

El gasto de los turistas extranjeros que visitan Cataluña se sitúa por primera vez por encima de los 21.000M€

- Cataluña cierra 2019 con 19,3 millones de turistas extranjeros y un gasto de más de 21.360M€, un 4,3% más respecto al año anterior
- El gasto medio diario por persona aumenta un 5,3% y se sitúa en los 195€
- El gobierno catalán apuesta por un modelo turístico más sostenible y competitivo que posicione Cataluña como uno de los mejores destinos turísticos del mundo
- Cataluña contará con una nueva herramienta para medir el impacto del turismo sobre la economía del país
- El Año del Turismo Deportivo, el *Grand Tour* de Cataluña y la colaboración de Ricky Rubio, novedades destacadas de la ACT para este 2020

Viernes, 17 de enero de 2020. - El gasto de los turistas extranjeros que visitan Cataluña se sitúa, por primera vez, por encima de los 21.000M€, un 4,3% más respecto al 2018. Por otra parte, el gasto medio diario por persona ha aumentado un 5,3% más respecto al 2018 y se sitúa en los 195€. El incremento ha sido del 20% en los últimos 3 años. En cuanto a los mercados, destaca el incremento del gasto de los turistas procedentes de Estados Unidos, que por primera vez se coloca como el país con un mayor gasto en Cataluña con un total de más de 2.500M€ (8% más respecto al 2018). Los cuatro principales mercados emisores de Cataluña (Francia, Reino Unido, Estados Unidos y Alemania) han registrado todos ellos incrementos del gasto; aunque el incremento más importante se ha producido en los países del resto de Europa, con un incremento superior a los 350M€ (un 26% más respecto al año anterior).

La consejera de Empresa y Conocimiento, Àngels Chacón, ha dado a conocer estos datos durante la rueda de prensa de presentación de los datos de cierre estadístico de turismo del año 2019 en Cataluña. Acompañada del director general de turismo, Octavi Bono, y del director de la Agencia Catalana de Turismo, David Font, la consejera Chacón explicó también, que la llegada de turistas extranjeros ha batido un nuevo récord anual, con 19,3 millones de turistas, unos 150.000 turistas más que en 2018 (0,8%). ***"Una vez más, los datos del sector turístico han sido muy positivos. El 2019 es un año de récords que evidencian que Cataluña es un destino líder y un referente en el ámbito turístico y hay que aprovecharlo para que ello repercuta en el bien de toda la sociedad"***. La consejera también ha añadido que ***"el hecho de que hayamos crecido más en ingresos que en número de turistas indica que estamos***

consolidando un modelo turístico más sostenible y competitivo, tal como establecen el Plan Estratégico y el Plan de Marketing Turístico de Cataluña 2018-2022".

Tabla 1. Afluencia y gasto de los turistas extranjeros con destino principal Cataluña

	2019	% variación interanual 2019-2018
Número de turistas extranjeros (miles)	19.351,9	0,8%
Gasto total (millones de euros)	21.360,2	4,3%
Gasto medio diario por persona (euros)	195	5,3%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de enero a noviembre de 2019 de las encuestas Frontur y Egatur del INE. Los datos del mes de diciembre se han estimado a partir del comportamiento de este mes en el periodo desde 2014 hasta 2018.

Tabla 2. Gasto total de los turistas extranjeros con destino principal Cataluña, por mercados emisores

	2019 (millones de euros)	% variación interanual 2019-2018
Estados Unidos	2.563,2	7,9%
Francia	2.477,8	2,3%
Reino Unido	1.986,5	4,5%
Alemania	1.260,3	4,6%
Rusia	1.196,2	0,8%
países Bajos	747,6	4,0%
Italia	726,2	-3,6%
países nórdicos	683,5	-7,0%
Irlanda	534,0	-2,0%
Bélgica	427,2	0,4%
Suiza	192,2	-7,7%
Portugal	149,5	-15,6%
Resto de Europa	1.730,2	26,1%
Resto de América	1.901,1	-0,6%
Resto del mundo	4.784,7	5,5%
TOTAL	21.360,2	4,3%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de enero a noviembre de 2019 de la encuesta Egatur del INE. Los datos del mes de diciembre se han estimado a partir del comportamiento de este mes en el periodo 2014-2018.

Un dato importante a resaltar es que **"por segundo año consecutivo la concentración del turismo en verano se ha situado en el 46%, la cifra más baja de los últimos 10 años, un dato que refleja la apuesta del Gobierno por la desestacionalización, para que la llegada de turistas no se concentre en determinadas fechas sino durante todo el año"**, ha explicado la consejera.

En cuanto a las llegadas de los principales mercados emisores, destacan los aumentos porcentuales de los turistas procedentes de Suiza (25,4%), Irlanda (18,9%), Rusia (10,1%) y Estados Unidos (10%). Como mercado lejano, cabe destacar el buen comportamiento del resto de América, que crece un 7,1%.

Tabla 3. Afluencia de los turistas extranjeros con destino principal Cataluña, por mercados emisores

	2019 (miles)	% variación interanual 2019-2018
Francia	4.085,2	-1,9%
Reino Unido	2.045,5	-2,9%
Estados Unidos	1.511,4	10,0%
Alemania	1.455,3	3,0%
Italia	1.184,3	0,1%
Rusia	801,2	10,1%
países Bajos	758,6	3,4%
países nórdicos	580,6	-19,4%
Bélgica	375,4	-6,2%
Irlanda	367,7	18,9%
Suiza	307,7	25,4%
Portugal	187,7	0,2%
Resto de Europa	2.181,0	-3,3%
Resto de América	1.155,3	7,1%
Resto del mundo	2.355,1	2,6%
TOTAL	19.351,9	0,8%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de enero a noviembre de 2019 de la encuesta Frontur del INE. Los datos del mes de diciembre se han estimado a partir del comportamiento de este mes en el periodo desde 2014 hasta 2018.

Un modelo turístico más sostenible y competitivo

En el transcurso de la rueda de prensa, la consejera de Empresa y Conocimiento, Àngels Chacón, ha dicho que **"queremos posicionar Cataluña como uno de los mejores destinos turísticos del mundo aplicando una estrategia centrada en la diversificación, la desestacionalización, la desconcentración y el incremento de gasto"**. **"La finalidad, agregó, es que se genere riqueza y que ésta se extienda a todo el país contribuyendo al reequilibrio territorial"**.

Según Chacón, se está trabajando para conseguir un modelo que integre una parte importante de la estructura económica de Cataluña, que genere oportunidades y estimule sistemas de gobernanza donde la participación sea un eje básico. **"Nuestro objetivo es incrementar el gasto turístico por encima del volumen de turistas que nos visitan"**, ha dicho la consejera.

Nueva herramienta para medir el impacto del turismo sobre la economía

Entre las novedades para este 2020, el director general de turismo, Octavi Bono, ha avanzado que en la primavera se presentará la **Cuenta Satélite de Turismo de Cataluña**, un sistema de información económica relacionada con el turismo que permitirá medir impacto del turismo sobre la economía del país. Esta nueva herramienta se está confeccionando y elaborando junto con el Idescat.

Por otra parte, se continuarán las tareas para impulsar el nuevo **Cluster TIC turismo**. Este clúster, que quiere aglutinar un sector muy focalizado estratégicamente y con alto potencial de crecimiento, será un elemento dinamizador y tractor de la innovación hacia el conjunto del sector turístico catalán, tal y como marca el Eje 5 del Plan Estratégico de Turismo de Cataluña 2018-2022, que pone especial atención en mejorar la innovación y la competitividad tecnológica de las empresas turísticas. **"Se busca crear un modelo de referencia que pueda trascender a las empresas vinculadas al Clúster y sirva de estímulo para el conjunto de empresas que conforman el sistema turístico catalán"**, ha explicado el director.

En el transcurso de la rueda de prensa, el director general de turismo, también ha explicado que este 2020 será el año en que se aprobará el nuevo Decreto de Reglamento de Turismo de Cataluña, y el Decreto de guías de turismo. **El Decreto de Reglamento de Turismo de Cataluña** integra y actualiza toda la normativa turística reglamentaria, define los requisitos turísticos y de clasificación de los alojamientos turísticos, regula la disciplina administrativa y el modelo de gobernanza. En cuanto al **Decreto de guías de turismo**, permitirá obtener la habilitación de guía acreditando unos requisitos sin la necesidad de hacer un examen y, también, permitirá que las personas que dispongan de habilitación soliciten, de manera voluntaria, un sello de excelencia.

6M€ para incentivar el turismo en el ámbito local

Para este año 2020, la Generalidad de Cataluña consolidará **6M€** para financiar proyectos de ámbito local a través de los **Planes de Fomento del Turismo**, unos planes para apoyar el territorio y fomentar el reequilibrio turístico. Este dinero se ha financiado gracias a los ingresos generados por el Impuesto sobre Estancias en Establecimientos Turísticos (IET) y deben servir para crear o rehabilitar infraestructuras y espacios turísticos; recuperar itinerarios; mejorar la señalización o apoyar algunas iniciativas turísticas, entre otros. En el marco de estos planes, desde el 2014, se habrán ejecutado o se encuentran en vías de ejecución un total de 100 proyectos concretos con un importe de 24,2M€ que generan una inversión global de 62,2M€.

Por otra parte, el director general ha explicado que este año se mantendrá una línea de financiación para el sector privado dotada con **30M€**, de los que ya se ha aplicado el 20%.

Apoyo a la promoción del sector turístico catalán

Con el fin de posicionar Cataluña como uno de los mejores destinos desde la Agencia Catalana de Turismo se realizan cada año alrededor de 1.200 acciones de apoyo al sector turístico catalán y su proyección en el mundo. Durante este año 2020, el director de la Agencia Catalana de Turismo (ACT), David Font, ha querido destacar tres bloques de acciones:

Por un lado, ha destacado las más de **80 iniciativas dirigidas a la generación de conocimiento y la formación** integral a empresas y entidades del sector turístico catalán. El objetivo es contribuir al incremento de la competitividad de las empresas y entidades turísticas y mejorar y potenciar el conocimiento de la demanda y el potencial

de los diferentes mercados. **"Este año, desde la ACT se ha hecho una importante apuesta en inteligencia de mercado porque se considera clave la generación de conocimiento a través de la obtención y el trabajo de datos con el fin de ser más eficientes en la acción promocional de nuestro destino"**, dijo Font. Este 2020 se pondrá el foco en el conocimiento del turista de Australia, Japón, Corea del Sur, Arabia Saudita, Países Bálticos, China, Portugal, Italia, Reino Unido y Alemania, entre otros.

El director de la Agencia Catalana de Turismo también ha puesto en alza los programas de trabajo de la ACT, que actualmente tienen 1.300 empresas e instituciones afiliadas. La ACT tiene desplegadas 20 marcas turísticas y, por tanto, **"20 programas de trabajo en los que las empresas afiliadas reciben apoyo en inteligencia de mercado, formación, promoción y acompañamiento en la comercialización, aprovechando la experiencia de un organismo que en 2020 hará 10 años de su creación"**. Font también ha explicado que desde la ACT **"trabajamos conjuntamente con el sector para proyectar la marca Cataluña por todo el mundo"**. En este sentido, hay más de 40 acciones de **co-marketing, cooperación y partneriaritat** programadas para este año 2020.

El tercer bloque a destacar, es aquel que aglutina las acciones *on y off line*. Entre éstas, destacan la organización del **Año del Turismo Deportivo**, con la celebración, conjuntamente con la Organización Mundial del Turismo (OMT), del *Sport World Tourism Congress* de ámbito mundial en Lloret de Mar los días 21 y 22 de mayo. Esta será una de las principales actuaciones que se llevarán a cabo para continuar posicionando Cataluña como destino deportivo de referencia, tal como se viene haciendo en los últimos años. Este año temático aglutina más de 50 acciones que tienen como objetivo potenciar el turismo deportivo y, cuenta con una campaña de publicidad especial microsegmentada con contenidos personalizados y que tendrá como mercados prioritarios Alemania, Benelux, Reino Unido y Francia.

Por otra parte, este año se contará con un nuevo vídeo para la promoción turística de Cataluña protagonizado por **Ricky Rubio**. El lanzamiento se hará durante el segundo trimestre del año en los mercados de Norteamérica y Reino Unido. La acción forma parte del proyecto Advisors de la Agencia Catalana de Turismo, en marcha desde el 2015, que ya cuenta con la colaboración de otros personajes de reconocimiento internacional como Gerard Piqué, los hermanos Roca, Carles Puyol, Vanessa Lorenzo, Kilian Jornet, M^a del Mar Bonet, René Barbier, Manel Esteller y Benedetta Tagliabue.

También hay que resaltar el lanzamiento del **Grand Tour de Cataluña**, un itinerario para recorrer toda Cataluña en 5-10 días. Este ambicioso proyecto forma parte del Plan de Marketing 2018-2022 de la ACT. Durante este 2020 se terminarán de definir todas las rutas y los puntos singulares identificados y se iniciará la producción de todo lo necesario para poder hacer su lanzamiento entre finales de este año y principios del año 2021.

Entre las acciones programadas para este año 2020 también destacan las más de **170 acciones de apoyo a la comercialización entre workshops, eventos, ferias, misiones comerciales o viajes de familiarización**. Desde la ACT se promoverán más de 32 workshops, este año con una incidencia importante en países como el Reino Unido e Irlanda o Europa central, con el objetivo de que los profesionales del turismo de Cataluña comercialicen su producto. También se organizarán medio centenar de eventos y acciones promocionales en todo el mundo.

Durante este año, David Font también ha explicado que la ACT estará presente en las grandes citas turísticas internacionales como Fitur (Madrid), ITB (Berlín), MITT (Moscú) y WTM (Londres). En total, el ente catalán participará en **46 ferias**.

Por otra parte, para promocionar las marcas Cataluña y Barcelona en los mercados de larga distancia, Chacón explicó que se organizarán **misiones comerciales** conjuntamente con empresas del sector turístico (*roadshows*). El objetivo de las misiones es reforzar el posicionamiento de la destinación catalana y su capital. En concreto, a lo largo del 2020 se realizarán 3 misiones comerciales en Asia, Norte América y, en los Emiratos Árabes. También es relevante como ventaja competitiva del destino la red de **12 centros de promoción turística en el exterior**.

Finalmente, cabe destacar también las **212 acciones vinculadas a campañas de comunicación fuera de línea y en línea (off y on line), marketing digital y redes sociales**. En este grupo nos referimos a aquellas acciones de promoción y comunicación dirigidas tanto al gran público como al público específico, y que dan respuesta a tácticas estratégicas de la ACT tanto en el mercado nacional como internacional. Así, por ejemplo, en marketing digital, aunque el gran grueso de las acciones se concentra en países como el Reino Unido e Irlanda, Asia-Pacífico e Italia, también hay bastantes acciones destinadas al mercado catalán. En el caso de las redes sociales, destacar que se han diseñado *social media* planes específicos para países como Norte América, Italia, Francia, Alemania, Brasil y China. En este apartado, resalta la puesta en marcha de la campaña específica de promoción y publicidad **Pirineos 365º**, a través de la cual se pretende potenciar los Pirineos como atractivo y destino durante todo el año.

- Twitter: [@turismecat](#) | [@empresacat](#) | [@coneixementcat](#)
- Youtube: <https://www.youtube.com/turismecat>