



INFORME DEL MERCADO EMISOR AUSTRALIANO > marzo 2012

0 - Índice

1	CARACTERÍSTICAS GENERALES	3-4
2	TURISTAS AUSTRALIANOS EN ESPAÑA	5-7
	Volumen	
	Perfil	
3	TURISTAS AUSTRALIANOS EN LA COMUNITAT VALENCIANA	8
4	ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO	9

1 – Características generales



Población	22.015.576 hab. Baja densidad de población y reparto desigual a lo largo del territorio. El 64% se concentra en las ocho principales ciudades (**).
Superficie	7.741.220 Km ² 6º país más grande del mundo.
Regiones y ciudades	Sydney 4,4 millones; Melbourne; 3, 8 millones; Brisbane 1,9 millones; Perth 1,6 millones; Canberra (capital) 0,3 millones.
Sistema gobierno	Debido a su pasado como colonia inglesa, Australia forma parte de la Commonwealth, siendo el Jefe de Estado la reina de Inglaterra.
PIB	1,8% (2011) (*) Australia forma parte del grupo de los siete países más desarrollados del mundo (*).
Inflación	3,5% (*)
Desempleo	5,3 % (Octubre 2011) (*)

Fuente: CIA The World Factbook. *Australia*. (Consulta: 23 marzo 2012)

(*) Instituto de Turismo de España. *Coyuntura turística. Temporada invierno 2011-2012*. Noviembre 2011

(**) Instituto de Turismo de España. *Turespaña. Estudio del Mercado: Australia*. Mayo 2011

1 – Características generales

Hasta septiembre de 2011 los Australianos realizaron más de **6,8 millones de viajes al extranjero** (**). En 2010 esta cantidad fue de más de siete millones de viajes, 5% de los cuales correspondieron a destinos europeos.

Las salidas al extranjero **han crecido** una media anual de 8% en los últimos cinco años, siguiendo una tendencia resistente a la crisis económica. **Los viajes a Europa** son más **sensibles a la coyuntura** económica y su cifra se redujo en 2008, retroceso del que ya se ha recuperado en 2010 (*). En 2011 las revueltas en Oriente Próximo han desviado flujos turísticos hacia Europa, que **gana cuota** aunque sigue siendo una **opción minoritaria**.

Se espera que los viajes al exterior continúen su **tendencia creciente**, potenciados por la apreciación del dólar australiano frente a las principales divisas y como consecuencia de la mejor coyuntura económica. La demanda de viajes a **España se reforzará** gracias a una mayor capacidad aérea de **Emirates** y **Turkish Airlines**, que realizan conexiones con destinos españoles (*).

Hasta septiembre de 2011 los destinos internacionales más visitados han sido **Nueva Zelanda** (cuota del 14%), **Estados Unidos y Canadá** (12%), **Indonesia** (11%), **Reino Unido** (6%) y **Thailandia** (6%) (**). En Europa, además destaca **Italia** como destino familiar, mientras que **Francia y España** son destinos vacacionales (*).

Las principales áreas emisoras de viajes al extranjero se encuentran en la **zona este de Australia**, donde se ubican las ciudades más pobladas (Sydney, Melbourne, Brisbane) y Perth (en la costa oeste).

La mayoría de los viajes al extranjero son **vacacionales** (56%) y están motivados por la **cultura** y la **gastronomía**. Una cuarta parte está relacionada con la visita a familiares.

Los Australianos organizan sus viajes al extranjero de manera **independiente**, con un elevado uso de **Internet**, y se alojan en hoteles de rango superior en los destinos vacacionales.

Fuente: Instituto de Turismo de España. *Australia. Estudio de la demanda*. Mayo 2011

(*) Instituto de Turismo de España. *Coyuntura turística. Temporada invierno 2011-2012*. Noviembre 2011

(**) Tourism Research Australia. *Travel by Australians. Quarterly Results of the National Visitor Survey*. December 2011. Marzo 2012

2 – Turistas australianos en España: Volumen

PAÍSES EMISORES DE TURISMO A ESPAÑA

España recibió durante **2011** más de 56,6 millones de turistas extranjeros, de los que **161.057** procedían de Australia, un **0,28%** del total.

El número de turistas australianos en España casi se ha **duplicado** con respecto a 2010, obteniendo un incremento del 87%.

**Turistas extranjeros llegados a España en
2011**

56.694.298

	Mercado	Total turistas	Cuota % (*)
1º	Reino Unido	13.611.003	24%
2º	Alemania	9.030.697	15,93%
3º	Francia	8.498.430	14,99%
4º	Países Nórdicos	3.886.168	6,85%
5º	Italia	3.766.597	6,64%
6º	Países Bajos	2.776.058	4,89%
7º	Portugal	1.787.705	3,15%
8º	Bélgica	1.779.073	3,14%
9º	Suiza	1.373.643	2,42%
10º	Irlanda	1.280.465	2,26%
11º	Estados Unidos	1.148.186	2,03%
12º	Rusia	858.545	1,5%
...
...	Australia	161.057	0,28%

(*) Cuota sobre el total de turistas extranjeros llegados a España

Fuente: Instituto de Estudios Turísticos. *Frontur*

2 – Turistas australianos en España: Volumen

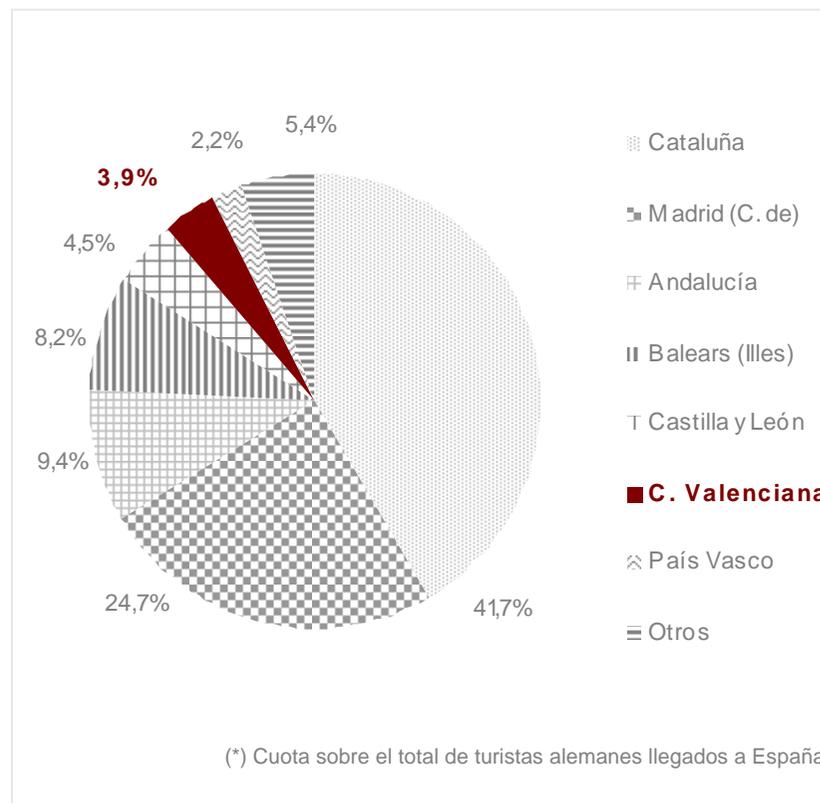
DESTINOS DE LOS AUSTRALIANOS EN ESPAÑA

Los principales destinos de los turistas australianos que visitan España son los que disponen de mejor **conectividad aérea**. En la actualidad no existen vuelos directos entre España y Australia

En 2011 la mayoría de autonomías han registrado fuertes incrementos interanuales motivados por la celebración de la **Jornada Mundial de la Juventud**, que motivó el viaje a Madrid de más de 3.000 australianos (*).

Cataluña es la autonomía preferida por este mercado y recibió en 2011 al 41,7% de los australianos llegados a España (60% más que en 2010). Le sigue **Madrid**, con una cuota del 24,7%, triplicando el volumen de australianos recibidos en 2010.

Andalucía y Baleares reciben cuotas e incrementos interanuales similares. **Castilla y León y la Comunitat Valenciana**, quinta y sexta autonomías más visitadas, han multiplicado por 10 y triplicado el número de australianos recibidos respectivamente.



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos. *Frontur*.

(*) Instituto de Turismo de España. *Coyuntura turística. Temporada invierno 2011-2012*. Noviembre 2011

2 – Turistas australianos en España: Perfil

PERFIL DEL TURISTA AUSTRALIANO EN ESPAÑA

España está **ganando popularidad** entre los australianos y ha obtenido un crecimiento medio anual en los últimos cuatro años del 20%.

España tiene una imagen de destino **vacacional**, con buenas **infraestructuras**, **seguro** y de buena relación **calidad/precio**. No obstante también se asocia a tópicos recurrentes (flamenco, toros) y a pocos destinos (Barcelona, Madrid y Andalucía) (*). Los australianos visitan España como parte de un **viaje combinado** con otros países como Portugal, Reino Unido, Francia o Italia.

Los turistas australianos que viajan a España presentan un perfil homogéneo. Reservan con 3-6 meses de antelación y viajan entre **junio y septiembre** (invierno australiano). Utilizan **hoteles**, organizan **individualmente** sus viajes por **Internet** y consultan guías y agencias de viaje. En España utilizan tren y coche alquilado para desplazarse

Fuente: Instituto de Turismo de España. Estudios de Mercados Turísticos Emisores: *Australia. Mayo 2011.*
(*). Instituto de Turismo de España. *Plan de Objetivos de Promoción Exterior. Singapur-Australia. 2011*

ESTRATEGIA DE TURESPAÑA

Los objetivos de Turespaña para el emisor australiano se centran en reforzar la imagen y posicionamiento de España como destino **cultural y gastronómico**, de ciudades y compras.

Otros productos a promocionar entre el mercado australiano son el turismo de **naturaleza**, el de **incentivos** y reuniones, así como el **LGTB**.

Con este fin se emprenderán acciones en medios online dirigidas a cliente final, campañas formativas orientadas al público profesional (turoperadores y agentes de viajes) y se emprenderán actividades de promoción con prescriptores, sobre productos específicos.

Fuente: Instituto de Turismo de España. *Plan de Objetivos de Promoción Exterior. Singapur-Australia. 2011*

3 – Turistas australianos en la Comunitat Valenciana: Volumen

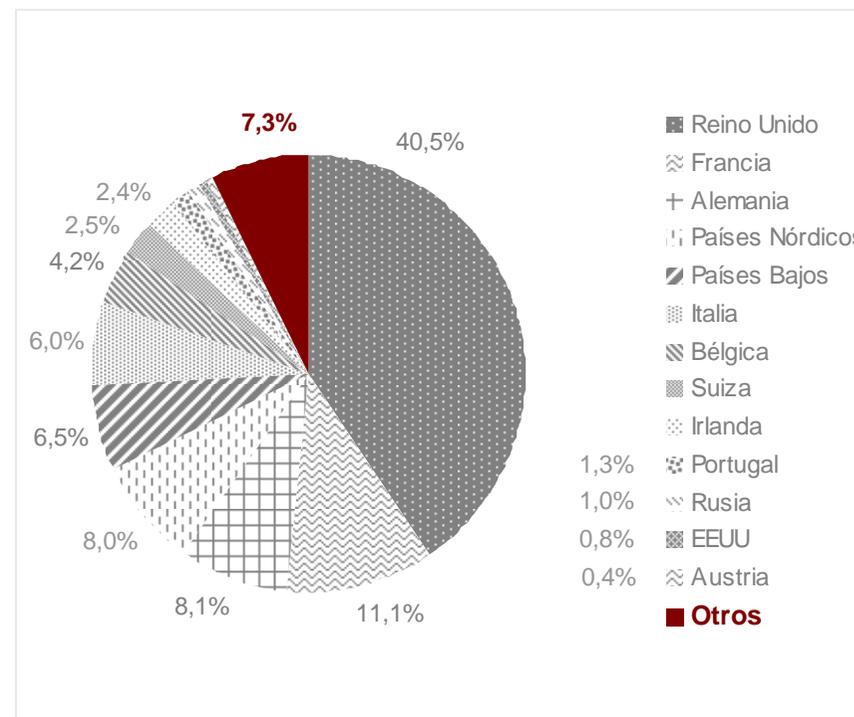
PRINCIPALES EMISORES DE TURISMO A LA COMUNITAT VALENCIANA

Australia es un emisor minoritario para la Comunitat Valenciana.

En 2011 el 3,9% de los turistas australianos que viajaron a España visitaron la Comunitat, esto es un total de **6.270 turistas australianos** y una cantidad **tres veces mayor que la recibida en 2010**.

La cuota del emisor australianos para la Comunitat en 2011 es de **0,11%** sobre el total de turistas extranjeros.

El 90% de los australianos visitaron la Comunitat por motivos de **ocio**. Viajaron **sin paquete** turístico (92%), se alojaron en establecimientos **hoteleros** (58%) y en vivienda gratuita (28%). El 94% llegó a la Comunitat Valenciana en **avión** y el 4,1% en tren.



Turistas extranjeros llegados a la Comunitat Valenciana 2011

5.383.340

Fuente: Instituto de Estudios Turísticos. *Frontur*
Nota: Frontur no ofrece datos para la Comunitat Valenciana anteriores a 2010.

4 – Estructura del sector turístico

OPERADORES TURÍSTICOS EN AUSTRALIA	
MAYORISTAS/ MINORISTAS GENÉRICOS	<p>FLIGHT CENTRE GROUP. Agrupa al 31% de las agencias minoristas. Orientada a destinos vacacionales y viajes corporativos</p> <p>JETSET TRAVELWORLD GROUP. Incluye Qantas Holidays y Travelscene y agrupa agencias especializadas en productos. Comercializa billetes aéreos bajo las marcas Smart Fares y Smart Tickets.</p>
MAYORISTAS GENÉRICOS	<p>CREATIVE HOLIDAYS. Parte de Travel Corporation. Incluye a Creative Holidays, Busabout, Contiki, Trafalgar e Insight Vacations.</p> <p>CIT HOLIDAYS</p> <p>TEMPO HOLIDAYS. Grupo Cox and Kings</p>
MAYORISTAS ESPECIALIZADOS	<p>PRODUCTOS. Adventure World Travel (incluye destinos en Europa); EMT Travel y Harvest Pilgrimage Tours (viajes de peregrinación); Outdoor Travel; Renaissance Tours (viajes culturales); Australians Studying Abroad; STA Travel (viajes asequibles a estudiantes); Venture Holidays (paquetes).</p> <p>DESTINOS. Grece and Mediterranean Travel; Ibertours; Sun Island Tours; Timeless Travel & Tours.</p>

El emisor australiano se caracteriza por la **integración vertical** de **dos grandes mayoristas/minoristas** que copan la mayor parte del mercado: **Flight Centre Group** y **Jetset Travelworld Group**.

También destacan por su volumen de ventas los mayoristas: **Creative Holidays**, **CIT Holidays**, **Tempo Holidays**.

Los **operadores especializados** tienen un gran éxito en Australia y entre ellos destacan los que ofrecen turismo de **aventura y eventos culturales** y los especializados en viajes a destinos **mediterráneos**, entre los que se incluye España. El segmento **LGTB** está representado a través de las agencias Galstays y Takeabreak y el **lujo** mediante más de 31 agencias “Virtuoso travel”.

Las páginas web más populares para buscar información sobre viajes son **Webjet** y **Expedia**.

Fuente: Instituto de Turismo de España. *Estudios de mercados turísticos emisores: Australia*. Mayo 2011

