

**Deloitte.**

**Google**

# Viajeros y Destinos NextGen

Nuestra visión sobre la transformación del sector turístico



2024

MAKING AN  
IMPACT THAT  
MATTERS

since 1975



# Objetivos y metodología



## OBJETIVOS

Este estudio es el resultado de una **colaboración entre Deloitte y Google** con el fin de combinar su experiencia y conocimientos del sector y **obtener información relevante sobre la evolución pasada y futura de los principales destinos y mercados emisores.**

Los objetivos consisten en **analizar los perfiles de los viajeros y los clústeres turísticos y en ofrecer nuestra visión 2040** para ayudar a los operadores y distribuidores de viajes a **anticiparse y adaptarse a las futuras tendencias.**



## METODOLOGÍA

Se ha seguido una metodología para crear modelos de predicción que contribuyan a predecir los futuros flujos turísticos:

- De acuerdo con la naturaleza, disponibilidad y relación entre las variables, así como la complejidad de las proyecciones y el resultado de los modelos para salidas y llegadas, hemos empleado **un enfoque a nivel país con múltiples modelos de predicción lineal en el caso de las salidas y un XGBoost con un enfoque común para todos los países en el caso de las llegadas**
- Las **variables identificadas fueron sometidas a pruebas** para medir su **capacidad de prever futuros movimientos y captar las complejas dinámicas** de la demanda y la oferta turística. Conforme a las pruebas realizadas, la fiabilidad de la fuente, un mínimo histórico necesario, la relación con las variables objetivo y la capacidad para mejorar la calidad y precisión del modelo, **se emplearon finalmente c.20 variables.**



## FUENTES DE DATOS

### Deloitte

**Participación de diversos expertos en el sector turístico y consulta de estudios de mercado e investigaciones realizados anteriormente**

### Google

**Varios millones de búsquedas en Google** basadas en el comportamiento de los turistas cuando planifican sus viajes de 230 países<sup>(1)</sup>

### Fuentes externas

**+90k puntos de datos analizados** procedentes de indicadores turísticos de prestigiosas instituciones (ej., OMT, GapMinder)

(1) Aunque no se ofrece información sobre China, un importante mercado por su actual dinámica de crecimiento, se han empleado fuentes externas con fines de análisis y para obtener conclusiones realistas; datos comprendidos entre 2019 y 2023. Fuente: Deloitte y Google Analysis

# Índice



## 01 La evolución de los viajes: de 1990 a 2023

## 02 El futuro de los mercados emisores y los destinos: Visión 2040

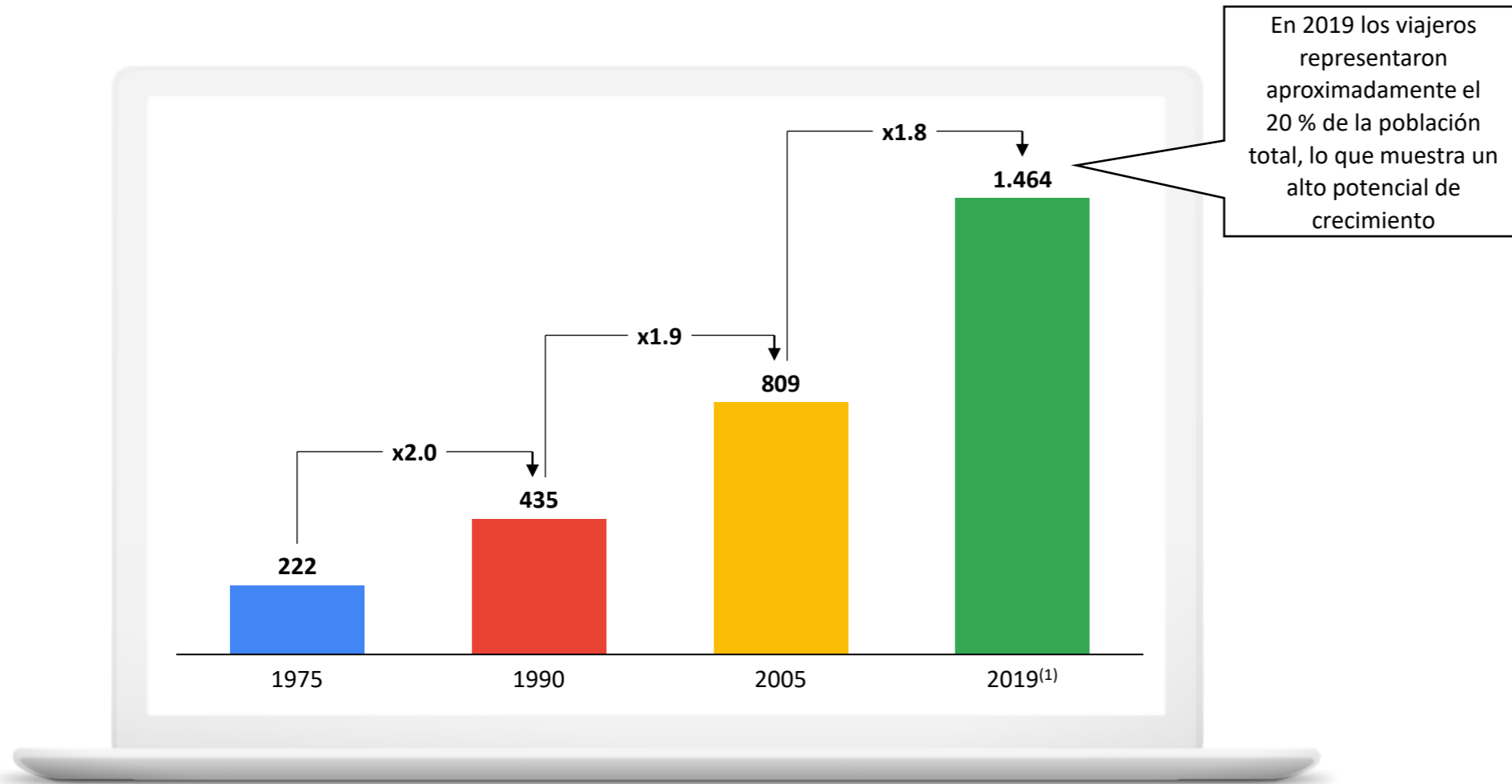
## 03 Implicaciones de las tendencias del viaje a 2040

## 04 Anexo



# El sector turístico ha crecido a un ritmo rápido hasta 2019, habiéndose duplicado el número de llegadas globales aproximadamente cada 15 años

Evolución de las llegadas a nivel mundial (Millones; 1975-2019)



Este crecimiento se vio ralentizado por la pandemia de Covid-19 y, a pesar de que el turismo global se recuperó al 86% en 2023 respecto a los niveles de 2019, esta mejora se produce de manera desigual entre las regiones

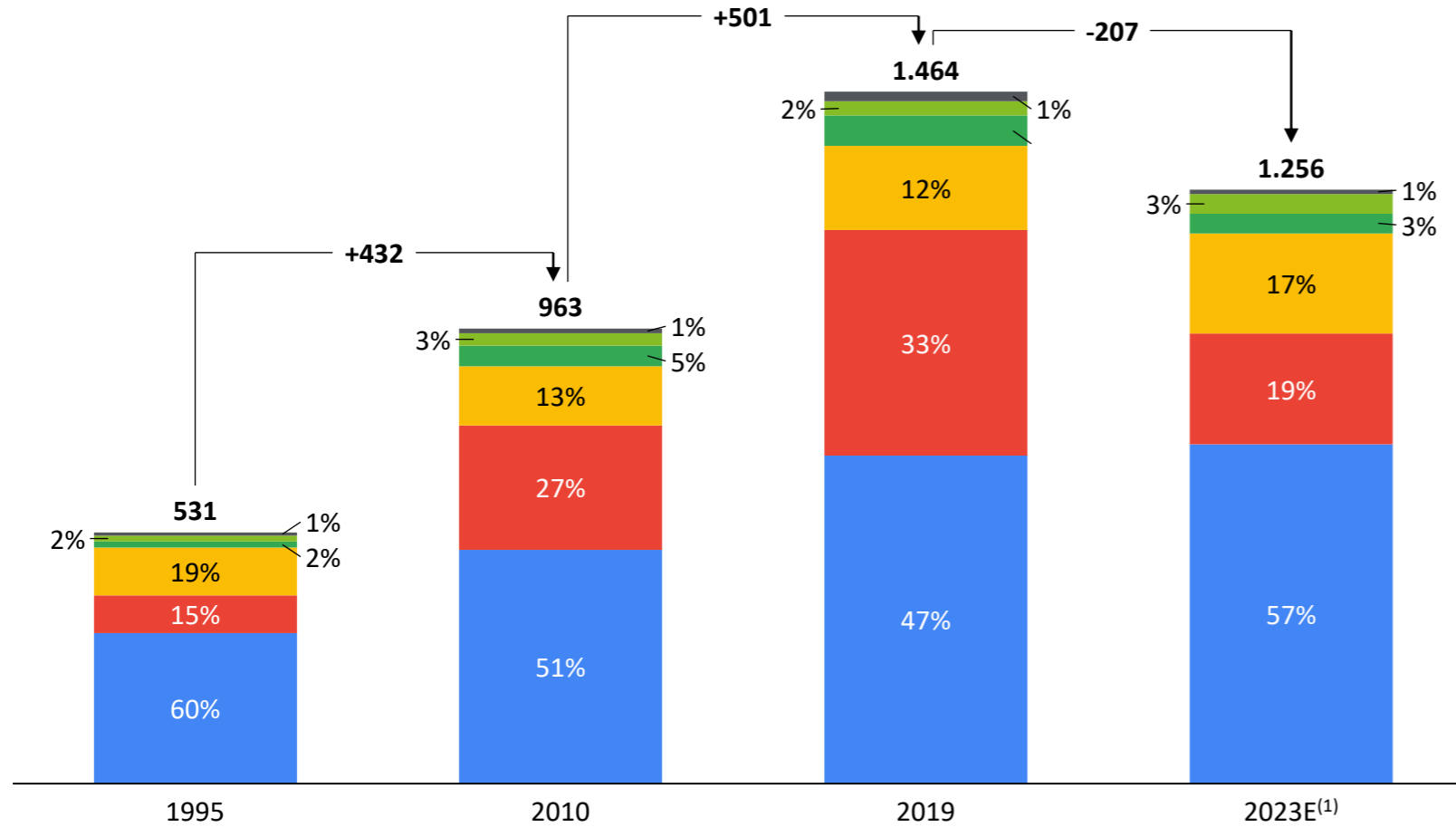
La región de APAC (aproximadamente un 30% de viajeros internacionales en 2019) solo se recuperó al 50%, lo que influye principalmente en Europa y Oriente Medio, regiones que recibían cerca del 20% del turismo procedente de esta zona

(1) Se consideran las cifras de 2019 en lugar de las de 2020 debido al impacto del COVID-19  
Fuente: Banco Mundial, análisis de Deloitte

La evolución de los viajes: de 1990 a 2023

# Los países europeos son los principales mercados emisores, aunque en los diez últimos años el crecimiento de África y APAC han superado el crecimiento medio, superando a Europa

Evolución de salidas por región (Millones; 1995-2023E)



	TCAC 1995-2010	TCAC 2010-2019	2010-2019 cuota de nuevos viajeros
África	2,6%	8,0%	+10 millones (2%)
Sudamérica	5,2%	1,8%	+5 millones (1%)
Oriente Medio	8,6%	4,2%	+20 millones (4%)
Norteamérica	1,4%	4,0%	+53 millones (11%)
Asia-Pacífico	8,3%	6,8%	+214 millones (43%)
Europa	3,0%	3,8%	+199 millones (40%)
Media	4,0%	4,8%	-

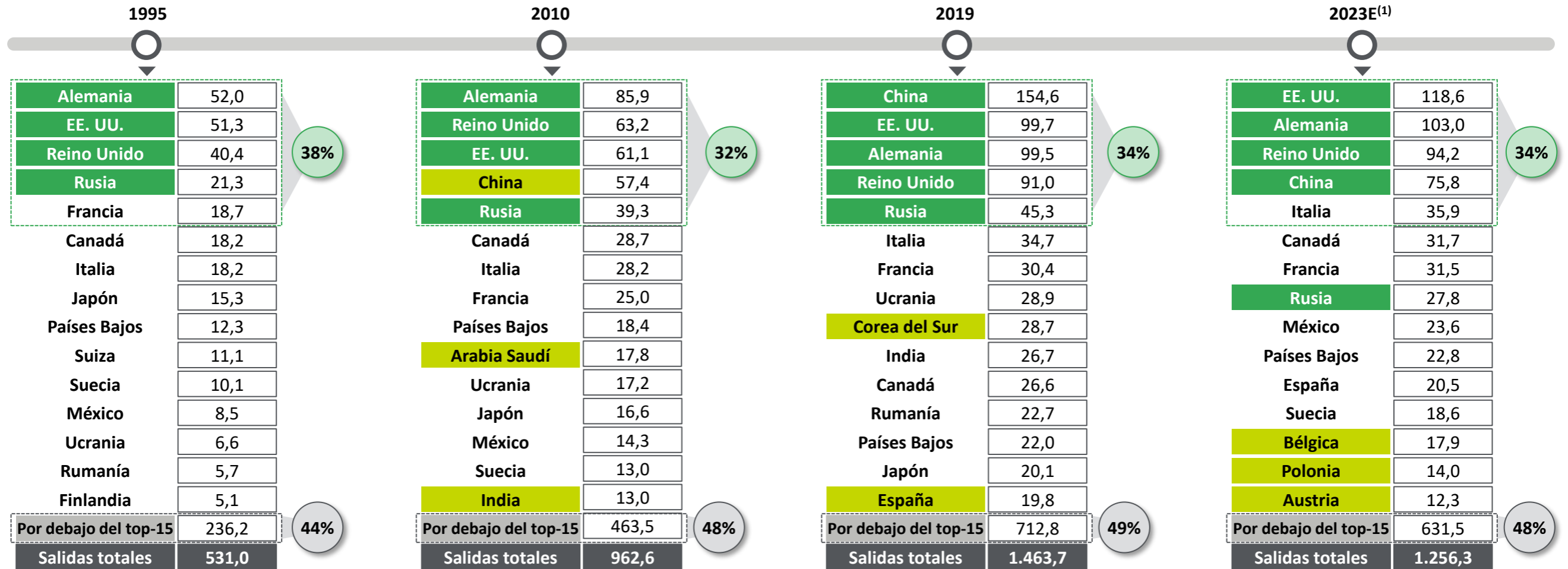
   Por encima del crecimiento medio

(1) Datos reales hasta agosto de 2023 y datos previstos para el resto de los meses  
 Fuente: OMT, Banco Mundial, Euromonitor International Limited 2023 © Todos los derechos reservados, análisis de Deloitte

La evolución de los viajes: de 1990 a 2023

# En los últimos años, China ha superado el crecimiento de otros países alcanzando la posición #1 en los mercados emisores en 2019, uniéndose al top-5 junto con EEUU, Alemania, Reino Unido y Rusia

Evolución de los 15 principales mercados emisores por salidas de turistas (Millones; %; 1995-2023E)



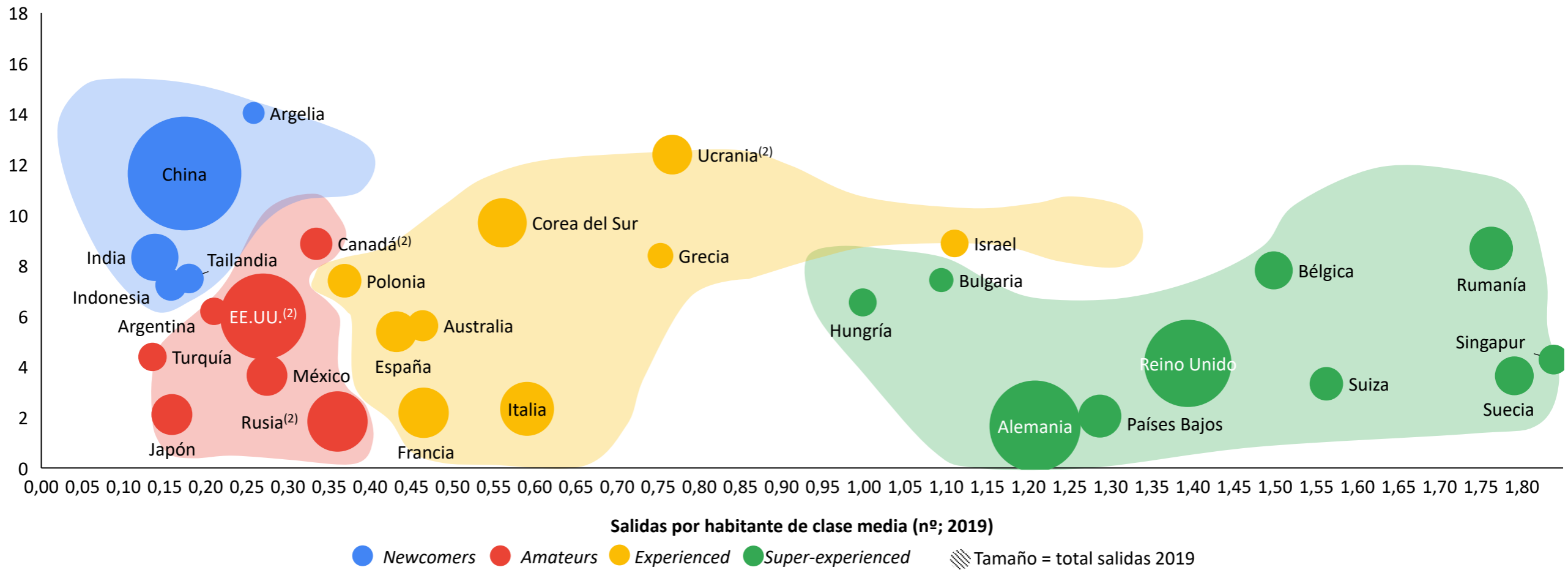
(1) Recuperación experimentada en la región en 2023 respecto a 2019 aplicado a cifras de 2019. Fuente: OMT, Banco Mundial, Euromonitor International Limited 2023 © Todos los derechos reservados, análisis de Deloitte

La evolución de los viajes: de 1990 a 2023

# Al analizar la evolución de las salidas de los mercados emisores que registran más viajes y que han experimentado el mayor crecimiento, se observan 4 patrones distintos

## Predisposición de los mercados emisores a realizar viajes internacionales<sup>(1)</sup>

Evolución de salidas (% TCAC; 2010-19)







(1) El análisis se centra en los mercados incluidos en la clasificación de los 15 principales países emisores a nivel mundial en 2019 y los 30 principales que han experimentado el mayor crecimiento en términos de salidas en los últimos 10 años, lo que representa cerca del 60 % del total de salidas. Véase el anexo para más información; (2) Los viajes a países fronterizos con relación estrecha se han considerado viajes nacionales y, por tanto, no se han incluido en el análisis de salidas.

Fuente: GapMinder, OMT, análisis de Deloitte

La evolución de los viajes: de 1990 a 2023

# Las características sociodemográficas y los factores de comportamiento contribuyen a definir la manera de viajar según cada uno de los 4 patrones

Caracterización de los patrones<sup>(1)</sup> (2019; la variación corresponde a la TCAC 2010-19)

		<b>NEWCOMERS</b> 	<b>AMATEURS</b> 	<b>EXPERIENCED</b> 	<b>SUPER-EXPERIENCED</b> 		
Características sociodemográficas	Edad	<b>Viajeros jóvenes</b> c.60-70% de los viajeros tiene entre 0 y 44 años		<b>Viajeros adultos y de la tercera edad</b> c.60% viajeros entre 20 y 64 años y los mayores de 65 años representan c.20%			
	Población de clase media	<b>Clave para cuota global con crecimiento exponencial</b> Cuota c.50% y crecimiento 9%		<b>Clase media estabilizada</b> Variación anual c.1%			
	Renta per cápita	<b>Crecimiento exponencial</b> Crecimiento c.4%, a pesar de la renta más baja (3.800 dólares)		<b>Renta per cápita estabilizada</b> Variación anual c.1%			
Factores conductuales	Mercado nacional	<b>Crecimiento exponencial</b> Crecimiento c.12%, con 2,5 viajes por habitante		<b>Mercado estabilizado</b> Variación anual aprox. 2 %, con 2,3 viajes por habitante			
	Mercado internacional	Flujos turísticos	<b>Mercado emergente</b> Crecimiento +11% hasta c.0,2 viajes por habitante de clase media		<b>Potencial de crecimiento</b> c.0,6 viajes por habitante de clase media	<b>Elevada penetración</b> >1 viaje por habitante de clase media	
		Intermediación y cuota online	<b>Intermediación y online equilibrados</b> c.50%, 60% respect.	<b>Alta intermediación y nivel moderado online</b> c.65%, 40% respect.	<b>Intermediación equilibrado y online alto</b> c.50%, 75% respect.	<b>Intermediación y online equilibrados</b> c.50%, 60% respectivamente	
		Distancia	<b>Destinos cercanos</b> c.85%	<b>Destinos lejanos</b> c.50%		<b>Destinos cercanos</b> c.80%	<b>Destinos cercanos</b> c.90%
		Presupuesto	<b>Consumidor prudente</b> c.800 dólares por viaje	<b>Consumidor generoso</b> c.2.000 dólares por viaje	<b>Consumidor moderado</b> c.1.000 dólares por viaje	<b>Consumidor moderado</b> c.1.200 dólares por viaje	<b>Consumidor prudente</b> c.900 dólares por viaje

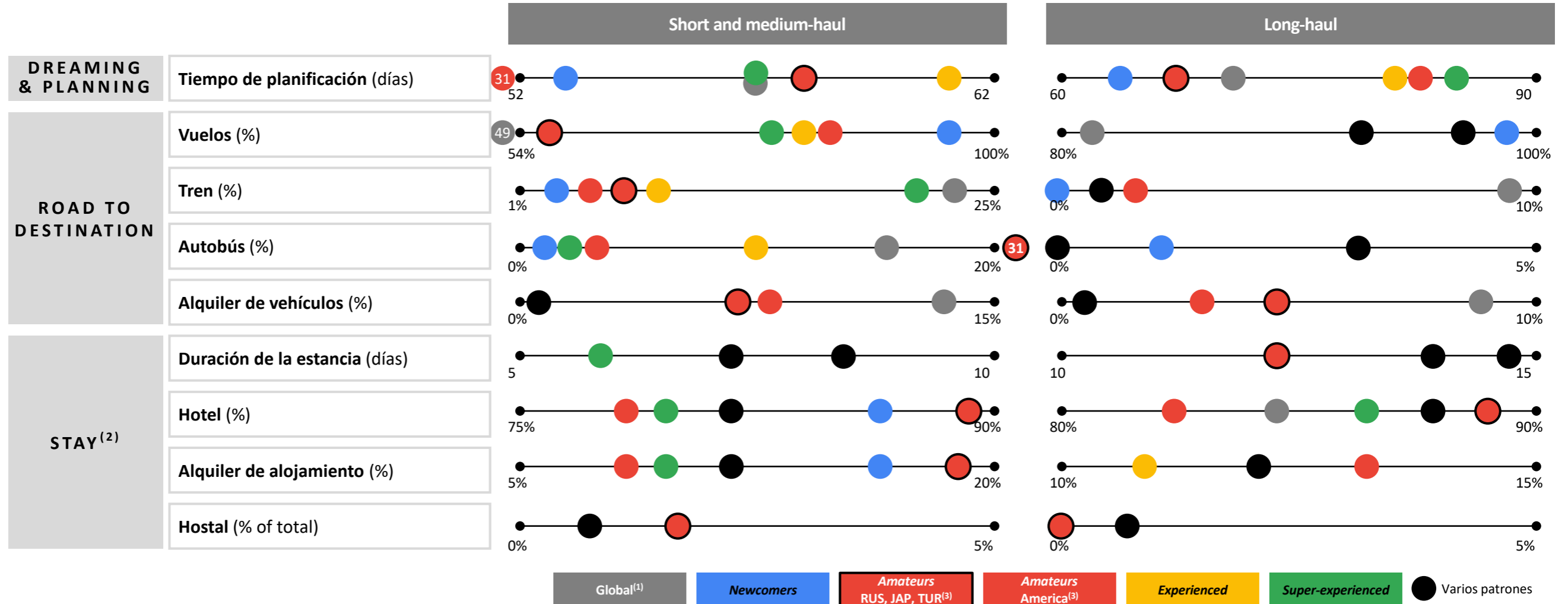
(1) Las cifras son el promedio de países en cada patrón observado. Fuente: análisis de Deloitte



La evolución de los viajes: de 1990 a 2023

# En cuanto a los destinos lejanos, los tiempos de planificación más prolongados se deben a su complejidad por la duración más extensa de las estancias

## Comportamientos observados al realizar viajes internacionales (2023)

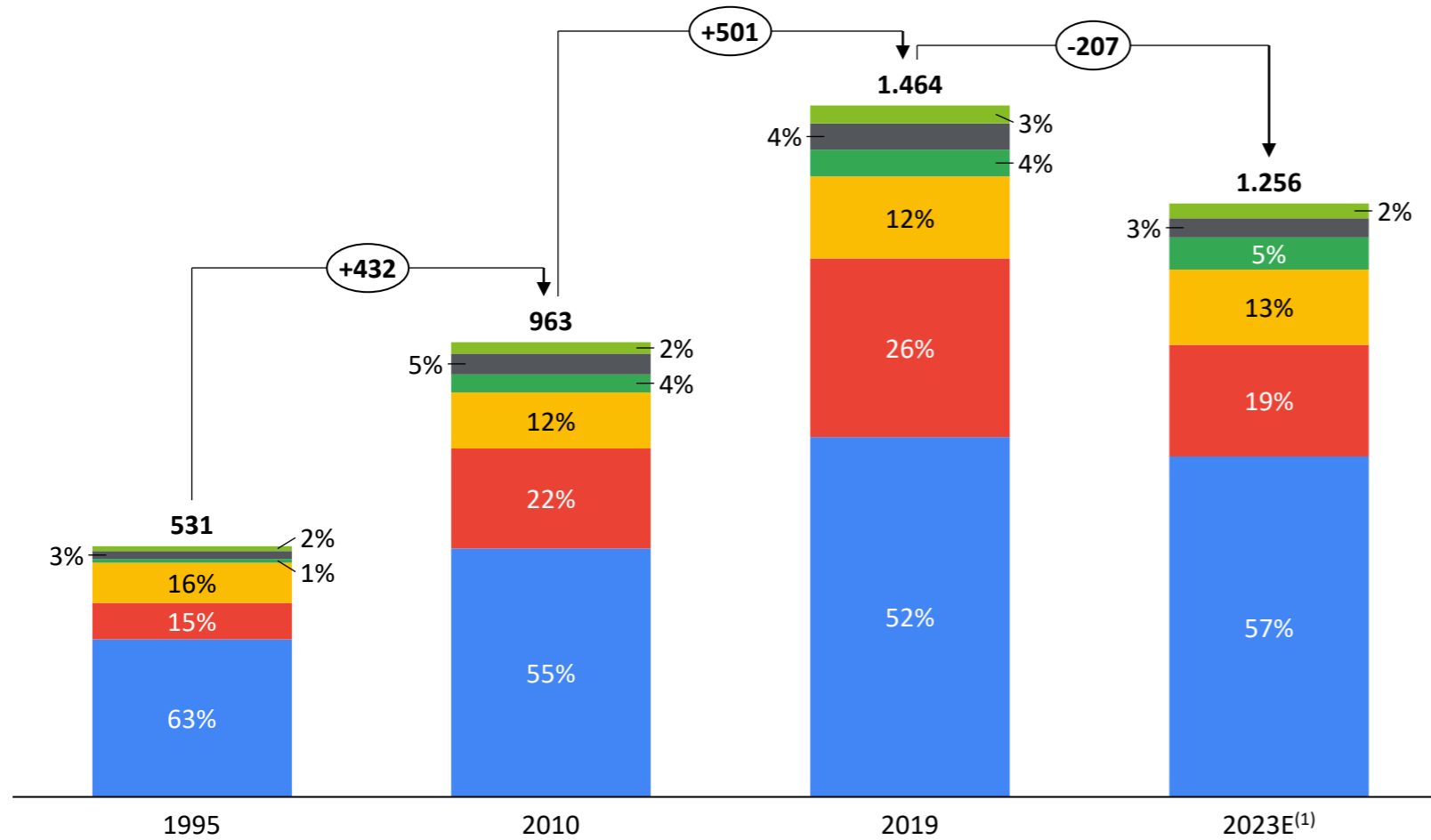


(1) Los datos globales hacen referencia a países de todo el mundo; (2) El tipo de alojamiento no suma 100 % debido a que el bloque «otros» se ha excluido; (3) Se divide amateurs según sus comportamientos. Fuente: Consultas en Google, análisis de Deloitte

La evolución de los viajes: de 1990 a 2023

Desde el punto de vista de los destinos, los países europeos están en cabeza, aunque, en los últimos 10 años, el crecimiento de APAC y Sudamérica ha superado la media

Evolución de llegadas por región (millones, 1995-2023E)



Región	TCAC 1995-2010	TCAC 2010-2019	2010-2019 cuota de nuevos viajeros
Sudamérica	5,6%	5,2%	+14 millones (3%)
África	6,7%	2,6%	+12 millones (2%)
Oriente Medio	11,1%	4,6%	+19 millones (4%)
Norteamérica	2,3%	4,3%	+54 millones (11%)
APAC	7,0%	6,7%	+166 millones (33%)
Europa	3,1%	4,2%	+236 millones (47%)
Media	4,0%	4,8%	-

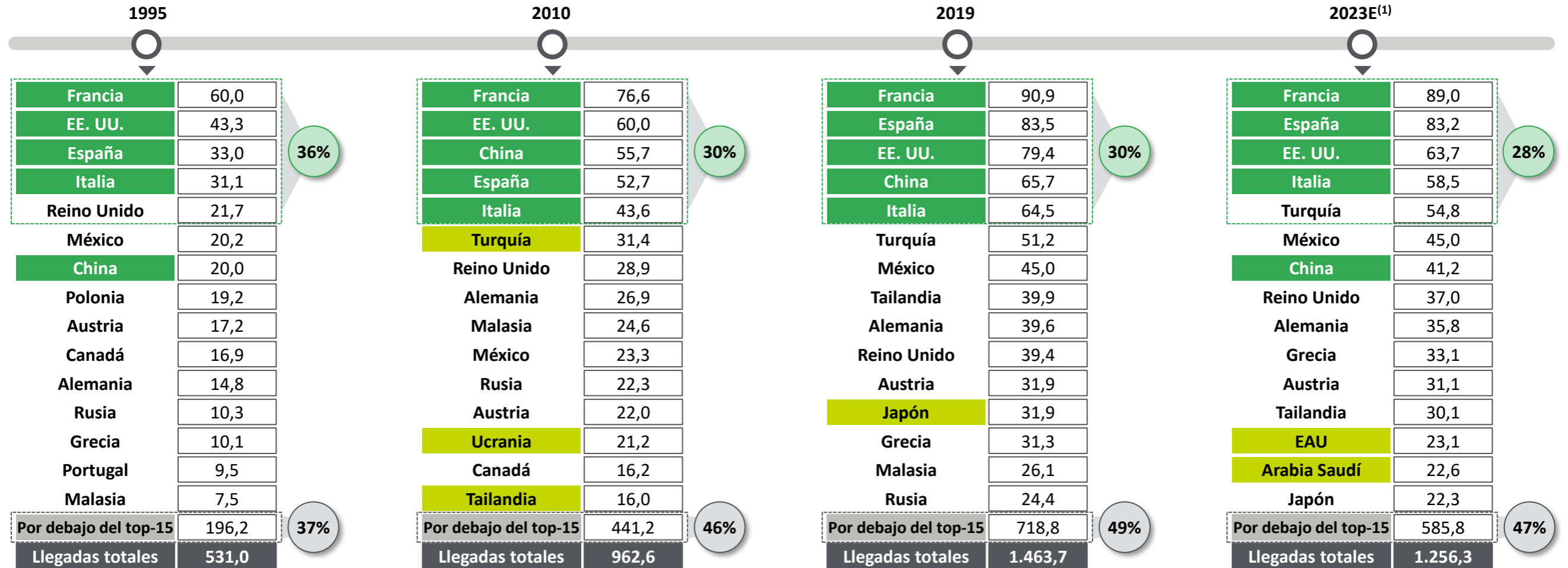
  Por encima del crecimiento medio

(1) Datos reales hasta agosto de 2023 y datos previstos para el resto de los meses  
Fuente: OMT, Euromonitor International Limited 2023 © Todos los derechos reservados, Banco Mundial, análisis de Deloitte

La evolución de los viajes: de 1990 a 2023

El top-5 destinos mantiene su posición, excepto Reino Unido; sin embargo, hay una fragmentación ya que los países APAC escalan posiciones y los países por debajo del top-15 incrementan su cuota

Evolución de los 15 principales destinos por llegadas de turistas (Millones; %; 1995-2023E)

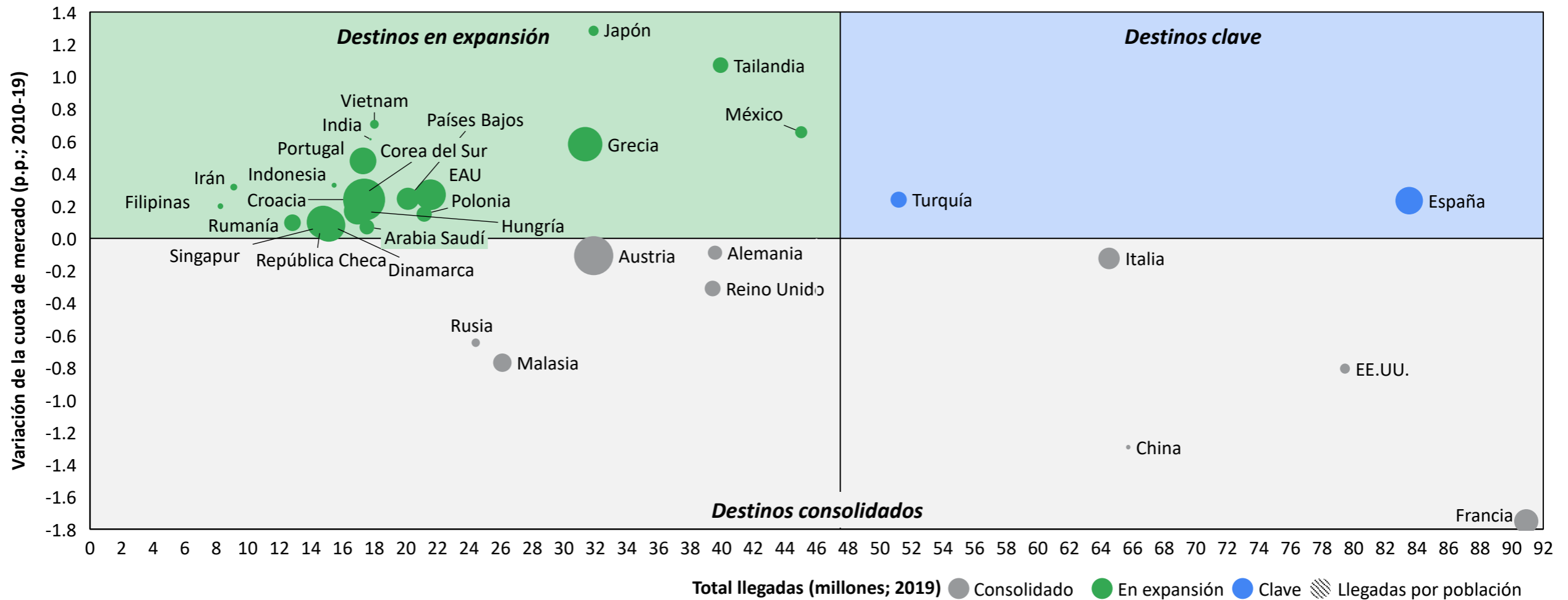


(1) Datos reales hasta agosto de 2023 y datos previstos para el resto de los meses. Fuente: OMT, Euromonitor International Limited 2023 © Todos los derechos reservados, Banco Mundial, análisis de Deloitte

La evolución de los viajes: de 1990 a 2023

# El análisis de competitividad de los destinos más destacados respecto a las llegadas totales y la evolución de la cuota de mercado muestra 3 grupos

Matriz de competitividad de destinos<sup>(1)</sup>



(1) El análisis se centra en los mercados incluidos en la clasificación de los 15 destinos más populares a nivel mundial en 2019 y los 30 más populares que han experimentado el mayor crecimiento en términos de llegadas en los últimos 10 años, lo que representa cerca del 70% del total de llegadas. Véase el anexo para más información; fuente: OMT, Banco Mundial, análisis de Deloitte

La evolución de los viajes: de la década de 1990 a 2023

# Las ciudades europeas lideran el ranking por cuota de búsqueda con 7 posiciones entre las 10 primeras ciudades

Top-10 ciudades por cuota de búsqueda (2019)

Top-10: 18,8%

Rango	Continente	Ciudad	Cuota de búsqueda (%)	Los 5 principales buscadores (nacionalidad)	Ventana de anticipación (días)	Duración de la estancia (días)	Transporte (% del total)			Clasificación 2023 (Var. vs 2019)	Cuota de búsqueda 2023 (%)
							Vuelo	Tren	Otros <sup>1</sup>		
#1	Europa	Londres	3,4%		49,8	8,8	85%	13%	2%	#1 =	3,2%
#2	Europa	París	3,0%		51,6	8,4	70%	27%	3%	#2 =	3,1%
#3	América del Norte	Nueva York	2,2%		65,8	12,6	95%	3%	3%	#5 ↓	1,8%
#4	Asia	Tokio	1,6%		75,6	9,7	98%	1%	1%	#3 ↑	1,9%
#5	Europa	Madrid	1,6%		54,5	8,8	91%	6%	3%	#6 ↓	1,6%
#6	Oriente Medio	Dubai	1,5%		52,6	9,1	100%	0%	0%	#4 ↑	1,9%
#7	Europa	Barcelona	1,5%		54,1	7,2	86%	10%	4%	#7 =	1,5%
#8	Europa	Amsterdam	1,5%		53,1	7,5	73%	23%	4%	#9 ↓	1,3%
#9	Europa	Roma	1,3%		58,4	6,8	89%	8%	3%	#8 ↑	1,4%
#10	Europa	Berlín	1,2%		46,1	6,2	75%	21%	5%	#13 ↓	1,0%

<sup>1</sup> Incluye el porcentaje correspondiente a las búsquedas de autobuses y coches de alquiler  
Fuente: Google Queries, Análisis de Deloitte

# Índice



01 La evolución de los viajes: de 1990 a 2023

02 **El futuro de los mercados emisores y los destinos:  
Visión 2040**


03 Implicaciones de las tendencias del viaje a 2040

04 Anexo



# Estamos inmersos en una transición económica, social y tecnológica que creará un nuevo marco en el que la transformación será fundamental para el éxito futuro

NO EXHAUSTIVO




**1** **TECNOLOGÍAS EXPONENCIALES**

- Experiencias virtuales y web 3
- IA y analítica
- Traducción en tiempo real
- Integración biotecnológica



**2** **EL VIAJERO CAMBIANTE**

- Envejecimiento y longevidad
- Diversidad racial, étnica y sexual
- Desigualdad
- Mercados emergentes




**3** **MOVIMIENTOS SOCIALES Y CULTURALES**

- Experiencia frente a producto
- Salud mental y propósito
- Transformación laboral
- Ciudades reinventadas



**4** **TRANSFORMACIÓN DEL NEGOCIO**

- *All as a Service*
- Empeoramiento de la salud financiera
- Déficit de talento
- Menos obstáculos de acceso



**5** **CAMBIO CLIMÁTICO**

- Reputación del sector
- Calentamiento global y desastres naturales
- Función normativa; capital y viajeros
- Energías renovables

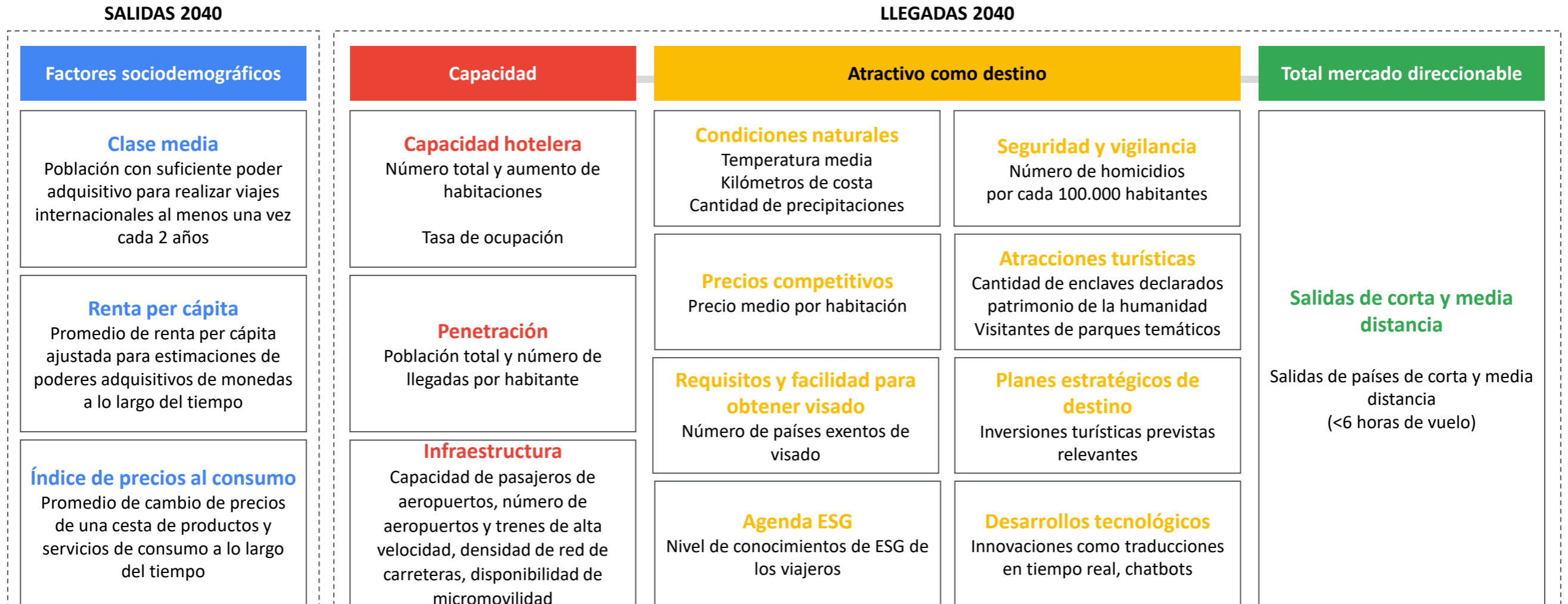


**6** **ECONOMÍA, POLÍTICA Y PODER**

- Tensiones entre las potencias mundiales
- Auge del nacionalismo
- Extremismo político
- Ciberdelincuencia

# Nuestra visión 2040 se basa en modelos predictivos que incorporan una serie de variables con una gran capacidad de explicar los flujos turísticos

## Variables

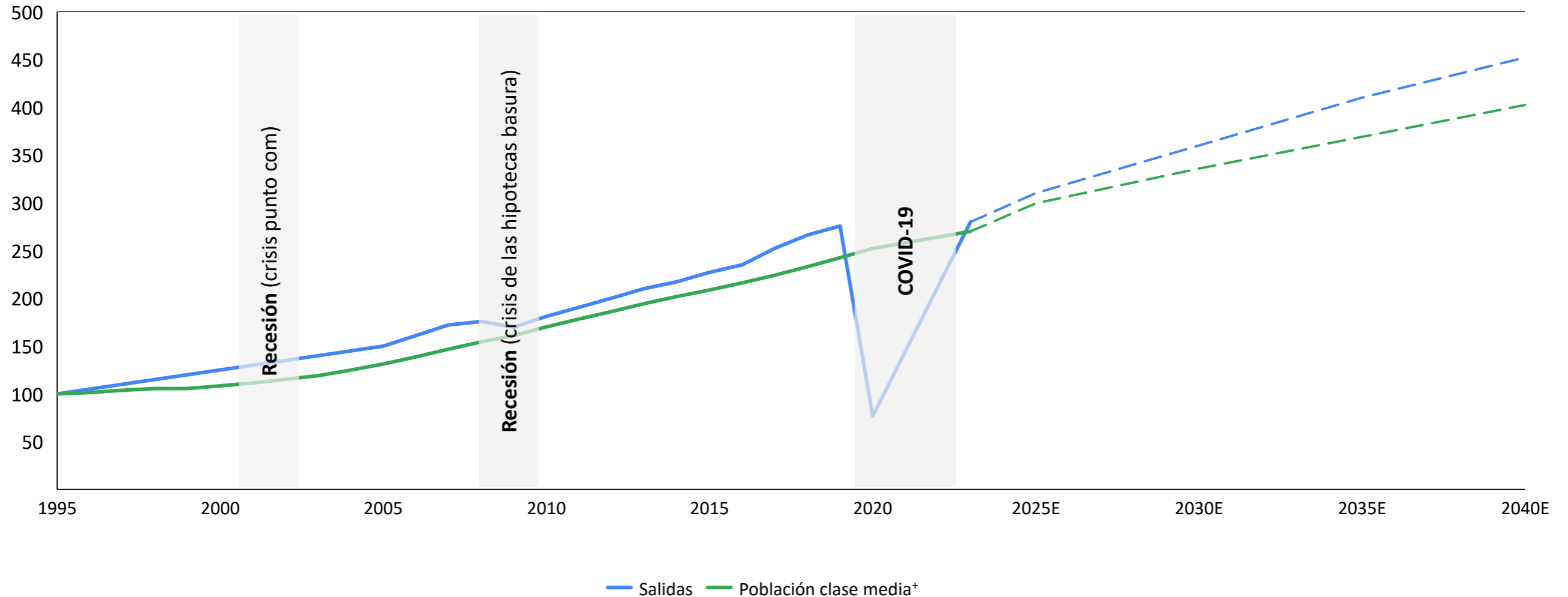


Observación: la estabilidad política y los fenómenos naturales no se incluyen debido a la elevada incertidumbre intrínseca que los caracteriza. Fuente: análisis de Deloitte



# El futuro de las salidas a nivel global seguirá dependiendo en gran medida de cómo evolucione la población de clase media

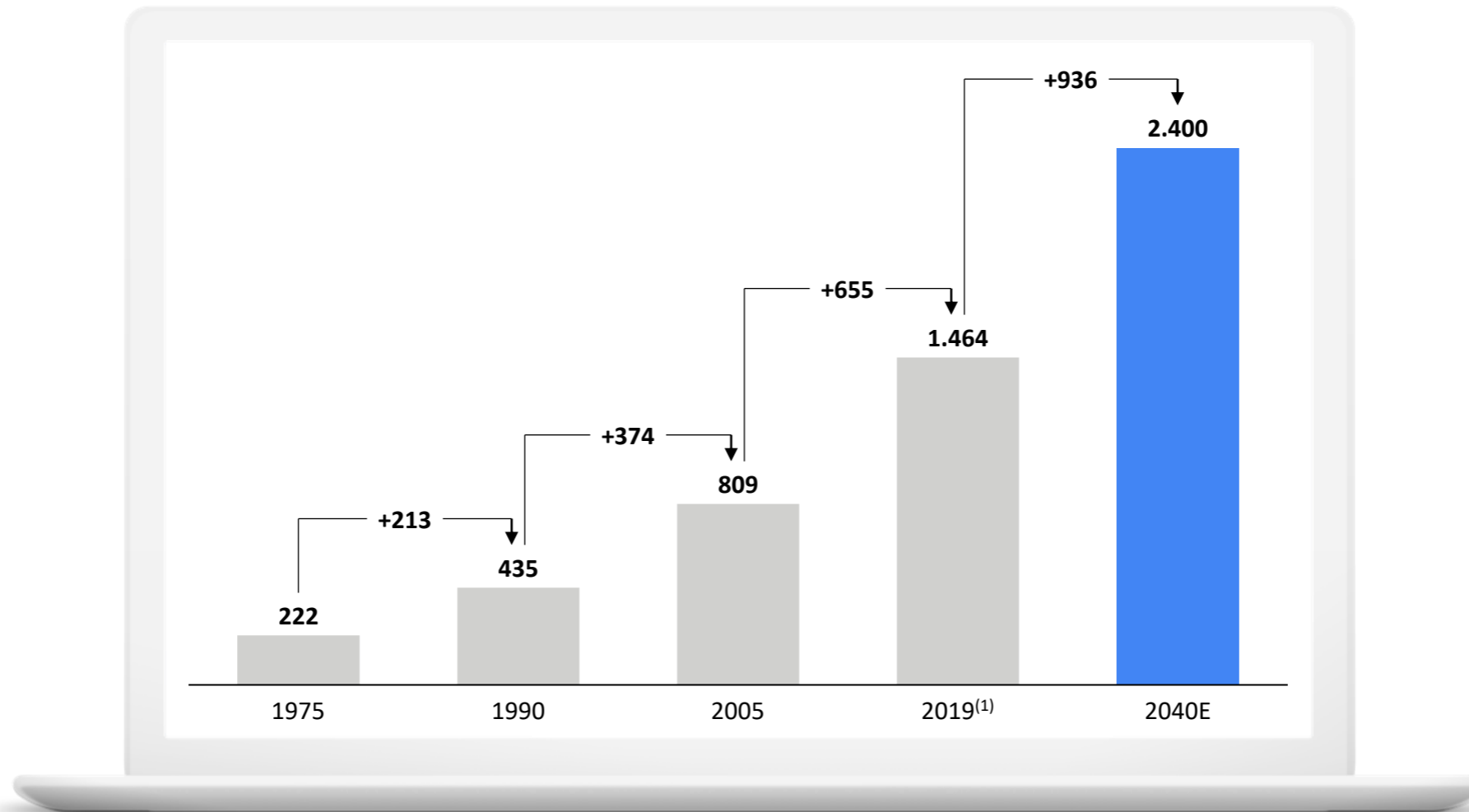
Evolución del tamaño de la población de clase media y de las salidas a nivel mundial (1995-2040E)



Fuente: Banco Mundial, GapMinder, análisis de Deloitte

Nuestra visión anticipa que a 2040 el número de viajes a nivel mundial se incrementará hasta alcanzar c.2.400 millones (c.+936 millones vs 2019)

Evolución del número de viajes en todo el mundo (Millones; 1975-2040E)

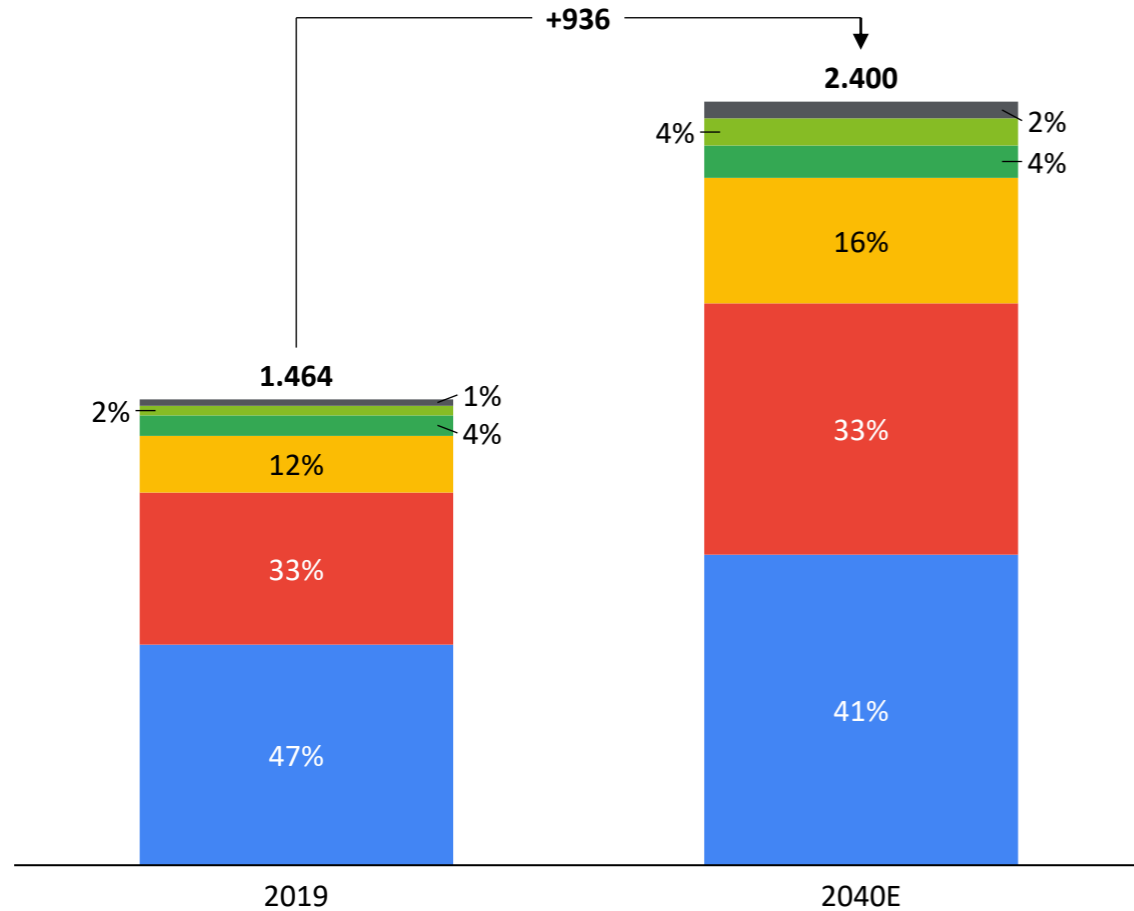


(1) Se incluyen las cifras de 2019 en lugar de las de 2020 debido al impacto de la pandemia de COVID-19  
Fuente: Banco Mundial, análisis de Deloitte

El futuro de los mercados emisores y los destinos: Visión 2040

# África y América cuentan con la mayor tasa anual de crecimiento prevista en cuanto a salidas entre 2019 y 2040, aunque Europa y APAC siguen representando aproximadamente el 75%

Evolución de viajes de salida por región (millones; 2019-2040E)



Región	TCAC aproximada 2019-2040E	Cuota de nuevos viajeros 2019-2040E
África	5,0%	+33 millones (4%)
Sudamérica	5,0%	+55 millones (6%)
Oriente Medio	2,0%	+37 millones (4%)
Norteamérica	4,0%	+217 millones (23%)
APAC	2,5%	+312 millones (33%)
Europa	1,5%	+282 millones (30%)
Media	2,5%	-

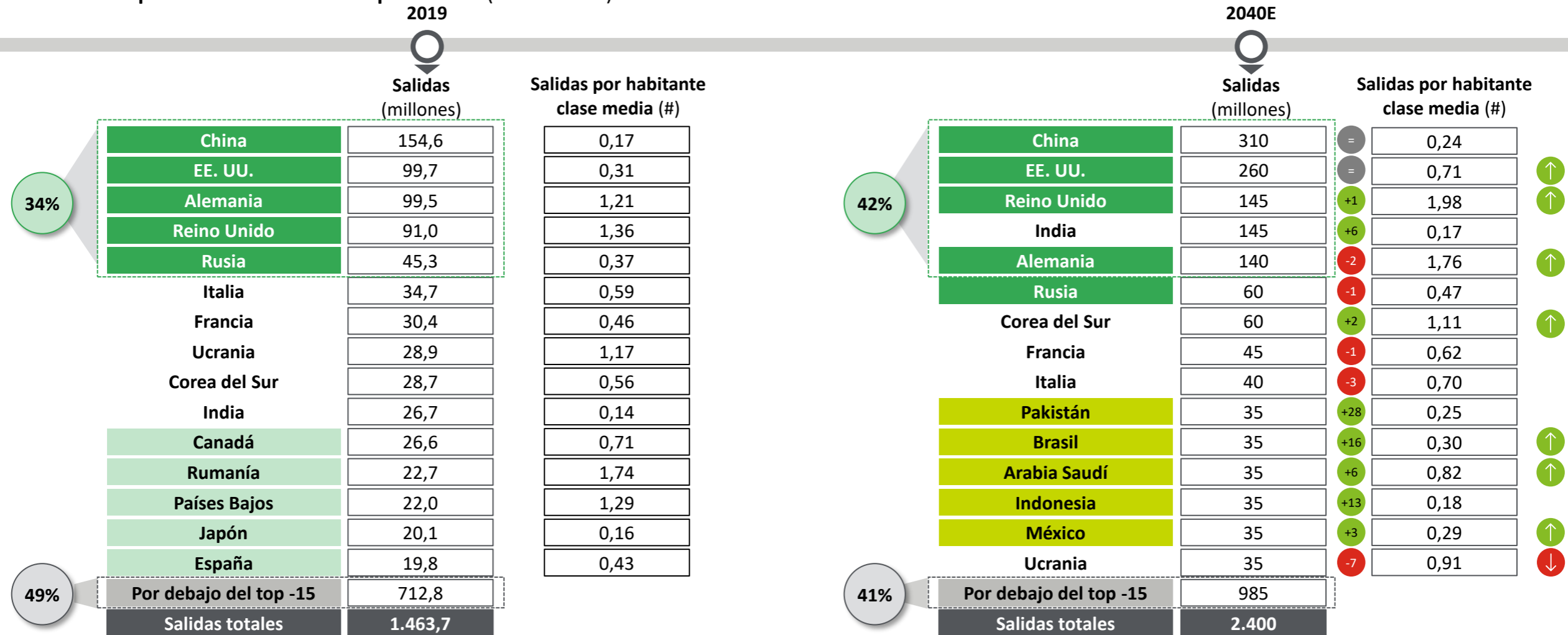
Por encima del crecimiento medio

Fuente: OMT, Banco Mundial, Euromonitor International Limited 2023 © Todos los derechos reservados, análisis de Deloitte

El futuro de los mercados emisores y los destinos: Visión 2040

Se espera que los 5 principales mercados emisores amplíen su cuota alcanzando el 42% y que Pakistán, Brasil, Arabia Saudí, Indonesia y México pasen a situarse entre los 15 principales

Evolución del top-15 mercados emisores por salidas (2019-2040E)



■ Top-5 en 2019  
 ■ Países que dejan de pertenecer al top-15 en 2040E  
 ■ Nuevos países en el top-15 vs. 2019  
 ● % cuota sobre salidas totales  
 + - Variación de la clasificación vs 2019  
 ↑ ↓ <>2pp vs TCAC 2000-19

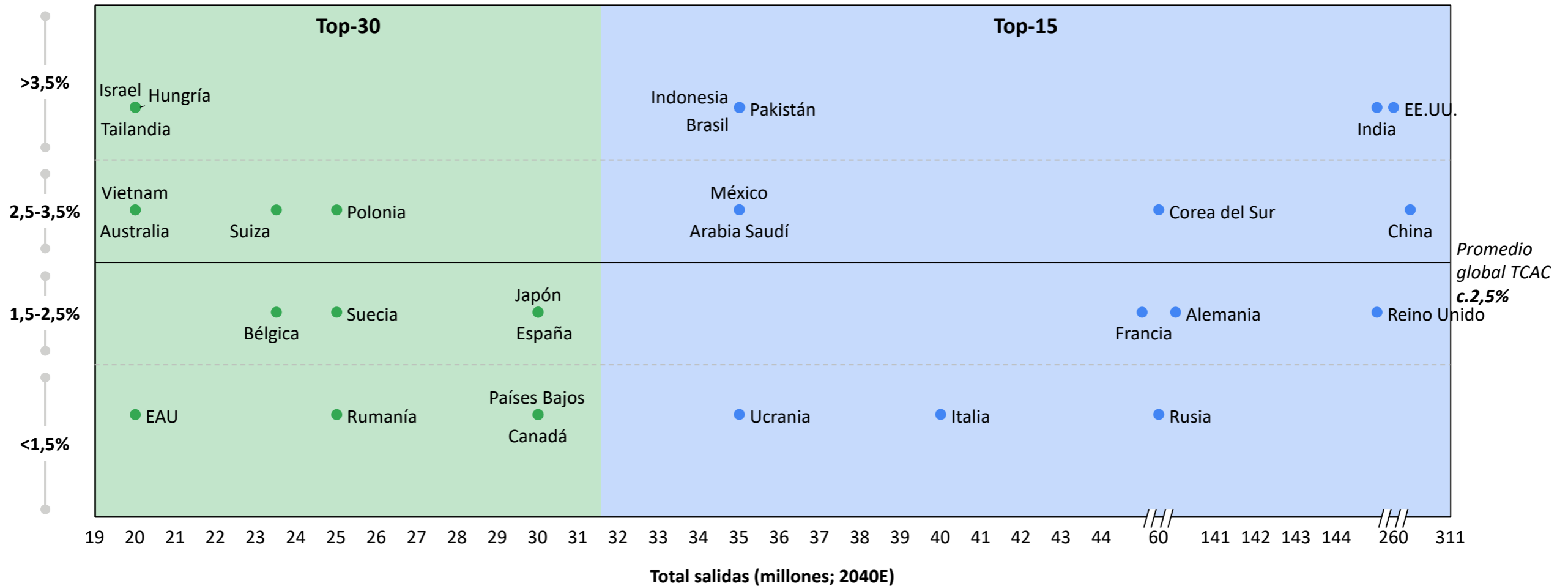
Fuente: OMT, análisis de Deloitte

El futuro de los mercados emisores y los destinos: Visión 2040

Por debajo del top-15, Europa, así como APAC y EAU destacan como mercados emisores relevantes, con estimaciones de salidas de turistas superiores a 20 millones en 2040E

Mercados emisores por debajo de los 15 principales

Evolución de salidas (%; TCAC 2019-40E)

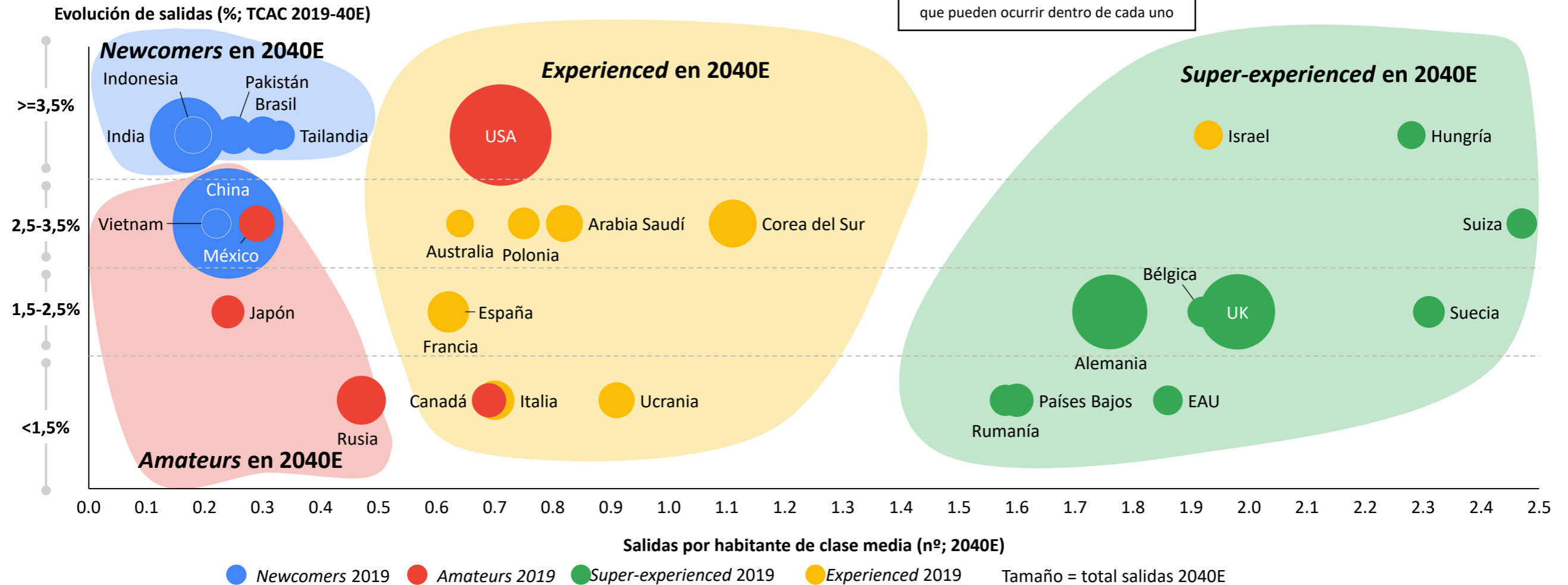


Fuente: OMT, análisis de Deloitte

El futuro de los mercados emisores y los destinos: Visión 2040

En comparación con 2019, los países pertenecientes a los grupos *Newcomers* y *Amateurs* evolucionan, mientras que los *Experienced* y *Super-Experienced* disfrutan de una relativa estabilidad

Predisposición de los mercados emisores a realizar viajes internacionales de aquí a 2040E (1)

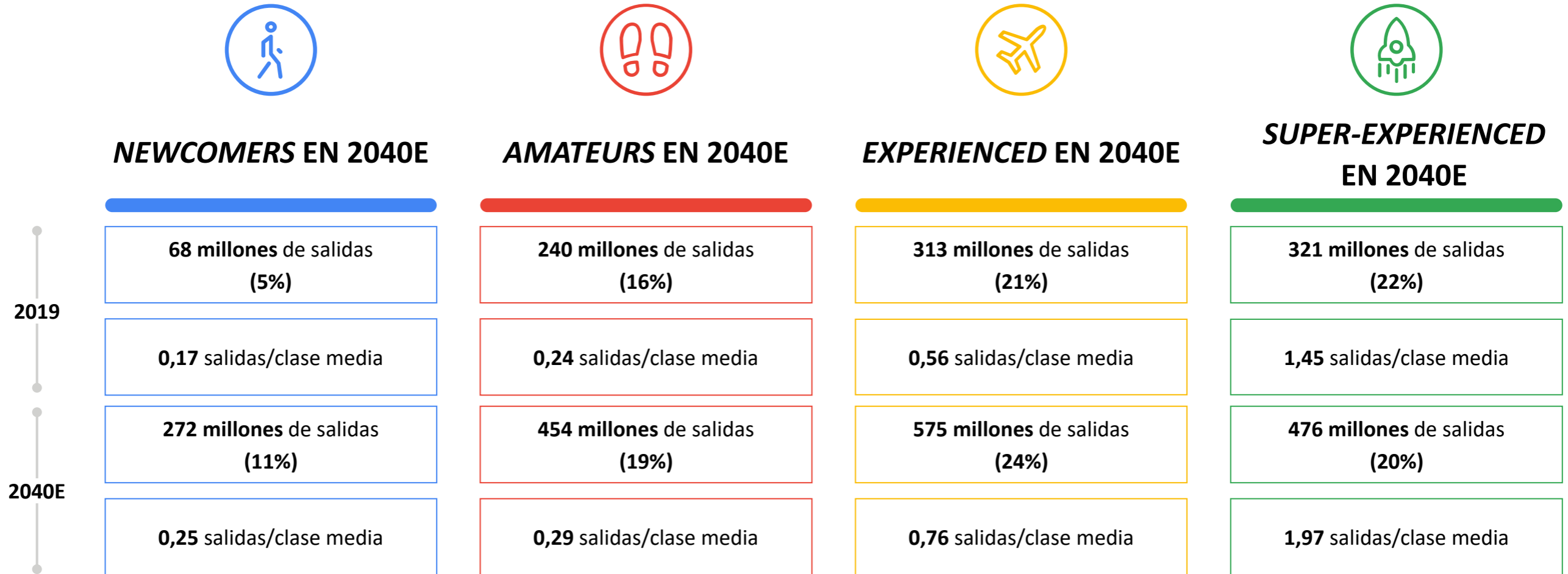


(1) El análisis se centra en los mercados emisores situados entre los 30 principales a nivel mundial en 2040E, lo que representa aprox. el 75% de las salidas totales. Pakistán, Brasil, Vietnam, Arabia Saudí y EAU no estaban incluidos en el análisis de 2019 ya que no se situaban entre los 15 principales países emisores a nivel mundial en 2019 y los 30 principales que habían experimentado el mayor crecimiento en términos de salidas entre 2010 y 2019. Fuente: GapMinder, OMT, análisis de Deloitte

El futuro de los mercados emisores y los destinos: Visión 2040

Se prevé que los principales mercados emisores obtengan una cuota superior en el mercado turístico mundial y que aumente su frecuencia de viajes entre el 20 y el 45%

Principales mercados emisores según los patrones identificados<sup>(1)</sup>

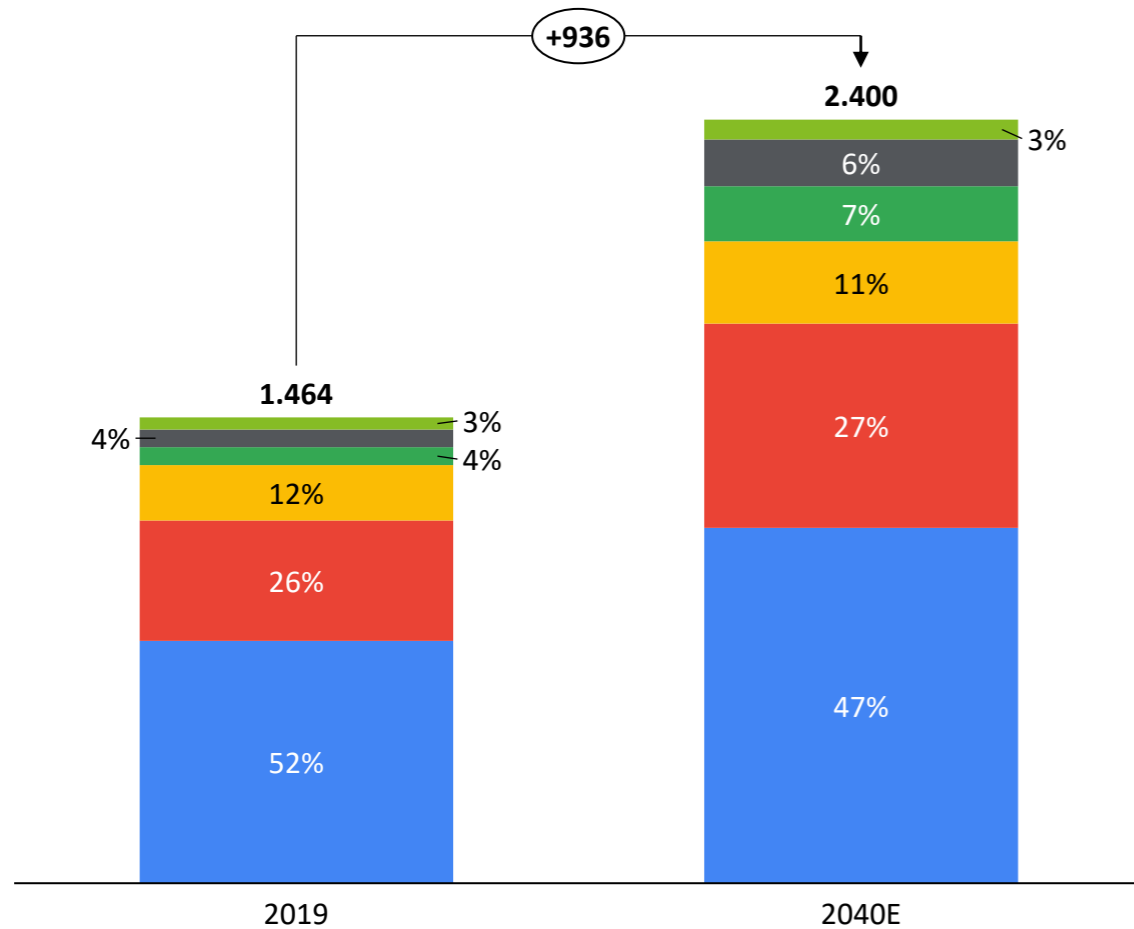


(1) La clasificación corresponde al nivel de crecimiento de salidas y la penetración de viajes internacionales en la población de clase media de los países a nivel global en 2019 y 2040, sin diferenciar los comportamientos específicos que pueden ocurrir en cada país debido a los distintos comportamientos según el segmento de viajeros. Fuente: Análisis de Deloitte

El futuro de los mercados emisores y los destinos: Visión 2040

# Oriente Medio y África cuentan con la mayor tasa anual de crecimiento prevista en cuanto a llegadas entre 2019 y 2040, aunque Europa y APAC siguen representando aproximadamente el 75% del total

Evolución de llegadas por región (millones, 2019-2040E)



Región	TCAC aproximada 2019-2040E	Cuota de nuevos viajeros 2019-2040E
Sudamérica	2,5%	+27 millones (3%)
África	3,5%	+75 millones (8%)
Oriente Medio	5,0%	+108 millones (12%)
Norteamérica	2,0%	+86 millones (9%)
APAC	2,5%	+278 millones (30%)
Europa	2,0%	+362 millones (38%)
Media	2,5%	-

Por encima del crecimiento medio

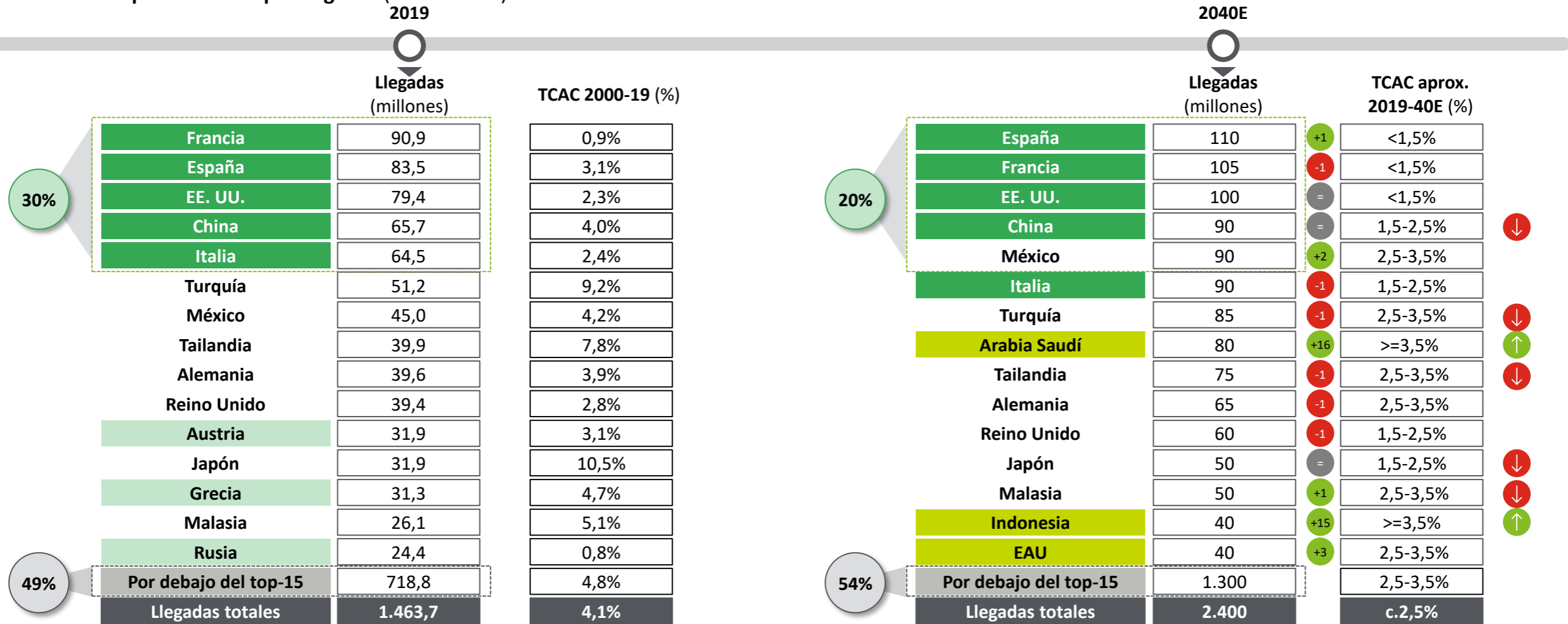
Fuente: OMT, Banco Mundial, Euromonitor International Limited 2023 © Todos los derechos reservados, análisis de Deloitte



El futuro de los mercados emisores y los destinos: Visión 2040

# Se espera que los 5 destinos más populares disminuyan en cuota de mercado alcanzando el 20 % y Arabia Saudí, Indonesia y EAU destacan al entrar a formar parte del top-15

Evolución del top-15 destinos por llegadas (2019-2040E)



■ Top-5 en 2019 
 ■ Países que dejan de pertenecer al top-15 en 2040E 
 ■ Nuevos países en el top-15 vs. 2019 
 ● % cuota sobre llegadas totales 
 + - = Variación de la clasificación vs 2019 
 ↑ ↓ <>2pp vs TCAC 2000-19

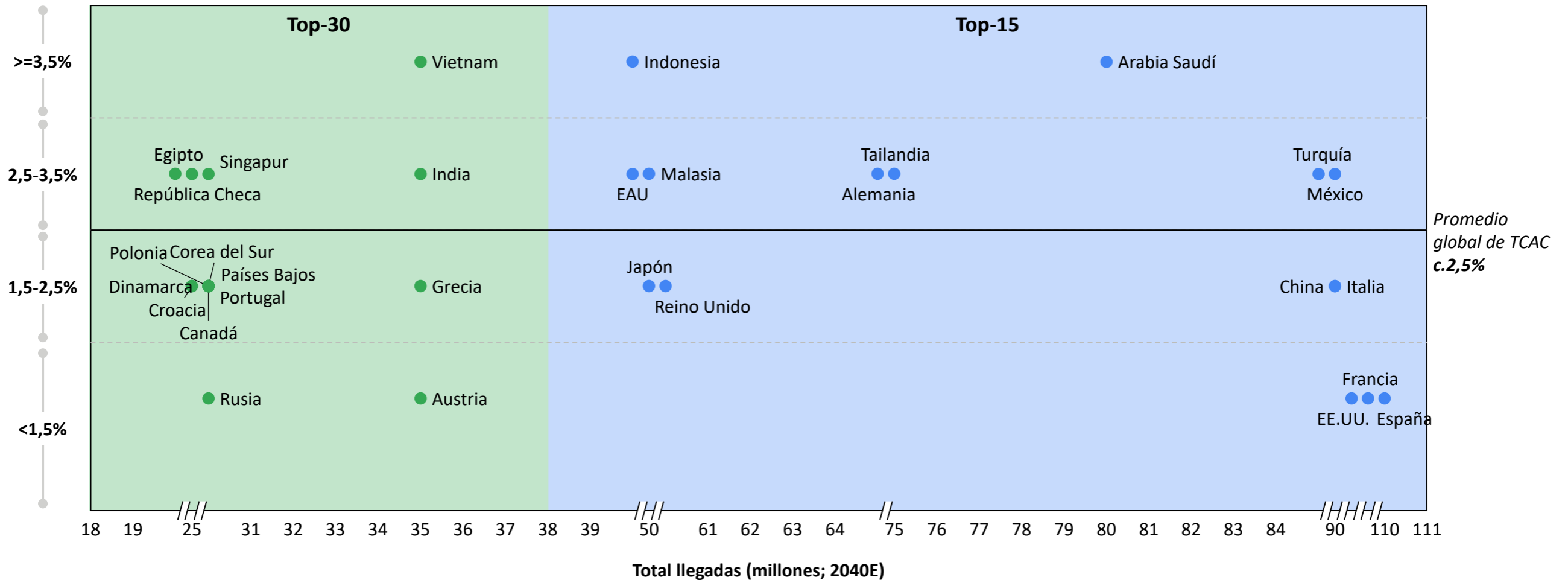
Fuente: OMT, análisis de Deloitte

El futuro de los mercados emisores y los destinos: Visión 2040

# Por debajo del top-15, los países europeos y de APAC destacan como importantes destinos que seguirán creciendo durante los próximos años

## Destinos por debajo del top-15 (2019-2040E)

Evolución de Llegadas (% TCAC; 2019-40E)



Fuente: OMT, análisis de Deloitte

El futuro de los mercados emisores y los destinos: Visión 2040

Por tanto, en el futuro, aproximadamente el 45 % de los viajeros a nivel global se concentrará en 4 importantes clústeres turísticos: Mediterráneo, Sudeste Asiático, Nuevo Oriente Medio y Caribe

Principales clústeres turísticos en 2040E<sup>(1)</sup>



MEDITERRÁNEO



Clima templado, recursos naturales, riqueza histórica, herencia cultural y ubicación estratégica



SUDESTE ASIÁTICO



Diversos e imponentes paisajes junto con enclaves declarados patrimonio de la humanidad



NUEVO ORIENTE MEDIO



Tierra de contrastes con antiguas civilizaciones, increíbles desiertos y maravillas modernas gracias a la innovación

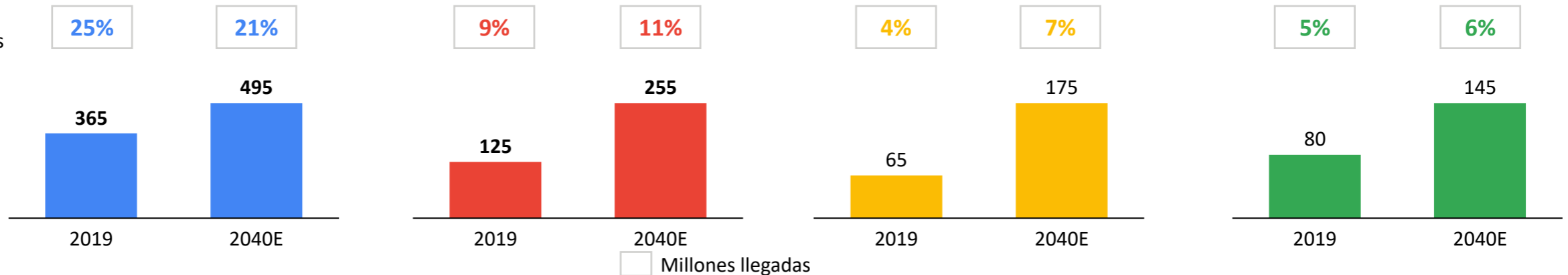


CARIBE



Impresionantes playas, animadas ciudades y exuberantes selvas tropicales

Cuota del cluster vs llegadas totales



(1) Se han identificado los grupos teniendo en cuenta los 30 países más populares por llegadas en 2040E y sus regiones circundantes. El mediterráneo incluye a España, Francia, Italia, Turquía, Grecia, Croacia, Marruecos e Israel. El sudeste asiático incluye a Tailandia, Malasia, Indonesia, Vietnam, Singapur y Filipinas. Nuevo Oriente Medio incluye a Arabia Saudí, EAU, Egipto, Jordania, Qatar, Chipre y Omán. Caribe incluye a México, Rep. Dominicana, Cuba, Guatemala, Jamaica, Costa Rica, entre otros. Fuente: Análisis de Deloitte

# Índice



01 La evolución de los viajes: de la década de los 90 a 2023

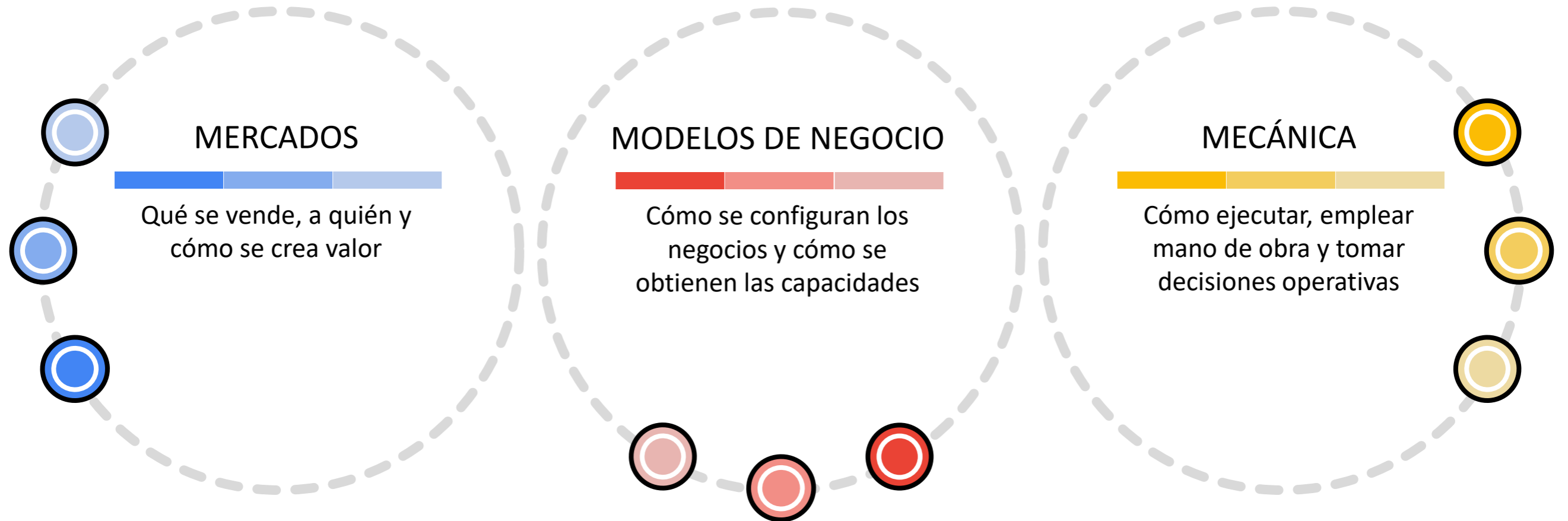
02 El futuro de los mercados emisores y los destinos: Visión 2040

**03 Implicaciones de las tendencias del viaje a 2040**

04 Anexo

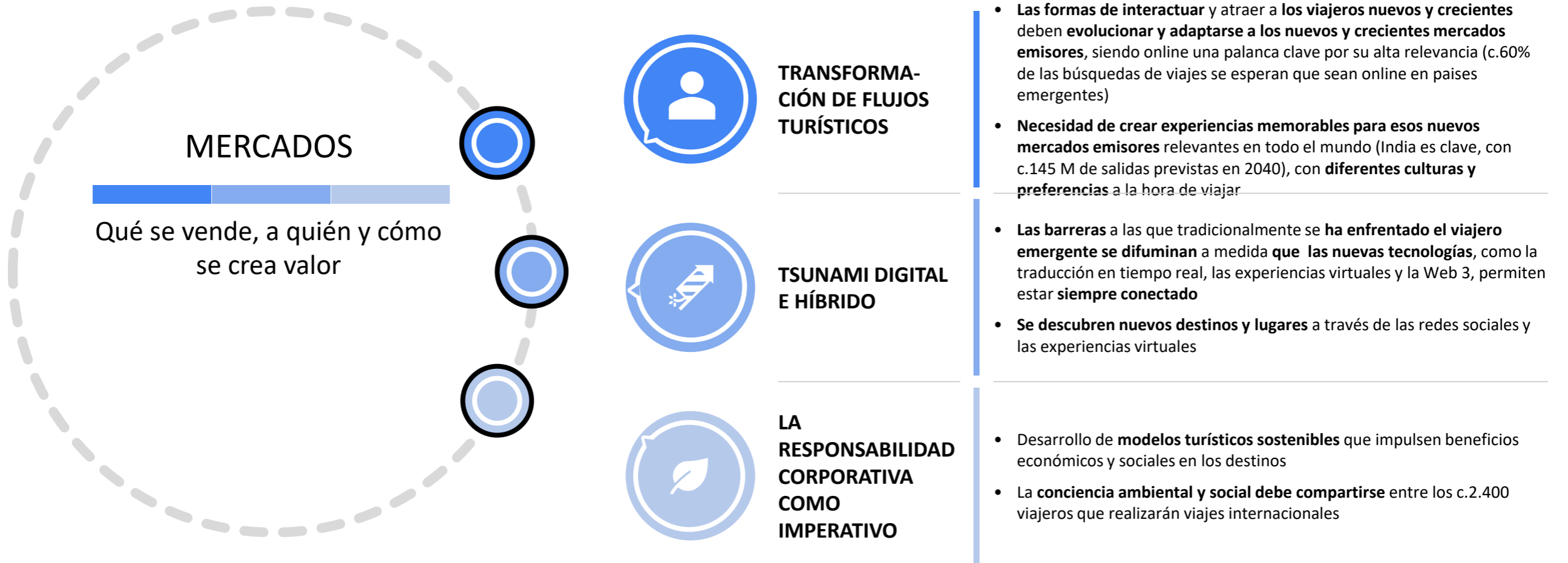


# La visión a 2040 conlleva implicaciones estratégicas en 3 palancas principales: Mercados, Modelos de Negocio y Mecánica



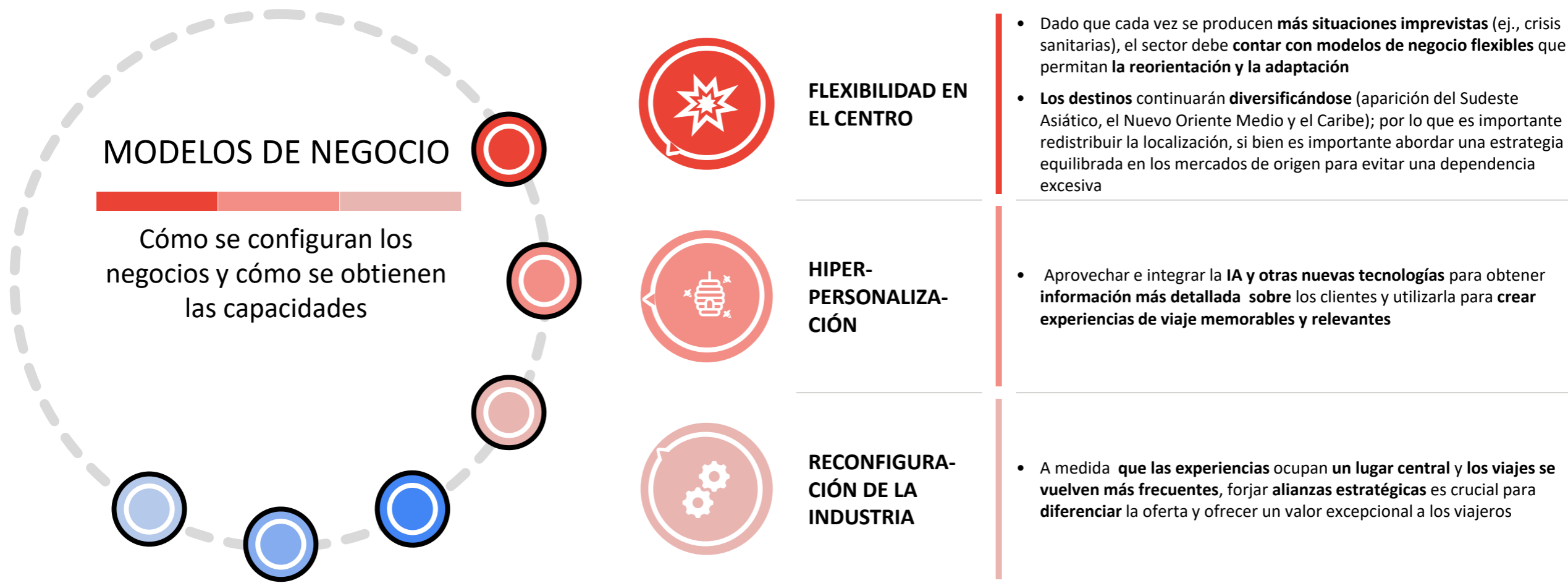
# Los operadores de viajes deben adaptarse a 3 tendencias: aparición de nuevos mercados emisores, auge de nuevas tecnologías y el aumento de requisitos ESG

## Detalle de palanca de mercados



# En cuanto a los modelos de negocio, la flexibilidad, la hiperpersonalización y la reorganización del sector son factores cruciales a tener en cuenta

## Detalle de palanca de modelos de negocio



# En la era de la fuerza laboral resiliente, algoritmos y nuevos centros de gravedad financiera, comprender estos mecanismos es crucial para navegar por el sector

## Detalle de palanca de mecánica







¿Estás listo para  
afrontar estas  
tendencias y  
desafíos?



Prepárate para el  
futuro  
¡Empieza hoy mismo!

# Índice



01 La evolución de los viajes: de la década de los 90 a 2023

02 El futuro de los mercados emisores y los destinos: Visión 2040

03 Implicaciones de las tendencias del viaje a 2040

04 **Anexo**

- **Nuestro equipo**
- **Glosario**



# Nuestro equipo

## Autores del estudio



**Raúl González**  
CEO región EMEA en  
Barceló Hotel Group  
[r.gonzalez@barcelo.com](mailto:r.gonzalez@barcelo.com)



**Jorge Gilabert**  
Socio de  
Monitor Deloitte  
[jgilabert@monitordeloitte.es](mailto:jgilabert@monitordeloitte.es)



**Antonio Ibáñez**  
Socio de Clientes y Marketing,  
Deloitte  
[aibanezmunoz@deloitte.es](mailto:aibanezmunoz@deloitte.es)



**Hany Abdelkawi**  
Director de Ventas Área Viajes  
en Google  
[hak@google.com](mailto:hak@google.com)



**Maialen Carbajo**  
Directora de Industria y Viajes en  
Google  
[mcarbajo@google.com](mailto:mcarbajo@google.com)



**Patricia Ruiz**  
Gerente sénior de  
Monitor Deloitte  
[pruizramos@monitordeloitte.es](mailto:pruizramos@monitordeloitte.es)

## Principales contribuyentes del estudio



**Martin Rinck**  
Asesor estratégico del sector  
hotelero en Monitor Deloitte  
[martin@cervoadvisory.ch](mailto:martin@cervoadvisory.ch)



**Edoardo Bortolato**  
Director de Estrategia de  
Crecimiento Internacional y  
Ventas en Google  
[edoardob@google.com](mailto:edoardob@google.com)



**Lucía Prieto**  
Directora de la Oficina del CEO  
en Barceló Hotel Group  
[l.prieto@barcelo.com](mailto:l.prieto@barcelo.com)



**Leila Jiwnani**  
Directora de Asesoramiento del  
Sector Hotelero en Deloitte  
[ljiwnani@deloitte.co.uk](mailto:ljiwnani@deloitte.co.uk)



**Joaquín Chico**  
Director de Investigación de  
en Monitor Deloitte  
[jochico@monitordeloitte.es](mailto:jochico@monitordeloitte.es)



**Andrés Briongos**  
Consultor de Crecimiento  
Internacional en Google  
[andresbriongos@google.com](mailto:andresbriongos@google.com)

## Nuestro agradecimiento al equipo de Deloitte y

Google que ha participado en el estudio

### Monitor Deloitte y Conocimiento Sectorial

Laura Cavero  
Anjusha Chemmanur

Víctor López

### Especialistas en IA y datos

Daniel Sánchez  
Natalia Cáceres

### Especialistas en el área de Clientes y Marketing

Rafael Parrella  
Ricardo Gil

### Soluciones de finanzas empresariales y colaboraciones del sector turístico

Ben Barling  
Tom van Gessel

### Investigación

Jonathan Arriola  
Rubén Bollo

# Índice



**01** La evolución de los viajes: de la década de los 90 a 2023

**02** El futuro de los mercados emisores y los destinos: Visión 2040

**03** Implicaciones de las tendencias del viaje a 2040



**04** **Anexo**

- Nuestro equipo
- **Glosario**



# Glosario

## Conceptos clave

<b>ORIGEN DEL VIAJERO</b> 	<b>Mercado emisor</b>	Lugar (región subregión, país o ciudad) desde el cual los turistas comienzan un viaje a otros destinos
	<b>Población de clase media</b>	Población con unos ingresos medios de más de 8 dólares al día, lo cual corresponde a los niveles 3, 4, 5 y superiores de la clasificación GapMinder, entendido como las personas capaces de ahorrar, de acceder a líneas de crédito y de adquirir productos y servicios aparte de las necesidades básicas
	<b>Salidas</b>	Número de viajes de residentes con pernocta a otro país de destino, en viaje de negocios u ocio, excluyendo a viajeros de un solo día. Si una persona visita el mismo país varias veces a lo largo de un año, cada viaje queda registrado como una salida individual.
<b>DESTINO DEL VIAJERO</b> 	<b>Destino</b>	Lugar (región, subregión, país o ciudad) al que los turistas llegan para visitarlo
	<b>Llegadas</b>	Número de viajes de visitantes no residentes con pernocta al país de referencia, en viaje de negocios u ocio, excluyendo a viajeros de un solo día. Si una persona visita el mismo país varias veces a lo largo de un año, cada viaje queda registrado como una entrada individual. De la misma manera, si una persona visita varios países durante un único viaje, su entrada a cada país queda registrada individualmente.
	<b>Corta y media distancia</b>	Flujos de personas a un destino internacional con una duración de vuelo media inferior a 6 horas (<4.670 km de distancia)
	<b>Larga distancia</b>	Flujos de personas a un destino internacional con una duración de vuelo media de 6 horas o más (>=4.670 km de distancia)
	<b>Cuota de búsqueda</b>	Número de búsquedas orgánicas que recibe un destino como la proporción del número total de búsquedas realizadas para todos los destinos

# Glosario

## Conceptos clave

<b>REGIONES</b>	<b>África</b>	Argelia, Angola, Burundi, República Centroafricana, Chad, Congo, Esuatini, Etiopía, Gabón, Gambia, Ghana, Libia, Madagascar, Malawi, Islas Mauricio, Marruecos, Nigeria, Santo Tomé y Príncipe, Seychelles, Sierra Leona, Sudán, Tanzania, Togo, Túnez, Uganda, Zimbabue
	<b>APAC</b>	Australia, Bangladés, Bután, Camboya, China, Islas Cook, Fiji, Polinesia Francesa, India, Indonesia, Japón, Corea del Sur, Kirguistán, Lao, Malasia, Maldivas, Nepal, Nueva Caledonia, Nueva Zelanda, Niue, Pakistán, Papúa Nueva Guinea, Filipinas, Samoa, Singapur, Sri Lanka, Tayikistán, Tailandia, Turkmenistán, Tuvalu, Uzbekistán, Vanuatu
	<b>Europa</b>	Albania, Armenia, Austria, Azerbaiyán, Bielorrusia, Bélgica, Bulgaria, Croacia, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Georgia, Alemania, Grecia, Hungría, Islandia, Irlanda, Italia, Kazajistán, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Moldavia, Países Bajos, Noruega, Polonia, Portugal, Rumanía, Rusia, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suecia, Suiza, Turquía, Ucrania, Reino Unido
	<b>Oriente Medio</b>	Baréin, Chipre, Egipto, Irán, Israel, Jordania, Kuwait, Omán, Qatar, Arabia Saudí, Siria, EAU
	<b>Norteamérica</b>	Bermudas, Islas Vírgenes Británicas, Canadá, Costa Rica, Cuba, República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Puerto Rico, EE. UU.
	<b>Sudamérica</b>	Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Trinidad y Tobago, Uruguay, Venezuela

Deloitte hace referencia, individual o conjuntamente, a Deloitte Touche Tohmatsu Limited («DTTL») (private company limited by guarantee o sociedad no cotizada limitada por garantía, de acuerdo con la legislación del Reino Unido), y a su red de firmas miembro y sus entidades asociadas. DTTL y cada una de sus firmas miembro son entidades jurídicamente separadas e independientes. DTTL (también denominada «Deloitte Global») no presta servicios a clientes. Consulte la página <http://www.deloitte.com/about> si desea obtener una descripción detallada de DTTL y de sus firmas miembro.

Deloitte presta servicios de auditoría, consultoría, asesoramiento financiero, gestión del riesgo, tributación y otros servicios relacionados a clientes públicos y privados de una amplia variedad de sectores. Cuenta con una red de firmas miembro globalmente interconectadas y presencia en más de 150 países y territorios. Deloitte ofrece a sus clientes las mejores capacidades y servicios de la máxima calidad, proporcionándoles la ayuda necesaria para abordar las complejas dificultades a las que se enfrentan. Los más de 225.000 profesionales de Deloitte han asumido el compromiso de crear un verdadero impacto.

Esta publicación contiene exclusivamente información de carácter general, y ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited ni sus firmas miembro o entidades vinculadas (conjuntamente, la «Red Deloitte») pretenden, por medio de esta publicación, prestar servicios o asesoramiento profesionales. Antes de tomar cualquier decisión o adoptar cualquier medida que pueda afectar a su situación financiera o a su negocio, debe consultar con un asesor profesional cualificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte será responsable de cualquier pérdida sufrida por una persona que actúe en respuesta a esta publicación.