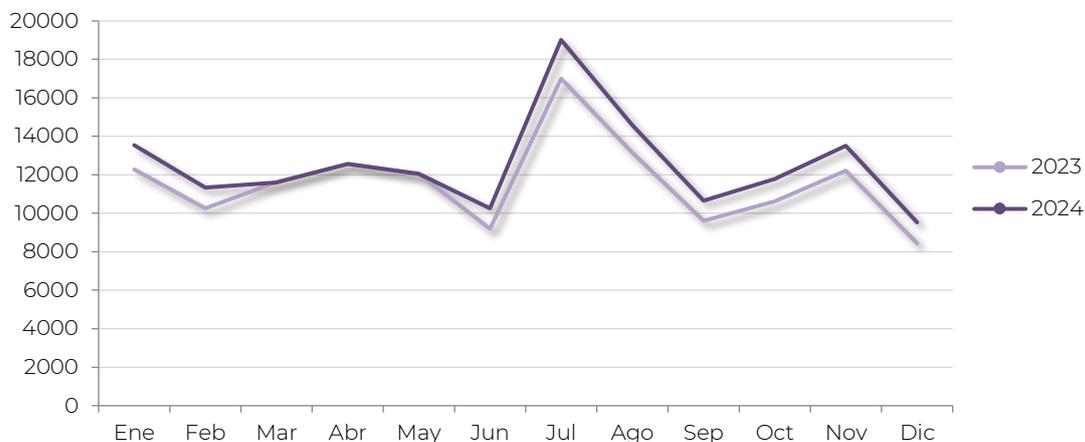
La principal temporada del turismo emisor en los países del Golfo Pérsico coincide con las vacaciones escolares de verano, que se extienden desde finales de junio hasta principios de septiembre. Este periodo representa el mayor volumen de desplazamientos internacionales, en parte como respuesta a las altas temperaturas que caracterizan el verano en la región.

Además de la temporada estival, también se registran picos de movilidad durante otros periodos vacacionales más breves, como las vacaciones de invierno a finales de diciembre, que suelen durar aproximadamente dos semanas, y el *spring break*, que tiene lugar entre marzo y abril, dependiendo del país.

Además de las vacaciones escolares, las dos festividades religiosas del Eid representan momentos clave para los desplazamientos turísticos en los países del Golfo Pérsico. Tanto el Eid al-Fitr, que marca el final del mes sagrado del Ramadán, como el Eid al-Adha, celebrado aproximadamente 70 días después, suelen aprovecharse como periodos vacacionales adicionales, especialmente cuando coinciden con los meses más calurosos del año. Estas festividades ofrecen a muchas familias la oportunidad de realizar viajes, tanto dentro como fuera de la región.



Estacionalidad (número de viajes)



Fuente: Global Data

10

Segmentación de la demanda

La segmentación del turismo emisor en los países del Golfo Pérsico puede analizarse en función de tres criterios principales: el país de residencia, la nacionalidad del viajero (distinguiendo entre población local e inmigrante) y el nivel socioeconómico. Esta diversidad de perfiles determina distintas motivaciones, comportamientos y preferencias a la hora de viajar.

Desde la perspectiva territorial, existen diferencias notables entre los países del Golfo. En los Emiratos Árabes Unidos predomina un perfil de turismo urbano, impulsado principalmente desde Dubái y Abu Dabi, ciudades con una oferta turística amplia, moderna y cosmopolita. En cambio, en Arabia Saudita y Kuwait la población local se inclina más por viajes orientados al descanso, especialmente estancias largas en destinos de playa. Este comportamiento está asociado a una actitud más conservadora respecto al tipo de producto y experiencia turística deseada. Las vacaciones de verano, marcadas por el éxodo hacia destinos más frescos, pueden durar incluso más de dos meses. Qatar se sitúa en una posición intermedia entre estos dos extremos, mostrando rasgos tanto del modelo urbano-emiratí como del más tradicional saudí-kuwaití.

En cuanto a la nacionalidad, es fundamental distinguir entre viajeros locales e inmigrantes. Los nacionales suelen contar con un poder adquisitivo alto y muestran patrones de viaje más conservadores. Sus decisiones tienden a priorizar la comodidad, la familiaridad con el destino y, en muchos casos, la cohesión familiar durante las vacaciones.

Por su parte, los inmigrantes constituyen un grupo muy heterogéneo, cuyas pautas de viaje varían según el origen. Los inmigrantes árabes, por ejemplo, suelen utilizar sus vacaciones para visitar a sus familias en los países de origen (Egipto, Líbano, Jordania...), adoptando comportamientos similares a los de los indios más que a los de los locales. Los indios representan un grupo diverso, que incluye tanto a empresarios como a asalariados, muchos de los cuales ocupan puestos intermedios en la gestión de empresas. Este colectivo mantiene patrones similares a los de los turistas en India, aunque con una mayor experiencia internacional.

Los filipinos también representan un grupo significativo, con presencia destacada en sectores como el doméstico en Arabia Saudita o el de servicios en Emiratos Árabes Unidos y Qatar. A pesar de tener un poder adquisitivo más limitado, generan una notable demanda turística, principalmente centrada en los viajes de regreso a su país. En cuanto a los occidentales (europeos, australianos, estadounidenses, etc.), suelen utilizar sus periodos vacacionales para regresar a sus lugares de origen o para explorar destinos cercanos. Los iraníes, por otro lado, tienen una presencia importante, sobre todo en Emiratos Árabes Unidos, y se caracterizan por un nivel económico elevado y una marcada preferencia por productos turísticos con contenido cultural.

11

Por último, los paquistaníes, aunque en su mayoría desempeñan trabajos poco cualificados, también incluyen perfiles profesionales similares a los indios. Dado que se trata de una población mayoritariamente musulmana, es habitual que requieran ciertos ajustes culturales en la oferta turística, especialmente en términos de alimentación, alojamiento y servicios religiosos.

Perfil del viajero

El perfil socioeconómico del viajero no siempre coincide de forma exacta con la segmentación establecida. Aunque, en general, los ciudadanos árabes locales cuentan con un alto poder adquisitivo, particularmente en países como Kuwait, Qatar y Emiratos Árabes Unidos, en Arabia Saudita existe una mayor diversidad económica, con un número considerable de residentes locales con recursos limitados.

Productos turísticos demandados

En lo que respecta a productos turísticos más especializados, cabe destacar varios nichos que, aunque minoritarios, presentan oportunidades concretas para empresas del sector.

El turismo activo y de aventura, aunque representa una demanda reducida, existe como un segmento emergente que puede ser aprovechado por operadores especializados. La caza es otra actividad con potencial, especialmente entre los segmentos más acomodados y ociosos de la población local, que muestran una notable afición por este tipo de experiencias.

Los grupos de escolares también constituyen un segmento relevante. Sus actividades suelen ser similares a las de los grupos intergeneracionales, aunque con un mayor énfasis en componentes culturales y educativos.

En el ámbito del turismo MICE (reuniones, incentivos, congresos y eventos), se detecta cierto nivel de demanda, si bien los desplazamientos a Europa para este fin no son tan frecuentes como en otras regiones.

Por último, el sector educativo representa un foco de interés notable. Existe una demanda considerable para cursar estudios de grado y posgrado en instituciones que ofrezcan formación en inglés. Asimismo, aunque más difícil de cuantificar, también hay un interés creciente por programas impartidos en español.

Conclusiones y tendencias

El conjunto de países del Golfo presenta un volumen de gasto turístico equiparable al de grandes emisores como el Reino Unido o Francia. Dentro de esta región, Arabia Saudita y los Emiratos Árabes Unidos destacan tanto por el número de viajeros como por el gasto total generado.

12

En cuanto a los canales de reserva, predomina el uso de plataformas digitales para la compra de billetes de avión y la reserva de alojamiento. No obstante, las agencias físicas siguen siendo relevantes cuando se trata de destinos menos conocidos o de paquetes que requieren servicios más complejos.

La demanda turística se segmenta principalmente en función del país de origen y de la nacionalidad del viajero, diferenciando entre población local e inmigrante. Los árabes no nacionales, junto con los ciudadanos indios, constituyen los principales emisores de viajes en términos de volumen. Por su parte, la mayoría de los inmigrantes cuenta con un poder adquisitivo medio y patrones de viaje similares a los de sus países de origen. En contraste, los ciudadanos nacionales árabes, aunque poseen un mayor poder adquisitivo, tienden a mostrar una demanda poco diversificada, con escaso interés por experiencias culturales, gastronómicas o especializadas, pese a su afinidad por productos de lujo y por las compras.

En lo que respecta a la motivación del viaje, el turismo de ocio representa una clara mayoría frente al turismo de negocios. También se dan otras tipologías como reunirse con familiares y amigos o el turismo educativo y de salud.

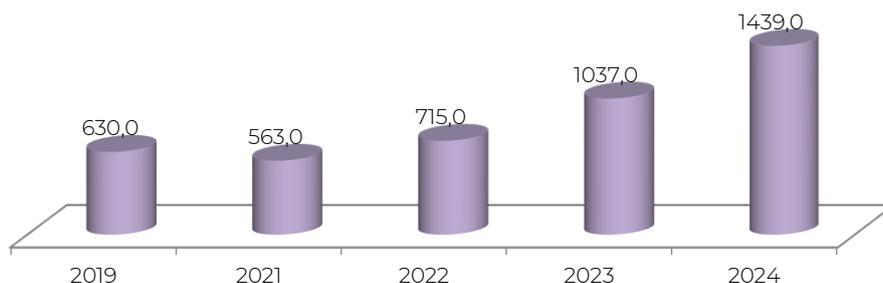
MERCADO EMISOR A ESPAÑA

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

El gráfico muestra la evolución del gasto total en España por parte de los turistas procedentes del CCG, evidenciando un crecimiento muy significativo en los últimos años. Es importante destacar que 2019 marcó el máximo histórico antes de la pandemia. No solo se ha logrado recuperar esa cifra, sino que en los años posteriores se ha superado con creces.

Entre los países emisores, los Emiratos Árabes Unidos destacan como el principal generador de gasto turístico en España. En 2024, el gasto medio por persona procedente de este país alcanzó los 2.557 euros, una cifra superior a la media general del conjunto de países del Golfo, que se situó en 2.493 euros por persona.

Gasto Total CCG (Millones de euros)

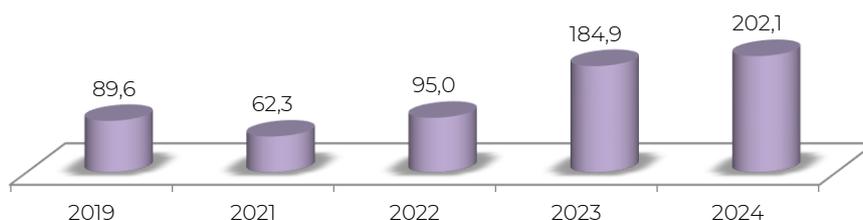


Fuente: Egatur

Número de viajes a España

En el siguiente gráfico se observa cómo, en los últimos años, el número de viajes desde Arabia Saudita a España, al igual que el de turistas procedentes de este país, ha experimentado un crecimiento notable y sostenido, reflejando una clara tendencia al alza tanto en la conectividad como en el interés por el destino.

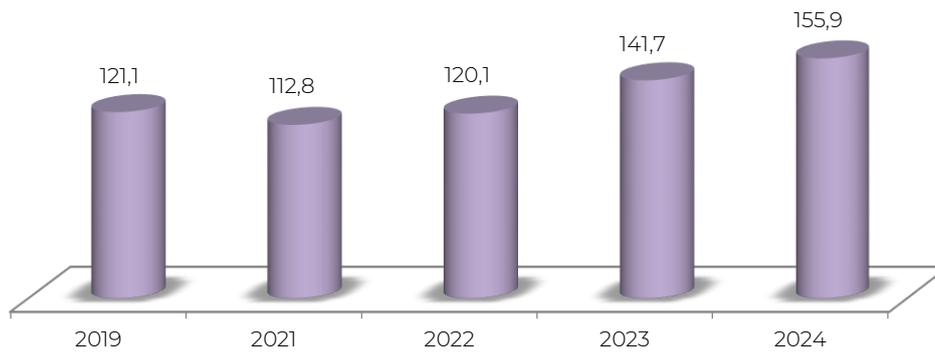
Viajes a España desde Arabia Saudita (Miles)



Fuente: Global Data

Desde Emiratos Árabes Unidos, el crecimiento del turismo hacia España ha sido constante en los últimos años, reflejando una tendencia sostenida al alza. Todo apunta a que esta evolución positiva continuará en el futuro, consolidando a este país como uno de los emisores más relevantes de la región del Golfo Pérsico.

Viajes a España desde Emiratos Árabes Unidos (Miles)

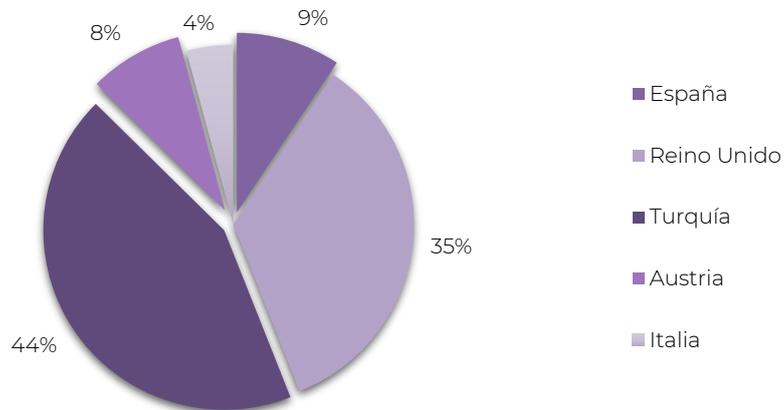


Fuente: Global Data

14

Cuota de España en el mercado turístico emisor

Principales destinos internacionales en 2024



Fuente: Global Data



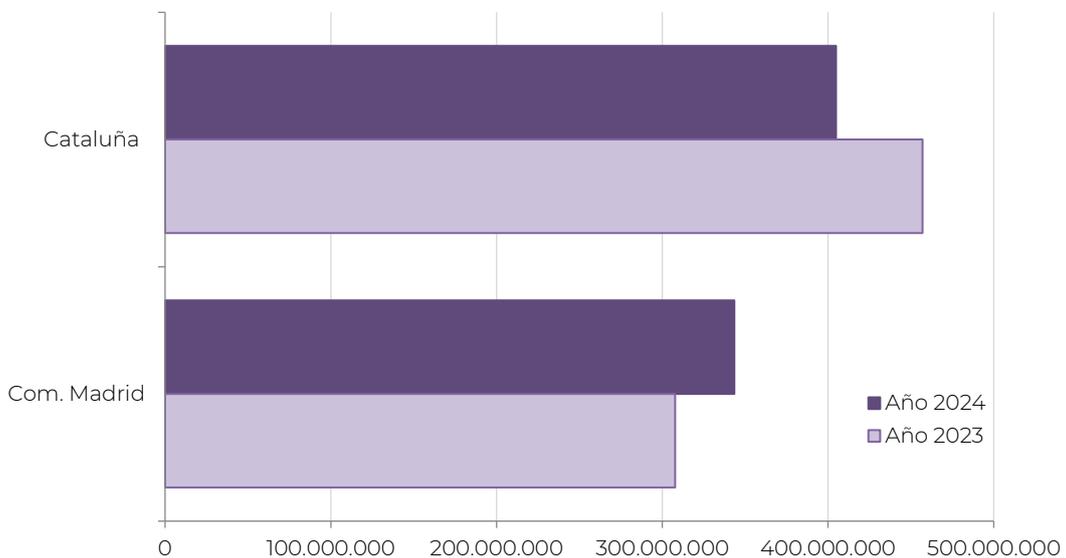
En este gráfico se muestran los principales destinos internacionales en Europa a los que ha viajado la población del Golfo Pérsico durante el año 2024. Destaca el crecimiento de Turquía como destino favorito entre los habitantes de esta región. España presenta buenas perspectivas, posicionándose como el tercer país más visitado, después de Turquía y Reino Unido.

Principales destinos en España

Las comunidades en las que más gasto se produce por los turistas procedentes de la región del Golfo Pérsico son la Comunidad de Madrid y Cataluña. En 2024, estas comunidades autónomas experimentaron un fuerte crecimiento, como se refleja en la gráfica. Destaca especialmente el caso de Cataluña.

En cuanto a otros destinos regionales, es importante señalar que, aunque el conocimiento sobre destinos complementarios a Barcelona y Madrid (como Gerona, Tarragona, Toledo o Segovia) todavía es bajo, se observa una ligera tendencia a explorar estas nuevas áreas. En Andalucía, la Costa del Sol sigue siendo el principal destino, pero también reciben visitas ciudades como Córdoba y Granada, principalmente por su cercanía cultural e histórica.

Principales destinos por gasto (millones de euros)



Fuente: Egatur



Organización del viaje y reserva

En los países del Golfo Pérsico, la forma predominante de organizar los viajes es a través de paquetes personalizados, diseñados según las demandas específicas de cada cliente. La cantidad de servicios incluidos varía según el tipo de viaje y el nivel de conocimiento que el viajero tenga del destino. Además, el tiempo con el que se realizan las reservas depende en gran medida de la nacionalidad del viajero. Aunque el uso de canales online es muy común para la compra de billetes aéreos y reservas hoteleras, especialmente cuando el destino es conocido, las agencias de viajes suelen operar principalmente bajo demanda.

En cuanto a los destinos preferidos por estos turistas dentro de España, destacan Cataluña (Barcelona), la Comunidad de Madrid y Andalucía (Málaga-Costa del Sol). Esta última es especialmente popular durante los meses de verano, mostrando un carácter más estacional, mientras que Madrid y Barcelona atraen visitantes de forma continua a lo largo del año.

Respecto a los canales de reserva, aproximadamente tres cuartas partes de las reservas se realizan vía online y una cuarta parte de manera offline. Sin embargo, es importante subrayar el papel relevante de las agencias de viajes, ya que, aunque muchas reservas se hagan a través de plataformas digitales, la interacción personal con agentes sigue siendo mucho más intensa en esta región que en otros mercados.

16

Comportamiento viajero

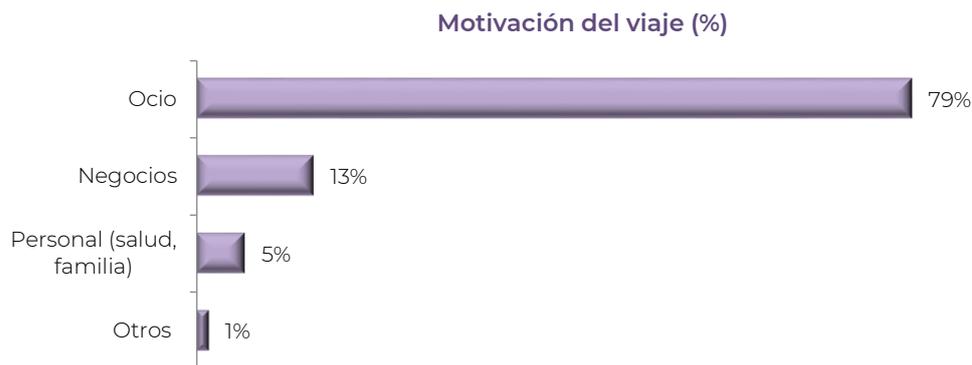
En el siguiente gráfico podemos observar que existe una marcada estacionalidad en los viajes desde los países del Golfo Pérsico hacia España, principalmente en los meses de verano debido a las altas temperaturas que se registran en la, lo que impulsa una mayor demanda de destinos más frescos y con oferta de ocio al aire libre.



Fuente: Frontur



En cuanto a las motivaciones del viaje, el turismo de ocio representa con diferencia la principal razón por la que los visitantes procedentes del Golfo Pérsico eligen España como destino, concentrando aproximadamente el 80% del total de los desplazamientos. La segunda motivación más relevante es la relacionada con los negocios, que representa el 13% de los viajes. El resto de los desplazamientos responden a razones personales, entre ellas las visitas a familiares y amigos, la asistencia médica o tratamientos de salud, y otros motivos diversos. Esta distribución confirma el predominio del turismo vacacional en este mercado, sin dejar de lado otros segmentos con potencial de desarrollo.



Fuente: Frontur

Segmentación de la demanda

Segmentación de la demanda En los países del Golfo Pérsico, la segmentación del mercado turístico puede establecerse en función de tres criterios principales: el país de origen, la nacionalidad (distinguiendo entre población local e inmigrante) y el poder adquisitivo.

Perfil del viajero

El perfil del viajero de alto nivel de gasto de los países del Golfo Pérsico se caracteriza por una alta personalización en la organización de sus viajes, optando mayoritariamente por paquetes a medida que se adaptan a sus preferencias y necesidades específicas. Estos viajeros suelen combinar estancias largas en destinos de sol y playa, especialmente en Andalucía durante el verano, con visitas urbanas a ciudades como Madrid y Barcelona a lo largo de todo el año. Aunque emplean frecuentemente canales online para reservar vuelos y alojamiento, mantienen una fuerte relación con las agencias de viajes tradicionales, valorando la atención personalizada y la seguridad que estas les brindan durante el proceso de reserva. Además, prefieren contratar actividades y excursiones locales una vez en el destino para conservar flexibilidad en sus planes. Este perfil incluye tanto a viajeros locales con alto poder adquisitivo como a inmigrantes con patrones de viaje influenciados por sus países de origen, lo que refleja una demanda diversa pero con un claro interés por experiencias culturales, ocio y descanso en la costa.

Productos turísticos demandados

Los productos turísticos que demandan los viajeros procedentes del Golfo Pérsico en España no difieren sustancialmente de los que buscan a nivel internacional, aunque presentan ciertos matices distintivos. Uno de los más destacados es el mayor peso que tiene el producto asociado al descanso en la costa. Los destinos de playa son especialmente valorados por este mercado como lugares ideales para relajarse, lo que les otorga una importancia superior a la que tienen en otros países europeos.

Además, la relevancia del puerto de Barcelona como uno de los principales puntos de partida y llegada de los cruceros por el Mediterráneo influye directamente en la demanda turística hacia esta ciudad. Esta posición estratégica convierte a Barcelona en una parada clave para los viajeros interesados en este tipo de experiencias marítimas.

Otro elemento a tener en cuenta es el atractivo que genera el fútbol de alto nivel. Los partidos importantes, especialmente los disputados por clubes como el Real Madrid o el FC Barcelona, provocan un notable flujo de turistas desde la región. Sin embargo, este tipo de viajes suelen ser de muy corta duración, limitándose por lo general a una o dos noches.

18

Por último, la herencia patrimonial de origen árabe presente en algunas regiones de España, como Andalucía, también despierta el interés de los viajeros del Golfo. No obstante, la demanda que genera este atractivo es menor de lo que cabría esperar, especialmente si se tiene en cuenta el orgullo cultural que manifiestan por esta parte de la historia compartida.

Conclusiones y tendencias

En 2024, los países del Golfo Pérsico han registrado un aumento récord en el número de visitantes a España, superando incluso las cifras del año 2023, año en el que se superaron las cifras pre-pandemia. Este mercado se segmenta principalmente en dos grupos: árabes locales e inmigrantes. Los locales muestran un patrón de consumo más limitado en cuanto a la variedad de productos, pero su gasto es significativamente mayor que el de los inmigrantes, quienes presentan hábitos típicos de mercados emergentes. Durante 2024, el gasto total de esta región en España alcanzó los 1.439 millones de euros, reflejando un crecimiento notable en comparación con años anteriores.

Dentro de Europa-Mediterráneo, España se posiciona como el tercer destino más atractivo para estos turistas, detrás de Turquía y Reino Unido. Las comunidades autónomas más visitadas son Cataluña y Madrid. En 2025 las reservas para el verano de 2025 se espera sean similares a las del mismo periodo del año anterior.

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

Análisis de la competencia

En la región del Golfo Pérsico operan oficinas de turismo de numerosos países europeos, entre ellos Alemania, Austria, Francia, Reino Unido, Suiza, Irlanda y Turquía. Además, muchos otros países participan activamente en la feria de turismo Arabian Travel Market (ATM) o celebran jornadas promocionales específicas. Entre ellos se encuentran Italia, Grecia, Polonia, Hungría, República Checa, Chipre, Finlandia, Portugal, Croacia, Georgia, Serbia, Bulgaria, Bruselas, Bosnia y Herzegovina, Rusia y Eslovenia.

De todos los países competidores, el Reino Unido es el que tiene mayor presencia e influencia en la región, debido a la estrecha relación histórica, política y económica que mantiene con los países del Golfo. Los flujos de viajeros hacia este destino no se deben exclusivamente a motivos turísticos, sino también a razones educativas, empresariales o personales, como la visita a familiares y amigos.

19

Los principales productos que promocionan estos países competidores incluyen el turismo urbano, las compras, las vacaciones en la costa, la naturaleza y el senderismo ligero, como es el caso de Suiza. También destacan otras propuestas como el turismo de salud, en el que Alemania tiene una posición consolidada; la educación, que representa un atractivo importante del Reino Unido; los itinerarios temáticos, los eventos deportivos y los parques de atracciones, como en el caso de Francia; o las experiencias vinculadas a la temporada navideña.

Asimismo, existen productos promocionales más específicos u ocasionales, operados por empresas privadas, que complementan la oferta. Entre ellos se encuentran las experiencias únicas como las escuelas de cocina o el fenómeno del sol de medianoche, especialmente en destinos como Finlandia, además del turismo de spa y bienestar, los viajes en tren o los paquetes vinculados a actividades como la caza y las carreras de caballos.

Un aspecto clave en la evolución de estos flujos turísticos es el régimen de visados. La necesidad generalizada de obtener visado para entrar en Europa, sumada a la limitada capacidad de tramitación por parte de los consulados ante una demanda creciente, ha provocado que una parte de esa demanda se esté desviando hacia destinos con políticas de visado más flexibles. Esto ha beneficiado especialmente a países del sudeste asiático y a otros destinos más próximos a la región del Golfo.

Posicionamiento e imagen de España

España es un país con buena fama en la región del Golfo Pérsico ya que genera una reacción de simpatía entre la población local debido a numerosos factores, especialmente los lazos histórico-culturales. Sin embargo, existe un desconocimiento



generalizado sobre todo lo que España puede ofrecer más allá de los estereotipos y de sus ciudades más conocidas. Por ello, aún queda un amplio trabajo por hacer para dar a conocer la diversidad de destinos que el país tiene para ofrecer.

La mayoría de los locales ya ha visitado España o tiene planes de hacerlo en un corto o medio plazo. La imagen del país es muy positiva en aspectos como su legado histórico-cultural, estilo de vida, playas, gastronomía y fútbol. No obstante, España no destaca en la percepción como destino para turismo de compras, lujo, naturaleza, ni tampoco por sus ciudades secundarias o itinerarios menos conocidos.

Turísticamente, España posee una posición fuerte en turismo de sol y playa, visible en ciudades como Marbella; turismo urbano, especialmente en Barcelona y Madrid; y turismo histórico-cultural, particularmente por su herencia árabe en Andalucía. Sin embargo, otras regiones y ciudades siguen siendo poco conocidas en estos países.

En comparación, Francia destaca por su imagen positiva en servicios de lujo, compras y por ser la gran metrópoli que representa París, aunque también existe desconocimiento sobre sus ciudades secundarias. Italia, por su parte, comparte con España la imagen de un país amable y con excelente gastronomía, pero la supera en turismo de compras, interés por ciudades de segunda y tercera categoría, itinerarios y naturaleza.

20

Entre los inmigrantes árabes, la percepción de España es similar a la de los locales, aunque con menor intensidad; para ellos, España no es un destino prioritario. Los inmigrantes del sur de Asia también tienen una imagen positiva, aunque débil y basada en un conocimiento limitado. Para los indios, España es el tercer destino más visitado en Europa.

En términos generales, España sigue siendo percibida como un país atractivo y seguro en todos los ámbitos, incluido el turismo, si bien se observa un cierto daño reputacional tras las protestas “anti turismo” en algunos destinos, de las que los medios locales se han hecho eco. A pesar de ello, las cifras y perspectivas son positivas y, debido a la importancia de la cultura local, se recomienda fomentar la relación directa con empresas y agentes de la región para ganarse su confianza, un factor clave para mejorar los resultados.

En comparación con sus competidores, España destaca en atributos como la amabilidad y simpatía, la cultura, el estilo de vida, y las opciones de ocio y entretenimiento.

Conectividad aérea con España

Para la temporada estival, el número de asientos programados desde los países del Golfo Pérsico hacia España ha registrado un aumento global del 7,6 %. Este crecimiento progresivo refleja tanto el creciente interés por España como destino turístico en la región, como la mejora en la conectividad aérea entre ambos mercados. Los países con una conectividad más sólida hacia España son Emiratos Árabes Unidos y Qatar, cuyas aerolíneas (Etihad Airways, Emirates y Qatar Airways) ofrecen hasta tres vuelos diarios.



Por este motivo, se posicionan como los principales aeropuertos de origen para la población del Golfo.

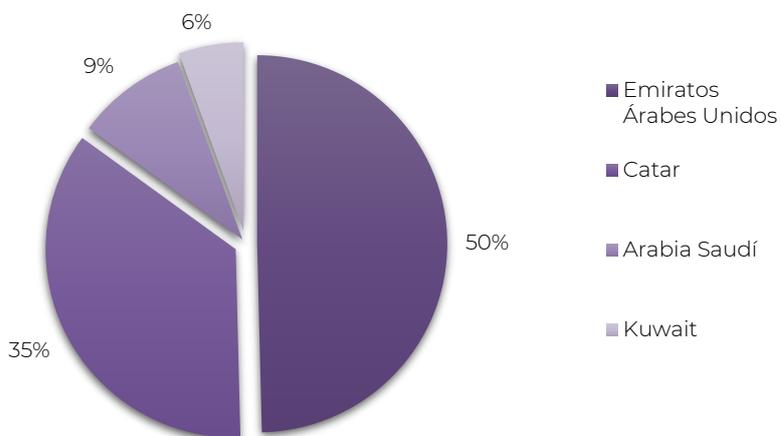
Se pueden destacar otras rutas creadas en los últimos años que se han mantenido y refuerzan esta tendencia: Kuwait Airways inauguró una conexión anual con Madrid y una ruta estacional a Málaga, mientras que Arabia Saudita ha incrementado los vuelos regulares a Barcelona desde Yeda y Riad con su aerolínea Saudia. Estas incorporaciones explican los mayores aumentos en la capacidad aérea en los países del CCG hacia España.

CONEXIONES AÉREAS EN VUELOS DIRECTOS A ESPAÑA

Aeropuerto de Destino	Aeropuerto de Origen	Nº Frecuencias Semanales	Compañía Aérea
Madrid	Abu Dhabi	14	Etihad Airways
	Dubái	14	Emirates
	Doha	17	Qatar Airways e Iberia
	Yeda	4	Saudia
Barcelona	Abu Dhabi	14	Etihad Airways
	Dubái	21	Emirates
	Doha	21	Qatar Airways
	Yeda	4	Saudia
	Riad	2	Saudia
	Kuwait	4	Kuwait Airways
Málaga	Abu Dhabi	4	Etihad Airways
	Doha	7	Qatar Airways
	Riad	2	Saudia
	Kuwait	3	Kuwait Airways

21

Principales aeropuertos de origen



Fuente: Elaboración propia

Tramitación de documentos de viaje

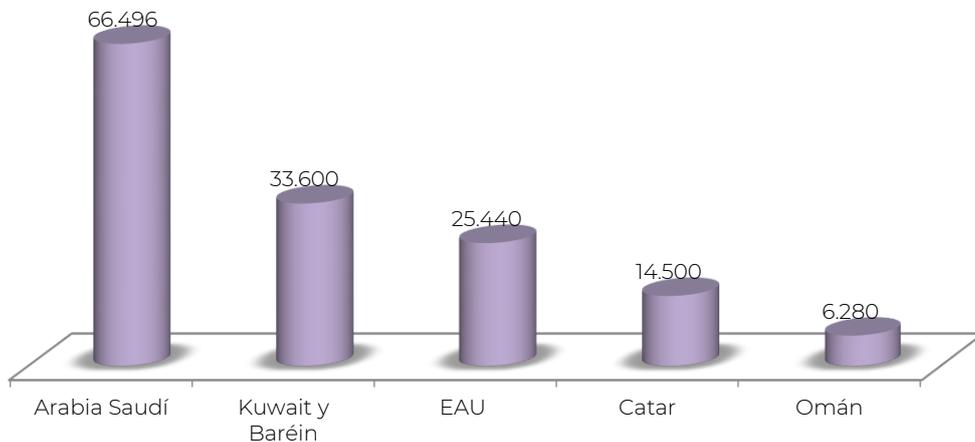
La obtención de visados sigue siendo un requisito imprescindible para la mayoría de los ciudadanos de los países del Golfo Pérsico que desean viajar a España, especialmente para los no nacionales. Esta exigencia se ha convertido en una de las principales barreras para el crecimiento del flujo turístico, ya que la elevada demanda de solicitudes supera con frecuencia la capacidad de gestión de los consulados españoles en la región. Como resultado, muchos potenciales viajeros optan por destinos alternativos con trámites más ágiles o políticas de entrada más flexibles.

Actualmente, la Unión Europea está trabajando en la posible exención de visado para los nacionales de Qatar, Kuwait, Omán y Arabia Saudí, como ya existe para los nacionales de Emiratos Árabes Unidos. Sin embargo, su implementación requerirá aún varios años. A nivel general, existen diferencias significativas entre los países miembros de la UE en cuanto a la agilidad y el enfoque en la tramitación de visados, lo que influye en la competitividad de cada destino dentro del espacio Schengen. Podemos decir que, en este sentido, España se mantiene en el grupo de cabeza en lo que se refiere a la agilidad y a las tasas de rechazos.

22

Otro obstáculo importante, particularmente para los turistas locales, es la dificultad para obtener visados para sus empleados de hogar. La normativa actual no contempla ni visados turísticos ni laborales para este colectivo, lo que limita sus posibilidades de viajar acompañados.

Datos Visados Emitidos año 2024



Fuente: Elaboración propia a partir de datos consulares. Los visados para Kuwait y Bahréin se tramitan en Kuwait.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

Características clave del mercado

Los mercados del Golfo Pérsico se caracterizan por una clara división entre la población local y la inmigrante, con marcadas diferencias en su proporción según el país. La población local, en general, posee un alto poder adquisitivo y muestra un perfil conservador en sus hábitos de consumo y viaje. La demanda se concentra especialmente en productos de sol y playa, experiencias de compras y alojamientos de alto nivel. Suelen realizar estancias largas en destinos de playa, que a menudo combinan con escapadas breves a grandes capitales. Viajan mayoritariamente en familia y muestran una mayor preferencia, en comparación con los inmigrantes, por las agencias de viaje tradicionales.

Por su parte, los extranjeros inmigrantes mantienen patrones de viaje similares a los de sus países de origen, aunque adaptados a un mayor poder adquisitivo y a una mayor experiencia viajera. Buscan, sobre todo, destinos icónicos y grandes ciudades, valorando la posibilidad de realizar compras y de experimentar un entorno dinámico con estímulos constantes.

23

Previsiones a medio plazo

De cara a la temporada alta, no se prevé un aumento significativo de los flujos turísticos desde la región del Golfo hacia España. La tramitación de visados sigue representando el principal obstáculo, con dificultades que afectan a todos los países europeos. Esta situación está provocando que parte de la demanda se desvíe hacia destinos con políticas de visado más flexibles. Aun así, se espera se mantengan los flujos del turismo hacia España durante la temporada estival, con una tendencia de crecimiento más moderado en el corto y medio plazo.

Factores y circunstancias que pueden incidir en el volumen de negocio hacia España

En los países del Golfo Pérsico, no se prevé un aumento sustancial de la población a medio y largo plazo, dado que el crecimiento natural entre la población local podría quedar equilibrado por una eventual reducción de residentes inmigrantes. En el corto y medio plazo, las variaciones demográficas estarán más estrechamente ligadas al contexto económico, que en estos momentos muestra signos claros de crecimiento.

En cuanto a la situación de conflicto en Oriente Medio, que afecta a países vecinos y que tiene como protagonistas principales, por el norte, a Israel e Irán y, por el sur, al Yemen, de momento no ha afectado en general a la demanda de viajes internacionales hacia Europa en estos países, salvo en algún momento puntual por cierres de espacios aéreos, pero puede llegar a afectar si el conflicto se extiende.

Uno de los principales obstáculos para incrementar los flujos turísticos hacia España es el sistema de visados. Las quejas por la escasez de citas y la saturación de los consulados son frecuentes, especialmente en periodos de alta demanda. Aunque esta problemática afecta también a otros países europeos, algunos cuentan con mayores recursos consulares, lo que les permite gestionar más solicitudes. En cuanto a plazos de tramitación y tasas de denegación, España se sitúa en una posición similar a la de sus competidores europeos.

El turismo procedente del Golfo ha superado con creces las cifras anteriores a la pandemia, tanto en volumen como en gasto, y se prevé que esta tendencia continúe al alza. A medio plazo, el mercado tenderá hacia una mayor diversificación de la oferta, en sintonía con el relevo generacional entre los locales y una evolución más rápida del perfil del viajero inmigrante. Se anticipa un crecimiento especialmente notable de productos turísticos de carácter cosmopolita, gracias a su flexibilidad y menor nivel de compromiso.

En lo relativo a los canales de reserva, el uso de plataformas online sigue ganando terreno, siguiendo la tendencia global. No obstante, las agencias tradicionales siguen siendo relevantes, ya que muchos viajeros completan sus reservas a través de agencias físicas, valorando el trato personal y la confianza que ofrecen, especialmente ante posibles imprevistos como cancelaciones o restricciones.

24

España todavía no ha explotado todo su potencial en estos mercados, y es previsible que su crecimiento futuro supere al de destinos competidores. La clave estará en diversificar la oferta territorial dentro del país para aumentar tanto el número de viajes como la duración media de las estancias.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 