

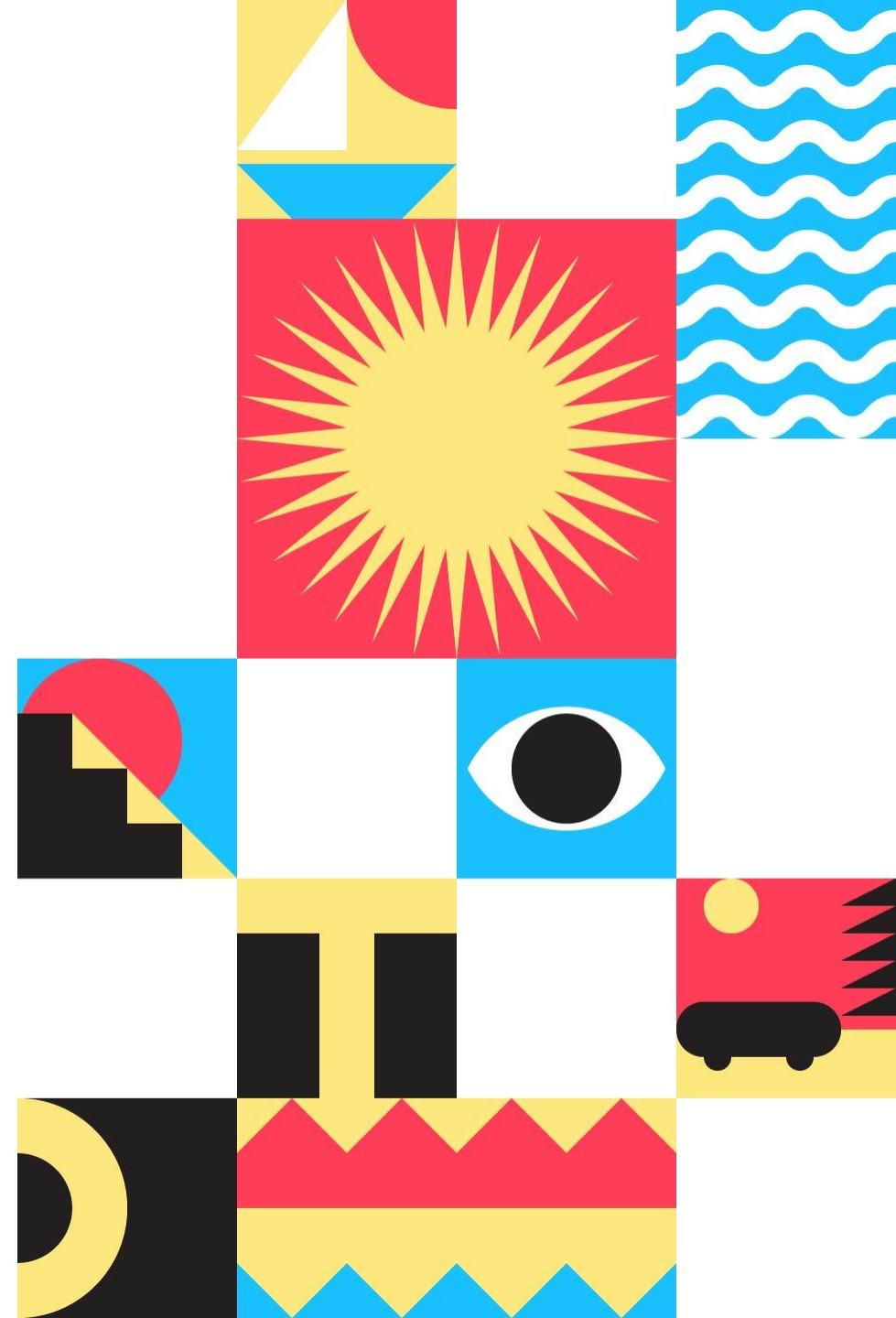
Dossier de Prensa

3 de octubre de 2022

**II CONVENCION
TURESPAÑA**
BARCELONA



Con la colaboración de:





Colaboración con Turisme de Barcelona/Ajuntament de Barcelona y la Diputación de Barcelona

Más de 500 participantes presenciales registrados:

- 46 ponentes
- 5 mesas
- 3 presentaciones
- 1 entrevista

Una jornada final de planificación y coordinación de la acción de marketing y promoción internacional de España y sus destinos

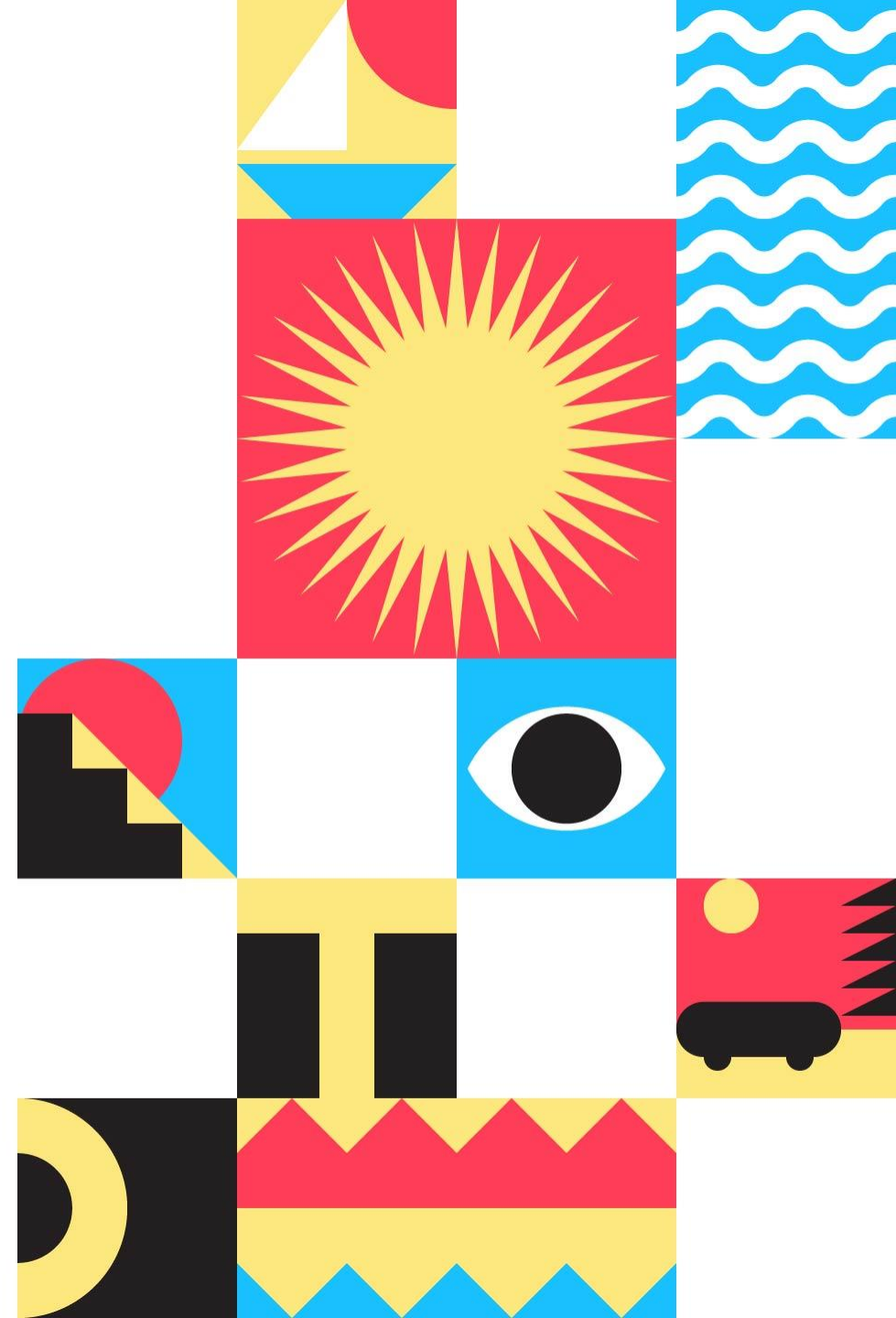


Encuesta De Satisfacción Del Visitante 2022

II CONVENCION
TURESPAÑA
BARCELONA



Con la colaboración de:





DATOS GENERALES DE LA ENCUESTA

Turespaña ha puesto en marcha una encuesta periódica para conocer los factores determinantes de la satisfacción de nuestros visitantes con el destino y sus distintas dimensiones.

Será una herramienta fundamental para mejorar la calidad del destino, productos y servicios turísticos.





DATOS GENERALES DE LA ENCUESTA

Se pregunta por la satisfacción general con el viaje, pero también por otros aspectos específicos como:

- el alojamiento,
- la restauración,
- la oferta de ocio,
- el entorno,
- los transportes en destino,
- las infraestructuras,
- la satisfacción con el compromiso de sostenibilidad del destino.





DATOS GENERALES DE LA ENCUESTA

Entre 17.000 y 20.000 encuestas en tres oleadas. En los dos primeras realizadas en el mes de junio y agosto disponemos de 10.891 encuestas válidas.

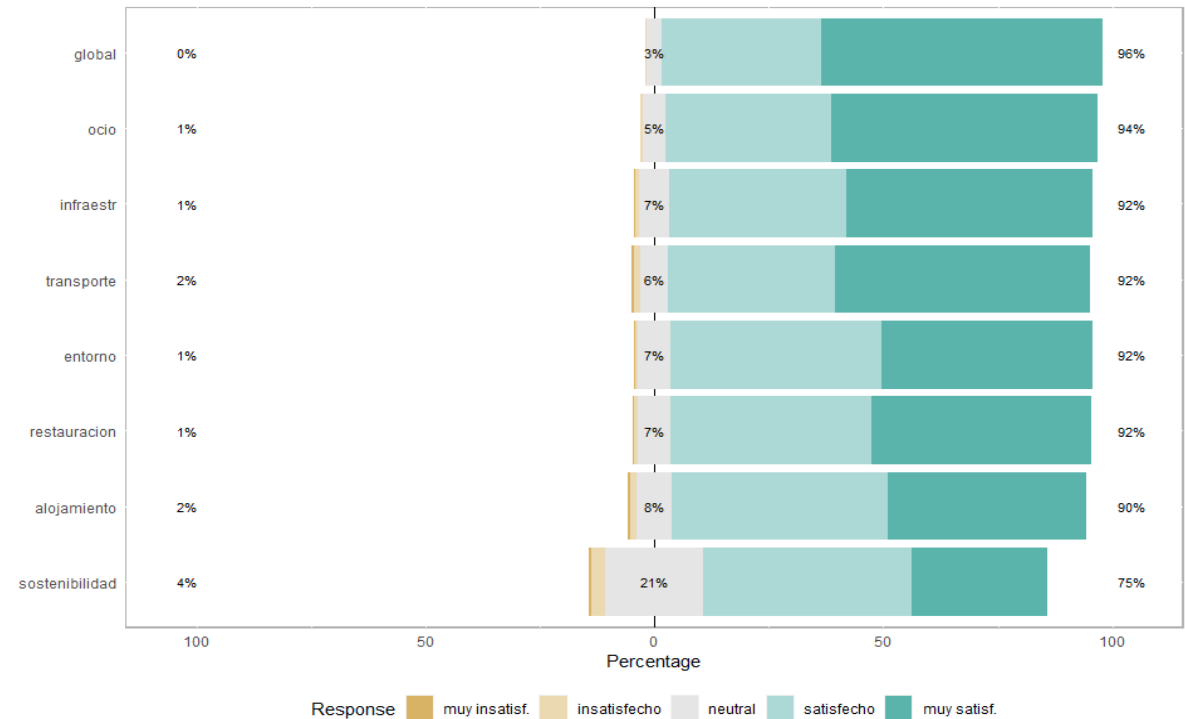
Valoración en escala a 1-5 (de muy insatisfecho a muy satisfecho).

El cuestionario se centra en la satisfacción del viajero, pero se incluyen preguntas sobre motivo de viaje, vinculación con España, intención de volver o veces que se ha visitado nuestro país, entre otras.



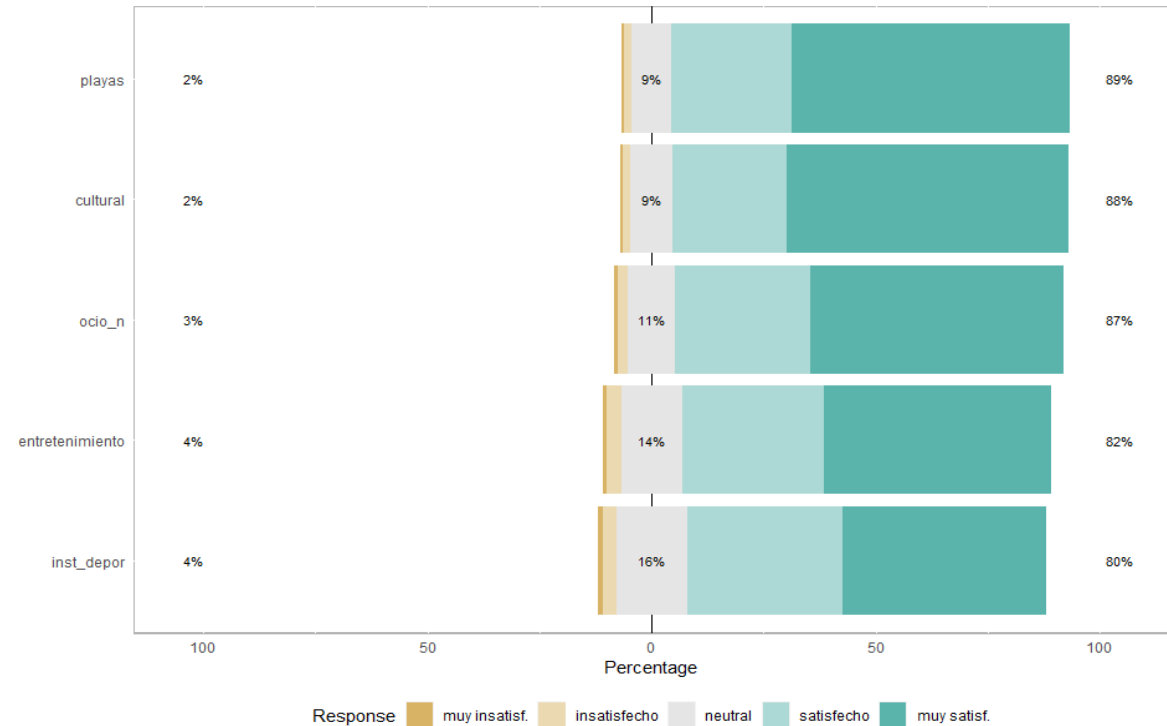
PRINCIPALES RESULTADOS: GLOBAL Y DIMENSIONES

- **Muy alto nivel de satisfacción con el destino:** 96% de satisfechos o muy satisfechos (62%).
- **La oferta de ocio** es el aspecto con mayor nivel de satisfacción (94%).
- **Sostenibilidad** tiene una puntuación alta con el 75% de satisfacción, aunque es la peor valorada.



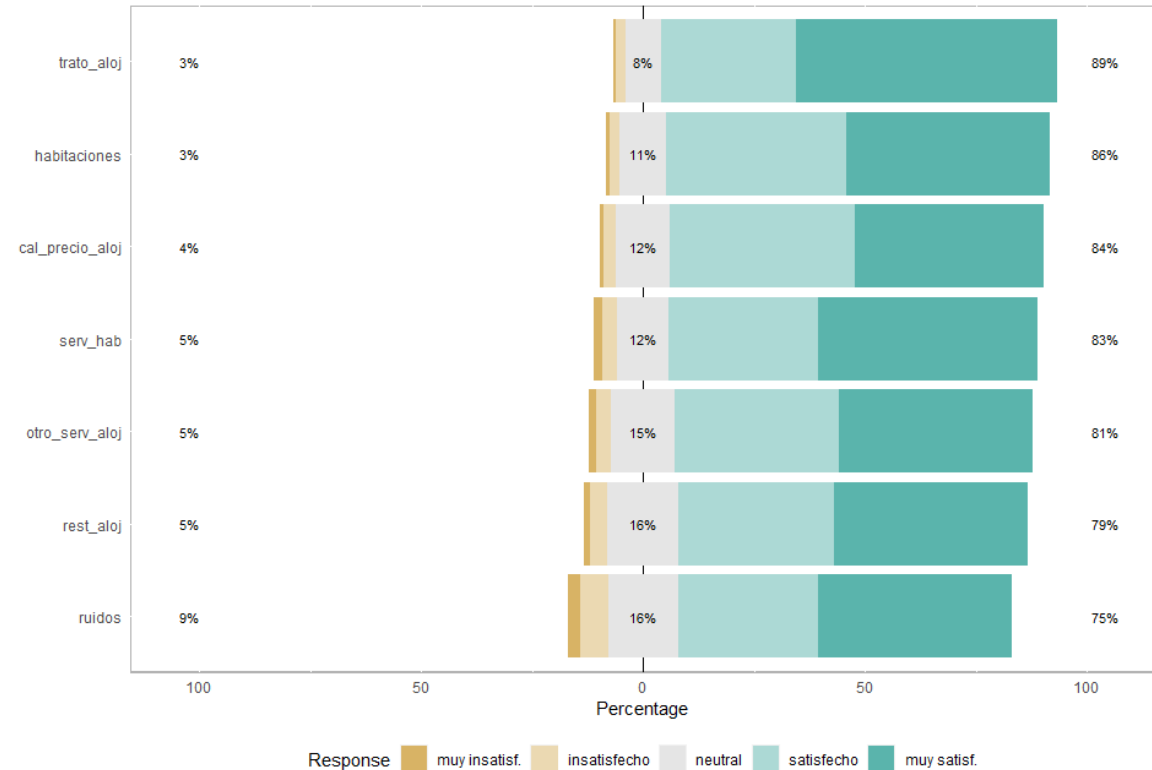
PRINCIPALES RESULTADOS: OFERTA DE OCIO

- La oferta cultural y las playas muestran la mayor satisfacción (89% y 88%).
- La oferta de ocio es el tercer aspecto con mayor nivel de satisfacción (87%).
- Entretenimiento y las instalaciones deportivas tiene también una puntuación alta con el 82% y 80% de satisfacción.



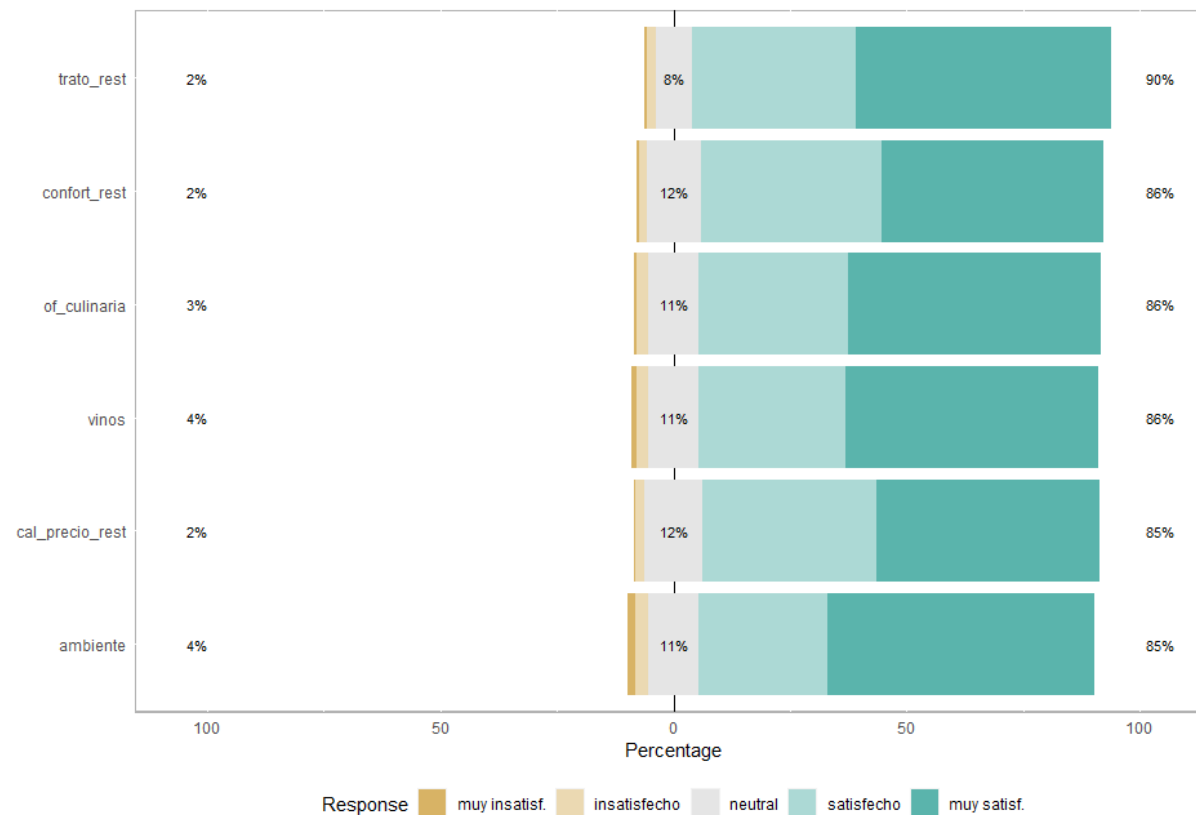
PRINCIPALES RESULTADOS: ALOJAMIENTO

- El trato del personal obtiene el mayor porcentaje de satisfacción (89%).
- La calidad/precio, servicio de habitaciones y otros servicios de alojamiento superan el 80% de satisfacción.
- El elemento peor valorado es el ruido.



PRINCIPALES RESULTADOS: RESTAURACION

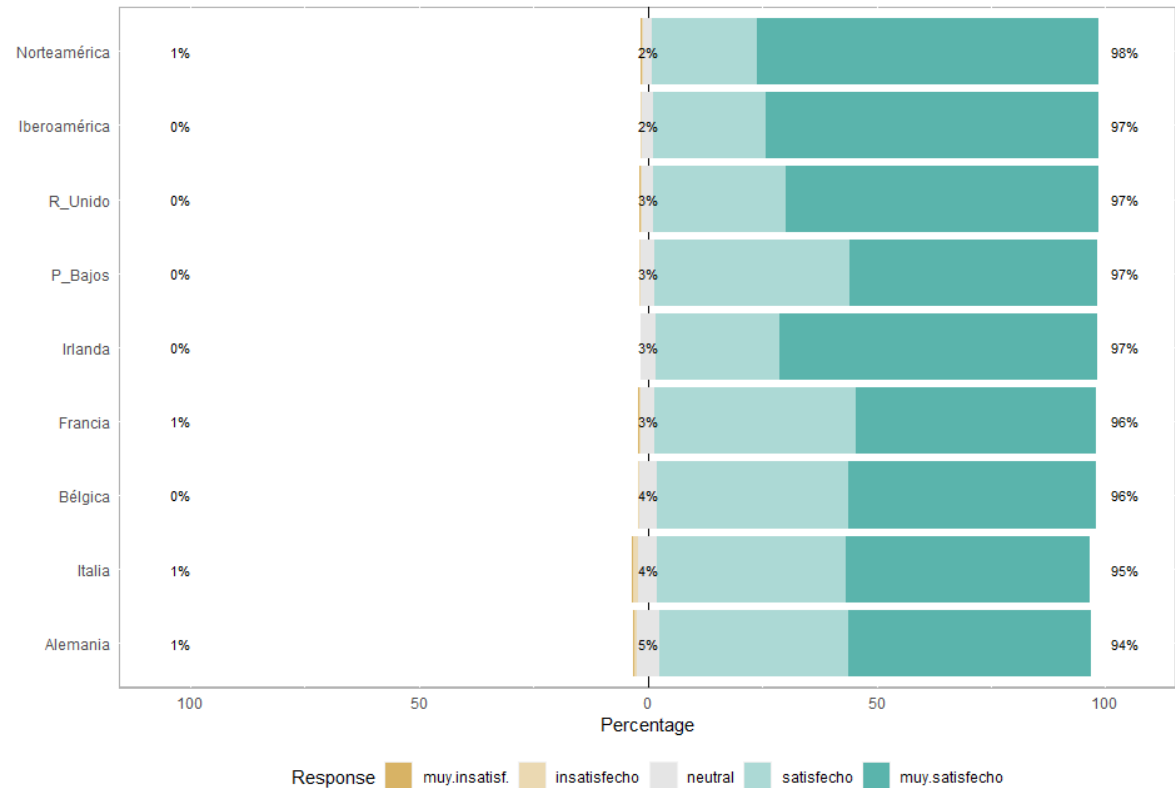
- La atención y trato recibido por el personal de los establecimientos obtiene el mayor porcentaje de satisfacción (90%).
- El resto de dimensiones – confort, la oferta culinaria, vinos, calidad/precio y ambiente superan el 85% de satisfacción.





PRINCIPALES RESULTADOS: ORIGEN DE LOS VIAJEROS

- Todos los países: más de 50% de “muy satisfechos”.
- Los más satisfechos: norteamericanos, ibero-americanos, británicos e irlandeses.
- Algo menos, alemanes e italianos.





OTROS DATOS DESTACABLES

- ✓ **Más del 60% de los encuestados no tenían vinculación previa con España** (lugar de nacimiento, vínculos familiares, amistad con residentes, haber vivido previamente en España, tener un hobby, trabajo o estudios relacionados con nuestro país o tener una vivienda aquí).
- ✓ **Un 55% de los encuestados tiene intención de volver en los próximos 12 meses.** Sólo el 28% dice que “no”.
- ✓ Sólo el 25% vino por primera vez.
- ✓ Uno de cada cuatro afirma haber venido 10 o más veces.

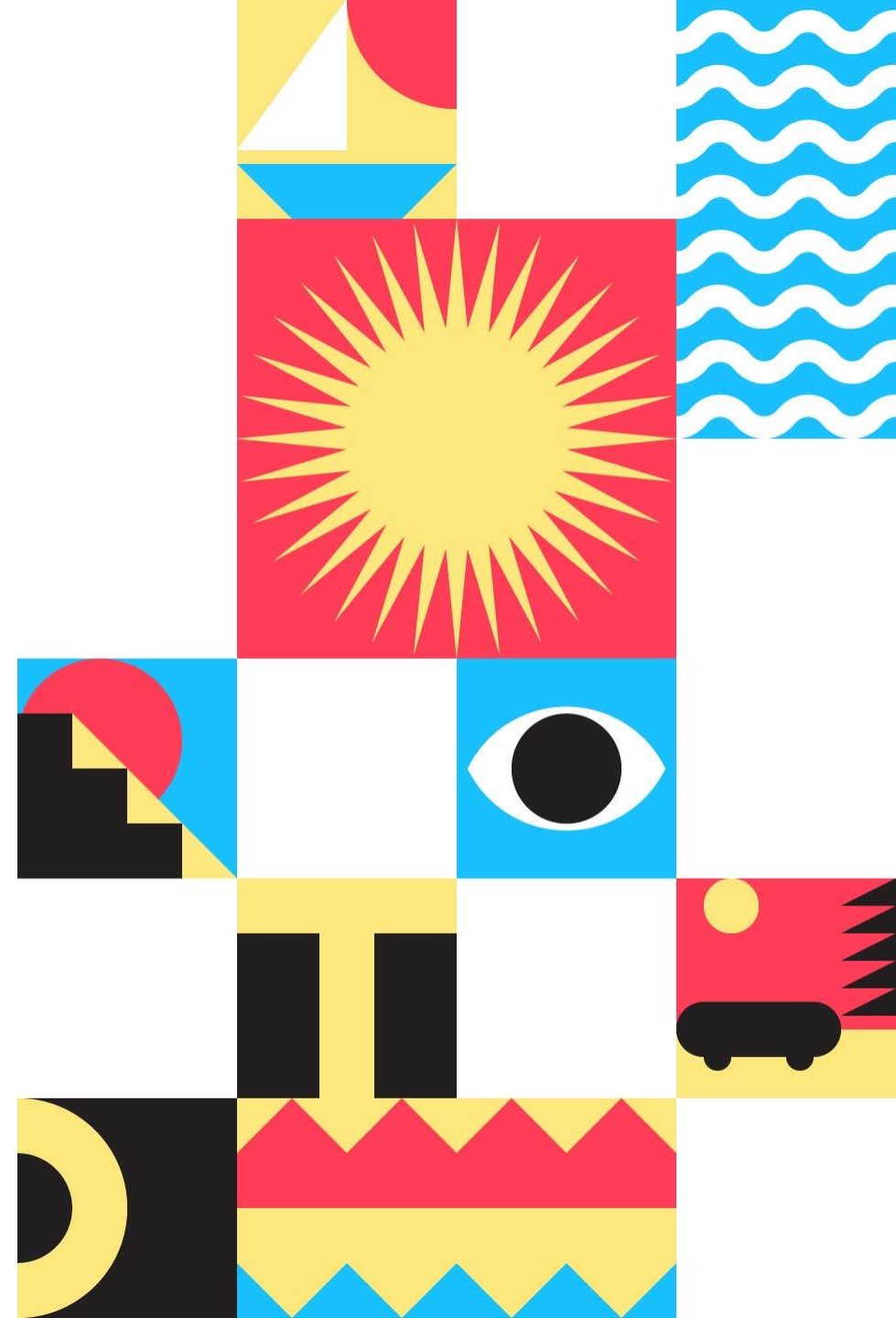


Año Picasso 2023

II CONVENCION
TURESPAÑA
BARCELONA

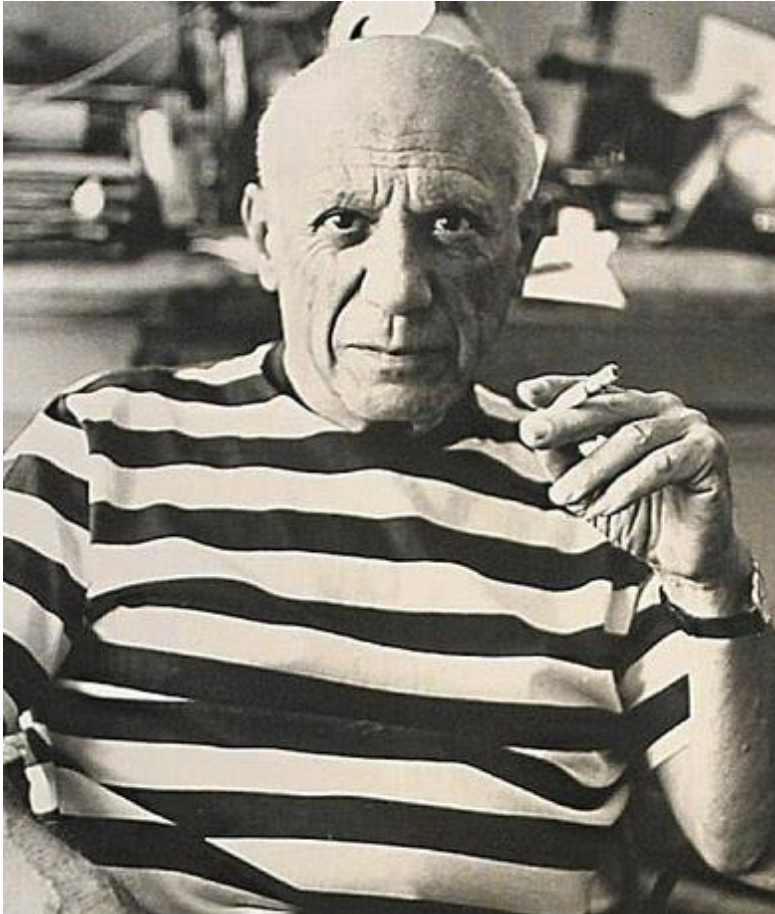


Con la colaboración de:





2023 AÑO PICASSO



En 2023 se conmemora el 50 aniversario del fallecimiento de Pablo Picasso y los gobiernos español y francés han previsto un ambicioso programa de exposiciones y actos conmemorativos en varias ciudades.

En España habrá grandes exposiciones en museos de Madrid, Barcelona, Málaga, Bilbao y A Coruña, entre otros lugares.

Este programa de actividades se extiende en España desde Octubre de 2022 hasta principios de 2024.





2023 UNA OPORTUNIDAD ÚNICA PARA EL DESTINO ESPAÑA

La cultura y el patrimonio histórico-artístico es una de las principales motivaciones de viaje.

España es el principal destino vacacional del mundo pero, siendo uno de los países con un mayor patrimonio histórico y artístico, tiene el reto de fortalecer su marca (turística) con atributos relacionados con la cultura, el arte y el patrimonio histórico, que permita el crecimiento de la demanda de experiencias culturales entre nuestros visitantes.

La asociación España - Picasso es una palanca formidable para conseguir este objetivo.





2023 AÑO PICASSO

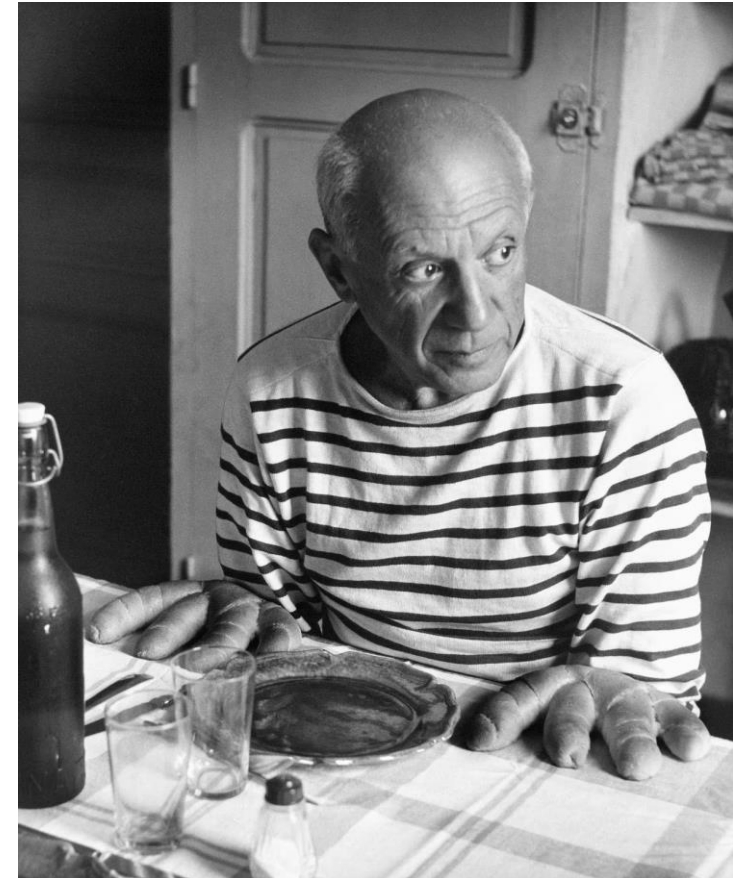
1. Posicionamiento de la marca país España sobre los atributos de la creatividad y el genio artístico.
2. Posicionamiento de España como destino turístico cultural, especialmente necesario en los mercados europeos donde ese posicionamiento es más débil, al ser percibidos como un destino de sol y playa.
3. Generar visitas turísticas a las exposiciones y eventos conmemorativos que se celebrarán en distintos destinos españoles.



2023 AÑO PICASSO

1. MEDIOS PROPIOS:

- Spain.info (Creación de una subhome específica www.spain.info/Picasso-Celebration2023)
- Activación RRSS (desarrollo de contenidos específicos campaña)
- Otras activaciones digitales (correos corporativos, newsletters Hosteltur y otras, etc.)
- Otras activaciones On/Off-line (Tematización stands ferias, FITUR, etc.)



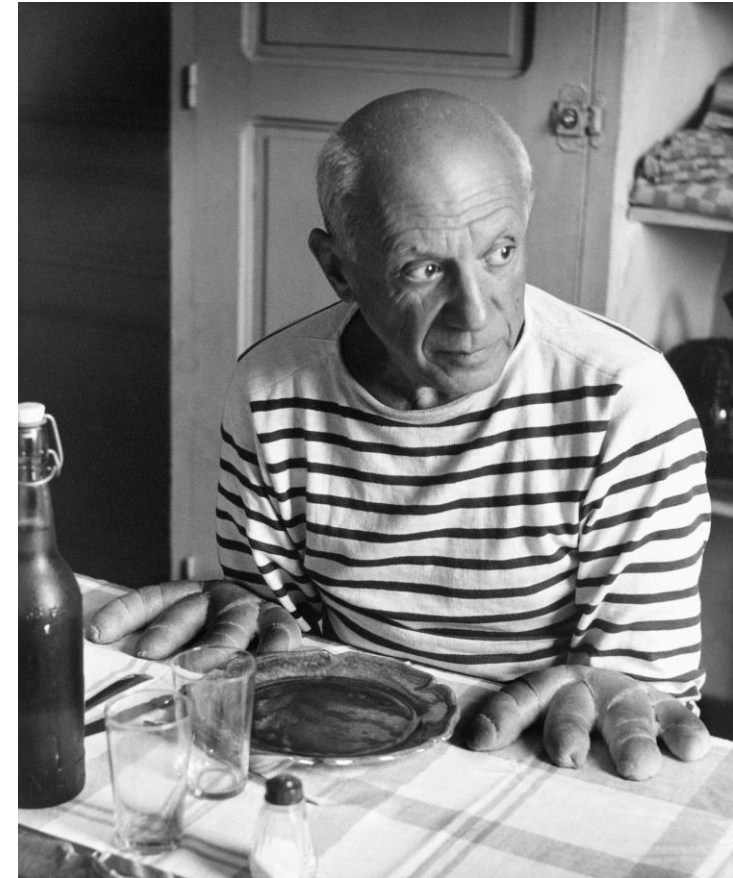


2023 AÑO PICASSO

2. MEDIOS GANADOS:

2.1 Presentación campaña

Presentación del programa de actividades en España a través de la red de 33 oficinas en el exterior en colaboración con CCAA y destinos locales. Presentación inaugural: 25 octubre en París.



EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA





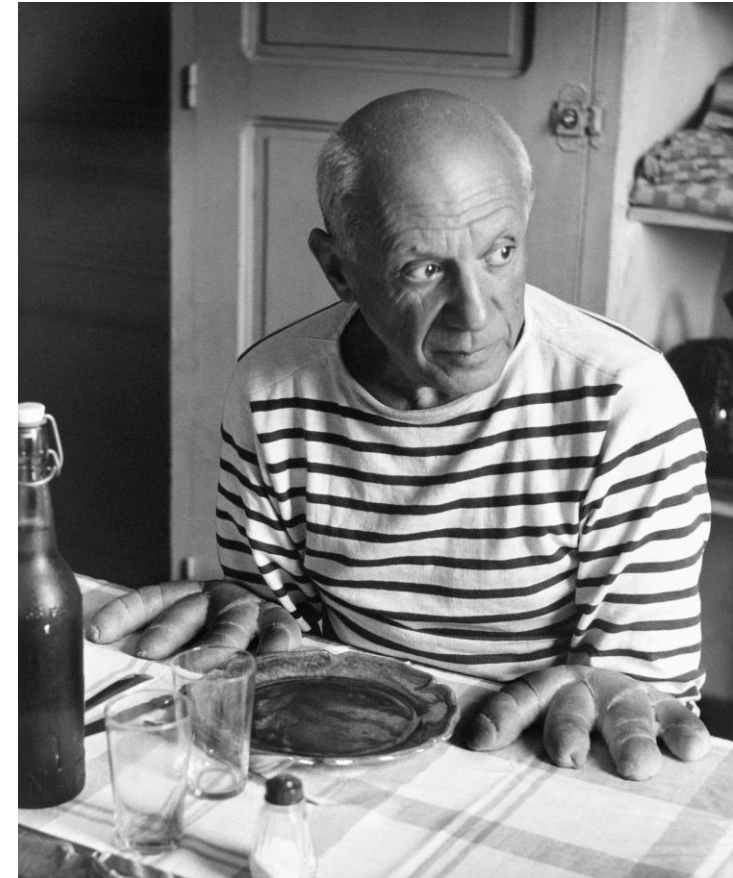
2023 AÑO PICASSO

2.2 Acciones Especiales internacionales:

Las oficinas de turismo en el exterior planificarán acciones de promoción adaptadas a sus mercados

2.3 Acciones de comunicación, RRPP y medios

Viajes de prensa y otros prescriptores internacionales a exposiciones y actividades del programa en colaboración con CCAA y destinos locales.





2023 AÑO PICASSO

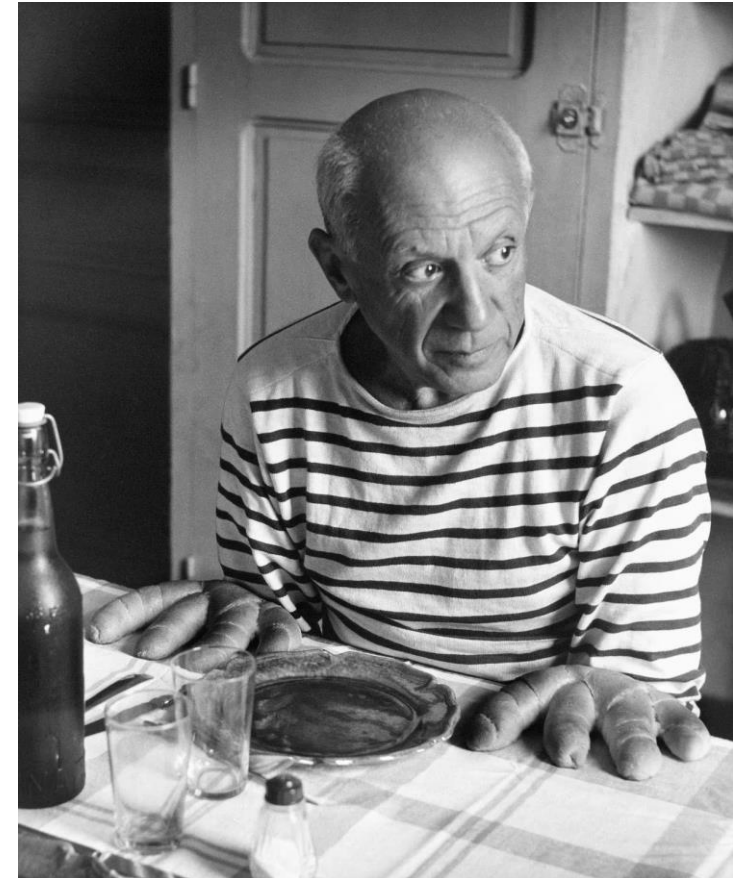
3. CAMPAÑA DE PUBLICIDAD:

Campaña internacional de publicidad en principales mercados emisores de Europa y Estados Unidos con un importe total de €2,5 millones.

Presentación campaña: Enero 2023

Duración campaña: 8 meses

Medios: digitales e impresos





¡Gracias!

#ConvencionTurespaña

II CONVENCION
TURESPAÑA
BARCELONA

TURESPAÑA 

 Ajuntament de
Barcelona

 Barcelona
Turisme

Con la colaboración de:
 BCN+ Barcelona
es mucho más  Diputació
de Barcelona