



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

CAMPUS D'ALCOI

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Politécnica Superior de Alcoy

Análisis y evolución del sector turístico de lujo a nivel nacional e internacional. Una oportunidad de negocio para España

Trabajo Fin de Grado

Grado en Administración y Dirección de Empresas

AUTOR/A: Ruiz de la Fuente Sánchez, Amanda

Tutor/a: García Bernabeu, Ana María

CURSO ACADÉMICO: 2022/2023

## RESUMEN

En el sector turístico, tras la pandemia ocasionada por la COVID-19, el turista de lujo se ha convertido en el protagonista, posicionándose el número uno de dicho sector. La razón es evidente, ya que es un tipo de turista que no presenta estacionalidad y consume productos y servicios de alta calidad, por ello, dicho sector cayó un 36%, es decir, un porcentaje menor a la media del sector, siendo esta de un 74%. En la actualidad, los destinos van a apostar por el lujo para captar clientes de primera clase, puesto que se prevé un crecimiento de entorno al 7% en el sector turístico de lujo.

El objetivo principal del trabajo es estudiar las diferentes estrategias de negocio a llevar a cabo con el fin de poder implantar una modalidad turística de calidad en España. A partir del objetivo principal, se derivan los siguientes objetivos secundarios: identificar los principales destinos internacionales y sus características, en los cuales poder vivir experiencias de una gran calidad; conocer los subtipos de turismo que conforman el turismo de lujo y su repercusión económica en el mercado; analizar el impacto del turismo de lujo en un corto y medio plazo a nivel nacional e internacional; distinguir las principales empresas españolas que se encuentran hoy en día en el sector turístico de lujo y que tipo de estrategias de mercado llevan adelante.

La metodología empleada a lo largo del trabajo será cuantitativa y cualitativa, dado que se va a llevar a cabo el estudio y el análisis de diferentes fuentes secundarias para obtener información acerca de los destinos más relevantes del mundo, las estrategias de mercado del sector turístico de lujo y datos económicos de interés. Se utilizarán las siguientes herramientas para recopilar dicha información: bases de datos, páginas web, libros, artículos de investigación y blogs. Además, para el estudio de dichas estrategias se aplicará el análisis DAFO.

## PALABRAS CLAVE

Mercados turísticos; estrategias turísticas; turismo de lujo; experiencias; calidad

## ABSTRACT

In the tourism sector, after the COVID-19 pandemic, the luxury tourist has become the protagonist, positioning itself the number one in this sector. The reason is obvious since it is a type of tourist that doesn't present seasonality and consumes high quality products and services; therefore, this sector fell by 36%, that is a percentage lower than the average of the sector, this being 74%. Currently, destinations are going to bet on luxury to attract first-class customers, since growth of around 7% is expected in the luxury tourism sector.

The main objective of the work is to study the different business strategies to be carried out in order to be able to implement a quality tourism modality in Spain. From the main objective, the following secondary objectives are derived: identify the main international destinations and their characteristics, in which to live experiences of great quality; know the subtypes of tourism that make up luxury tourism and their economic impact on the market; analyze the impact of luxury tourism in the short and medium term at national and international level; distinguish the main Spanish companies that are currently in the luxury tourism sector and what kind of market strategies they carry out.

The methodology used throughout the work will be quantitative and qualitative since the study and analysis of different secondary sources will be carried out for information about the world's most relevant destinations, the market strategies of the luxury tourism sector and economic data of interest. The following tools will be used to collect such information: databases, web pages, books, research articles and blogs.

## KEYWORDS

Tourism market; tourism strategies; luxury tourism; experiences; quality

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>1.1 OBJETIVOS.....</b>	<b>7</b>
<b>1.2 METODOLOGÍA.....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 MOTIVACIÓN.....</b>	<b>8</b>
<b>2. TURISMO DE LUJO.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 PERFIL DEL TURISTA DE LUJO .....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 DESTINOS .....</b>	<b>12</b>
ÁFRICA.....	13
AMÉRICA.....	18
ASIA.....	23
EUROPA.....	28
OCEANÍA .....	32
<b>2.3 SITUACIÓN DEL TURISMO DE LUJO EN UN CONTEXTO INTERNACIONAL .....</b>	<b>36</b>
ALOJAMIENTO .....	36
RESTAURACIÓN .....	38
TRANSPORTE.....	40
TOUOPERADORES .....	42
<b>3. TURISMO DE LUJO EN ESPAÑA .....</b>	<b>45</b>
<b>3.1 PERFIL DEL TURISTA DE LUJO EN ESPAÑA .....</b>	<b>46</b>
<b>3.2 EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS EN RELACIÓN CON LA ECONOMÍA ESPAÑOLA.....</b>	<b>48</b>
<b>3.3 DESTINOS.....</b>	<b>52</b>
<b>3.4 SITUACIÓN DEL TURISMO DE LUJO EN ESPAÑA.....</b>	<b>60</b>
ALOJAMIENTO .....	60
RESTAURACIÓN .....	62
TRANSPORTE.....	64
TOUOPERADORES .....	65
<b>3.5 PERSPECTIVAS DEL TURISMO DE LUJO EN ESPAÑA .....</b>	<b>68</b>
<b>4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>70</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>72</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resumen perfil del turista de lujo .....	11
Tabla 2: Llegadas turísticas internacionales a lo largo de los últimos años .....	12
Tabla 3: Oferta y demanda de alojamiento alrededor de todo el mundo en el año 2021.....	13
Tabla 4: Datos económicos de los destinos de África. 2021.....	14
Tabla 5: Nivel de seguridad en cada uno de los destinos de África.....	14
Tabla 6: Contribución de los países de África a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) ...	15
Tabla 7: Datos económicos de los destinos de América. 2021.....	19
Tabla 8: Nivel de seguridad en cada uno de los destinos de América.....	19
Tabla 9: Contribución de los países de América a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) .....	20
Tabla 10: Datos económicos de los destinos de Asia. 2021 .....	24
Tabla 11: Nivel de seguridad en cada uno de los destinos de Asia .....	24
Tabla 12: Contribución de los países de Asia a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) ...	25
Tabla 13: Datos económicos de los destinos de Europa. 2021.....	28
Tabla 14: Nivel de seguridad en cada uno de los destinos de Europa.....	29
Tabla 15: Contribución de los países de Europa a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) .....	29
Tabla 16: Datos económicos de los destinos de Oceanía. 2021 .....	33
Tabla 17: Nivel de seguridad en cada uno de los destinos de Oceanía .....	33
Tabla 18: Contribución de los países de Oceanía a los Objetivos de Desarrollo Sostenible .....	34
Tabla 19: Las cadenas hoteleras más lujosas del mundo .....	38
Tabla 20: Los restaurantes más lujosos del mundo.....	39
Tabla 21: Porcentaje de oferta de restaurantes Michelin en el mundo.....	40
Tabla 22: Los medios de transporte más lujosos del mundo .....	41
Tabla 23: Unos de los touroperadores más lujosos del mundo .....	43
Tabla 24: Porcentaje de viajes de lujo y otros tipos de viajes, contratados por diferentes medios .....	44
Tabla 25: El perfil del turista de lujo que visita España .....	46
Tabla 26: Porcentaje de turistas por países de procedencia en los últimos 5 años. España .....	47
Tabla 27: Ranking de países por ingresos turísticos .....	50
Tabla 28: Número de turistas según comunidad autónoma de destino .....	53
Tabla 29: Oferta y demanda de alojamientos (4 y 5 estrellas) por comunidad autónoma en España. 2021 .....	54
Tabla 30: Datos económicos de los destinos de España 2021.....	55
Tabla 31: Las marcas hoteleras más lujosas de España .....	61
Tabla 32: Los restaurantes más lujosos de España .....	62
Tabla 33: Porcentaje de oferta de restaurantes Michelin por comunidad autónoma en España .....	63
Tabla 34: Medios de transporte más lujosos que operan en España.....	65
Tabla 35: Algunos de los touroperadores más lujosos de España.....	66

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Procedencia de turistas con un mayor gasto en 2020.....	11
Figura 2: Destinos de África .....	13
Figura 3: Destinos de América .....	18
Figura 4: Destinos de Asia .....	23
Figura 5: Destinos de Europa .....	28
Figura 6: Destinos de Oceanía.....	32
Figura 7: Porcentaje de habitaciones de hotel en el mundo en 2020.....	37
Figura 8: Oferta de transporte de lujo en el mercado internacional.....	42
Figura 9: Porcentaje de servicios contratados en viajes de lujo y otros tipos de viajes.....	44
Figura 10: Llegadas turísticas internacionales en 2022 en comparación con 2019 .....	45
Figura 11: Gasto medio por turista según país de residencia en 2022.....	48
Figura 12: Etapas de la historia del turismo español.....	49
Figura 13: Número de turistas internacionales en España .....	49
Figura 14: Ingresos por turismo en España.....	50
Figura 15: Aportación del turismo al PIB español.....	51
Figura 16: Aportación del turismo al empleo nacional. Trimestral (%) .....	52
Figura 17: Destinos de España .....	54
Figura 18: Cobertura de los indicadores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Enero 2021 .....	55
Figura 19: Porcentaje de representación de los hoteles por categoría en España. Abril 2023 .....	60
Figura 20: Medios de transporte que emplean los turistas internacionales para viajar a España en 2022.....	64
Figura 21: Porcentaje de turistas que organizan su viaje con/sin paquete.....	67

# 1. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, el lujo de acuerdo con la (RAE, 2022) se define como aquello que supera los medios normales de alguien para conseguirlo, o bien, elevada categoría, excelencia o exquisitez que posee algo por la calidad de las materias primas empleadas en su fabricación, sus altas prestaciones o servicios, etc.

El turismo de lujo se caracteriza por adquirir una serie de servicios de una calidad excepcional, formados por experiencias exclusivas y personalizadas, las cuales prestan cierta atención a los pequeños detalles. A lo largo de los años, dicha modalidad turística ha evolucionado, debido a que el perfil del turista ha presentado ciertos cambios en cuanto a sus características e incentivos. En el pasado, para ellos cobraba una gran importancia el destino, el alojamiento y las instalaciones, en cambio, en la actualidad, el turista de lujo demanda experiencias que se definen por ser auténticas, transformadoras, locales y culturales.

Existen diferentes tipos de turismo de lujo, ya que algunos de los servicios que conforman la tipología de turismo a la cual se hace referencia, pertenecen a diferentes sectores: establecimientos hoteleros de cinco estrellas, restaurantes de alta cocina, visitas guiadas por auténticos expertos, compras en marcas de alta costura, etc. Por lo tanto, los subtipos de turismo de lujo más importantes se consideran: el turismo gastronómico, el turismo de aventura y el turismo de lujo urbano. Cabe destacar, que la incorporación de responsabilidad sostenible en los destinos, productos y servicios ha resultado ser de gran importancia para los turistas.

Alrededor de los cinco continentes se encuentran destinos en los cuales poder vivir y disfrutar esas experiencias, volviéndose únicos gracias a características relacionadas con el medio ambiente, la arquitectura, el arte o la historia. En dicho trabajo, se ha hecho referencia a los destinos de los cuales se ha realizado un estudio por medio de (Best in Travel, 2022). En África se localizan destinos como: Malawi, Isla Mauricio, Mozambique, Seychelles, y Egipto. En Asia se hallan destinos como: Maldivas, Omán, Japón, Tailandia y Emiratos Árabes Unidos. En Oceanía destacan tres destinos: Islas Cook, Australia y Nueva Zelanda. En América se visitan lugares como: Puerto Rico, Brasil, Canadá, Belice y Chile. Por último, en Europa se descubren destinos como: Islandia, Turquía, Noruega, Islas Griegas y Eslovenia.

En el sector turístico, tras la pandemia ocasionada por la COVID-19, el turista de lujo se ha convertido en el protagonista, posicionándose el número uno de dicho sector. La razón es evidente, ya que es un tipo de turista que no presenta estacionalidad y consume productos y servicios de alta calidad, por ello, según (Hosteltur, 2021) dicho sector cayó un 36%, es decir, un porcentaje menor a la media del sector. En la actualidad, los destinos van a apostar por el lujo para captar clientes de primera clase, puesto que se prevé un crecimiento de entorno al 7% en el sector turístico de lujo.

También es de importancia señalar el papel fundamental que lleva a cabo el turismo en relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, contribuyendo con el cumplimiento de cada uno de ellos, sobre todo tres en particular a los que hace referencia (Tourism for SGDS, 2015): un crecimiento económico inclusivo y sostenible (objetivo 8), producción y consumo responsable (objetivo 12) y, por último, uso sostenible de los océanos y los recursos marinos (objetivo 14). Cada uno de los 163 países que participan activamente en ello, logran una puntuación en función de su grado de aportación, con la finalidad apoyar a un turismo responsable, que fomenta un crecimiento de sostenibilidad ambiental, económico e inclusivo.

Hoy por hoy, España no ha ofertado una modalidad turística centrada en la calidad, únicamente se ha enfocado en las cifras. A consecuencia de la pandemia, muchas empresas del sector turístico han tomado en consideración sus estrategias de negocio, puesto que el modelo turístico de sol y playa se encuentra obsoleto. Por ese motivo, se valora el turismo de calidad como una oportunidad de negocio para nuestro país, ofertando una serie de experiencias personalizadas y de un servicio excelente, centrándose en los pequeños detalles que pueden situar al cliente en el centro de la experiencia.

### **1.1 OBJETIVOS**

El objetivo general del trabajo es estudiar las diferentes estrategias de negocio a llevar a cabo con el fin de poder implantar una modalidad turística de calidad en España.

A partir del objetivo general, se derivan los siguientes objetivos específicos:

- Identificar los principales destinos internacionales y sus características, en los cuales poder vivir experiencias de una gran calidad.
- Conocer los subtipos de turismo que conforman el turismo de lujo y su repercusión económica en el mercado.



- Analizar el impacto del turismo de lujo en un corto y medio plazo a nivel nacional e internacional.
- Distinguir las principales empresas españolas que se encuentran hoy en día en el sector turístico de lujo y que tipo de estrategias de mercado llevan adelante.
- Determinar cuáles son aquellos Objetivos de Desarrollo Sostenible con un mayor grado de participación por medio del sector turístico.

## 1.2 METODOLOGÍA

La metodología empleada a lo largo del trabajo será cualitativa y cuantitativa, dado que se va a llevar a cabo el estudio y el análisis de diferentes fuentes secundarias para obtener información acerca de los destinos más relevantes del mundo, las estrategias de mercado del sector turístico de lujo y datos económicos de interés. Se utilizarán las siguientes herramientas para recopilar dicha información: bases de datos, páginas web, libros, artículos de investigación y blogs. Además, para el estudio de dichas estrategias se aplicará el análisis DAFO.

Para ello, en primer lugar, se dará a conocer la actualidad del sector turístico de lujo a nivel internacional, además de, destacar la oferta y la demanda de los países más destacados dentro de dicha modalidad turística. Seguidamente, se analizará la situación del turismo de lujo hoy en día en España. Por último, se llevará a cabo el estudio de cómo aplicar las estrategias que llevan a cabo otros destinos en España, para lograr ofertar un turismo de calidad.

## 1.3 MOTIVACIÓN

La motivación para realizar este TFG se debe a la importancia de dar a conocer una nueva oportunidad de negocio en España dentro del sector turístico, para así, poder ofertar una serie de experiencias más allá del sol y playa, que puedan atraer a un mayor número de turistas. De esta forma, las empresas turísticas españolas se plantearán la implantación de ciertas estrategias de negocio innovadoras dentro de nuestro territorio, que les puedan aportar beneficios en un futuro.

## 2. TURISMO DE LUJO

Hoy en día, el turismo de lujo es una modalidad turística definida por vivir una serie de experiencias únicas y enriquecedoras, destacadas por un servicio extraordinario y personalizado, adaptado a las necesidades del cliente. Además, mediante dichas experiencias se pretende dar a conocer la cultura local del destino, con el fin de transmitir cierta autenticidad y valor, superando las expectativas del consumidor. Por lo tanto, consiste en aportar vivencias que no se encuentren a disposición del viajero convencional, bien por su localización o sus características singulares.

Las características que determinan el concepto de lujo en un viaje son: la privacidad, el beneficio adicional que aportan las experiencias, la accesibilidad a los diferentes productos y servicios, ofrecer actividades según las necesidades del cliente y asegurar un nivel de calidad. Los servicios que se asocian a dicho tipo de turismo son: transporte, alojamiento, agencias de viaje y experiencias. En cuanto al transporte, se encuentran: cruceros, trenes de primera categoría y aviones particulares o aerolíneas de clase alta. Con relación al alojamiento, se hospedan en: hoteles de lujo, hoteles boutique y lifestyle, resorts, spas y viviendas vacacionales privadas. En referencia a las agencias de viaje, deben ofrecer experiencias culturales, gastronómicas, históricas, locales y personalizadas.

Un elemento fundamental que resaltar por su gran presencia en nuestro día a día es la tecnología, a consecuencia de que ayuda en la singularización y la mejora de los servicios prestados al cliente, a través del conjunto de datos que facilita. De este modo, se dispone de información en relación con las tradiciones, placeres y atractivos del turista, para poder llevar a cabo con antelación la reserva del transporte, alojamiento, restaurantes o exposiciones, así, se reducen los tiempos de espera y se permite disfrutar de una experiencia próxima.

Actualmente, tras la crisis ocasionada por la COVID-19, el sector turístico de lujo se encuentra más flexible ante esta situación, debido a que se redujo un 36%, es decir, se situó por debajo de la media del sector. Por lo tanto, se espera una mayor recuperación, obteniendo un crecimiento del 7% durante los cinco años siguientes, gracias a las innovaciones y la comunicación constante con los clientes. Como menciona la consultora internacional y principal de este sector (Bain & Company, 2022) el turismo de lujo podría alcanzar 380.000 millones de euros en 2025 y, asimismo, se prevé un crecimiento del sector de entre el 10-15% respecto al año 2021.

Cabe destacar, que muchos de los consumidores han perdido confianza frente a dicha situación, por lo que, muchas de las agencias de viaje dedicadas al sector del lujo han apostado por la organización de viajes de lujo locales, para de esta forma, impedir la presencia de resultados financieros negativos. Pero la tendencia del sector turístico de lujo es excelente, ya que se estima que será el que hará revivir el turismo internacional, estableciendo las futuras preferencias de la industria.

## **2.1 PERFIL DEL TURISTA DE LUJO**

Definir el perfil del turista de lujo cada vez resulta más complicado, puesto que las características que lo representan son muy diversas. No obstante, como bien hemos mencionado anteriormente, buscan experiencias exclusivas, personalizadas y con una calidad excepcional, como: actividades locales, una gastronomía excelente, conocer la cultura del destino, etc. Asimismo, se pueden distinguir una serie de elementos que resultan de gran interés para ellos: lugares inusuales, elevado desembolso por persona, lealtad a los lugares visitados, importancia a la buena cocina y relajación. El turista de lujo presenta grandes conocimientos acerca del destino al que va a viajar, ya que son personas con un alto nivel cultural. La gran mayoría disponen de unos estudios medios o superiores, tienen entre 25 y 55 años, son empresarios u ocupan un puesto alto en una empresa y contratan los viajes por medio de una agencia especializada en ello (ver Tabla 1).

Es importante recalcar, que para este tipo de clientes la seguridad es esencial, por ello, desean un servicio que se encuentre disponible 24/7 para poder ser asistido ante cualquier percance. Otro aspecto que consideran de gran valor es la sostenibilidad, en vista de que el turismo colabora en la emisión de gases de efecto invernadero a nivel global, de modo que, el turista de lujo se dispone a pagar precios más elevados por sus experiencias, alojamiento o gastronomía, siempre que reduzcan dichos efectos, ofreciendo productos de mayor calidad y con una mayor distinción, gracias a su contribución a la sostenibilidad.

A continuación, en la Figura 1 se puede observar las diferentes nacionalidades de los turistas que efectuaron un mayor gasto en el año 2020. Los turistas estadounidenses, alemanes y británicos se sitúan en los tres primeros puestos, superando los 70 mil millones de dólares. En cambio, de los países nombrados, en los tres últimos puestos se posicionan los italianos, españoles y singaporenses, no logrando alcanzar los 35 mil millones de dólares.

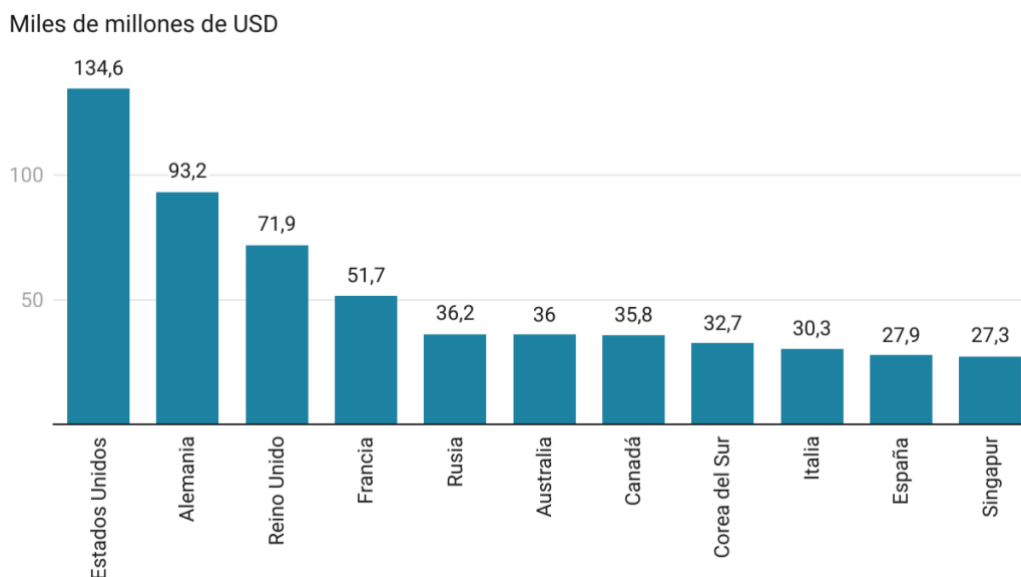


Figura 1: Procedencia de turistas con un mayor gasto en 2020  
Fuente: Statista. Elaboración propia.

Tabla 1: Resumen perfil del turista de lujo

<b>Edad media</b>	Entre 25 y 55 años
<b>Nacionalidad</b>	Americano/a, alemán/a y británico/a
<b>Características</b>	Empresario o con un alto puesto y con estudios medios o superiores
<b>Persona acompañante</b>	Pareja
<b>Número de viajes al año</b>	14,3 viajes de placer + negocios
<b>Temporada de viaje</b>	Meses de agosto y diciembre
<b>Duración del viaje</b>	La mayoría viajes de 10 días
<b>Gasto medio</b>	5.000 – 10.000 €
<b>Tipo de viaje contratado</b>	Paquete formado por servicios seleccionados
<b>Medio de contratación</b>	Compañía oficial y agencia de viajes tradicional
<b>Elementos de interés</b>	Exclusividad, lugares inusuales, buena gastronomía, cultura y relajación
<b>Aspectos importantes</b>	Seguridad, sostenibilidad y fidelidad por el destino
<b>Destinos más demandados</b>	Egipto, México, China, Emiratos Árabes Unidos, Tailandia, Francia, Italia, Reino Unido, Italia y Australia

Fuente: Obserbatur, Ostelea, Banco Mundial. Elaboración propia

## 2.2 DESTINOS

En el mundo hay una gran variedad de destinos en los cuales poder disfrutar de dichas experiencias exclusivas, mostrando paisajes y edificios asombrosos, culturas que te transportan a su forma de vivir y nuevas gastronomías que descubrir. Seguidamente, se va a dar a conocer algunos de dichos destinos, distribuidos alrededor de los cinco continentes.

Antes de ello, es de gran importancia conocer la situación turística de cada uno de los destinos a lo largo de los últimos años, tras la pandemia reconocida a nivel mundial en marzo de 2020. Para ello, seguidamente, en la Tabla 2, se puede apreciar el número de llegadas turísticas internacionales en cada uno de los continentes, observando la gran bajada que se ocasionó en el año 2020 y la recuperación turística que se ha logrado en este último año 2022.

Tabla 2: Llegadas turísticas internacionales a lo largo de los últimos años

	<b>Llegadas turísticas internacionales (millones)</b>			
	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>África</b>	68,8	18,4	19,4	45
<b>América</b>	219,3	69,8	81,4	142,4
<b>Asia y el Pacífico</b>	359,6	59,2	24,8	84,4
<b>Europa</b>	744,5	241,9	304,7	584,9
<b>Medio Oeste</b>	73	19,8	24,7	60,3
<b>Mundo</b>	1465	409	455	917

Fuente: Organización Mundial del Turismo. Elaboración propia

Por un lado, en referencia a la oferta de alojamientos que se ha registrado en cada uno de estos lugares, en la Tabla 3, se puede apreciar tanto el número de establecimientos con los que han contado durante el año 2021, como el total de habitaciones y camas. Destacan Asia y el Pacífico por disponer de la mayoría de los establecimientos (152.901), América por su gran oferta de habitaciones (6.660.382) y Europa por poner al alcance de los turistas el mayor número de camas (11.914.495).

Por otro lado, en cuanto a la demanda de alojamientos, se puede apreciar tanto el número de noches que han pernotado los turistas internacionales como los turistas nacionales. Cabe mencionar que, debido a la pandemia, en África, el Medio Oeste y Asia y el Pacífico la gran mayoría de turistas alojados en 2021 han sido nacionales.

Tabla 3: Oferta y demanda de alojamiento alrededor de todo el mundo en el año 2021

	Oferta establecimientos			Demanda establecimientos	
	Nº estable.	Nº habit.	Nº camas	Nº noches turistas inter.	Nº noches turistas nacionales
<b>África</b>	39267	172917	976237	3982	51200
<b>América</b>	73063	6660382	2030839	43078	541
<b>Asia y el Pacífico</b>	152901	4520229	5901514	21145	440126
<b>Europa</b>	152189	5623033	11914495	755849	1128394
<b>Medio Oeste</b>	2244	143423	271991	10096	2186
<b>Mundo</b>	419664	17119984	21095076	834150	1622447

Fuente: Organización Mundial del Turismo. Elaboración propia

## ÁFRICA

Un viaje de lujo a África te transporta a lugares en la naturaleza de un carácter único, pudiendo recorrer cada uno de ellos mediante safaris. Dicho continente cuenta con costas donde se encuentran playas maravillosas, montañas, desiertos, lagos, junglas y sabanas. Además, dispone de una gran historia en relación con el arte, diversas especies de animales, alegres vestimentas, un gran número de tribus y más de 2.000 idiomas. En la Figura 2, se puede observar un mapa de África donde se destacan algunos países considerados destinos de lujo, como: Egipto, Malawi, Isla Mauricio, Mozambique e Islas Seychelles.



Figura 2: Destinos de África Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4: Datos económicos de los destinos de África. 2021

	PIB*	Inflación IPC	PIB per cápita	Índice de Gini	Tasa actividad	Tasa desempleo
<b>Botsuana</b>	17,61	7,2%	6805,2	53,3	60%	24,7%
<b>Egipto</b>	404,14	5,2%	3698,8	31,9	41%	9,3%
<b>Isla Mauricio</b>	11,53	4%	9106,2	36,8	57%	7,4%
<b>Kenia</b>	110,35	6,1%	2081,8	40,8	73%	5,7%
<b>Malawi</b>	12,63	8,6%	634,8	38,5	76%	7%
<b>Mozambique</b>	15,78	5,7%	491,8	54	78%	4%
<b>Namibia</b>	12,31	3,6%	4865,5	59,1	58%	21,7%
<b>Seychelles</b>	1,45	8,3%	14653,3	32,1	-	-
<b>Sudáfrica</b>	419,02	4,6%	7055	63	53%	33,6%
<b>Tanzania</b>	67,84	3,7%	1099,3	40,5	83%	2,6%
<b>Uganda</b>	40,53	2,2%	883,9	42,7	68%	2,9%
<b>Zimbaue</b>	28,37	98,5%	1773,9	50,3	84%	5,2%

Fuente: Banco Mundial. Elaboración propia

PIB\*: en miles de millones de \$ Rojo: dato año 2020 Índice de Gini: últimos datos vigentes desde 2014 hasta 2019

Tabla 5: Nivel de seguridad en cada uno de los destinos de África

	Riesgo en transporte	Riesgo de carteras	Riesgo de desastres naturales	Riesgo de asalto	Riesgo de terrorismo	Riesgo de estafa
<b>Botsuana</b>	MEDIO	BAJO	MEDIO	MEDIO	BAJO	BAJO
<b>Egipto</b>	MEDIO	ALTO	MEDIO	MEDIO	ALTO	ALTO
<b>Isla Mauricio</b>	BAJO	BAJO	MEDIO	BAJO	BAJO	MEDIO
<b>Kenia</b>	ALTO	MEDIO	MEDIO	ALTO	MEDIO	BAJO
<b>Malawi</b>	MEDIO	ALTO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO
<b>Mozambique</b>	MEDIO	ALTO	ALTO	ALTO	BAJO	ALTO
<b>Namibia</b>	MEDIO	MEDIO	BAJO	MEDIO	BAJO	MEDIO
<b>Seychelles</b>	MEDIO	BAJO	BAJO	MEDIO	MEDIO	BAJO
<b>Sudáfrica</b>	ALTO	MEDIO	MEDIO	ALTO	ALTO	MEDIO
<b>Tanzania</b>	MEDIO	ALTO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO
<b>Uganda</b>	ALTO	ALTO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO
<b>Zimbaue</b>	MEDIO	ALTO	MEDIO	ALTO	BAJO	ALTO

Fuente: Travel Safe. Elaboración propia

Con relación al nivel de seguridad de cada uno de los países de África, en la Tabla 5, se aprecia que el mayor riesgo que se puede dar es el de carteras y estafa, en cambio, el más bajo el de terrorismo.

En cuanto al tipo de cambio de dólar a la moneda oficial de cada uno de estos países, en el anexo 1, apartado de África, se puede observar cómo Uganda sería el país más económico que visitar (1\$ → 3704,72 UGX), mientras que Seychelles resultaría ser el más caro (1\$ → 12,90 SCR).

Tabla 6: Contribución de los países de África a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

	Ranking	Puntuación	Fortalezas	Debilidades
<b>Botsuana</b>	116	61,43	 	    
<b>Egipto</b>	87	68,66	  	    
<b>Isla Mauricio</b>	89	68,4	 	   
<b>Kenia</b>	118	60,96	 	    
<b>Malawi</b>	145	53,25	 	    
<b>Mozambique</b>	143	53,57		    
<b>Namibia</b>	114	62,72		    
<b>Seychelles</b>	-	-	 	 
<b>Sudáfrica</b>	108	63,72	  	    
<b>Tanzania</b>	130	57,37	 	    
<b>Uganda</b>	136	54,86	 	    
<b>Zimbaue</b>	131	56,77		    

Fuente: Sustainable Development Gindex Elaboración propia



De entre los países de África, que se pueden observar en la Tabla 6, aquel que contribuye más a los ODS es Egipto, con una posición en el ranking del número 87 y una puntuación de 68,66. Por lo contrario, Malawi se encuentra en la posición número 45 con una puntuación de 53,25.

### MALAWI

Malawi se considera uno de los lugares africanos con mayor fauna, contando con diversas especies, como: elefantes, leones, leopardos, rinocerontes y búfalos. Además, de ser destacado por uno de los mejores destinos para contemplar aves. En la actualidad, dispone de safaris gracias a African Parks, que ha reubicado a diferentes especies amenazadas en otras zonas de África, gracias a ello, han creado puestos de trabajo esenciales para el turismo y el cuidado de animales.

Un lodge son cabañas típicas donde alojarse, ubicadas en la naturaleza, que proporcionan cierta privacidad y un servicio individualizado. Una gran mayoría, han llevado a cabo proyectos de sostenibilidad durante la pandemia, por ejemplo, incorporando placas solares o realizando plantaciones de árboles.

En el lago Malawi se puede observar una gran variedad de peces, considerándose uno de los mejores lugares del mundo para hacer buceo en agua dulce. Cuenta con 587 km, siendo el tercer lago más largo de África.



Cape Maclear

El Cabo Maclear es una ciudad junto al lago de Malawi, con actividades como: buceo, senderismo y kayak.



Liwonde National Park

El Parque Nacional de Liwonde es un destino fluvial en el que se pueden encontrar elefantes, aves, cocodrilos, hipopótamos, etc.



Livingstonia

Livingstonia es una ciudad para vivir la experiencia de dormir en lodges (cabañas privadas) y visitar la Iglesia Libre de Escocia.



Monte Mulanje

El Monte Mulanje es un grupo de montañas donde se encuentra la más alta del país y está formado por cultivos de té.



Lake of Stars Festival

El Festival del Lago de las Estrellas es un festival que dura tres días y se celebra de forma anual con artistas africanos y británicos.

## EGIPTO

Egipto es un país repleto de patrimonio cultural, formado por numerosos museos donde se encuentran templos y tumbas. Este año (2022) se cumplen 100 años de la fundación del Reino de Egipto, así como, del hallazgo de la tumba de Tutankamón, trasladada al nuevo Gran Museo Egipcio (GEM) situado en Giza. Hoy en día, los arqueólogos siguen descubriendo riquezas bajo las arenas.

Actualmente, se oferta un turismo local más allá de los monumentos, es decir, se preparan recorridos por los puestos de comida situados en las calles del Cairo. También se pueden visitar los desiertos egipcios, contando con 550 km de sendero, en el cual se encuentran ocho tribus de cultura beduina. Asimismo, se puede caminar a las orillas del Mar Rojo a través de un camino de 170 km.

El turismo egipcio, a lo largo de los años se ha visto afectado por el miedo de los turistas, debido a la inseguridad que transmiten los diferentes atentados terroristas ocasionados. Por lo que, se han visto ante una crisis turística generando cierta pobreza. Cabe señalar, que en el año 2019 el número de turistas aumentó, pero una vez llegó el COVID-19 se desvanecieron, de modo que, se espera que gracias a los aniversarios del 2022 los turistas se vean atraídos de nuevo.



Luxor

Luxor es una ciudad egipcia compuesta por grandes templos y tumbas sobre los restos de la antigua Tebas.



El Cairo

El Cairo es la capital de Egipto, conformada por magníficas edificaciones islámicas. Al sudoeste se localiza la ciudad de Guiza y sus pirámides.



Crucero por el Nilo

El Nilo es el río más largo de África y el segundo del mundo, rodeado por el desierto y gran cantidad de datileras.



Ras Mohammed

El Parque de Ras Mohammed se considera entre uno de los mejores espacios de buceo del mundo, situado en el Mar Rojo.



Parque Nacional  
Desierto Blanco

El Parque Nacional del Desierto Blanco cuenta con picos blancos de roca formados por la arena que sopla el viento.

## AMÉRICA

América es un continente repleto de destinos turísticos de lujo, donde poder vivir una gran variedad de experiencias en función de donde se viaje. En el caso de optar por América del Norte se puede disfrutar de grandes ciudades o bien de una naturaleza silvestre repleta de montañas. Si bien, se escoge un destino de Centroamérica o Sudamérica se pueden vivir aventuras en la selva descubriendo su flora y su fauna, conocer diferentes culturas y gastronomías, disfrutar de islas y playas paradisíacas y visitar las calles históricas de las ciudades, los monumentos y edificaciones de interés. En la Figura 3, se localizan diferentes países con grandes atracciones turísticas de lujo, como: Canadá, Belice, Puerto Rico, Brasil y Chile.



Figura 3: Destinos de América Fuente: Elaboración propia.

Si analizamos el tipo de cambio de dólar a la moneda oficial de estos países, en el anexo 1, apartado de América, se puede apreciar como Colombia sería el país en el cual tendríamos un menor gasto ( $1\$ \rightarrow 4702,20 \text{ COP}$ ) y, en cambio, Ecuador y Puerto Rico, tienen como moneda oficial el dólar, lo que quiere decir que, para visitar estos países habría que gastar una mayor cantidad de dinero.

Tabla 7: Datos económicos de los destinos de América. 2021

	PIB*	Inflación IPC	PIB per cápita	Índice de Gini	Tasa actividad	Tasa desempleo
<b>Argentina</b>	487,23	-	10636,1	42	60%	10,9%
<b>Belice</b>	2,49	3,2%	6228,3	-	62%	8,2%
<b>Bolivia</b>	40,41	0,7%	3345,2	40,9	76%	8,5%
<b>Brasil</b>	1610	8,3%	7507,2	52,9	58%	14,4%
<b>Canadá</b>	1990	3,4%	51987,9	32,5	65%	7,5%
<b>Chile</b>	317,06	4,5%	16265,1	44,9	55%	9,1%
<b>Colombia</b>	314,46	3,5%	6104,1	51,5	65%	14,3%
<b>Ecuador</b>	106,17	0,1%	5965,1	45,8	65%	6,4%
<b>México</b>	1270	5,7%	10045,7	45,4	59%	4,4%
<b>Perú</b>	223,25	4,3%	6621,6	40,2	74%	4,8%
<b>Puerto Rico</b>	106,53	-	32640,7	-	40%	8,3%

Fuente: Banco Mundial. Elaboración propia

PIB\*: en miles de millones de \$ Índice de Gini: últimos datos vigentes desde 2018 hasta 2021

Tabla 8: Nivel de seguridad en cada uno de los destinos de América

Países	Riesgo en transporte	Riesgo de carteras	Riesgo de desastres naturales	Riesgo de asalto	Riesgo de terrorismo	Riesgo de estafa
<b>Argentina</b>	MEDIO	ALTO	MEDIO	MEDIO	BAJO	ALTO
<b>Belice</b>	MEDIO	ALTO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO
<b>Bolivia</b>	MEDIO	ALTO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO
<b>Brasil</b>	MEDIO	ALTO	MEDIO	MEDIO	BAJO	ALTO
<b>Canadá</b>	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO
<b>Chile</b>	BAJO	BAJO	MEDIO	MEDIO	BAJO	BAJO
<b>Colombia</b>	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO	BAJO	ALTO
<b>Ecuador</b>	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO
<b>México</b>	MEDIO	ALTO	MEDIO	MEDIO	BAJO	ALTO
<b>Perú</b>	MEDIO	ALTO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO
<b>Puerto Rico</b>	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	BAJO	MEDIO

Fuente: Travel Safe. Elaboración propia

En cuanto al nivel de seguridad de cada uno de los países de América, en la Tabla 8, se observa que el mayor riesgo es el de robo de carteras y estafa, por lo contrario, el menor riesgo es el de terrorismo.

Tabla 9: Contribución de los países de América a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

	Ranking	Puntuación	Fortalezas	Debilidades
<b>Argentina</b>	54	72,78		
<b>Belice</b>	100	65,73		
<b>Bolivia</b>	90	67,99		
<b>Brasil</b>	53	72,8		
<b>Canadá</b>	29	77,73		
<b>Chile</b>	28	77,81		
<b>Colombia</b>	75	70,13		
<b>Ecuador</b>	63	71,55		
<b>México</b>	74	70,2		
<b>Perú</b>	58	71,93		

Fuente: Sustainable Development Gindex Elaboración propia

En la Tabla 9, se observa como contribuyen a los ODS cada uno de los países que pertenecen a América, siendo Chile el que participa de una mayor forma positiva, obteniendo por ello, el puesto número 28 del ranking y una puntuación de 77,81. Mientras que, de entre todos ellos, Belice presenta la puntuación más inferior, es decir, de 65,73 y el número 100 del ranking.

## BELICE

Belice es un destino situado en Centroamérica, relevante por su belleza y su actual gran demanda turística, a causa de ser considerado un lugar diferente gracias a su diversidad de paisajes y tribus de origen étnico. Es un país acogedor a raíz del número de culturas presentes que viven en poblados de la costa o se dedican a la producción agrícola. Aquellos turistas que deseen conocer las tradiciones de alguna de las tribus pueden tener la oportunidad de convivir con ellos.

Para Belice es de gran importancia el cuidado del medio ambiente, ya que cuenta con la segunda barrera de coral más grande del mundo, por ello, han contribuido a eliminar el plástico en todo el país. Los turistas pueden adentrarse por su selva para descubrir diversas especies de animales y, además, pueden bucear por el arrecife, donde se encuentran tortugas marinas y tiburones. La mayor parte de los establecimientos hoteleros son de carácter boutique, familiar y sostenible. Gracias a la gran demanda de querer visitar dicho destino, se han construido nuevos hoteles, asimismo, las aerolíneas han aumentado el número de vuelos a Belice.



Great Blue Hole

El Gran Agujero Azul se sitúa a 100 km de la costa, donde se puede ver la barrera de coral, una reserva declarada Patrimonio de la Humanidad.



Actun Tunichil Muknal (ATM)

La cueva de Actun Tunichil Muknal es un lugar arqueológico en el cual se localizan los restos de los mayas.



Lamanai

Lamanai son las ruinas de una avanzada militar de la arqueología maya, a la cual se accede con barco.



Silk Cayes

Silk Cayes es un conjunto de islas con aguas cristalinas para bucear junto a tiburones y rayas, formada por playas vírgenes.



Belize Zoo

En el zoológico de Belice se pueden descubrir animales de origen beliceño.

## PUERTO RICO

Puerto Rico es conocida como la isla del encanto, pero ha sufrido catástrofes naturales de las cuales ha tenido que salir adelante, por esa razón, sus ciudadanos han ayudado a ello, de forma creativa y solidaria: convirtiendo sus calles en exposiciones de arte, produciendo ron en un parque de bomberos o bien, integrando los alimentos del territorio en los restaurantes.

Año tras año, los turistas se han visto atraídos por los grandes resorts para disfrutar de sus vacaciones con acceso a piscinas, playa privada, spa, campo de golf y casino. En los últimos años, les ha despertado el interés de conocer la vida de Puerto Rico y su patrimonio cultural, visitando montañas donde se produce café, los bosques, las playas de la costa y las calles de sus pueblos o ciudades. Por ese motivo, hoy por hoy, se pretende que el viajero visite la isla en un mayor número de días con el fin de poder explorar cada uno de los rincones de Puerto Rico.

La isla cuenta con una gran variedad de cultura musical, procediendo de allí algunos cantantes conocidos internacionalmente. En cuanto a su cultura gastronómica, presenta grandes influencias españolas, africanas y taínas, además, se pueden encontrar grandes chefs, implicados en la introducción de los alimentos locales en sus cocinas.



Viejo San Juan

El Viejo San Juan es una ciudad que destaca por sus plazas, iglesias, calles con edificios coloridos y su encanto.



Vieques

La isla de Vieques se compone de 172 playas, y una bahía con unas bonitas vistas por la noche, la bahía bioluminiscente.



Jayuya

Jayuya se localiza entre las montañas de Puerto Rico, con arqueologías como la Piedra Escrita y el Museo del Cemi. Además, cuenta con plantaciones de café y producción de ron.



Rincón

Rincón se considera el pueblo más destacado del Caribe para practicar surf y es conocido como el pueblo de los bonitos atardeceres.



Playa Flamenco

La Playa Flamenco se localiza en la Isla Culebra, donde disfrutar de unas aguas tranquilas y cristalinas, aparte de, una arena blanca y fina.

## ASIA

El continente asiático ha crecido durante los últimos años y una gran parte de sus países se han transformado en principales destinos de lujo, gracias a la presencia de distintos paisajes y tradiciones. En algunos de ellos se pueden encontrar: edificaciones de gran tamaño, ciudades con las últimas innovaciones, playas de aguas celestes y bosques de clima tropical. Muchos de sus restaurantes del Sudeste Asiático ofrecen una gastronomía de lujo que dan a conocer los platos más populares del país, destacando la cocina de China e India. A continuación, en la Figura 4, se encuentran situados en el mapa algunos de los lugares de lujo más demandados por los turistas: Maldivas, China, Indonesia, Omán y Nepal.



Figura 4: Destinos de Asia Fuente: Elaboración propia.

El nivel de seguridad de los destinos de Asia, como se puede apreciar en la Tabla 11, se caracteriza por ser más alto el riesgo de robo de carteras, siguiéndole el riesgo de estafa y de desastres naturales. El riesgo al que se le debe atribuir una menor importancia en dicho continente es el de asalto.

Si realizamos un análisis del tipo de cambio, del dólar a cada una de las monedas oficiales de los países a los cuales se ha hecho referencia, en el anexo 1, apartado Asia, se puede apreciar como Indonesia sería el país en el cual dispondríamos de una mayor cantidad de dinero ( $1\$ \rightarrow 15388,14 \text{ IDR}$ ). En cambio, en el país de Omán obtendríamos una menor cuantía de dinero ( $1\$ \rightarrow 0,384 \text{ OMR}$ ) en comparación con el resto de dichos países.



Tabla 10: Datos económicos de los destinos de Asia. 2021

	PIB*	Inflación IPC	PIB per cápita	Índice de Gini	Tasa actividad	Tasa desempleo
Bután	2,54	7,3%	3266,4	37,4	60%	4,3%
China	17730	1%	12556,3	38,2	68%	4,8%
Corea del Sur	1810	2,5%	34997,8	31,4	63%	3,5%
Emiratos Árabes	415,02	-2,1%	44315,6	26	76%	3,4%
Filipinas	394,09	3,9%	3460,5	40,7	56%	2,4%
India	3180	5,1%	2256,6	35,7	46%	6%
Indonesia	1190	1,6%	4332,7	37,9	68%	4,4%
Japón	4940	-0,2%	39312,7	-	62%	2,8%
Malasia	372,98	2,5%	11109,3	41,2	65%	4,6%
Maldivas	5,41	0,5%	10366,3	29,3	56%	6,1%
Nepal	36,29	4,1%	1208,2	-	80%	5,1%
Omán	88,19	1,5%	19509,5	-	68%	3,1%
Sri Lanka	88,93	7%	4013,7	37,7	49%	5,4%
Tailandia	505,95	1,2%	7066,2	35,1	67%	1,4%

Fuente: Banco Mundial. Elaboración propia

PIB\*: en miles de millones de \$ Rojo: dato año 2020 Índice de Gini: últimos datos vigentes desde 2016 hasta 2022

Tabla 11: Nivel de seguridad en cada uno de los destinos de Asia

	Riesgo general	Riesgo en transporte	Riesgo de carteras	Riesgo de desastres naturales	Riesgo de asalto	Riesgo de terrorismo	Riesgo de estafa
Bután	BAJO	MEDIO	BAJO	ALTO	BAJO	MEDIO	BAJO
China	MEDIO	MEDIO	ALTO	MEDIO	BAJO	MEDIO	ALTO
Corea del Sur	BAJO	MEDIO	MEDIO	ALTO	BAJO	BAJO	MEDIO
Emiratos Árabes	BAJO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	BAJO	MEDIO	BAJO
Filipinas	ALTO	ALTO	BAJO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO
India	ALTO	MEDIO	ALTO	ALTO	BAJO	ALTO	ALTO
Indonesia	MEDIO	MEDIO	ALTO	MEDIO	MEDIO	ALTO	MEDIO
Japón	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	MEDIO	MEDIO	BAJO
Malasia	MEDIO	MEDIO	ALTO	MEDIO	ALTO	ALTO	MEDIO
Maldivas	MEDIO	BAJO	MEDIO	MEDIO	BAJO	MEDIO	MEDIO
Nepal	MEDIO	ALTO	ALTO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO
Omán	BAJO	MEDIO	BAJO	MEDIO	BAJO	ALTO	BAJO
Sri Lanka	MEDIO	MEDIO	ALTO	MEDIO	MEDIO	BAJO	ALTO
Tailandia	ALTO	ALTO	MEDIO	ALTO	MEDIO	MEDIO	ALTO

Fuente: Travel Safe. Elaboración propia

Tabla 12: Contribución de los países de Asia a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

	Ranking	Puntuación	Fortalezas	Debilidades
<b>Bután</b>	70	70,49		
<b>China</b>	56	72,38		
<b>Corea del Sur</b>	27	77,9		
<b>Emiratos Árabes Unidos</b>	85	68,84		
<b>Filipinas</b>	95	66,64		
<b>India</b>	121	60,32		
<b>Indonesia</b>	82	69,16		
<b>Japón</b>	19	79,58		
<b>Malasia</b>	72	70,38		
<b>Maldivas</b>	67	71,03		
<b>Nepal</b>	98	66,18		
<b>Omán</b>	81	69,19		
<b>Sri Lanka</b>	76	70,03		
<b>Tailandia</b>	44	74,13		

Fuente: Sustainable Development Gindex Elaboración propia

El país asiático que resulta ser el más sostenible es Japón, ocupando el puesto número 19 del ranking y con una puntuación de 79,58. En cambio, como se puede observar en la Tabla 12, India es el país que ha obtenido una peor puntuación de 60,32 y se sitúa en el puesto número 121 de un total de 163 países en el mundo.

## OMÁN

Hace años, Omán no era conocido como un destino turístico a causa de la guerra. Hoy en día, se ha logrado un gran patrimonio cultural, complaciendo las demandas de la sociedad, es decir, se encuentran templos y mezquitas de la cultura musulmana. Este país ha optado por renunciar a los altos edificios y centrarse en la cultura tradicional.

Los turistas disponen de tres aeropuertos internacionales y de modernas autopistas para acceder a ellos. En el norte de Omán se pueden hallar desembocaduras en el mar, visitar los picos más altos y un cañón abismal. También se pueden recorrer ciudades con el fin de contemplar sus murallas y alcazabas. En la capital, Mascate, se ubican diferentes atractivos turísticos, como: museos modernos, galerías con innovadoras pinturas, mercadillos tradicionales, una ópera y una famosa mezquita. En la costa, se pueden admirar tortugas en peligro de extinción. Dirección al sur, se localizan dunas de arena y un desierto, llamado el Desierto de Rub al-Jali.

La población omaní se ha comprometido a garantizar un turismo sostenible, ya que muchos de ellos se han formado con el fin de acoger a los turistas, bien proporcionándoles sus antiguos hogares como alojamiento tradicional, guiándoles en excursiones u ofreciendo cursillos de cocina local. Por lo que, los ciudadanos se involucran en lograr una cantidad de ingresos considerable por medio del turismo para poder favorecer la economía del país.



Zoco de Mutrah

Zoco de Mutrah es un mercado árabe característico de Mascate, donde los turistas pueden comprar sus souvenirs.



Ras Al Jinz

Ras Al Jinz corresponde a una asombrosa reserva de tortugas con un museo para observar su anidación.



Fuerte de Bahla

El Fuerte de Bahla se declaró Patrimonio de la Humanidad de la Unesco, desde él se pueden contemplar las vistas de Bahla.



Dhofar

La región de Dhofar presenta una abundante vegetación y temperaturas cálidas del mes de junio a septiembre.



Wadi Shab

Wadi Shab es una agrupación de pozas de aguas transparentes y de color turquesa, situadas entre cañones, donde poder refrescarse.

## NEPAL

Nepal se considera el destino idóneo para disfrutar de unas vacaciones tranquilas y sin aglomeraciones. El país se forma por la zona del Terai donde se distribuyen los diversos municipios y por un gran número de montañas, exactamente el 75% del territorio nepalí. Por esa razón, Nepal dispone de una elevada cuantía de rutas de senderismo que recorrer, pudiendo admirar sus maravillosas vistas. Asimismo, brinda la oportunidad de apreciar una amplia variedad de paisajes, formados por monumentos, pagodas, monasterios, templos, montañas, selvas y fauna. La cultura nepalí es de carácter hinduista y budista. Cabe señalar, que el país se conoce gracias a los éxitos de alpinismo alcanzados por escaladores a nivel internacional.

El dinero recaudado por los viajes de los turistas ha permitido recomponer muchos de los municipios y templos dañados a causa de los terremotos ocasionados. De igual modo, ha aumentado el número de especies animales gracias a la demanda de safaris turísticos por la selva. Los senderistas pueden contratar guías por la montaña y, además, dormir y comer en casas campo turísticas con el propósito de contribuir en la conservación de los lugares de Nepal. Para reducir la contaminación del medio ambiente se les recomienda ir a pie hasta el comienzo de la senda, en lugar de volar hasta allí.



Plaza Durbar

La plaza Durbar se encuentra situada en la capital (Katmandú), rodeada de arquitecturas admirables como el palacio real.



Swayambhunath

Swayambhunath es un antiguo templo famoso por la presencia de sus monos situado en el valle de Katmandú.



Bhaktapur medieval

Bhaktapur es una ciudad que refleja la historia y el encanto de Nepal, valorada como un tesoro por su país, por ello, se debe pagar una entrada para acceder.



Manaslu Trek

Manaslu Trek consiste en realizar una ruta por las montañas del Himalaya contemplando selvas tropicales, cascadas, campos de arroz o glaciares.



Parque Nacional de Chitwan

El primer parque nacional de Nepal fue el de Chitwan, dedicado a conservar tigres, elefantes y rinocerontes en amenaza de desaparecer.

## EUROPA

Europa es un continente repleto de una gran variedad de lugares de interés turístico, destacada por sus costas, donde se localizan playas, calas e islas que te permiten disfrutar de un buen clima y unos agradables paisajes. Del mismo modo, cuenta con ciudades donde recorrer palacios, castillos, iglesias y museos, todos ellos con una importante historia que contar. En cada una de sus ciudades, se encuentran hoteles situados en el centro y con un gran encanto que ofrecer, así como, restaurantes que dirigen fantásticos chefs, en los que poder conocer la gastronomía típica de las localidades. Como se puede apreciar en la Figura 5, en el mapa de Europa se sitúan destinos de lujo, por ejemplo: Noruega, Turquía, Italia, Islandia y Eslovenia.



Figura 5: Destinos de Europa Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13: Datos económicos de los destinos de Europa. 2021

	PIB*	Inflación IPC	PIB per cápita	Índice de Gini	Tasa actividad	Tasa desempleo
<b>Eslovenia</b>	61,75	1,9%	29291,4	24	58%	4,4%
<b>Francia</b>	2960	1,6%	43659	30,7	56%	8,1%
<b>Grecia</b>	214,87	1,2%	20192,6	33,6	51%	14,8%
<b>Islandia</b>	25,6	4,4%	68727,6	26,1	66%	5,4%
<b>Italia</b>	2110	1,9%	35657,5	35,2	48%	9,8%
<b>Noruega</b>	482,17	3,5%	89154,3	27,7	66%	5%
<b>Reino Unido</b>	3130	2,5%	46510,3	32,6	62%	4,5%
<b>Suiza</b>	800,64	0,6%	91991,6	33,1	67%	5,3%
<b>Turquía</b>	819,04	19,6%	9661,2	41,9	50%	13,4%

Fuente: Banco Mundial. Elaboración propia

PIB\*: en miles de millones de \$ Índice de Gini: últimos datos vigentes desde 2017 hasta 2020

Tabla 14: Nivel de seguridad en cada uno de los destinos de Europa

	Riesgo general	Riesgo en transporte	Riesgo de carteras	Riesgo de desastres naturales	Riesgo de asalto	Riesgo de terrorismo	Riesgo de estafa
<b>Eslovenia</b>	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	MEDIO	BAJO	BAJO
<b>Francia</b>	MEDIO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO	ALTO
<b>Grecia</b>	BAJO	BAJO	MEDIO	BAJO	MEDIO	BAJO	MEDIO
<b>Islandia</b>	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO
<b>Italia</b>	BAJO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	MEDIO	ALTO
<b>Noruega</b>	BAJO	BAJO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO
<b>Reino Unido</b>	BAJO	BAJO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO	MEDIO
<b>Suiza</b>	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO
<b>Turquía</b>	ALTO	BAJO	MEDIO	BAJO	MEDIO	ALTO	MEDIO

Fuente: Travel Safe. Elaboración propia

Tabla 15: Contribución de los países de Europa a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

	Ranking	Puntuación	Fortalezas	Debilidades
<b>Eslovenia</b>	15	79,95		
<b>España</b>	16	79,90		
<b>Francia</b>	7	81,24		
<b>Grecia</b>	32	76,81		
<b>Islandia</b>	22	78,87		
<b>Italia</b>	25	78,34		
<b>Noruega</b>	4	82,35		
<b>Reino Unido</b>	11	80,55		
<b>Suiza</b>	3	85,19		
<b>Turquía</b>	71	70,41		

Fuente: Sustainable Development Gindex. Elaboración propia

Teniendo en cuenta el nivel de seguridad de cada uno de los países de Europa, en la Tabla 14, se puede contemplar que los mayores riesgos son el de robo de carteras y el de terrorismo, en cambio, los riesgos más bajos son los de transporte y desastres naturales.

Si consideramos el tipo de cambio de dólar a la moneda oficial de la selección de países europeos que aparecen en el anexo 1, apartado Europa, se puede llegar a la conclusión que Islandia es el país que ofrece un mayor tipo de cambio (1\$ → 140,53 ISK), sin embargo, Reino Unido proporciona el menor tipo de cambio de entre todos ellos (1\$ → 0,83 GBP).

Por último, en relación con el nivel de contribución de dichos países a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, Europa se podría considerar el continente que participa de una forma más activa en lograr la sostenibilidad, claros ejemplos son: Suiza (posición 3 y puntuación 85,19), Noruega (posición 4 y puntuación 82,35) y Francia (posición 7 y puntuación 81,24). La gran mayoría de estos países, han conseguido buenas posiciones en el ranking de un total de 163 países y, por lo tanto, buenas puntuaciones, esto se puede apreciar en la Tabla 15. Únicamente Turquía presenta un puesto más alto, siendo este el número 71 con una puntuación de 70,41.

### **NORUEGA**

Noruega es un país que contribuye a la sostenibilidad turística, debido a la explotación que ha soportado en los últimos años. De manera que, protegen sus espacios naturales y su patrimonio cultural. Es un país que resalta por sus fiordos rodeados de montañas y cascadas, por sus pueblos pesqueros formados de tradicionales casas de madera y por poder observar al norte las luces de la aurora boreal. En invierno, se pueden admirar paisajes helados, en cambio, en verano se observa un entorno verde donde llevar a cabo rutas e ir a pescar en sus numerosos ríos.

Adicionalmente, cuenta con hoteles considerados entre los mejores del mundo, situados en el campo, en la ciudad o junto al mar; de carácter moderno o histórico y todos ellos brindando un ambiente único y acogedor. Además, uno de ellos, denominado Svart, ha sido el primer hotel en hacer uso de la energía positiva a nivel mundial, es decir, en emplear energía solar para su gasto energético. Otra elección, podría ser alojarse con el pueblo nativo de los samis, distinguiendo su forma de vivir y su gastronomía, así como, dormir en una tienda típica llamada lavvu.



Oslo

Oslo es la capital de Noruega, donde visitar museos, edificios emblemáticos, barrios, bosques, parques y conciertos.



Bergensbanen

El Bergensbanen es un viaje en tren de Oslo a Bergen, inolvidable por sus sensacionales vistas, gracias a las montañas nevadas de Hardangervidda.



Tromsø

Tromsø es una ciudad que te permite ver la aurora boreal o dar un paseo en trineo impulsado por perros.



Trollstigen

Trollstigen recibe el nombre de la carretera de los trols, con una distancia de 106 km y formada por curvas cerradas. Te permite observar cascadas, fiordos, laderas y los montes más altos.



Caminar por  
glaciares

Una parada obligatoria es caminar por los inmensos glaciares de Noruega.

## ESLOVENIA

El territorio de Eslovenia ofrece un turismo centrado en una calidad excelente, en lugar de atraer a un alto porcentaje de personas. Por lo tanto, es un destino en el que se encontrará aquello que suelen buscar los turistas, en otras palabras, un lugar verdadero que visitar. De forma que, en el año (2021) Eslovenia fue nombrada a nivel europeo la región gastronómica. También ha recibido numerosos premios gracias a su cuantiosa vegetación, ya que dos tercios de su superficie son bosques. Por esa razón, en el año 2017 Liubliana fue declarada Capital Verde Europea.

Dicho país ha llevado a cabo la construcción de diversas rutas ciclistas, ya que desean fomentar el desplazamiento en bici para los turistas y de esa forma, no utilizar automóviles que contaminan el medio ambiente. En los diferentes recorridos se encuentran viñedos, lagos, granjas, pueblos en lo más alto, restaurantes en los cuales vivir una experiencia gastronómica, bodegas donde degustar los diversos vinos y alojamientos que cuentan con la certificación ambiental verde. De modo que, Eslovenia es un destino repleto de encanto para aquellos viajeros amantes de la naturaleza.





Castillo de Liubliana

El Castillo de Liubliana es de naturaleza medieval, se localiza en el casco urbano y ofrece unas vistas excelentes de la capital.



Isla de Bled

La isla de Bled se considera la isla más romántica de Europa y en ella se ubica la Iglesia de María.



Monte Triglav

El Monte Triglav es la montaña con mayor altura de Eslovenia y es un pilar nacional.



Rio Sočo

El Rio Sočo es un principal atractivo turístico, que seduce a los amantes de los deportes acuáticos y senderistas interesados en la historia.



Paso de Vršič

El Paso de Vršič es una ruta formada por un gran número de curvas y repleta de historia eslovena. Se debe visitar la Capilla Rusa. La cima se encuentra a 1.611m.

## OCEANÍA

El continente donde se pueden encontrar las zonas con mayor exclusividad del mundo es Oceanía, formada por sensacionales paisajes, bien de aguas cristalinas o de naturaleza salvaje. Cabe destacar que es el continente más pequeño, pero se compone de 15 países que cuentan con un gran número de islas. Entre todas ellas destacan algunas como: Islas Cook, la Polinesia Francesa, Islas Fiyi, Samoa y Australia. Además, te permiten disfrutar de playas desiertas de arena fina, observar su fauna marina y conocer algunas de las culturas y festividades más importantes.



Figura 6: Destinos de Oceanía Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16: Datos económicos de los destinos de Oceanía. 2021

	PIB*	Inflación IPC	PIB per cápita	Índice de Gini	Tasa actividad	Tasa desempleo
<b>Australia</b>	1550	2,9%	60443,1	34,3	66%	5,1%
<b>Islas Cook</b>	0,1068	1%	-	-	-	-
<b>Nueva Zelanda</b>	249,89	3,9%	48781	-	70%	4,1%
<b>Polinesia Francesa</b>	6,05	-	19914,6	-	55%	14,4%

Fuente: Banco Mundial. Elaboración propia  
 PIB\*: en miles de millones de \$ Índice de Gini: dato 2018

Tabla 17: Nivel de seguridad en cada uno de los destinos de Oceanía

	Riesgo general	Riesgo en transporte	Riesgo de carteras	Riesgo de desastres naturales	Riesgo de asalto	Riesgo de terrorismo	Riesgo de estafa
<b>Australia</b>	BAJO	MEDIO	BAJO	ALTO	BAJO	BAJO	BAJO
<b>Islas Cook</b>	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO	MEDIO	BAJO	MEDIO
<b>Nueva Zelanda</b>	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO
<b>Polinesia Francesa</b>	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO





Fuente: Travel Safe. Elaboración propia

En referencia al nivel de seguridad de Oceanía, en la Tabla 17, se destaca únicamente como alto riesgo los desastres naturales, tanto en las Islas Cook como en Australia, por lo contrario, el resto de los riesgos resultan ser de un nivel bajo.

Si examinamos el tipo de cambio de dólar a la moneda oficial de Australia, Islas Cook, Nueva Zelanda y Polinesia Francesa, en el anexo 1, apartado Oceanía, se puede observar cómo resultaría ser más barato viajar a la Polinesia (1\$ → 111,90 XPF) y, por lo contrario, en Australia habría que hacer un mayor gasto (1\$ → 1,49 AUD).

En cuanto al nivel de sostenibilidad de Australia y Nueva Zelanda con relación al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la mencionada en segundo lugar cuenta con el puesto número 26 y una puntuación de 78,3, mientras que, Australia se sitúa en el puesto 38 y obtiene una puntuación de 75,58, pudiéndose contemplar a continuación en la Tabla 18.

Tabla 18: Contribución de los países de Oceanía a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

	Ranking	Puntuación	Fortalezas	Debilidades
<b>Australia</b>	38	75,58		
<b>Nueva Zelanda</b>	26	78,3		

Fuente: Sustainable Development Gindex Elaboración propia

### ISLAS COOK

Las Islas Cook es un país que cuenta con 15 islas volcánicas, de las cuales Rarotonga es la más grande y la que recibe un mayor número de viajeros de entre todas ellas. La comida que se elabora es artesana y los alimentos empleados son ecológicos. En algunas de las islas, reside la cultura polinesia y en algunos poblados dedican sus vidas al cultivo de ostras perleras, así pues, a la perlicultura. Los turistas deben descubrir su cultura, gastronomía, escuchar su música local y practicar sus danzas.

Es la mayor zona salvaguardada de todo el mundo, a causa de las reservas marinas de las que dispone, por lo que, se prohíbe la pesca con fines mercantiles, únicamente se puede llevar a cabo una pesca sostenible a una distancia de más de 93 km de una isla, con el fin de asegurar la subsistencia de las especies marinas. Cabe señalar, que los agentes turísticos han propuesto unas medidas contra la contaminación del medio ambiente, dado que el turismo genera el mayor porcentaje del PIB de todo el país.



Cross-Island Track

El Cross-Island Track es el sendero más famoso de la isla en el bosque Rarotonga, de una duración de entre 3-4 horas.



Mercado de Punanga Nui

El Mercado de Punanga Nui tiene lugar en la localidad de Avarua el sábado por la mañana. En él se descubren diferentes sabores y la música de la isla.



Laguna Muri

La Laguna Muri de aguas transparentes te permite bucear o bien practicar pádel surf.



Laguna Aitutaki

La Laguna Aitutaki es considerada la más bonita del mundo, formada por arena blanca y aguas turquesas, en las que poder relajarse.



‘Atiu

‘Atiu es una isla de naturaleza volcánica en la cual se pueden observar aves.

## AUSTRALIA

Australia es uno de los destinos de lujo más demandado por los turistas que desean explorar lugares que aporten sensaciones diferentes. En la parte suroriental de la isla se presentan temperaturas medias, mientras que en el norte existen temperaturas cálidas. Cabe mencionar, que es un país muy destacado por su fauna y flora, debido a que posee una gran diversidad de especies, gracias a contar con un total de cinco climas.

Otro atractivo turístico se corresponde con la cultura australiana, conocida a nivel mundial, de la cual resaltan las pinturas de paisajes australianos; la fascinante música, danza y teatro de la edad contemporánea y la relevante ópera formada por distintos estilos musicales. En cuanto a la gastronomía de dicho lugar, por un lado, se encuentra comida de procedencia británica e irlandesa, por otro lado, los inmigrantes han dado a conocer la comida asiática de los alrededores y la mediterránea. Los turistas optan por alojarse en tiendas de campaña de lujo, de ese modo, pueden disfrutar de la naturaleza. También demandan viviendas privadas en islas con acceso exclusivo, con el fin de encontrar tranquilidad y paisajes fabulosos.



Blue Mountains

Blue Mountains es un parque nacional en el que disfrutar de sus rutas, puntos de observación, saltos de agua y piscinas naturales.



Opera House de Sydney

La Opera House es uno de los edificios más importantes de Sidney, en él se llevan a cabo obras de teatro, ópera y danza.



La Gran Barrera del Coral

La Gran Barrera del Coral es la más grande del mundo, situada en el mar del Coral. El arrecife mide unos 2.600 km de largo.



Kangaroo Island

Kangaroo Island es el sitio idóneo para conocer la fauna de Australia, podrás encontrar canguros, focas, delfines, etc. Se puede llegar hasta la isla bien en avión o en ferry.



Melbourne

Melbourne es una localidad de Australia, donde podrás disfrutar del mar, el centro de la ciudad, jardines, museos, palacios y las islas Philip.

## 2.3 SITUACIÓN DEL TURISMO DE LUJO EN UN CONTEXTO INTERNACIONAL

El sector turístico de lujo se compone por diferentes subsectores, como son: la hotelería, la restauración, las aerolíneas, los cruceros, los trenes y los touroperadores. Todos ellos, presentan una serie de marcas que ofertan productos apreciados por su gran carácter de lujo e incluso, se dan a conocer en destinos identificados por su esencia exclusiva.

Posteriormente, se mostrarán diversas marcas seleccionadas por su relevancia a nivel mundial dentro de dichos mercados, además de, el número de bienes que ofertan y el lugar donde se encuentran ubicadas. Asimismo, se analizarán diferentes estadísticas, como: el porcentaje de habitaciones de hotel en el mundo, el número de restaurantes Michelin, la oferta de transporte de lujo a nivel internacional y los medios de contratación y tipos de servicios más demandados por los viajeros de lujo.

### ALOJAMIENTO

En primer lugar, el sector hotelero se considera aquel que tiene una mayor relevancia en la industria turística. La hotelería de lujo se define por transmitir la percepción de calidad que proyecta su marca y garantizar un servicio excelente a sus clientes, asimismo, deben asegurarse de ofrecer una experiencia de alojamiento única. Por lo general, dichos hoteles atienden a aquellos que pertenecen a la categoría de cuatro o cinco estrellas, en vista de que la calidad de sus servicios se sitúa entre un 70-84% para la categoría de cuatro estrellas y entre un 85-100% para la categoría de cinco estrellas.

Como se puede observar en la Figura 7, nos muestra el porcentaje de habitaciones de hotel en todo el mundo durante el año 2020. La clasificación de dichas habitaciones ordenadas de menor a mayor lujo es la siguiente: económica, escala media, escala media-superior, superior, superior de lujo y lujo. Las habitaciones de lujo presentan el menor porcentaje, es decir, un 6,1%. Por lo contrario, aquellas de escala media-superior representan el mayor porcentaje, un 23,8%, aunque, las superiores se aproximan lo suficiente con un 22,1%. Finalmente, se puede interpretar que las habitaciones de una categoría de lujo representan un 21,6% del total de habitaciones de hoteles en el mundo, en cambio, aquellas de una categoría económica- media un 32,5%. Por lo que, la oferta hotelera económica representa un 10,9% más frente a la oferta hotelera de lujo.

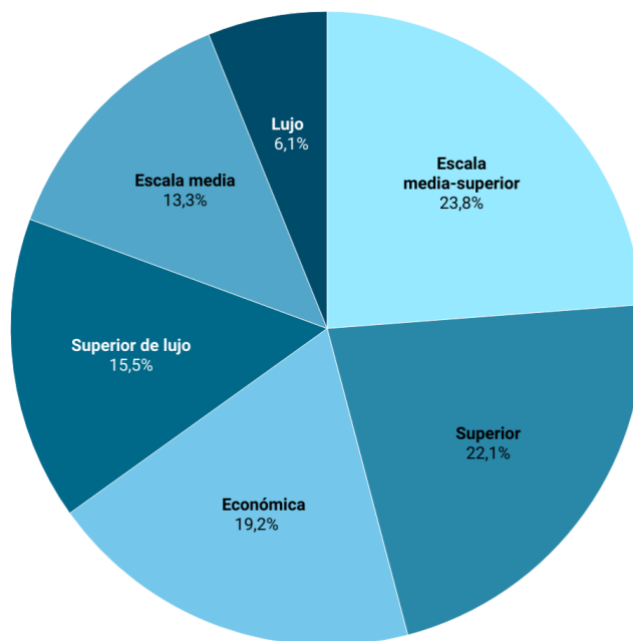












Figura 7: Porcentaje de habitaciones de hotel en el mundo en 2020

Fuente: Statista. Elaboración propia.

En la Tabla 19, se clasifican las diferentes cadenas hoteleras más lujosas del mundo según (Forbes, 2018). También se detalla el número de establecimientos hoteleros que posee cada una de ellas y la cantidad de países en los que se encuentran presentes. La cadena que dispone de un mayor número de hoteles es Four Seasons Hotels and Resorts, de igual forma que se distribuyen en una mayor cuantía de países. Mientras que, de entre estas diez cadenas, Oetker Collection Masterpiece Hotels resulta ser la de un menor tamaño, contando únicamente con 11 establecimientos.

Cabe mencionar que, los turistas de lujo no únicamente se decantan por habitaciones de hoteles de ciudad, resorts o spas para disfrutar de su alojamiento, ya que, como se ha mencionado anteriormente, estos prefieren vivir experiencias en lugares exclusivos, por ejemplo: villas, cabañas, burbujas, iglús y lodges.

Tabla 19: Las cadenas hoteleras más lujosas del mundo

Clasificación	Cadena hotelera	Logo	N.º Hoteles	Países
1	Aman Resorts		34	20
2	Oetker Collection		11	7
3	Mandarin Oriental		36	21
4	Six Senses		20	17
5	Four Seasons		127	46
6	Belmond		33	16
7	Auberge Resorts		23	5
8	Rosewood		30	16
9	One & Only Resorts		12	9
10	St. Regis		56	24

Fuente: Forbes, LVDS slow travel. Elaboración propia

## RESTAURACIÓN

En segundo lugar, el sector de restauración de lujo se caracteriza por ofertar productos gastronómicos y vinos de una calidad excepcional, aparte de complementarlos con un gran servicio. Normalmente, dichos restaurantes se suelen clasificar por estrellas Michelin, con el fin de determinar la calidad de sus platos, pudiendo obtener entre una y tres estrellas. También son considerados como tal, aquellos que han obtenido un título de cinco tenedores por el servicio ofrecido a sus clientes.

Este sector se ha visto muy afectado por la pandemia, por ello, se han cerrado una gran cantidad de negocios. Pero cabe señalar que, los restaurantes conocidos como premium son aquellos que han obtenido un gran éxito tras la postpandemia, distinguidos por su atención al cliente, su oferta gastronómica con precios medios a los de la competencia y decoraciones de carácter moderno.

Tabla 20: Los restaurantes más lujosos del mundo

Clasificación	Restaurante	Logo	Localización	Precio menú/per
1	Noma		Copenhague, Dinamarca	389,68 – 671,86€
2	Geranium		Copenhague, Dinamarca	429,99€
3	Asador Etxebarri		Axpe, España	242€
4	Central		Lima, Perú	195,67 – 211,68€
5	Disfrutar		Barcelona, España	235 – 1000€
6	Frantzén		Estocolmo, Suecia	400,12€
7	Maido		Lima, Perú	87,58 – 211,18€
8	Odette		Singapur	282,5 – 405,74€
9	Pujol		Ciudad de México, México	104,6 – 156,49€
10	The Chairman		Hong Kong	99,99 – 131,39€

Fuente: The Cable News Network. Elaboración propia

La Tabla 20, expone los diez restaurantes más lujosos del mundo en el año 2021. Dichos restaurantes se localizan en diferentes lugares, alrededor de tres de los cinco continentes, es decir: Europa, América y Asia. Igualmente, muestra el rango de precios de los menús que disponen por persona, sin incluir estos el maridaje. El restaurante Disfrutar situado en Barcelona (España) cuenta con el precio más elevado, en cambio, el restaurante Maido ubicado en Lima (Perú) dispone del menor precio de entre ellos.



Seguidamente, en la Tabla 21, podemos encontrar el número de restaurantes que han obtenido una, dos o tres estrellas Michelin en cada uno de los continentes del mundo, distribuidos en un total de 39 países, además de, su porcentaje de representación en la oferta del mercado. Principalmente, Europa cuenta con el mayor porcentaje de restaurantes tanto de una estrella (70,28%), dos estrellas (63,54%), como de tres estrellas (60,58%) Michelin. Asimismo, en el anexo 1, se puede observar como Francia es el país europeo que posee un mayor número de restaurantes Michelin, siguiéndole Italia y Alemania. La categoría de una estrella es la que muestra una mayor oferta en el mercado con 2668 restaurantes, mientras que, la categoría de tres estrellas dispone de una oferta limitada de 137 restaurantes. Por último, en la gastronomía de África y Oceanía no se encuentra ningún restaurante de dichas categorías.

Tabla 21: Porcentaje de oferta de restaurantes Michelin en el mundo































	<b>1 estrella</b>	<b>% repr.</b>	<b>2 estrellas</b>	<b>% repr.</b>	<b>3 estrellas</b>	<b>% repr.</b>
<b>África</b>	-	-	-	-	-	-
<b>América</b>	194	7,27%	40	8,33%	13	9,49%
<b>Asia</b>	599	22,45%	135	28,13%	41	29,93%
<b>Europa</b>	1875	70,28%	305	63,54%	83	60,58%
<b>Oceanía</b>	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>2668</b>	<b>100,00%</b>	<b>480</b>	<b>100,00%</b>	<b>137</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Guide Michelin. Elaboración propia

## TRANSPORTE

Los viajes de lujo se pueden llevar a cabo a través de diferentes medios de transporte, como, por ejemplo: aviones, barcos o trenes. El transporte aéreo de carácter lujoso se considera viajar en primera clase o bien en aviación privada, no obstante, los viajes en barcos y trenes de lujo combinan el transporte con alojamiento, aportando cierto grado de tranquilidad y comodidad. En la Tabla 22, se distinguen las marcas más lujosas del mundo de dichos transportes. De entre ellas, los precios más altos los ofertan: Emirates, Regent Seven Seas Cruises y Golden Eagle. Sin embargo, los precios más bajos los ofrecen: Singapore Airlines, Royal Caribbean y Belmond.

Tabla 22: Los medios de transporte más lujosos del mundo

Medio de transporte	Nombre de la marca	Logo	País	Rango de precios/pax
Avión	Qatar Airways			456 – 5836€
	Singapore Airlines			99 – 5469€
	ANA All Nippon Airways			640 – 5452€
	Emirates			592 – 7064€
	Etihad Airways			327 – 5408€
Crucero	Seven Seas Explorer-Regent Seven Seas Cruises			4789 – 35309€
	Symphony of the Seas-Royal Caribbean			434 – 3619€
	The World Residences at Sea			Alquiler: 1732,15 – 5870,15 €/noche
	NCL Epic-Norwegian Cruise Line			552 – 8244€
	MSC Preziosa			249 – 2379€
Tren	Venice Simplon-Orient Express			3210,76 – 13525,16€
	Golden Eagle			7051,92 – 31166,07€
	Hiram Bingham			562,07 – 1012,7€
	Transcantábrico			2675 – 5775€
	Pride of Africa de Rovos Rail			1441,20 – 22676,06€

Fuente: For Travel Advice Lovers, Nius diario, Infobae. Elaboración propia

En cuanto a la oferta de transporte de lujo en el mercado internacional, en la Figura 8, encontramos tres gráficos, de los cuales el primero corresponde a las aerolíneas de lujo en primera clase, el segundo a los barcos de crucero y navieras de lujo y el tercero a los trenes de lujo. Los gráficos representan los porcentajes de las empresas de dichos subsectores que provienen de cada uno de los continentes. En el anexo 1, se puede encontrar de forma detallada una lista de cada uno de dichos subsectores con sus empresas correspondientes y el país donde operan estas.

En primer lugar, la mayoría de las aerolíneas de lujo provienen de Asia, es decir, un 62,5%, en cambio, en Oceanía únicamente se localizan un 6,25%. En segundo lugar, con relación a los cruceros y las navieras de lujo, sus sedes solamente se sitúan en dos continentes, el 52,63% en América y el 47,37% en Europa. En tercer y por último lugar, en referencia a los trenes de lujo, la mayor parte de las compañías operan tanto en Asia como en Europa con un 34,38% en ambos continentes, mientras que, la menor parte en Oceanía con un 6,25%.

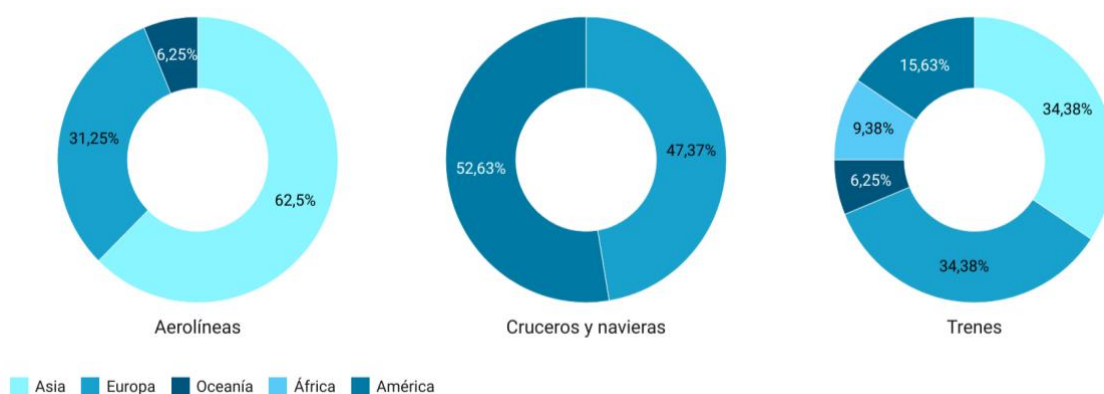


Figura 8: Oferta de transporte de lujo en el mercado internacional

Fuente: Luxury Train Club, Crucero Adicto, For Travel Advice Lovers. Elaboración propia

## TOUROPERADORES

Los touroperadores turísticos son aquellas empresas que se encargan de ofrecer un conjunto de servicios integrados entre sí, como son: alojamiento, transporte, gastronomía, excursiones, etc. El contratar un viaje a través de estas agencias, permite al cliente tener cierta tranquilidad, ya que hay una organización de principio a fin. Cabe señalar que, tienen una amplia oferta de destinos a los que viajar y de servicios, estos son: tours de día, excursiones, cruceros, actividades deportivas, experiencias gastronómicas, spa y centros de bienestar, lunas de miel, viajes en familia y viajes vacacionales de sol y playa.

Tabla 23: Unos de los touroperadores más lujosos del mundo

Touroperadores	Logo	Continente	N.º destinos	Rango de precios
Catai		Europa	128	14.495 – 255 €
Lux Travel DMC		Asia	10	5.733,91 – 43,88 €
Abercrombie & Kent	 Abercrombie & Kent	América	59	250.412,50 – 2.298,79 €
Aventura África		África	12	13.150 – 2.900 €
Intrepid		Oceanía	121	20.700 – 113 €

Fuente: Catai, Lux Travel DMC, Abercrombie & Kent, Aventura África, Intrepid. Elaboración propia

Anteriormente, en la Tabla 23, podemos encontrar cinco touroperadores turísticos de lujo, cada uno de ellos procedente de un continente. Es de importancia mencionar que, Luz Travel DMC y Aventura África se centran en destinos de sus propios continentes, mientras que, el resto de las agencias ofertan destinos a nivel mundial. En el anexo 1, se especifican todos aquellos que puedes contratar por medio de dichos touroperadores y, además, el mayor y menor precio ofertado de los paquetes o excursiones en cada uno de esos lugares.

Por un lado, de entre estas cinco agencias, Catai es la que ofrece un mayor número de destinos, es decir, un total de 128. Por lo contrario, Lux Travel DMC únicamente permite contratar sus servicios en 10 países del continente africano. Por otro lado, en referencia al rango de precios que proponen cada una de ellas, Abercrombie & Kent dispone del paquete turístico con un mayor precio, es decir, un viaje desde Sudáfrica hasta el Polo Sur con un coste de 250.412,50 €, en cambio, Luz Travel DMC ofrece un tour de medio día a la antigua ciudad de Hoy An (Vietnam) por un precio de 42,91 €.

Los viajes se pueden contratar por medio de canales mediados, estos son los siguientes: agencias de viajes tradicionales, agencias de viajes online y webs de reservas o comparadores. Aunque también cabe la posibilidad de contratar estos de forma directa, lo que quiere decir, a través de la compañía oficial o en el propio destino. Además de, poder elegir entre diferentes modalidades de servicios: el paquete organizado, el paquete dinámico, servicios sueltos u otros.

Según (Hosteltur, 2019) la mayoría de los viajeros de lujo (58%) prefieren contratar sus viajes mediante canales mediados, no obstante, un 37% de ellos recurren a la propia compañía. Por lo contrario, en cuanto al resto de los viajeros que llevan a cabo otro tipo de viajes, un 61% optan por realizar una contratación directa, destacando de esta que un 38% también escogen los servicios de la propia compañía.

Tabla 24: Porcentaje de viajes de lujo y otros tipos de viajes, contratados por diferentes medios

Medio de contratación	Viajes de lujo	Otros tipos de viajes
Agencia de viajes tradicional	22%	11%
Agencia de viajes online	16%	17%
Webs de reservas y comparadores	18%	15%
Compañía oficial	37%	38%
Destino del viaje	6%	11%
Otros	6%	12%

Fuente: Hosteltur. Elaboración propia

De acuerdo con (Hosteltur, 2019) mayoritariamente los viajes de lujo (62%) y otros tipos de viajes (65%) se conforman por servicios sueltos. Al mismo tiempo, un 18% de los viajes de lujo son paquetes organizados y un 15% paquetes dinámicos<sup>1</sup>, mientras que, un 12% de otros tipos de viajes son paquetes organizados y un 13% son paquetes dinámicos, todo ello se representa en la Figura 9.

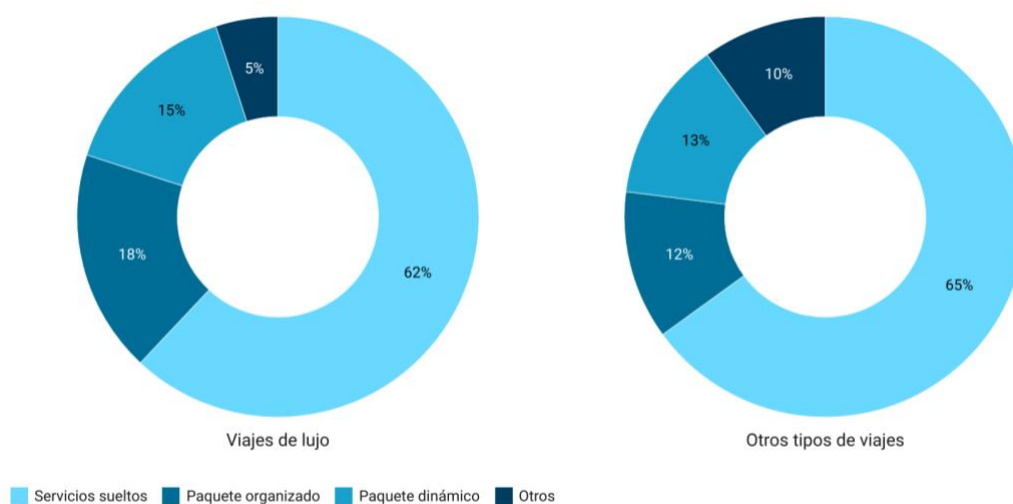


Figura 9: Porcentaje de servicios contratados en viajes de lujo y otros tipos de viajes

Fuente: Hosteltur. Elaboración propia

<sup>1</sup> Método para crear ofertas o paquetes basados en los componentes seleccionados por el cliente. Este combina inventario de múltiples fuentes, permitiendo a los clientes crear y reservar un itinerario personalizado que resulta en una mayor flexibilidad.

### 3. TURISMO DE LUJO EN ESPAÑA

España es conocida mundialmente como un destino turístico de excelencia, eso explica el número de visitantes que ha recibido desde enero hasta noviembre del 2022, es decir, según (INE, 2022) un total de 67.436.967 millones de turistas y 30.223.697 millones de excursionistas. Los meses de julio, agosto y septiembre, suelen ser aquellos en los que atiende a un mayor número de visitantes, debido al clima que presenta con unas altas temperaturas, superando durante el día los 30°.

Además, cuenta aproximadamente con un total de 505.370 kilómetros cuadrados, repartidos en 17 comunidades autónomas y 2 ciudades autónomas, es decir, distribuidas en un total de 50 provincias y 8.122 municipios.

Actualmente, según (Organización Mundial del Turismo, 2022) en el mes de noviembre de 2022, España fue el tercer país dentro del top diez de destinos mundiales en obtener una mayor recuperación de llegadas turísticas en comparación a los resultados de noviembre del 2019 (datos anteriores a la COVID-19).

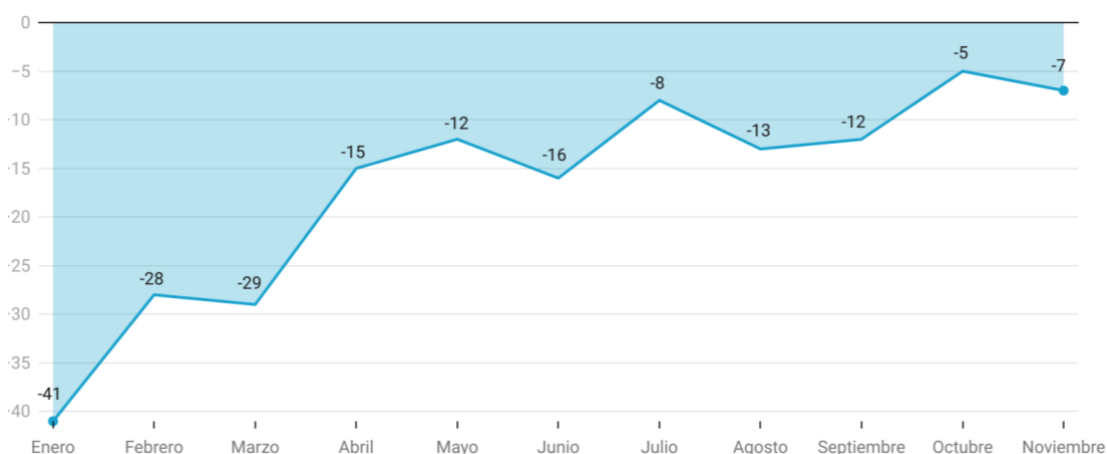


Figura 10: Llegadas turísticas internacionales en 2022 en comparación con 2019  
Fuente: OMT. Elaboración propia

Tal y como se puede observar en la Figura 10, en el comienzo del año 2022 la recuperación de llegadas turísticas presentaba un índice muy inferior en comparación a la última temporada de dicho año. Los meses de octubre (-5), noviembre (-7) y julio (-8) son aquellos que presentaron los porcentajes más favorables para el sector. Por lo contrario, enero (-41), marzo (-29) y febrero (-28) obtuvieron los más inferiores en relación con el resto de los meses del año.

Tras observar los datos anteriores, se puede concluir que España se encuentra ante una situación desfavorable para poder impulsar un turismo de lujo y llegar a posicionarse entre uno de los mayores referentes europeos, debido a las condiciones económicas que se presentan actualmente. Por ello, sería conveniente intentar fomentar dicha modalidad turística, con el fin de poder llegar a generar un mayor gasto medio gracias a la presencia de aquellos turistas que buscan una exclusividad considerable.

### 3.1 PERFIL DEL TURISTA DE LUJO EN ESPAÑA

Gracias al estudio (Observatur, 2019) realizado por medio del Observatorio Nacional de Turismo Emisor con la colaboración de dos grandes empresas del sector, es decir, la aerolínea Iberia y la cadena de hoteles internacional Meliá, vamos a poder conocer las características más relevantes de aquellos turistas de lujo que visitan España. A continuación, en la Tabla 25, se muestran algunas de ellas:

Tabla 25: El perfil del turista de lujo que visita España

<b>Edad media</b>	Entre 40 y 65 años
<b>Nacionalidad</b>	Nacionales, estadounidenses e ingleses
<b>Características</b>	Fiel, discreto y exigente. Empresario o con un alto cargo.
<b>Persona acompañante</b>	En pareja o en familia
<b>Número de viajes al año</b>	2 o 3 viajes al año (media 2,7)
<b>Temporada de viaje</b>	Verano, Navidad y Semana Santa
<b>Duración del viaje</b>	Más de 7 días
<b>Gasto medio</b>	2.000€ por persona
<b>Tipo de viaje contratado</b>	Alojamiento, transporte y excursiones
<b>Medio de contratación</b>	Agencia de viajes especializada para desplazamientos internacionales o ellos mismos organizan su propio viaje
<b>Elementos de interés</b>	Descubrir el destino y sus costumbres locales, actividades que generen sentimientos y emociones
<b>Aspectos importantes</b>	Disponer de ciertos privilegios, disfrutar de la exclusividad, un destino lejano y sus compras
<b>Destinos más demandados</b>	Islas Canarias, Andalucía, Islas Baleares, Cataluña y Comunidad Valenciana

Fuente: Observatur. Elaboración propia

Es de importancia señalar que, desde comienzos del siglo XXI el turismo nacional representa el 50% en España y se espera que siga siendo así durante los próximos años, debido a que las nuevas generaciones consideran imprescindible el hecho de viajar, lo que conlleva, un aumento considerable de la demanda turística. Aunque, hoy en día, la demanda de turistas internacionales procedentes de países lejanos ha aumentado considerablemente y dichos turistas, contribuyen con un mayor gasto diario.

Tabla 26: Porcentaje de turistas por países de procedencia en los últimos 5 años. España

	2022	2021	2020	2019	2018
<b>Alemania</b>	13,6%	16,7%	12,6%	13,4%	13,8%
<b>Bélgica</b>	3,5%	4,7%	3,9%	3,0%	3,0%
<b>Francia</b>	14,1%	18,7%	20,5%	13,3%	13,6%
<b>Irlanda</b>	2,9%	2,0%	1,7%	2,6%	2,5%
<b>Italia</b>	5,6%	5,5%	5,0%	5,4%	5,3%
<b>Países Bajos</b>	5,5%	6,6%	4,9%	4,4%	4,7%
<b>Países Nórdicos</b>	6,0%	5,9%	6,2%	6,6%	7,0%
<b>Portugal</b>	3,4%	3,8%	4,0%	2,9%	2,8%
<b>Reino Unido</b>	21,1%	13,8%	16,6%	21,6%	22,4%
<b>Rusia</b>	0,04%	0,4%	0,8%	1,6%	1,5%
<b>Suiza</b>	2,3%	3,0%	2,1%	2,2%	2,3%
<b>Resto Europa</b>	9,1%	9,6%	8,9%	7,7%	7,3%
<b>Estados Unidos</b>	3,9%	2,6%	2,1%	4,0%	3,6%
<b>Resto América</b>	5,0%	3,4%	4,8%	4,5%	4,1%
<b>Resto Mundo</b>	4,0%	3,3%	5,6%	6,8%	6,2%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) Elaboración propia

Durante los últimos 5 años, como se puede observar en la Tabla 26, la mayoría de los turistas que han visitado España eran de origen británico, francés y alemán. Sin embargo, se ha recibido un menor número de visitas de aquellos turistas procedentes de Rusia, Suiza e Irlanda. El mayor porcentaje lo alcanzaron los británicos (22,4%) en el año 2018, aunque en este último año 2022 han llegado a representar un (21,1%), lo que conlleva una posible recuperación de dicho porcentaje de turistas en el año 2023. La menor proporción de turistas (0,04%) se dio en el 2022 siendo estos de origen ruso, a causa de los conflictos producidos entre Rusia y Ucrania en ese mismo año.



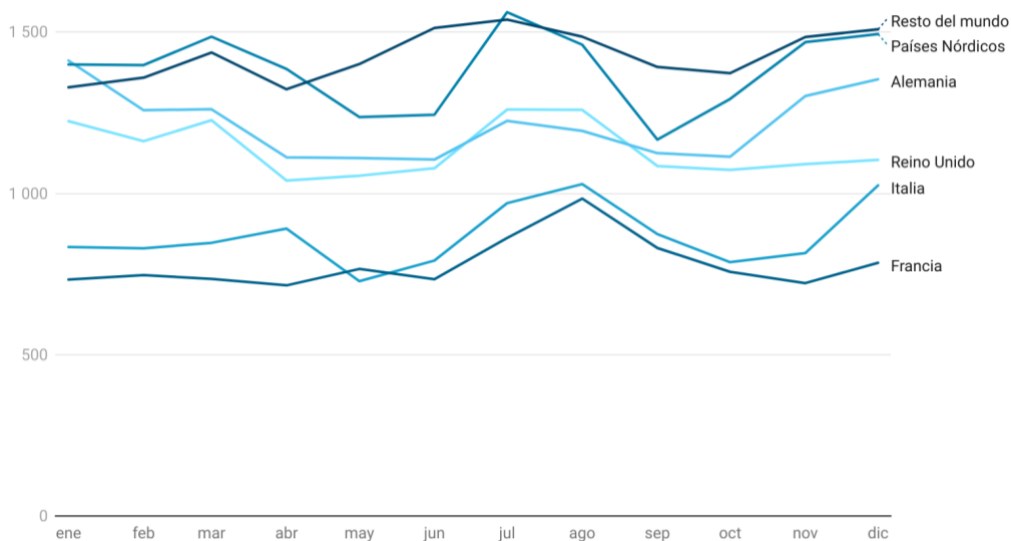


Figura 11: Gasto medio por turista según país de residencia en 2022  
Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) Elaboración propia

Con relación al gasto medio por turista, durante este último año 2022, los residentes de los Países Nórdicos han sido los que han contribuido con un mayor gasto medio por turista, alcanzando en el mes de julio los 1562€. Por lo contrario, teniendo en cuenta aquellos países que realizan un mayor número de visitas a España, de entre ellos, Francia ha sido el que ha aportado un menor gasto medio por turista. Aunque, como se puede interpretar en la Figura 11, el punto más bajo fue en el mes de mayo por parte de Italia con 728€.

### 3.2 EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS EN RELACIÓN CON LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

Desde finales del siglo XX hasta el año 2022, la historia económica del turismo español se divide en cuatro etapas. La variación del número de turistas internacionales a lo largo de dichos años ha ido aumentando de forma positiva, excepto ciertas bajadas que se han ocasionado debido a diferentes acontecimientos, los cuales detallaremos a continuación:

- Atentado del 11 de septiembre de 2001
- La crisis económica de 2008
- La crisis sanitaria de la Covid-19



Figura 12: Etapas de la historia del turismo español Elaboración propia

Durante la primera etapa (1995-2007) se encontraban ante una situación económica excelente, ya que la llegada del euro ayudó a regular la inflación, los precios de los bienes y servicios eran bajos y los sueldos eran relativamente buenos, es por ello, que en aquel momento el objetivo principal era aumentar la calidad y la competitividad del turismo español frente al resto de países. Solamente, se produjo cierta inseguridad a los medios de transporte para realizar los viajes, con motivo del atentado a las torres gemelas de Nueva York el 11 de septiembre de 2001.

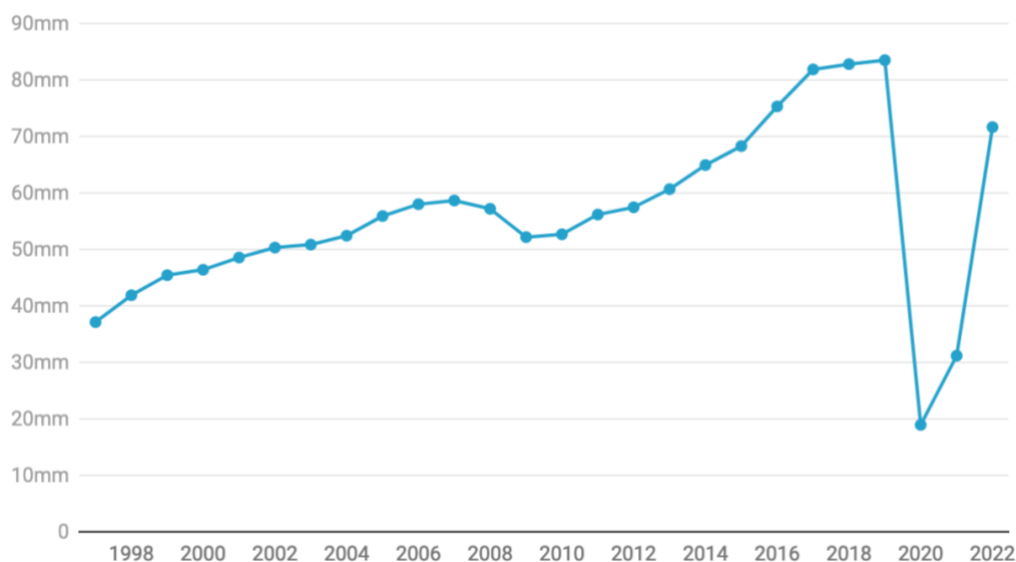


Figura 13: Número de turistas internacionales en España

Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadística), OMT (Organización Mundial del Turismo), FRONTUR (Estadística de Movimientos Turísticos en Frontera)

Seguidamente, dicho desarrollo del sector turístico se detuvo en la segunda etapa (2007-2009), puesto que en el año 2008 tuvo lugar una gran crisis económica. Por consiguiente, se puede observar en la Figura 13, una caída de la llegada de turistas internacionales del -11,06%, ya que se pasó de recibir en el año 2007 un total de 58.665.504 de turistas a 52.177.640 en el año 2009. Además, como se detalla en la Figura 14, esto conllevó una bajada de los ingresos por turismo, los cuales se recuperaron notoriamente a partir del año 2013, gracias a los mercados emisores del turismo español, es decir, aquellos que contribuyen a un mayor gasto medio.

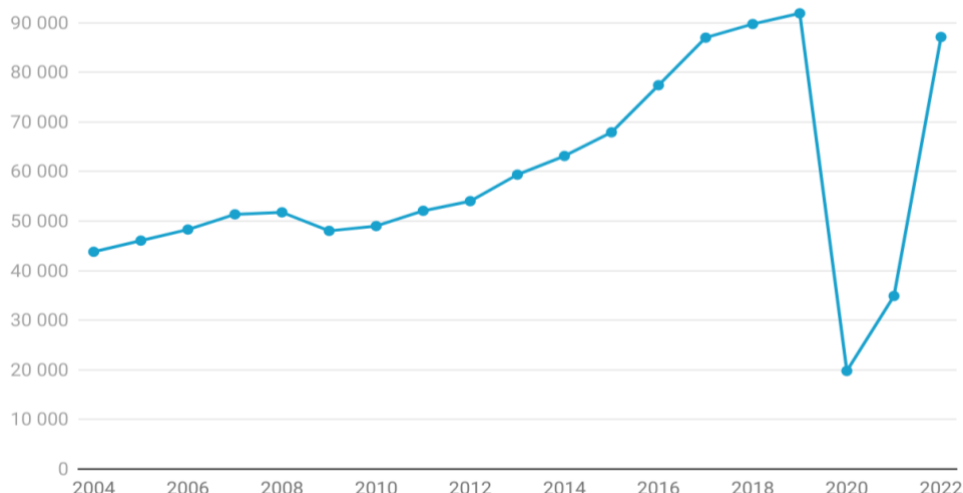


Figura 14: Ingresos por turismo en España

Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadística), EGATUR (Encuesta de Gasto Turístico)

Así bien, la etapa tres (2009-2019) fue de gran importancia para la historia del turismo de España, puesto que se llegaron a recibir más de 80 millones de turistas internacionales y se ingresaron más de 90 millones de euros. Realizando una comparación del inicio frente al fin de dicha etapa, alcanzaron un aumento del 60,05% de los turistas y un 91,33% de los ingresos.

Por último, la cuarta etapa (2019-2022) es aquella que hemos vivido recientemente a causa de la crisis sanitaria de la Covid-19, que como bien se puede apreciar en la Figura 13, supuso una caída del -77,33% del número de turistas, ya que en el año 2019 hubo un total de 83.509.153 y en el 2020 únicamente 18.933.103 turistas. Asimismo, en la Figura 14, se detalla la bajada de los ingresos por turismo del -78,47%, es decir, en el año 2019 se logró un beneficio de 91.911,97 millones de euros y mientras que en el 2020 soló 19.786,78 millones de euros.

Tabla 27: Ranking de países por ingresos turísticos

	2010		2015		2019		2021	
<b>Ingresos por turismo (billones de \$)</b>	Estados Unidos	130,3	Estados Unidos	192,6	Estados Unidos	199	Francia	40,8
	España	58,5	España	62,5	España	79,7	España	34,5
	Francia	57,1	Francia	58,3	Francia	63,5	Turquía	26,6
	China	45,8	China	45	Italia	49,6	Italia	25,2
	Polonia	9,4	Italia	39,4	China	35,8	México	19,8

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) Elaboración propia

A lo largo de los años que se han seleccionado para analizar el ranking de países por ingresos turísticos, en cada uno de ellos, España ocupa el segundo lugar, mientras que Estados Unidos se sitúa por delante y Francia por detrás. Excepto en el año 2021, que el puesto de Francia lo ocupa Turquía y pasa a situarse en el primer lugar, haciendo desaparecer a Estados Unidos del ranking. Resulta sorprendente, debido a que este obtenía unos altos ingresos en comparación al resto, por ejemplo, en el año 2019 logró un 60% más que España y un 82% más que China.

Como se puede observar en la Tabla 27, en los años anteriores a la Covid-19, el ranking de los cinco países que obtenían un mayor número de ingresos por turismo se componía por Estados Unidos, España, Francia y China. En cambio, tras la pandemia de la Covid-19 países como Estados Unidos y China han desaparecido de dicha clasificación y se han incorporado Turquía y México.

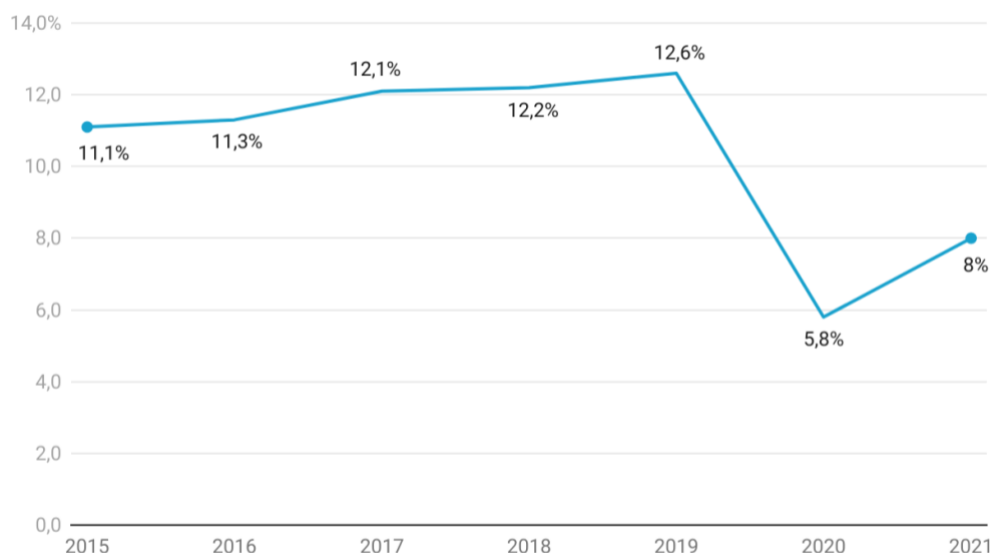


Figura 15: Aportación del turismo al PIB español  
Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadística) Elaboración propia

En la Figura 15, se representa la aportación del turismo al PIB español durante diferentes años. Se debe de tener en cuenta que, según (INE, 2021) el dato de 2020 es una estimación provisional y el de 2021 es una estimación avance. Aun así, nos muestra la subida que se produce de 2,2 puntos del año 2020 al 2021, como consecuencia de la importante contribución del turismo nacional tras la pandemia. Desde el 2015 hasta el 2019, año tras año, se observa un aumento de dicha participación, llegando a alcanzar casi un 13%.

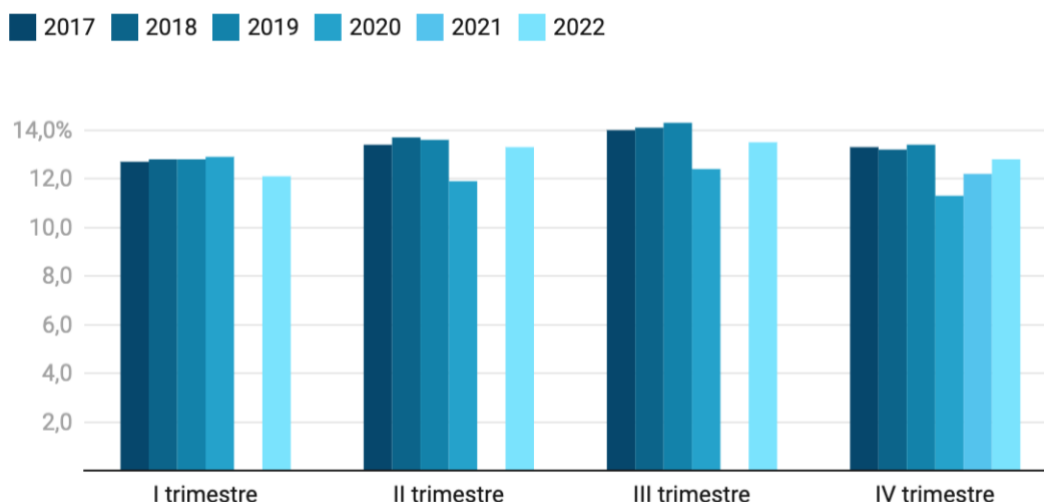


Figura 16: Aportación del turismo al empleo nacional. Trimestral (%)  
Fuente: TURESPAÑA (Instituto de Turismo de España)

Con respecto a la aportación que contribuye el turismo al empleo total nacional, en la Figura 16, se encuentra el porcentaje de trabajadores del sector turístico trimestralmente durante los últimos seis años, siendo la media del 13%. En el año 2017, 2018 y 2019 los porcentajes eran muy similares en cada uno de los cuatro trimestres. Ahora bien, en el 2020, se produjo una gran bajada de los empleos en relación con el año anterior debido a la crisis sanitaria: en el II trimestre un -6%, en el III trimestre un -3,5% y en el IV trimestre un -3,1%. Por último, en el 2022, se calcula un aumento de dichos puestos de trabajo en comparación al 2020: en el II trimestre un 10%, en el III trimestre un 7,1% y en el IV trimestre un 5,8%.

### 3.3 DESTINOS

España cuenta con un total de 17 comunidades autónomas, de entre todas ellas, hay algunas que son mayoritariamente demandas por el perfil del turista de lujo. Muchos de estos turistas, hacen gran hincapié en los lugares que se van a alojar, las actividades que le pueden ofrecer dichos destinos y, además, que puedan encontrar restaurantes de alta cocina gastronómica.

Según el número de llegadas turísticas internacionales a las diferentes comunidades autónomas que se pueden apreciar en la Tabla 28, en el año previo a la pandemia, es decir, en el 2019 y actualmente en el año 2022, los destinos más visitados han sido: Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía y Comunidad Valenciana. Al tiempo que, las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla son las que recibieron el menor número de visitas por turistas extranjeros.

Tabla 28: Número de turistas según comunidad autónoma de destino

	2022	2021	2020	2019
<b>Andalucía</b>	10009890	4248340	2700613	12023153
<b>Aragón</b>	385175	215884	172084	544761
<b>Asturias</b>	277267	161462	92222	317860
<b>Baleares</b>	13203885	6324711	1721123	13679781
<b>Canarias</b>	12328012	5258729	3787228	13146863
<b>Cantabria</b>	323694	159960	106392	392516
<b>Castilla y León</b>	1016508	499370	430405	1286198
<b>Castilla-La Mancha</b>	200063	98134	95887	262044
<b>Cataluña</b>	14852042	5787837	3870259	19375152
<b>Comunidad Valenciana</b>	8616445	4019766	2542758	9535496
<b>Extremadura</b>	319504	218790	156169	469398
<b>Galicia</b>	1271894	772452	540004	1624711
<b>Madrid</b>	6048182	2177068	1718335	7640980
<b>Murcia</b>	821232	385228	279245	1037818
<b>Navarra</b>	273406	123614	146325	415054
<b>País Vasco</b>	1545013	668683	527286	1611280
<b>Rioja</b>	105910	47913	45355	139497
<b>Ceuta</b>	35937	3942	-	-
<b>Melilla</b>	25224	8918	-	-
<b>TOTAL</b>	71659283	31180801	18931690	83502562

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) Elaboración propia

Debido a que nos hemos centrado en el turismo de lujo español, se ha analizado tanto la oferta como la demanda de establecimientos hoteleros de cuatro y cinco estrellas en cada una de las comunidades autónomas, realizando una media de dichos datos, ya que varían durante los diferentes meses del año. En relación con la oferta, se tienen en cuenta tanto el número de establecimientos, el número de habitaciones y el número de camas disponibles en las categorías de hoteles mencionadas. Como se observa en la Tabla 29, el destino que oferta el mayor número de hoteles es Cataluña y el que dispone del mayor número de habitaciones y, por tanto, de camas son las Islas Canarias. También destacan Andalucía, las Islas Baleares y Madrid, durante el año 2021. Ahora bien, La Rioja únicamente cuenta con un total de 11 hoteles, 725 habitaciones y 1.446 camas.

Con respecto a la demanda de establecimientos hoteleros de cuatro y cinco estrellas, aquella comunidad que se ha beneficiado del mayor número de noches pernoctadas tanto por turistas nacionales como internacionales es Canarias con un total de 23.300.972 noches. A diferencia de La Rioja, contando con tan sólo un total de 212.374 pernoctaciones a lo largo del año 2021.

Tabla 29: Oferta y demanda de alojamientos (4 y 5 estrellas) por comunidad autónoma en España. 2021

	Oferta establecimientos			Demanda establecimientos
	Nº estable.	Nº habit.	Nº camas	Nº noches turistas nacionales e internacionales
Andalucía	355	48353	108482	20066620
Aragón	52	4711	9367	1389594
Asturias	48	3148	6311	992387
Baleares	217	33555	72447	15495985
Canarias	209	53042	118918	23300972
Cantabria	25	2042	4107	774982
Castilla y León	105	7486	14798	2258782
Castilla-La Mancha	44	3331	6743	946775
Cataluña	371	40273	87373	13800803
Comunidad Valenciana	155	21501	45386	8301685
Extremadura	39	2816	5656	864813
Galicia	97	7690	14988	2412483
Madrid	175	26282	52690	6738239
Murcia	27	3291	6491	1134823
Navarra	23	1538	3080	437193
País Vasco	61	6129	12060	1823026
Rioja	11	725	1446	212374
<b>TOTAL</b>	<b>2016</b>	<b>265912</b>	<b>570341</b>	<b>100951536</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) Elaboración propia

Tras realizar dicho análisis, se ha decidido escoger aquellos destinos con una mayor demanda de hoteles de las categorías nombradas anteriormente, estos son: Islas Canarias, Andalucía, Islas Baleares y Cataluña. Además de que, en dichos lugares se sitúan los hoteles y restaurantes de mayor lujo, lo cual se podrá distinguir en el apartado 3.4 SITUACIÓN DEL TURISMO DE LUJO EN ESPAÑA.



Figura 17: Destinos de España Fuente: Elaboración propia

Tabla 30: Datos económicos de los destinos de España 2021

	PIB*	Inflación IPC	PIB per cápita	Tasa Actividad	Tasa desempleo
<b>Andalucía</b>	160,7	6,7%	18906	57,03%	21,67%
<b>Baleares</b>	30,3	6,5%	24866	63,21%	14,78%
<b>Canarias</b>	42,7	5,8%	18990	57,95%	23,18%
<b>Cataluña</b>	229,4	6,1%	29942	61,27%	11,56%
<b>Comunidad Valenciana</b>	112,6	6,8%	22289	57,77%	15,92%
<b>Madrid</b>	234,6	6,2%	34821	63,39%	11,55%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) Elaboración propia  
 PIB\*: en miles de millones de €

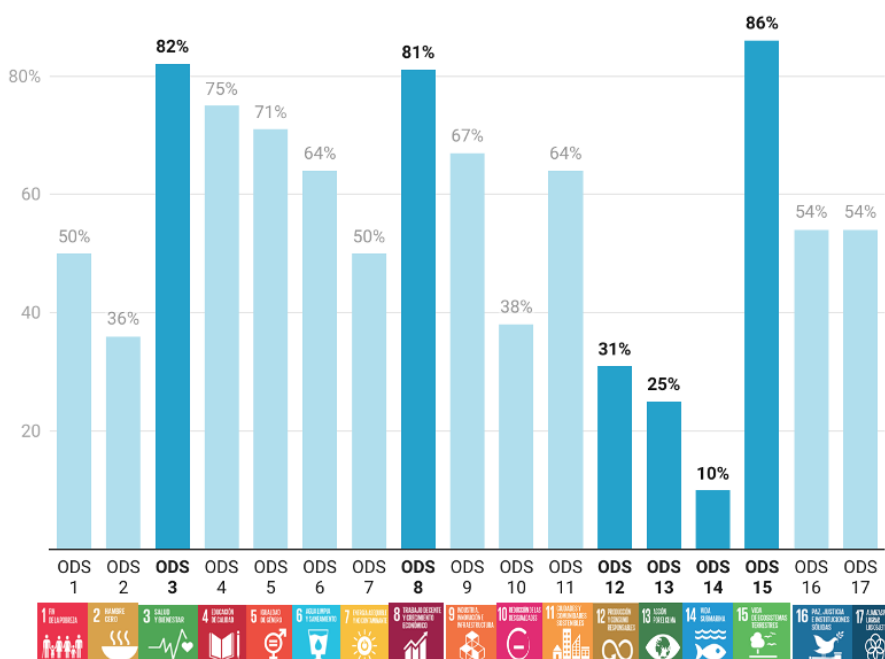


Figura 18: Cobertura de los indicadores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Enero 2021  
 Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) Elaboración propia

España en relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, como ya se ha mencionado anteriormente se sitúa en el lugar número 17 de 163 países, es decir, aporta valor en que se logren los indicadores de cada uno de ellos. Los tres mejores objetivos en los que contribuye son: vida de ecosistemas terrestres con un 86% (ODS 15), salud y bienestar con un 82% (ODS 3) y trabajo decente y crecimiento económico con un 81% (ODS 8). En cambio, los tres con una menor aportación son: vida submarina con un 10% (ODS 14), acción por el clima con un 25% (ODS 13) y producción y consumo responsable con un 31% (ODS 12).



## ISLAS CANARIAS

El archipiélago de las Islas Canarias se encuentra formado por un total de siete islas principales, es decir: El Hierro, La Gomera, La Palma, Tenerife, Fuerteventura, Gran Canaria y Lanzarote. Cabe destacar de ellas, su favorable clima hasta en las estaciones de otoño e invierno, lo que permite seguir recibiendo un mayor número de turistas. Es por lo que, se posiciona como el segundo lugar de España con más llegadas de turistas en el año 2022.

El mayor atractivo que puedes encontrar en ellas son sus playas, además de que, algunas cuentan con piscinas naturales. Otros lugares de interés en el interior de las islas es su gran diversidad de naturaleza, compuesta de bosques, plantaciones de plataneras, volcanes o dunas de arena. En referencia a su cultura, son distinguidas por el enoturismo y por su actividad artística de la moda, además de, por su gastronomía relacionada con las especies marinas, las especias, los quesos, etc.

En el año 2020, tras la pandemia por la Covid-19, dicho destino español fue reconocido por la Organización Mundial del Turismo como líder en ser un lugar seguro y abierto, por su rápida recuperación y su bajo índice de contagios.



Dunas de Maspalomas

Las Dunas de Maspalomas es una reserva natural de 400 hectáreas ubicada en Gran Canaria, formada por playa, bosque y una laguna.



Parque Nacional del Teide

El Parque Nacional del Teide situado en Tenerife es uno de los más visitados, cuenta con el tercer volcán más alto del mundo y fue declarado Patrimonio Mundial por la Unesco.



Plataneras de Tazacorte

Tazacorte es un pueblo repleto de plataneras con un museo dedicado a ello y restaurantes en los cuales poder probar un menú de dicho producto.



Piscinas naturales Valle del Golfo

Las piscinas de La Maceta y el Charco Azul se localizan en el Valle del Golfo ubicado en la isla El Hierro por su carácter volcánico.



Playa de Jandía

La playa de Jandía tiene una longitud de 2 km y se halla en el sur de Fuerteventura, integrada por arena blanca y aguas turquesas.

## ANDALUCÍA

La comunidad de Andalucía se encuentra en el sur de España y se compone por un total de ocho provincias, las cuales son: Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga y Sevilla. De cada uno de dichos destinos, predominan sus monumentos y edificios históricos, la cultura y sus fiestas, los diferentes espacios naturales y su famosa gastronomía. Es el lugar de España con el mayor número de bienes declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

Cuenta con un total de cuatro costas: Costa del Sol (Málaga), Costa Tropical (Granada), Costa de Almería y Costa de la Luz (Cádiz y Huelva). Además de, tres parques naturales nacionales repletos de especies animales y plantas, estos son: el Parque Nacional de Doñana (Huelva), el Parque Nacional de Sierra Nevada (Granada y Almería) y el Parque Nacional de la Sierra de las Nieves (Málaga). En ella se pueden encontrar productos de dominación de origen como: vino, jamón, aceite de oliva, vinagre, etc. También destacan los espectáculos de flamenco, los patios andaluces repletos de plantas de colores y las tradicionales fiestas de la Feria de Abril de Sevilla o el Rocío de Huelva.



Costa del Sol  
Málaga

En la que destaca Marbella con la playa de Puerto Banús y sus yates, las tiendas y restaurantes de lujo, además de su casco antiguo y su catedral.



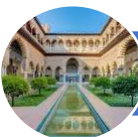
Sierra Nevada  
Granada

Parque nacional y natural que pertenece tanto a Granada como a Almería, formando parte de la Cordillera Penibética y siendo una de las estaciones de esquí más conocidas de España.



Mézcita de  
Córdoba

Monumento de interés cultural, religioso e histórico que pertenece a la ciudad de Córdoba desde el año 784 con una arquitectura andalusí.



Real Alcázar de  
Sevilla

Palacio más antiguo de uso en toda Europa, edificado en la Alta Edad Media. Uno de los monumentos más visitados de España.



Alhambra de  
Granada

Grupo de monumentos formado por palacios, jardines y fortalezas del arte andalusí, ubicada en plena naturaleza de Granada. Llegó a ser el segundo lugar más visitado de España.

## ISLAS BALEARES

El archipiélago de las Islas Baleares se sitúa en el Mar Mediterráneo y se constituye por un total de cinco islas, las cuales son: Cabrera, Formentera, Ibiza, Mallorca y Menorca. Este destino es muy demandado debido a sus conocidas calas de aguas cristalinas rodeadas de una gran naturaleza, en las cuales también poder disfrutar de amaneceres y atardeceres.

Por un lado, Menorca y Formentera son aquellas en las que poder disfrutar de la tranquilidad y, por otro lado, Mallorca e Ibiza son las más sobresalientes. En Mallorca se sitúa la capital de Palma y la Sierra de Tramontana, asimismo, Ibiza fue manifestada como Patrimonio de la Humanidad en 1999, debido a su fauna y especies marinas, conservando el mejor fondo marino del Mediterráneo.



Ses Illetes  
Formentera

La playa de Ses Illetes situada en Formentera tiene una longitud de 450 m y la forman diversos islotes, esta pertenece al Parque Natural de Ses Salinas.



Catedral de  
Santa María de  
Palma

La catedral de Mallorca conocido por La Seu y como el edificio más relevante de la isla, construido por medio de una arquitectura gótica.



Binibeca  
Menorca

Binibeca es un pueblo de Menorca distinguido por la arquitectura y el color blanco de sus casas, haciendo homenaje a los pueblos de los pescadores.



Es Vedra  
Ibiza

Es Vedra es un islote que pertenece a Ibiza, el cual está prohibido visitar por su alto valor. Es conocido por ver los atardeceres con sus vistas.



Fornalutx  
Mallorca

Fornalutx es un pueblo de interior situado al norte de Mallorca en la Sierra de Tramontana, excelente por su historia y su arte.

## CATALUÑA

La comunidad de Cataluña se forma por un total de cuatro provincias, es decir: Barcelona, Gerona, Lérida y Tarragona. Dispone de los mejores restaurantes de lujo a nivel nacional, grandes obras y monumentos artísticos de alto reconocimiento, así como, diversas costas, algunas de ellas: Costa Brava, Costa Dorada y la Barceloneta.

Se distingue por la cultura tan repleta que puedes hallar en ella, conociéndose Barcelona como la gran ciudad del modernismo y diferenciada por el artista Gaudí, identificada como una de las mejores capitales de Europa. En Girona se localiza la Costa Brava con pueblos famosos como Cadaqués o Lloret de Mar, predomina el artista Salvador Dalí y se encuentra el pirineo catalán integrado por parques naturales.

Seguidamente, Lérida se encuentra en el interior de la comunidad, muy popular por sus entornos naturales donde poder practicar diferentes deportes de montaña, sobre todo deportes de nieve en la estación de Baqueira Beret. Por último, la provincia de Tarragona es identificada por su Costa Dorada y sus monasterios, además de, destacar por actividades relacionadas con el enoturismo y comidas en la época de los calçots.



La Sagrada Familia

La basílica católica de la Sagrada Familia sigue en construcción desde hace 135 años, obra de Gaudí y el edificio mayor reconocido de Barcelona.



Monasterio de Montserrat

Abadía situada en la montaña de Montserrat, restaurada en 1844 con un gran patrimonio artístico, su virgen es conocida como la Moreneta.



Cadaqués

Considerado el pueblo más bonito de Cataluña, se encuentra la Casa Museo Salvador Dalí y el Parque Natural de Cabo de Creus.



Valle de Bohí

Valle reconocido por la ruta de sus iglesias románicas declaradas cuatro de ellas patrimonio de la humanidad por la UNESCO.



Parque Guell

El parque público más famoso en lo alto de Barcelona con jardines y construcciones diseñadas por Gaudí, muchas de ellas formadas por trocitos de cerámica o cristal creando figuras de bonitos colores.

### 3.4 SITUACIÓN DEL TURISMO DE LUJO EN ESPAÑA

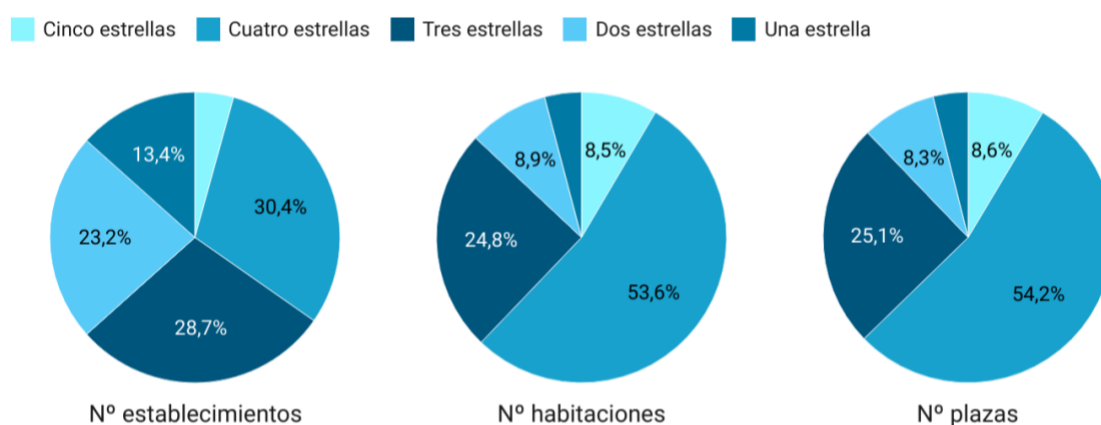
Como bien se ha hecho referencia en el apartado a nivel internacional, el sector turístico de lujo se conforma por diversos subsectores, estos son: el alojamiento, la restauración, el transporte y los touroperadores. Dentro de cada uno de ellos, se realizarán diferentes estudios estadísticos, con el fin de presentar conocimientos de sus situaciones actuales.

Además, se destacarán diferentes marcas de un alto reconocimiento por su lujosa personalidad y por su alto posicionamiento dentro del mercado español, detallando que productos ofrecen a los consumidores y en que lugares operan.

#### ALOJAMIENTO

En España podemos encontrar diversas tipologías de alojamientos turísticos, es decir: hoteles, campings, apartamentos turísticos, alojamiento de turismo rural y albergues. De entre estos, el que se puede considerar mayoritariamente de lujo son los hoteles y de sus categorías, la de cinco y cuatro estrellas, aunque dentro de esta última pueden haber hoteles de cuatro estrellas superior.

Los hoteles se clasifican entre una y cinco estrellas, para pertenecer a dichas categorías se deben de cumplir una serie de requisitos. En la Figura 19, se muestran los porcentajes de representación de dicha clasificación con relación al número de establecimientos, número de habitaciones y número de plazas hoteleras, en el pasado abril de 2023.












N° establecimientos cinco estrellas: 4,3% N° habitaciones una estrella: 4,1% N° plazas una estrella: 3,9%

Figura 19: Porcentaje de representación de los hoteles por categoría en España. Abril 2023  
Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadística)

En cuanto al número de establecimientos, la categoría de cuatro estrellas posee el 30,4% del total de 7.274 hoteles con los que cuenta España, mientras que, aquella que presenta el menor porcentaje es la de cinco estrellas con únicamente un 4,3%. En referencia al número de habitaciones de las que disponen los hoteles, los de cuatro estrellas cuentan con una totalidad de 284.251 habitaciones aproximadamente (53,6%), en cambio, los de una estrella alrededor de 21.879 habitaciones (4,1%). Finalmente, la categoría de cuatro estrellas presenta un 54,2% del total de plazas hoteleras españolas, por lo contrario, la de una estrella solamente el 3,9%.

Tabla 31: Las marcas hoteleras más lujosas de España

Clasificación	Cadena hotelera	Logo	N.º Hoteles	Ciudades
1	Mandarin Oriental		2	Madrid Barcelona
2	Six Senses		1	Ibiza
3	Four Seasons		1	Madrid
4	Belmond		1	Mallorca
5	Rosewood		1	Madrid
6	W Hotels by Marriott		2	Barcelona Ibiza
7	Paradisus by Meliá		2	Gran Canaria Lanzarote
8	The Ritz-Carlton		2	Barcelona Tenerife
9	Vincci Hoteles Luxurious		5	Granada Málaga Marbella Tenerife
10	Nobu Hotels		4	Barcelona Ibiza Marbella Sevilla

Fuente: Forbes, Luxury Hotels Guides Elaboración propia

En la Tabla 31, se enumeran aquellas marcas hoteleras de lujo que operan en España con un alto impacto a nivel internacional. Además, se puede observar el número de hoteles de los cuales dispone cada una de ellas en el territorio español y los destinos en los que se encuentran estos. Muchas de ellas, únicamente cuentan con un hotel en España, debido a su exclusiva identidad. Otras como Vincci Hoteles y Nobu Hotels, disponen de 5 y 4 hoteles de carácter de lujo. La gran mayoría de ellos, se localizan en destinos como: Madrid, Barcelona, Ibiza, Marbella y Tenerife.

## RESTAURACIÓN

El sector de restauración tiene un papel fundamental dentro del mercado español, debido a lo destacados que son los productos gastronómicos y enológicos de dicho origen. La gastronomía de lujo española tiene una gran representación dentro de este mercado. A continuación, en la Tabla 32, vamos a poder observar algunos de los restaurantes con carácter de mayor lujo, por la calidad de sus sabores y el servicio que se presta a los clientes.

Tabla 32: Los restaurantes más lujosos de España

Clasificación	Restaurante	Logo	Localización	Precio menú/per
1	Sublimotion		Ibiza	1.650€
2	Diverxo		Madrid	365-600€
3	Martín Berasategui		Lasarte-Oria, Gipúzkoa	345-540€
4	Aponiente		Puerto de Santa María, Cádiz	300-595€
5	Azurmendi		Larrabetzu, Vizcaya	300-600€
6	Quique Dacosta		Denia, Alicante	275-495€
7	Abac		Barcelona	295-435€
8	Mugaritz		Errentería, Guipúzcoa	253-360€
9	Nerua		Bilbao	85-126€
10	Can Roca		Gerona	215-300€

Fuente: ELLE Decor Elaboración propia

Según (ELLE Decor, 2022), de entre los 25 restaurantes más caros y lujosos de España, aquellos que se encuentran entre los 10 mejores, los podemos distinguir en la Tabla 32. Muchos de ellos cuentan con Estrellas Michelin, se caracterizan por su puesta en escena y las ubicaciones en las que se encuentran, es decir, tanto en las ciudades e islas más relevantes de España, como en espacios rurales. Además, buscan obsequiar a sus clientes una experiencia única con sus sabores y emplatados. De entre todos ellos, el que resulta ser más caro es Sublimotion localizado en la isla de Ibiza y con un precio de 1.650€ por persona. Sin embargo, el restaurante Nerua ubicado en la ciudad de Bilbao su menú tiene un coste de entre 85-126€.

Tabla 33: Porcentaje de oferta de restaurantes Michelin por comunidad autónoma en España

	<b>1 estrella</b>	<b>% repr.</b>	<b>2 estrellas</b>	<b>% repr.</b>	<b>3 estrellas</b>	<b>% repr.</b>
<b>Comunidad Valenciana</b>	17	8,42%	6	17,65%	1	7,69%
<b>Castilla-La Mancha</b>	9	4,46%	1	2,94%	1	7,69%
<b>Cataluña</b>	41	20,30%	8	23,53%	4	30,77%
<b>Aragón</b>	8	3,96%	-	-	-	-
<b>Islas Baleares</b>	12	5,94%	1	2,94%	-	-
<b>Murcia</b>	3	1,49%	-	-	-	-
<b>Comunidad de Madrid</b>	17	8,42%	6	17,65%	-	-
<b>Castilla y León</b>	18	8,91%	-	-	-	-
<b>Andalucía</b>	17	8,42%	3	8,82%	1	7,69%
<b>La Rioja</b>	5	2,48%	1	2,94%	-	-
<b>País Vasco</b>	16	7,92%	2	5,88%	4	30,77%
<b>Navarra</b>	3	1,49%	1	2,94%	-	-
<b>Extremadura</b>	1	0,50%	-	-	1	7,69%
<b>Cantabria</b>	5	2,48%	-	-	1	7,69%
<b>Asturias</b>	9	4,46%	1	2,94%	-	-
<b>Galicia</b>	14	6,93%	2	5,88%	-	-
<b>Islas Canarias</b>	7	3,47%	2	5,88%	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>202</b>	<b>100%</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

Fuente: Guide Michelin Elaboración propia

En lo que respecta a la oferta de restaurantes Michelin en España, en la Tabla 33, se distribuyen por las diferentes comunidades autónomas y por sus tres principales categorías, estas como anteriormente hemos mencionado son una, dos o tres estrellas Michelin. De entre ellas, Cataluña es la que cuenta con un mayor porcentaje de representación en cada una de las categorías, aunque en la de 3 estrellas coincide con el País Vasco, es decir, con un 30,77%. Por lo contrario, Extremadura únicamente cuenta con dos restaurantes, uno de ellos de tres estrellas Michelin y otro de una estrella Michelin.



## TRANSPORTE

El medio de transporte que usualmente es más empleado por los turistas internacionales para viajar a España es el aéreo, suponiendo casi el 83% de dichos desplazamientos en el último año. En la Figura 20, se observa como los traslados por carretera ocupan el segundo puesto con un 15,3%, mientras que, el transporte marítimo únicamente representa el 1,6%. Los trayectos mediante transporte por ferrocarril constituyen un 0,3%, debido a que tan sólo viajaron 235.136 personas a España en tren durante el año 2022.

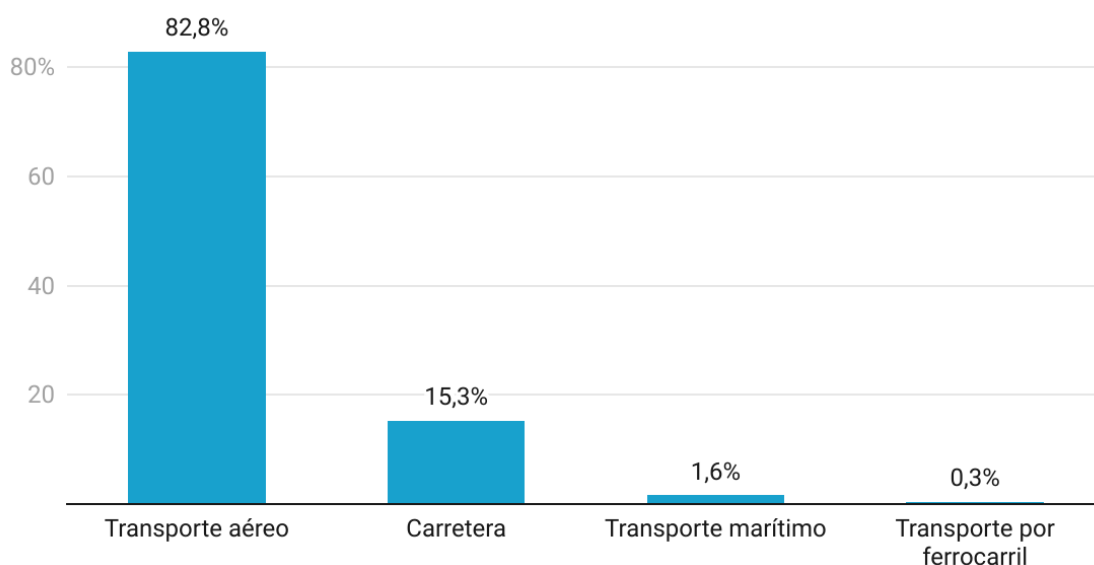



Figura 20: Medios de transporte que emplean los turistas internacionales para viajar a España en 2022 Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadística) Elaboración propia

Tanto el transporte aéreo y el marítimo, como el ferroviario, cuentan con una serie de marcas de lujo que operan en España, cada una de ellas se encuentran en la Tabla 34. En referencia a las aerolíneas, tres de ellas que disponen de vuelos desde dicho país a diferentes destinos del mundo son: Singapore Airlines, Qatar Airways y Qantas Airways. En cuanto al transporte marítimo, tres de los cruceros de lujo que sus itinerarios presentan paradas en destinos españoles son: Voyager Seven Seas Cruises, Queen Mary 2 de Cunard y Journey Azamara Cruises.

En último lugar, la Red Nacional de los Ferrocarriles Españoles, es decir, Renfe, pone a disposición de los turistas un total de cuatro trenes de lujo con los cuales poder visitar diferentes lugares de España, tres de ellos son: el Transcantabrico Gran Lujo que recorre el norte desde Galicia hasta San Sebastián, el Costa Verde Express realiza su trayecto partiendo de Bilbao hasta Santiago de Compostela y el Al-Andalus visitando el sur, comenzando la ruta andaluza en Málaga y finalizando en Sevilla.

Tabla 34: Medios de transporte más lujosos que operan en España

Medio de transporte	Nombre de la marca	Logo	Rango de precios/pax
Avión	Singapore Airlines		582-6.394€
	Qatar Airways		2.304-4.989€
	Qantas Airways		5.268-6.779€
Crucero	Voyager Seven Seas Cruises		4.999-50.499€
	Queen Mary 2, Cunard		609-48.815€
	Journey Azamara Cruises		2.068-2.743€
Tren	Transcantabrico, Renfe		7.700-15.400€
	Costa Verde Express, Renfe		2.900-8.000€
	Al-Ándalus, Renfe		8.000-11.700€

Fuente: Renfe, Crucero Adicto, ¿? Elaboración propia

## TOUROPERADORES

Según (Luxury Spain, 2022) la Asociación Española del Lujo, algunas de las mejores agencias de viaje que ofrecen una serie de experiencias personalizadas a medida para conocer y vivir desde lo más cerca los destinos españoles son aquellas que podemos observar en la Tabla 35, como: Spain Collection, Spain Top o Tailored Spain. Todas y cada una de ellas, disponen de un sello de calidad y un sello de turismo, otorgados estos por España Destino de Excelencia y por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Al tratarse de agencias especializadas en viajes organizados a medida, no se ha detallado el rango de precios que ofrecen, ya que depende de lo que quiera contratar cada cliente. Eso sí, se han especificado cada uno de los destinos españoles que ofertan, además de, la tipología de servicios que pueden poner al alcance de sus clientes.

Tabla 35: Algunos de los touroperadores más lujosos de España

Touroperadores	Logo	Destinos españoles	Tipo de experiencias
Spain Collection		Barcelona Madrid Andalucía Euskadi & Norte Islas Baleares Islas Canarias	Comida & Vino Cultura Tradiciones Patrimonio Compras Deportes Cuerpo & Alma Naturaleza
Spain TOP		Andalucía La Rioja Barcelona Castilla y León Madrid Islas Baleares Galicia & Asturias Islas Canarias País Vasco	Fútbol Aceite de Oliva Caballos y vinos Navegar en barco Catas de vino Ganaderías Alfarería Tours de tapas Flamenco Gastronomía
Tailored Spain		Todas las regiones	Compras Comida & Vino Cultura Tradiciones Naturaleza Salud & Belleza Paradores Playas y barcos
Spain Unspoilt		Madrid Barcelona Andalucía Galicia & Santiago País Vasco Islas Baleares Islas Canarias	Gastronomía Cultura Naturaleza Compras Arquitectura Deportes Playas y barcos Enoturismo
The Real Thing viaje a otra España		Madrid Barcelona Andalucía Castilla y León Extremadura Galicia Cantabria País Vasco Navarra	Arquitectura Tradiciones Cultura & Arte Naturaleza Gastronomía Enoturismo Spa Costa Flamenco Fútbol

Fuente: Luxury Spain Elaboración propia

El perfil del turista español ha ido evolucionando a lo largo de los años, ya que las tendencias y los intereses cambian, sobre todo en la actualidad, gracias a Internet, que les permite tener un mayor grado de conocimiento a cerca de los destinos que desean visitar. Por este motivo, la gran mayoría de los turistas se decantan por organizar sus propios viajes y no consideran la opción de contratar un paquete turístico por medio de una agencia de viajes.

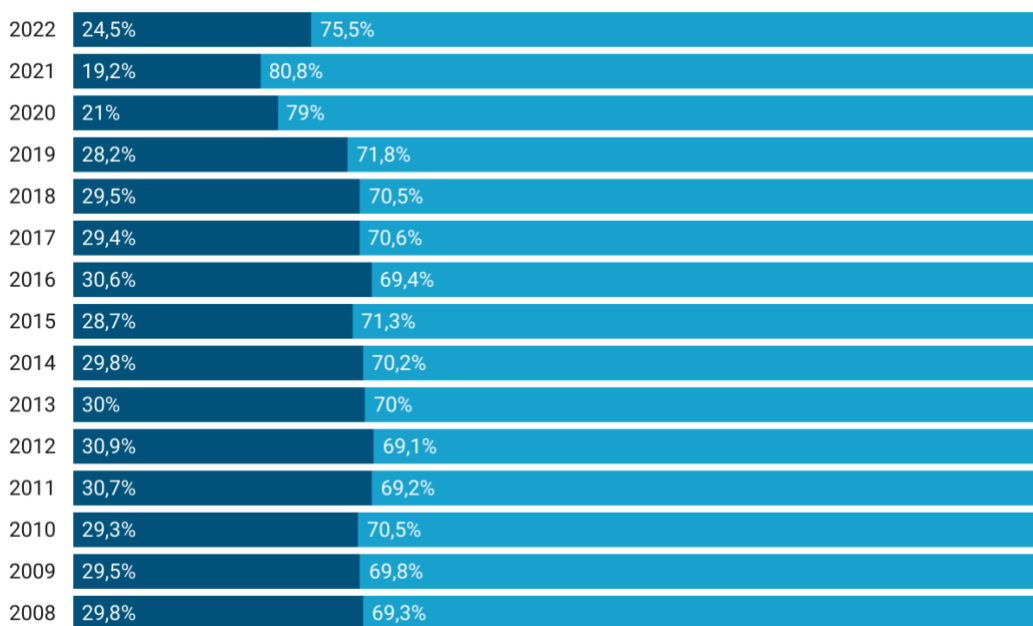


Figura 21: Porcentaje de turistas que organizan su viaje con/sin paquete

Fuente: FRONTUR (Estadística de Movimientos Turísticos en Frontera), INE (Instituto Nacional de Estadística)  
Elaboración propia

Esto se puede apreciar en la Figura 21, a lo largo de muchos años los turistas se han decantado por organizar ellos mismos sus propios viajes. Desde el año 2008 hasta el 2019, se observan unos porcentajes relativamente similares, mientras que, tras la pandemia, en el año 2020 y 2021, ha disminuido aún más el porcentaje de turistas que contrataban paquetes turísticos por medio de agencias. En el año 2022, parece ser que hay un aumento del 21,63% de estos paquetes, puede ser que sea debido a la inseguridad a cerca de las políticas de cancelación con relación a problemas de salud.

### 3.5 PERSPECTIVAS DEL TURISMO DE LUJO EN ESPAÑA

Para conocer la oportunidad de negocio que sería implantar un turismo de lujo en España se va a llevar a cabo un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) ya que permite estudiar dicha modalidad de mercado y tomar decisiones futuras a cerca de ello.

#### DEBILIDADES

- Valor percibido de altos precios: España es un destino que suele ser apreciado como un lugar accesible monetariamente en comparación con otros países europeos como Francia e Italia. Por ello, puede conllevar una difícil atracción de clientes que estén dispuestos a gastar grandes cantidades de dinero en disfrutar de experiencias turísticas de lujo.
- Competencia de otros países a nivel mundial: El segmento del turismo de lujo presenta una alta competencia a nivel internacional. España se enfrenta ante países europeos y del resto del mundo que son expertos en dicha modalidad turística, lo que implica que se debe comprometer en sostener altos estándares y ofertar experiencias que destaquen por su exclusividad.
- Presencia de estacionalidad: Diversas zonas turísticas en las cuales se podría fomentar el turismo de lujo en España se ven afectadas por la estacionalidad, es decir, pueden percibir un descenso de la demanda en ciertos periodos del año. Lo cual influirá en el rendimiento y la sostenibilidad del turismo de lujo en dichas áreas.

#### AMENAZAS

- Alteración del medio ambiente: Hoy en día, los turistas de lujo dan gran importancia a que su destino contribuya al cuidado medioambiental y su sostenibilidad. Debido a que la contaminación de recursos naturales puede alterar la imagen de un turismo de lujo.
- Riesgos sanitarios: Estos perjudican al turismo de lujo al reducir la demanda de viajes y generar cancelaciones. Además, limitan las experiencias debido a medidas de seguridad y prevención. Asimismo, afecta a la reputación del destino y puede interrumpir el suministro de productos y servicios de alta calidad.

- Contexto político y económico volátil: La inestabilidad política y económica en España puede influir en la percepción de los turistas de lujo a la hora de seleccionar el país como su destino final. Los cambios en las decisiones y medidas adoptadas por el gobierno o los sucesos imprevistos pueden generar inseguridades y perjudicar al turismo de lujo.

### FORTALEZAS

- Clima agradable y favorable: España ofrece un clima mediterráneo proporcionando abundantes días solados y temperaturas cálidas en verano e inviernos suaves, lo que resultará ser valorado por el turista de lujo en busca de un entorno acogedor y deleitable.
- Patrimonio cultural y su naturaleza: El territorio español dispone de una gran historia y patrimonio, contando con 48 lugares de carácter cultural y natural que han sido declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, siendo muy apreciados por los turistas de lujo.
- Infraestructura turística de alta calidad: El país cuenta con una serie de servicios turísticos de primer nivel, como pueden ser: hoteles de lujo, restaurantes con una alta reputación mundial, compañías de transporte exclusivas y una gran variedad de propuestas de ocio y actividades de entretenimiento.

### OPORTUNIDADES

- Innovación y personalización: Dicha modalidad turística se centra en la oferta de experiencias personalizadas y exclusivas. España debe beneficiarse del constante cambio de los gustos de los turistas de lujo y en base a ello, innovar e implantar programas y servicios diferenciados por un carácter único.
- Propuestas culturales únicas y selectas: España posee la capacidad de brindar a los clientes de lujo vivencias auténticas, como son: visitas privadas a lugares históricos, eventos reservados, catas de vino en bodegas de renombre, degustaciones de alta cocina y estancias en palacios repletos de historia.
- Turismo de bienestar y salud: Esta tipología de turismo es una tendencia en crecimiento dentro del sector del lujo. España podría sacar rendimiento a sus balnearios, spas y retiros de bienestar para seducir a turistas que buscan relajación y rejuvenecimiento.

## 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para concluir con el proyecto realizado con relación al análisis y la evolución del turismo de lujo a nivel nacional e internacional, como una oportunidad de negocio para España, seguidamente, se considerarán una serie de conclusiones que se han alcanzado, una vez finalizado el estudio.

- La industria turística del lujo se encuentra ante una tendencia alcista, presentando importantes oportunidades para diversos destinos turísticos que pueden poner al alcance de los clientes experiencias de gran calidad y de carácter exclusivo.
- El perfil del turista de lujo aparte de buscar experiencias personalizadas y a su medida, también aportan un gran valor a la seguridad del destino y su responsabilidad en relación con la sostenibilidad, considerando atractivos aquellos que adoptan medidas ecológicas.
- De entre los cinco continentes del mundo, Europa es aquel que recibe un mayor número de llegadas turísticas internacionales y, por lo tanto, una mayor demanda de sus establecimientos. Además, cuenta con el nivel de seguridad más alto de los destinos y el conjunto de sus países son los más implicados en la Agenda 2030, contribuyendo sobre todo en el fin de la pobreza (ODS 1), la igualdad de género (ODS 5) y la energía asequible y no contaminante (ODS 7).
- La tecnología ejerce un papel fundamental en el turismo de lujo, su adopción y actualización constantes son esenciales para ofrecer un servicio excepcional y mantener a la vanguardia en este competitivo mercado. Gracias a ello, facilita prestaciones individualizadas y experiencias digitales exclusivas.
- España puede atraer a viajeros de alto nivel adquisitivo gracias a que su patrimonio cultural e histórico, así como, su costa y naturaleza, la convierten en un destino atractivo de elevada categoría. La oferta de alojamientos de lujo es amplia y diversa, desde hoteles boutique hasta villas privadas y resorts de alta gama. La propuesta gastronómica es reconocida mundialmente por sus experiencias culinarias de primer nivel en restaurantes de estrellas Michelin.

Con el fin de poder implantar en España un turismo de lujo de mayor calidad y así, aumentar el crecimiento de dicha modalidad turística, a continuación, se van a detallar algunas recomendaciones:

- Es necesario seguir realizando inversiones en infraestructuras y servicios de primer nivel para mantener la excelencia en el turismo de lujo. Lo que conlleva, una mejora constante de la comodidad de los alojamientos hasta unos desplazamientos en transportes eficientes y accesibles.
- Fomentar la cooperación entre los diferentes subsectores del sector turístico, es decir: alojamiento, restauración, transporte y touroperadores. Con la finalidad de ofrecer paquetes formados por diferentes propuestas conjuntas e integradas.
- Llevar a cabo programas de formación para el personal dentro del sector turístico del lujo, con el objetivo de prestar un servicio de alta calidad y personalizado. Estos deben incluir habilidades de comunicación, dominio de idiomas extranjeros y un conocimiento profundo sobre el destino.
- Continuar contribuyendo en la mejora de la sostenibilidad y la responsabilidad social, fortaleciendo aquellos Objetivos de Desarrollo Sostenible con una peor puntuación en España: la vida de ecosistemas terrestres (ODS 15), el hambre cero (ODS 2), acción por el clima (ODS 13) y el trabajado decente y el crecimiento económico (ODS 8).
- Emplear estrategias de marketing eficaces para impulsar el turismo de lujo en España. Para ello, se requiere promocionarse en medios especializados, participar en eventos y ferias internacionales de gran relevancia y crear campañas digitales dirigidas a dicho perfil de turista, con el fin de atraer y captar su atención.



## BIBLIOGRAFÍA

Abercrombie & Kent. (1996-2022). La increíble aventura del próximo año comienza aquí. Recuperado 27 septiembre 2022, de <https://www.abercrombiekent.com/>

Aventura África. (2010-2022). La forma más lujosa y auténtica de descubrir África. Recuperado 23 septiembre 2022, de <https://www.aventuraafrica.com/>

Banco Mundial. (2022). Países y economía. Recuperado 6 febrero 2023, de <https://datos.bancomundial.org/pais>

Braintrust. (2019, mayo 17). Turismo de lujo: el gasto de los viajeros triplica al del resto del mercado. Hosteltur. Recuperado 15 octubre, de [https://www.hosteltur.com/128773\\_turismo-de-lujo-el-gasto-de-los-viajeros-triplica-al-del-resto-del-mercado.html](https://www.hosteltur.com/128773_turismo-de-lujo-el-gasto-de-los-viajeros-triplica-al-del-resto-del-mercado.html)

Canalís, X. (2019, agosto 23). Ranking de todos los hoteles del mundo por continentes y estrellas: Europa concentra uno de cada dos hoteles que hay en el planeta. Hosteltur. Recuperado 23 febrero 2022, de [https://www.hosteltur.com/130754\\_ranking-de-todos-los-hoteles-del-mundo-por-continentes-y-estrellas.html](https://www.hosteltur.com/130754_ranking-de-todos-los-hoteles-del-mundo-por-continentes-y-estrellas.html)

Catai Viajemos. (2015-2020). Encuentra tu viaje. Recuperado 21 septiembre 2022, de <https://www.catai.es/>

Crevar, A., Wunderman, A., Schulte-Peevers, A., Ham, A., Sainsbury, B., Atkinson, B., Wilkinson, C., McLachlan, C., Matchar, E., Difo, H., Bainbridge, J., Lee, J., Bindloss, J., Hecht, J., Lieberman, M., Williams, N., Saro-Wiwa, N., O'Carroll, O., Berry, O., Hall, T. (2021). Best in Travel 2022: Los mejores destinos, viajes y experiencias del año (1). geoPlaneta.

Convertor de divisas XE. (2022). Convierta 1 Dólar canadiense a Dólar estadounidense – CAD a USD. Recuperado 6 marzo 2023, de <https://www.xe.com/es/currencyconverter/convert/?Amount=1&From=CAD&To=USD>

D'Arpizio, C. (2022, junio 21). El mercado de lujo global podría alcanzar los 380.000 millones de euros en 2025 [Entrada blog]. Bain & Company. Recuperado 20 mayo 2023, de <https://www.bain.com/es/about/media-center/press-releases/south-america/2022/el-mercado-de-lujo-global-podria-alcanzar-los-380.000-millones-de-euros-en-2025/#>

El primer tablero de datos global para analizar el turismo. (s. f.) Organización Mundial del Turismo. Recuperado 18 marzo 2023, de <https://www.unwto.org/es/omt-dashboard-datos-turisticos>

Encuesta de gasto turístico (EGATUR). (2023). Dentro INE: Instituto Nacional de Estadística [Base de datos]. Recuperado 23 abril 2023, de [https://www.ine.es/dyns/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736177002&menu=ultiDatos&idp=1254735576863](https://www.ine.es/dyns/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177002&menu=ultiDatos&idp=1254735576863)

Encuesta de Población Activa (EPA). (2021). Dentro TURESPAÑA: Instituto de Turismo de España [Base de datos]. Recuperado 9 mayo 2023, de <https://www.tourspain.es/es/ConocimientoTuristico/Paginas/EmpleoTuristico/EncuestaPoblacionActiva/InformesPublicaciones.aspx>

Fernández, M. J. (2020). Diseñando el Futuro del Turismo Experiencial de Lujo, especial referencia al viajero asiático chino (Trabajo de Fin de Grado, Universitat Oberta de Catalunya). <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/122206/6/mfernandezballeTFG0620memoria.pdf>

Forbes Staff (2018, septiembre 9). Top 10: Las mejores cadenas de hoteles de lujo en el mundo [Entrada blog]. Forbes. Recuperado 25 abril 2022, de <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/top-10-las-mejores-cadenas-de-hoteles-de-lujo-en-el-mundo/>

Freire, J. (2022, mayo 26). Los 25 restaurantes más caros y lujosos de España [Entrada blog]. Elle Decor. Recuperado 10 mayo 2023, <https://www.elledecor.com/es/hoteles-restaurantes-planes/g40070028/restaurantes-mas-caros-lujosos-espana/>

García, J. (2020, mayo). Cruceros de lujo: Colección de guías de las navieras y barcos más exclusivos del mundo. Crucero Adicto. <https://cruceroadicto.com/cruceros-de-lujo.html>

González, M. (2020, agosto 11). ¿Qué es el turismo de lujo y exclusivo? [Entrada blog]. Nuevos Destinos Ahuel. Recuperado 14 marzo 2022, de <https://nuevosdestinosbymarca.com/lujo/que-es-turismo-lujo-exclusivo/>

Guide Michelin. (2022). Restaurantes. Recuperado 3 junio 2022, de <https://guide.michelin.com/es/es/restaurantes>

Lujo. (2022). Dentro Diccionario de la Lengua Española (Vol. 23). Real Academia Española [RAE] <https://dle.rae.es/lujo>

Luxury Spain. (2022 mayo 27). Las mejores agencias de viaje forman parte de luxury spain [Entrada blog]. Asociación Española del Lujo. <https://luxuryspain.es/las-mejores-agencias-integradas-de-viajes-luxury-spain/>

Mansilla, J. A. (2017). Turismo de lujo: tendencias en viajes y destinos. EAE BUSINESS SCHOOL (Ostelea School of Tourism & Hospitality). [http://www.aept.org/archivos/documentos/Informe\\_Turismo\\_de\\_Lujo\\_ostelea.pdf](http://www.aept.org/archivos/documentos/Informe_Turismo_de_Lujo_ostelea.pdf)

Mercados emisores de turismo líderes en gasto en el mundo en 2021. (2022). Dentro Statista [Base de datos]. Recuperado 21 abril 2022, de <https://es.statista.com/estadisticas/495174/mercados-emisores-de-turismo-lideres-en-gasto/>

Micolau, M. (s. f.). Aerolíneas más lujosas del mundo – Clasificación oficial [Entrada blog]. For Travel Advice Lovers. Recuperado 3 mayo 2022, de <https://www.fortraveladvice.com/es/aerolineas-mas-lujosas-del-mundo-clasificacion-oficial>

Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR). (2023). Dentro INE: Instituto Nacional de Estadística [Base de datos]. Recuperado 15 abril 2023, de [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176996&menu=ultiDatos&idp=1254735576863](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176996&menu=ultiDatos&idp=1254735576863)

O'Hare, M. (2021, octubre 6). Los 50 mejores restaurantes del mundo para 2021: 8 están en Latinoamérica y 6 en España. Cnn español. Recuperado 27 abril 2022, de <https://cnnespanol.cnn.com/2021/10/06/50-mejores-restaurantes-mundo-2021-trax/>

Parcerisa, E. (2021, agosto 31). Los cruceros más lujosos del mundo. Nius diario. Recuperado 2 mayo 2022, de [https://www.niusdiario.es/vida/viajar/cruceros-mas-lujosos-mundo-evn3m\\_18\\_3195421020.html](https://www.niusdiario.es/vida/viajar/cruceros-mas-lujosos-mundo-evn3m_18_3195421020.html)

Pellejero, C. y García, J. (2022). Historia económica del turismo en España (1820-2020): De los viajeros románticos al pasaporte COVID (1). Ediciones Pirámide.

Porcentaje de habitaciones de hotel en el mundo por categoría en 2020. (2021). Dentro de Statista [Base de datos]. Recuperado 14 marzo 2022, de <https://es.statista.com/estadisticas/1135683/distribucion-de-habitaciones-de-hotel-en-el-mundo-por-categoria/>

ReiniziaT. (2019). El viajero de lujo en España: Perfil, hábitos de comportamiento, necesidades y tendencias de futuro. Observatur (Observatorio Nacional de Turismo Emisor). [http://www.aept.org/archivos/documentos/observatur\\_viajero\\_lujo\\_oct19.pdf](http://www.aept.org/archivos/documentos/observatur_viajero_lujo_oct19.pdf)

Sustainable Development Report. (2022). Dentro SDG Index [Base de datos]. Recuperado 26 mayo 2023, de <https://dashboards.sdgindex.org/rankings>

Travel Safe. (2022). Viaja Seguro – Al Extranjero: Encuentra los Lugares más Seguros para Viajar. Recuperado 19 mayo 2022, de <https://www.travelsafe-abroad.com/es/>

The Luxury Train Club. (2022). Bienvenidos a The Luxury Train Club. Recuperado 25 junio 2022, de <https://www.luxurytrainclub.com/es/>

Tomaello, F. (2021, noviembre 21). Los cinco trenes más lujosos del planeta para viajar y disfrutar de los mejores paisajes. Infobae. Recuperado 28 abril 2022, de <https://www.infobae.com/tendencias/2021/11/21/los-5-trenes-mas-lujosos-del-planeta-para-disfrutar-de-los-mejores-paisajes-a-cuerpo-de-rey/>

Tourism & Sustainable Development Goals. (s. f.) Tourism for SDGS. Recuperado 26 mayo 2023, de <https://tourism4sdgs.org/tourism-for-sdgs/tourism-and-sdgs/>

Viajes de lujo a medida al Sudeste Asiático. (s. f.) Lux Travel DMC Asia. Recuperado 2 octubre 2022, de <https://es.luxtraveldmc.com/>

Viajes de lujo. Trenes Turísticos y de Lujo. (s. f.) Renfe. Recuperado 7 mayo 2023 de, <https://www.renfe.com/es/es/experiencias/viajes-de-lujo>

World Tourism Organization (2020). World Tourism Barometer. World Tourism Organization (UNWTO). Recuperado 20 febrero 2023, de [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-01/UNWTO\\_Barom23\\_01\\_January\\_EXCERPT.pdf?VersionId=2bbK5Glwk5KrBGJZt5iNPAGnrWoH8NB](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-01/UNWTO_Barom23_01_January_EXCERPT.pdf?VersionId=2bbK5Glwk5KrBGJZt5iNPAGnrWoH8NB)