



THE
OSTELEA
SCHOOL OF
TOURISM &
HOSPITALITY

EAE Business
School

EL TURISMO GASTRONÓMICO EN ESPAÑA

EL TURISMO GASTRONÓMICO EN ESPAÑA

Dirigido por:

Marc Sansó

Director de Investigación de Ostelea

Marc Sansó, Ingeniero Industrial Superior, es Doctor cum laude en Administración y Dirección de Empresas, MBA por ESADE y Máster en Marketing por la UPF.

Su carrera profesional se enfoca a la consultoría estratégica, executive education y a la investigación. Es senior consultant en la Agència Catalana de Competitivitat, Director del Máster International Business, profesor del EMBA y miembro del departamento de investigación en EAE Business School. Es autor del libro 'The Value Trail: How to Effectively Understand, Deploy and Monitor Successful Business Models' y conferenciante habitual en diversas escuelas de negocio.

CONTENIDO

00

INTRODUCCIÓN

PÁG. 4

01

RESUMEN EJECUTIVO

PÁG. 6

02

CONTEXTO INTERNACIONAL

PÁG. 8

03

CONTEXTO NACIONAL

PÁG. 12

03.1

**Macro cifras del turismo gastro
en España**

PÁG. 13

03.2

**Turistas gastronómicos por país
de procedencia**

PÁG. 14

03.3

**Turistas gastronómicos por C.A.
de destino**

PÁG. 15

03.4

Gasto total y gasto en comidas

PÁG. 16

03.5

Grado de satisfacción

PÁG. 18

04

CONCLUSIONES

PÁG. 20

05

FUENTES DE INFORMACIÓN

PÁG. 24

CONOCE OSTELEA

Somos un **Centro Universitario Internacional** especializado en la formación de líderes, directivos y técnicos de la industria del Hospitality y del Turismo con pasión por el servicio y una visión multicultural.

Nuestra misión es contribuir al desarrollo social, económico y cultural de forma sostenible de la industria, a través de la formación de directivos, profesionales y técnicos del sector.

Estamos comprometidos con la innovación como aplicación de nuevos conocimientos en el mercado, impulsamos el vínculo entre empresas e instituciones del sector turístico y la industria del hospitality para nutrir al mercado de nuevas soluciones. Para ello, tenemos acuerdos con un centenar de compañías internacionales que operan y lideran la industria.

Nuestros participantes son el centro de nuestra actividad, a ellos, transmitimos un conocimiento aplicable y práctico, gracias a nuestra metodología en la que el alumno es el centro del aprendizaje, tanto dentro como fuera del aula.

Nuestro campus principal está en Barcelona, la única ciudad del mundo con nueve edificios Patrimonio de la Humanidad. Barcelona recibe cada año casi seis millones de turistas y es la primera ciudad de España y la quinta de Europa receptora de turistas. Es también el enclave

líder en turismo de cruceros en Europa y la tercera urbe del planeta que acoge el mayor número de congresos internacionales.

En Barcelona también se han celebrado los mayores eventos deportivos (Juegos Olímpicos, Gran Premio de Fórmula 1, Máster Mil, UEFA Champions League, Mundiales de Baloncesto, Natación y Fútbol) y es posiblemente, el clúster más importante en el mundo de la restauración, de hecho, es la quinta ciudad más gastronómica del mundo gracias a albergar a más de diez mil restaurantes y a su innovadora cocina catalana contemporánea. Cocineros como Ferran Adrià también son verdaderos artistas y científicos.

Este enclave privilegiado nos permite unir el conocimiento académico con el conocimiento práctico de la gestión de las mejores entidades públicas y privadas que lideran en Europa y en el mundo, el sector turístico y la industria del hospitality.

Contamos, también, con dos de los mejores partners del sector de la formación en España. De un lado, **EAE Business School, segunda escuela de negocios de España (Ranking Merco 2014)** que nos aporta la base fundamental del

management y una reconocida experiencia en la formación directiva que le ha permitido formar a más de 60.000 directivos en sus 58 años de historia. De otro lado, la **Universidad de Lleida, la primera universidad pública española en calidad docente (Fundación Conocimiento y Desarrollo)** y recientemente distinguida como Campus de Excelencia Internacional, que nos aporta el rigor académico de nuestra formación.

Mantenemos, también, una sólida vocación internacional que nos permite conocer y enseñar las mejores prácticas globales en nuestro campus. Para ello, contamos con acuerdos internacionales en más de 20 universidades y centros universitarios relacionados con nuestro sector para el intercambio de conocimiento, claustro y estudiantes.

D. José Luis Fernández Martínez

Director General

The Ostelea, School of Tourism & Hospitality

Para contactar con el Departamento de Comunicación:

Eva Buendía

ebuendia@ostelea.com
comunicacion@ostelea.com
Tel: 93.400.50.24

OSTELEA es miembro de:



OMT
Organización Mundial del Turismo



AEPT
Asociación Española de Profesionales del Turismo



AEDH
Asociación Española de Directores de Hotel



Red Pacto Mundial España

00

INTRODUCCIÓN

00 INTRODUCCIÓN

El turismo gastronómico representa un excelente indicador para medir la calidad y grado de sofisticación de la oferta turística. A medio camino entre el ocio y la cultura, la gastronomía enlaza con la oferta más personal y caracterizadora de un país, constituyéndose en uno de los factores más tangibles y reconocibles para aumentar el grado de conocimiento y atractivo a nivel internacional.

España es una potencia global en gastronomía, como demuestra su sólida representación en la guía de mejores restaurantes del mundo, el volumen de producción y calidad de sus vinos, y, en general, el talento de sus creadores y cocineros. Al servicio de todo ello, la industria turística debe ser capaz de mantener una oferta que permita entender las necesidades específicas del turista gastronómico, aumentar su grado de satisfacción global, y respaldar el conocimiento y disfrute de una tradición artístico-cultural con muchos años de historia.

El premio, una vez más, será contar con un tipo de turismo de mayor calidad, con un mayor gasto medio, un elevado grado de fidelidad, y con un mayor impacto en industrias y servicios complementarios de carácter artístico-cultural.



01

RESUMEN EJECUTIVO

01 RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio analiza la posición internacional de España en el contexto de la oferta gastronómica, entiendo las actividades de restauración que giran en torno a los productos culinarios y al vino como unos activos esenciales.

Desde una perspectiva de demanda, caracteriza el comportamiento del denominado turista gastronómico, una caracterización compleja que aquí se ha determinado en base a aquellos que especifican el interés por la gastronomía como uno de los motivos esenciales de su visita a España.

Cabe destacar que los datos hacen referencia al 2014 en su mayor parte, tanto en lo referente a los resultados de la encuesta Egatur, extraídos a partir de un análisis estadístico de los microdatos disponibles, como a la caracterización de los datos de la Guía Michelin, para cuyos resultados se ha utilizado la información de la edición 2015 (datos 2014), por ser la última de la que se dispone de datos completos a nivel mundial.

Por último, en los casos que así se ha juzgado necesario, y con objeto de caracterizar la evolución reciente, se ha incluido una comparativa con los datos de 2013 y con el período 2012-2015.



02

CONTEXTO INTERNACIONAL

España es el quinto país del mundo con más estrellas Michelin, con un total de 169. La lista la encabeza Francia (603), seguida de Japón (516). Polonia cierra la lista de 27 países con al menos 1 estrella Michelin, según la guía.

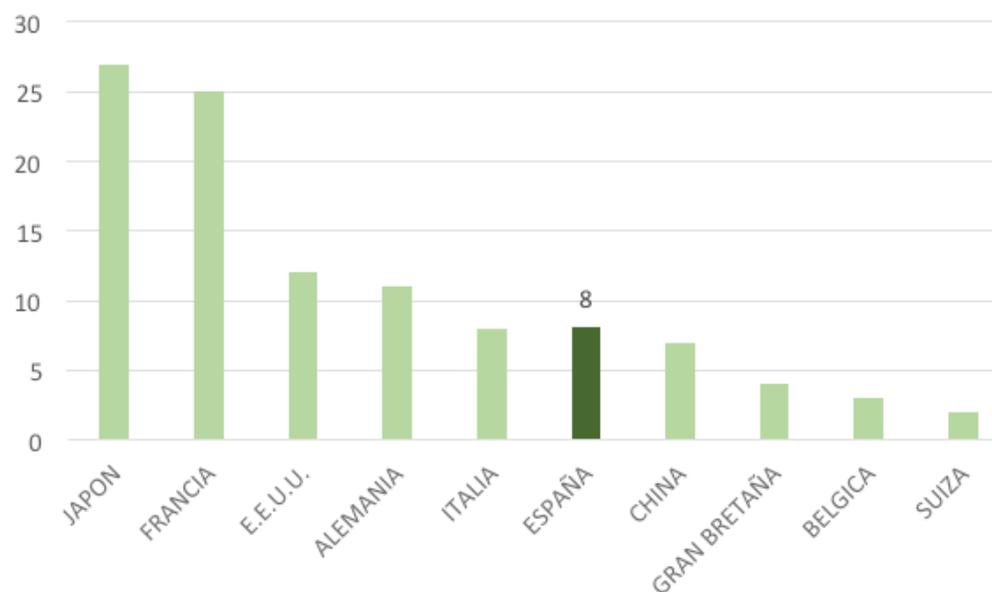
En cuanto a oferta de restaurantes según el número de estrellas Michelin, España es el sexto país del mundo con más restaurantes de 3 estrellas (8), en una lista encabezada por Japón (27) y Francia (25).

España, sexto país del mundo con más restaurantes de 3 estrellas Michelin



GRÁFICO 1

Top-10 de países con más restaurantes con 3 estrellas Michelin (Guía 2015)



Fuente Guías Michelin 2015 y 2012

España es el tercer país con mayor producción de vino del mundo, con un total de 36,6 millones de hectolitros en 2015 (un 13,3% del total mundial). La lista la encabeza Italia, con 48,9 millones de hectolitros (17,7%), y en segunda posición encontramos a Francia, con 47,02 (17,2%). Entre los tres suman el 48,2% de la producción mundial de vino, una cifra que era del 45,8% en 2012. Estos tres países, pues, han incrementado aún más su dominancia en el panorama mundial en los últimos tres años.

España es el país de la lista de los 9 países con mayor producción de vino que más ha aumentado el volumen total producido durante el periodo 2012-2015 (un 17,6%). En el mismo periodo, Italia ha aumentado su producción un 7,1% y Francia, un 14%.

España es el tercer país con mayor producción de vino del mundo, con un total de 36,6 millones de Hectolitros en 2015

(un 13,3% del total mundial)

TABLA 1

Distribución de estrellas Michelin totales por países, según Guía Michelin 2015 y 2012

	2012	2015	2015 Vs 2012
Francia	729	603	-17,3%
Japón	775	516	-33,4%
Italia	347	330	-4,9%
Alemania	299	283	-5,4%
España	167	169	1,2%
Reino Unido	176	158	-10,2%
EEUU	169	137	-18,9%
Bélgica	140	127	-9,3%
Suiza	118	118	0,0%
Holanda	122	100	-18,0%

Fuente Guías Michelin 2015 y 2012

TABLA 2

Top 15 de países según el número de restaurantes con estrellas Michelin (Guía 2015)

	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Japón	27	113	376
Francia	25	79	499
EE.UU.	12	18	107
Alemania	11	38	234
Italia	8	39	283
España	8	18	143
China	7	16	52
Gran Bretaña	4	20	134
Bélgica	3	17	107
Suiza	2	19	97
Holanda	2	19	79
Mónaco	1	1	4
Dinamarca	0	3	15
Suecia	0	3	15
Brasil	0	1	16

Fuente Guías Michelin 2015 y 2012

TABLA 3

Producción de vino por países 2012-2015 (en millones de hectolitros)

	2012	2015	2015 Vs 2012
Italia	45,6	48,9	7,1%
Francia	41,5	47,4	14,0%
España	31,1	36,6	17,6%
EE.UU.	21,7	22,1	2,3%
Argentina	11,8	13,4	13,4%
Chile	12,6	12,9	2,5%
Australia	12,3	12,0	-2,1%
Sudáfrica	10,6	11,3	7,0%
China	13,5	11,2	-17,3%

GRÁFICO 2

Porcentaje de la producción mundial de vino, por países en 2012

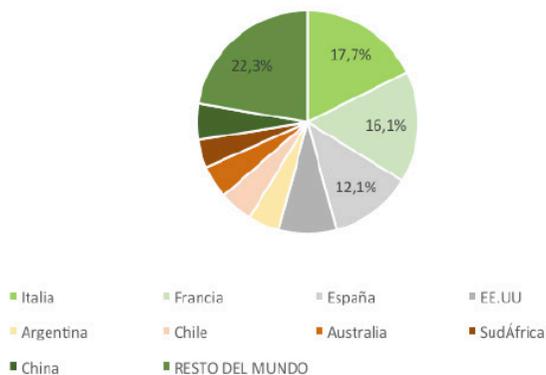
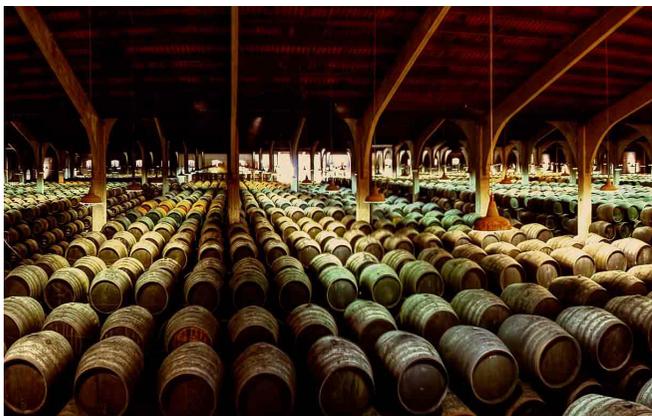
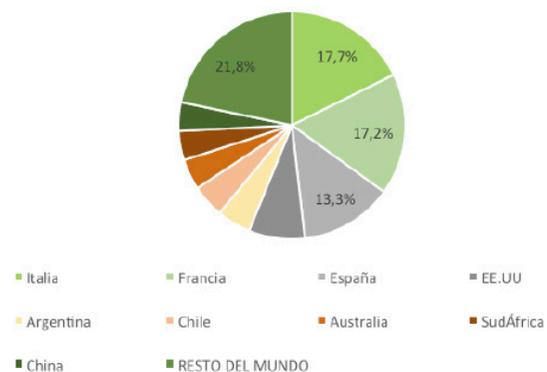


GRÁFICO 3

Porcentaje de la producción mundial de vino por países en 2015



03

CONTEXTO NACIONAL

3.1 MACRO CIFRAS DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN ESPAÑA

El número de turistas que aducen motivos gastronómicos para visitar España (en adelante, turistas gastronómicos) ha sido de casi 8,3 millones en 2014, un 16% más que en 2013.

Del total de turistas llegados a nuestro país en 2014, un 12,7% lo hizo por motivos asociados a la gastronomía (un 11,8%) en 2013. Por otra parte, el gasto total atribuible al turismo gastronómico en España casi alcanzó los 9.000 millones de euros en 2014, un 12% más que en 2013. Esto representó un 14,3% del total de gasto de todo el turismo internacional que España recibió en 2014, frente al 13,6% en 2013.

España, pues, consolida el prestigio gastronómico como uno de los motivos principales en la atracción de turistas a nuestro país, así como ve aumentar la importancia y contribución de dicho tipo de turismo sobre el global

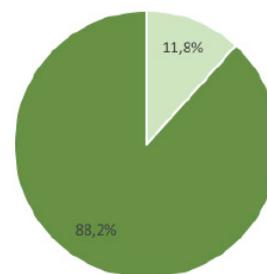
TABLA 4

Distribución de estrellas Michelin totales por países, según Guía Michelin 2015 y 2012

	2013	2014	13Vs14 (%)
Número de turistas gastronómicos	7.130.917	8.268.864	16%
% Sobre el total de turistas llegados	11,8%	12,7%	8%
Gasto total atribuible a ellos (M€)	8.061 €	8.994 €	12%
% sobre el total de gasto turístico	13,6%	14,3%	5%

GRÁFICO 4

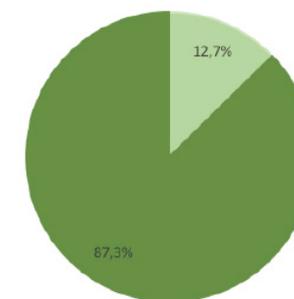
Distribución del número de turistas gastronómicos llegados a España en 2013 sobre el total



■ Turismo gastronómico ■ Turismo no gastronómico

GRÁFICO 5

Distribución del número de turistas gastronómicos llegados a España en 2014 sobre el total



■ Turismo gastronómico ■ Turismo no gastronómico

3.2

TURISTAS GASTRONÓMICAS POR PAÍS DE PROCEDENCIA

Por países y con datos de 2014, EE.UU. es el que tuvo un mayor porcentaje de turistas que declaran venir a España por motivos gastronómicos sobre el total (19,6%), seguido de Francia (15,8%). Alemania (9%) y Portugal (8,3%) son los países entre cuyos ciudadanos despierta menor atractivo el turismo gastronómico en España. Del total de turistas gastronómicos que recibe España, un 22,5% provienen de Reino Unido y un 20,3% de Francia. Esta cifra, no obstante, debe contextualizarse con el hecho de que son los países que más turistas aportan al total recibido por España en 2014.

GRÁFICO 6

Porcentaje de turistas gastronómicos sobre el total que aporta cada país a España (2014)

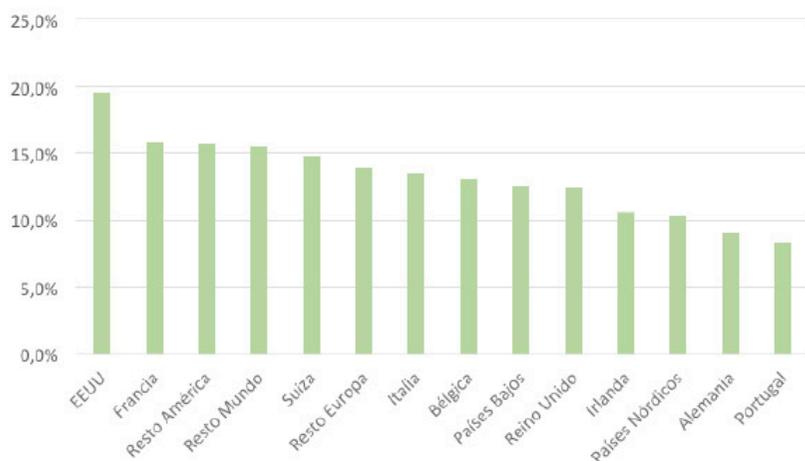


TABLA 5

Distribución de turistas totales y turistas gastronómicos por países en 2014

	(1) Turistas totales	(2) Turistas gastronómicos	(2) / (1)	(2) / (3)
EE.UU.	1.218.574	238.840	19,6%	2,9%
Francia	10.613.580	1.676.946	15,8%	20,3%
Resto América	1.916.595	300.905	15,7%	3,6%
Resto Mundo	2.775.860	433.034	15,6%	5,2%
Suiza	1.631.999	241.536	14,8%	2,9%
Resto Europa	4.549.713	632.410	13,9%	7,6%
Italia	3.698.363	499.279	13,5%	6,0%
Bélgica	2.180.329	285.623	13,1%	3,5%
Países Bajos	2.766.980	345.872	12,5%	4,2%
Reino Unido	15.003.988	1.860.495	12,4%	22,5%
Irlanda	1.291.423	136.891	10,6%	1,7%
Países Nórdicos	5.049.574	520.106	10,3%	6,3%
Alemania	10.421.957	940.809	9,0%	11,4%
Portugal	1.876.340	156.118	8,3%	1,9%
TOTALES	64.995.275	(3) 8.268.864	12,7%	100,0%

3.3

TURISTAS GASTRONÓMICOS POR C.A. DE DESTINO

La Rioja (28,2%) y Andalucía (26,1%) son las CC.AA. que cuentan con un mayor porcentaje de turistas gastronómicos sobre el total que reciben. Cierran la lista Baleares (2%) y la Comunidad Valenciana (6,7%). Si lo comparamos por volumen, observamos que del total de turistas gastronómicos que recibe España, un 34,5% se dirigen a Cataluña como destino principal, seguido de Andalucía (un 26,9%). Por el contrario, un 0,2% se dirigen a la Rioja. Y un 0,4% a Navarra y Castilla-La Mancha

GRÁFICO 7

Porcentaje de turistas gastronómicos sobre el total que reciben cada C.A. (2014)

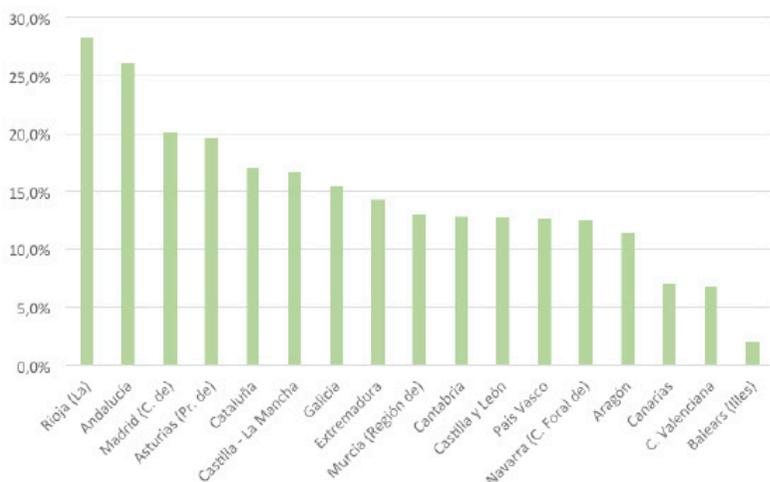


TABLA 5

Número de turistas gastronómicos llegados a España, que recibe cada CC.AA. de destino (2014)

	(1) Totales	(2) Gastronómicos	(2) / (1)	(2) / (3)
Andalucía	8.501.991	2.223.141	26,1%	26,9%
Aragón	327.028	37.129	11,4%	0,4%
Asturias (Pr. de)	236.523	46.496	19,7%	0,6%
Balears (Illes)	11.367.224	223.056	2,0%	2,7%
C. Valenciana	6.233.881	419.956	6,7%	5,1%
Canarias	11.475.211	800.546	7,0%	9,7%
Cantabria	369.138	47.459	12,9%	0,6%
Castilla - La Mancha	182.612	30.591	16,8%	0,4%
Castilla y León	996.065	127.241	12,8%	1,5%
Cataluña	16.814.199	2.855.019	17,0%	34,5%
Extremadura	196.283	28.032	14,3%	0,3%
Galicia	1.050.417	162.399	15,5%	2,0%
Madrid (C. de)	4.546.559	914.310	20,1%	11,1%
Murcia (Región de)	805.658	104.913	13,0%	1,3%
Navarra (C. Foral de)	261.717	32.915	12,6%	0,4%
País vasco	1.569.745	198.425	12,6%	2,4%
Rioja (La)	61.024	17.238	28,2%	0,2%
TOTAL	64.995.275	(3) 8.268.864	12,7%	100,0%

3.4

GASTO TOTAL Y GASTO EN COMIDAS

El gasto medio en gastronomía de los turistas gastronómicos para el conjunto de España es de 248,29€. Ello representa un porcentaje del 8,5% sobre el total del gasto medio. Los turistas gastronómicos que tienen las CC.AA. de Andalucía y Madrid como destino principal son los que tienen un menor gasto sobre el total del gasto del viaje (6,3% y 7,4% respectivamente). Por el contrario, los que visitan Castilla y León (18,4%) y Extremadura (16,9%) son los que destinan, porcentualmente, más presupuesto a gastronomía. En valor absoluto, Galicia (330,88€) y Castilla-La Mancha (319,01€) son las CCAA cuyos turistas gastronómicos destinan más dinero a gastronomía, mientras que País Vasco (206,94€) y Cataluña (212,83€) son las CCAA donde dicho gasto es menor.

GRÁFICO 8

Porcentaje de turistas gastronómicos sobre el total que reciben cada C.A. (2014)

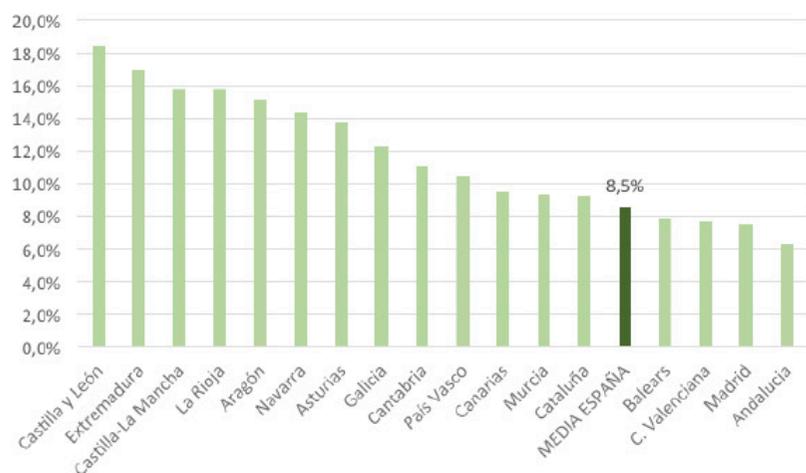


TABLA 6

Gasto medio en gastronomía de turistas gastronómicos por C.A. (2014)

	Gasto medio en gastronomía	% sobre el total de gasto
Andalucía	217,62 €	6,3%
Aragón	257,12 €	15,1%
Asturias (Pr. de)	317,24 €	13,7%
Balears (Illes)	301,80 €	7,9%
C. Valenciana	214,18 €	9,4%
Canarias	213,50 €	11,1%
Cantabria	306,16 €	18,4%
Castilla - La Mancha	319,01 €	15,8%
Castilla y León	212,83 €	9,2%
Cataluña	260,36 €	7,6%
Extremadura	278,09 €	16,9%
Galicia	330,88 €	12,3%
Madrid (C. de)	279,83 €	7,4%
Murcia (Región de)	214,77 €	9,3%
Navarra (C. Foral de)	260,21 €	14,3%
País vasco	206,94 €	10,4%
Rioja (La)	302,72 €	15,8%
MEDIA ESPAÑA	248,29€	8,5%

Por procedencias, los turistas gastronómicos llegados de América Latina presentan un mayor gasto medio en concepto de gastronomía, (418,6 €), seguidos de los de EE.UU. (390,5€). En el extremo contrario encontramos a los turistas gastronómicos franceses, con 179€, y los austríacos, con 184 €.

GRÁFICO 9

Gasto medio en gastronomía del turista gastronómico llegado a España, por país de origen (2014)

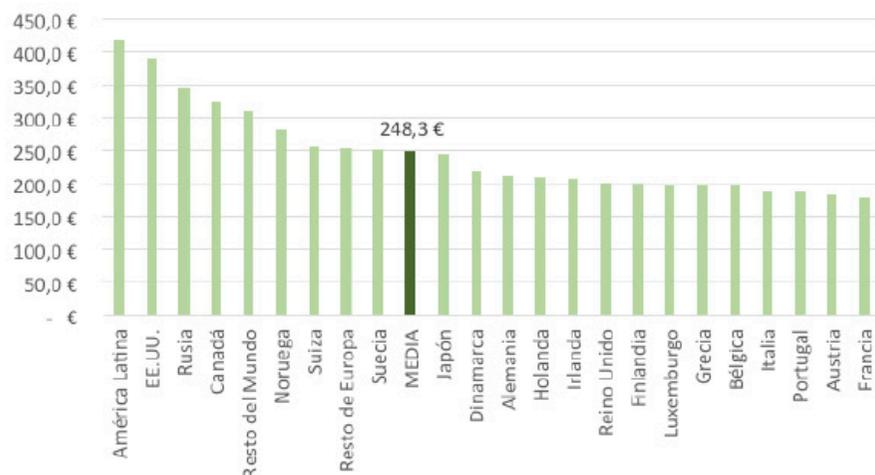


TABLA 7

Gasto medio en gastronomía del turista gastronómico llegado a España, por país de origen (2014)

	Gasto medio en gastronomía		Gasto medio en gastronomía
Bélgica	197,4 €	Portugal	187,7 €
Dinamarca	219,3 €	Suiza	257,2 €
Alemania	212,0 €	Finlandia	200,4 €
Francia	179,0 €	Suecia	252,7 €
Reino Unido	202,1 €	Rusia	346,0 €
Grecia	197,6 €	Resto de Europa	254,5 €
Irlanda	207,1 €	América Latina	418,6 €
Italia	187,8 €	Canadá	326,5 €
Luxemburgo	198,3 €	Japón	245,2 €
Holanda	211,2 €	EE.UU.	390,5 €
Noruega	283,1 €	Resto del mundo	311,3 €
Austria	184,0 €	TOTAL	248,291860

3.5

GRADO DE SATISFACCIÓN

En una escala del 1 al 10, los turistas gastronómicos llegados a España manifiestan una satisfacción de 8,8 con el global de su estancia en nuestro país, mientras que los no gastronómicos tienen una satisfacción media del 8,4. Esta diferencia de satisfacción se mantiene para todas las CC.AA., y permite concluir que la gastronomía es un factor que aumenta la satisfacción media de los turistas que visitan España.

Por C.A., los turistas gastronómicos que visitan Extremadura como destino principal tienen un el mayor grado de satisfacción, con un 9,1 sobre 10, seguido de Murcia, con un 9. Las CCAA con un peor ratio, aunque igualmente excelente, son Castilla y León (8,6) y Aragón (8,4). El nivel es, por tanto, generalmente muy alto.

Otro parámetro interesante es el del porcentaje de mejora de la satisfacción general media del turista gastronómico a la experiencia gastronómica. En este apartado, Extremadura es de nuevo la C.A. en la que dicha experiencia contribuye a aumentar más la satisfacción (8,4% de aumento), seguida de la Rioja (7,5%). Aragón (0,3%) y Asturias (1,3%) son las CC.AA. donde dicha influencia es menor.

TABLA 8

Grado de satisfacción media del turista gastronómico con el global de su estancia en España, según tipo de turista y C.A.

	Gastronómico	No gastronómico	% Mejora
Andalucía	8,9	8,5	4,8%
Aragón	8,6	8,5	0,3%
Asturias	8,7	8,6	1,3%
Balears	8,8	8,7	1,6%
Canarias	8,8	8,5	3,2%
Cantabria	8,9	8,5	4,1%
Castilla y León	8,4	8,1	3,4%
Castilla-La Mancha	8,7	8,4	4,3%
Cataluña	8,8	8,6	2,0%
C. Valenciana	8,9	8,5	4,4%
Extremadura	9,1	8,4	8,1%
Galicia	8,9	8,7	2,2%
Madrid	8,6	8,4	1,9%
Murcia	9,0	8,4	7,3%
Navarra	8,6	8,5	1,8%
País vasco	8,9	8,4	6,4%
La Rioja	8,9	8,3	7,5%
MEDIA ESPAÑA	8,8	8,5	3,5%

3.5 GRADO DE SATISFACCIÓN

GRÁFICO 10

Distribución del grado de satisfacción media del turista gastronómico según tipo de turista y C.A.

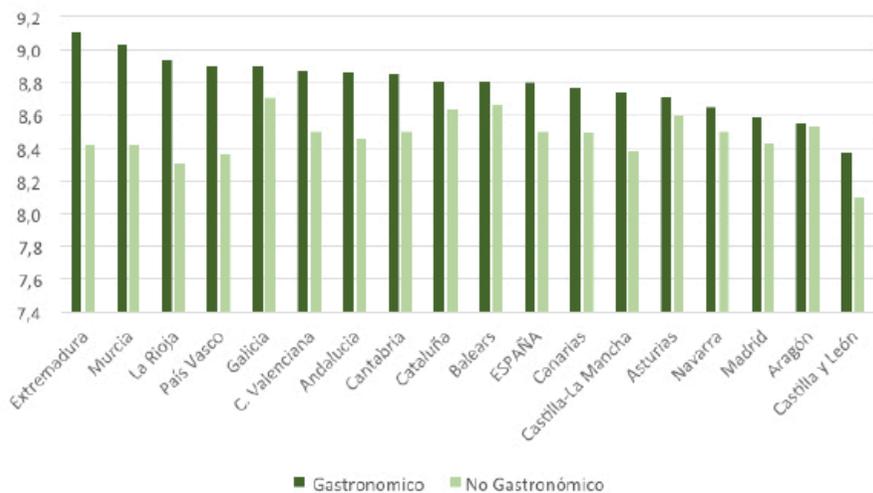
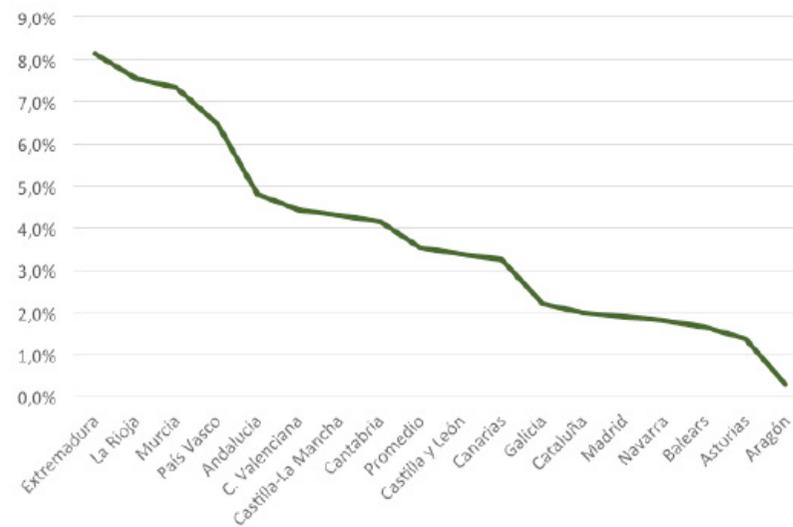


GRÁFICO 11

Porcentaje de mejora del grado de satisfacción medio del turista gastronómico vs. el no gastronómico



04

CONCLUSIONES

01

España es el quinto país del mundo con más estrellas Michelin, con un total de 169. La lista la encabeza Francia (603), seguida de Japón (516). Polonia cierra la lista de 27 países con al menos 1 estrella Michelin, según la guía.

02

En cuanto a oferta de restaurantes según el número de estrellas Michelin, España es el sexto país del mundo con más restaurantes de 3 estrellas (8), en una lista encabezada por Japón (27) y Francia (25).

03

España es el tercer país con mayor producción de vino del mundo, con un total de 36,6 millones de hectolitros en 2015 (un 13,3% del total mundial). La lista la encabeza Italia, con 48,9 millones de hectolitros (17,7%), y en segunda posición encontramos a Francia, con 36,6 (17,2%). Entre los tres suman el 48,2% de la producción mundial de vino, una cifra que era del 45,8% en 2012. Estos tres países, pues, han incrementado aún más su dominancia en el panorama mundial en los últimos tres años.

04

España es el país de la lista de los 9 países con mayor producción de vino que más ha aumentado el volumen total producido durante el periodo 2012-2015 (un 17,6%). En la misma etapa, Italia ha aumentado su producción un 7,1% y Francia, un 14%.

05

El número de turistas que aducen motivos gastronómicos para visitar España (en adelante, turistas gastronómicos) ha sido de casi 8,3 millones en 2014, un 16% más que en 2013.

06

Del total de turistas llegados a nuestro país en 2014, un 12,7% lo hizo por motivos asociados a la gastronomía (un 11,8%) en 2013.

07

El gasto total atribuible al turismo gastronómico en España casi alcanzó los 9.000 millones de euros en 2014, un 12% más que en 2013. Esto representó un 14,3% del total de gasto de todo el turismo internacional que España recibió en 2014, frente al 13,6% en 2013.

08

Por países y con datos de 2014, EE.UU es el que tuvo un mayor porcentaje de turistas que declaran venir a España por motivos gastronómicos sobre el total (19,6%), seguido de Francia (15,8%). Alemania (9%) y Portugal (8,3%) son los países entre cuyos ciudadanos despierta menor atractivo el turismo gastronómico en España

09

Del total de turistas gastronómicos que recibe España, un 22,5% provienen de Reino Unido y un 20,3% de Francia. Esta cifra, no obstante, debe contextualizarse con el hecho de que son los países que más turistas aportan al total recibido por España en 2014.

10

La Rioja (28,2%) y Andalucía (26,1%) son las CC.AA. que cuentan con un mayor porcentaje de turistas gastronómicos sobre el total que reciben. Cierran la lista Balears (2%) y la Comunidad Valenciana (6,7%).

11

Si lo comparamos por volumen, observamos que del total de turistas gastronómicos que recibe España, un 34,5% se dirigen a Cataluña como destino principal, seguido de Andalucía (un 26,9%). Por el contrario, un 0,2% se dirigen a la Rioja. Y un 0,4% a Navarra y Castilla-La Mancha

12

El gasto medio en gastronomía de los turistas gastronómicos para el conjunto de España es de 248,29 €. Ello representa un porcentaje del 8,5% sobre el total del gasto medio.

13

Los turistas gastronómicos que tienen las CC.AA. de Andalucía y Madrid como destino principal son los que tienen un menor gasto sobre el total del gasto del viaje (6,3% y 7,4% respectivamente). Por el contrario, los que visitan Castilla y León (18,4%) y Extremadura (16,9%) son los que destinan, porcentualmente, más presupuesto a gastronomía

14

En valor absoluto, Galicia (330,88 €) y Castilla-La Mancha (319,01 €) son las CC.AA. cuyos turistas gastronómicos destinan más dinero a gastronomía, mientras que País Vasco (206,94 €) y

15

Por procedencias, los turistas gastronómicos llegados de América Latina presentan un mayor gasto medio en concepto de gastronomía, (418,6 €), seguidos de los de EE.UU. (390,5 €).

16

En el extremo contrario encontramos a los turistas gastronómicos franceses, con 179 €, y a los austríacos, con 184 €

17

En una escala del 1 al 10, los turistas gastronómicos llegados a España manifiestan una satisfacción de 8,8 con el global de su estancia en nuestro país, mientras que los no gastronómicos tienen un satisfacción media del 8,4. Esta diferencia de satisfacción se mantiene para todas las CC.AA., y permite concluir que la gastronomía es un factor que aumenta la satisfacción media de los turistas que visitan España.

18

Por C.A., los turistas gastronómicos que visitan Extremadura como destino principal tienen un el mayor grado de satisfacción, con un 9,1 sobre 10, seguido de Murcia, con un 9. Las CC.AA. con un peor ratio, aunque igualmente excelente, son Castilla y León (8,6) y Aragón (8,4). El nivel es, por tanto, generalmente muy alto

19

Otro parámetro interesante es el del porcentaje de mejora de la satisfacción general media del turista gastronómico atribuible a la experiencia gastronómica. En este apartado, Extremadura es de nuevo la C.A. en la que dicha experiencia contribuye a aumentar más la satisfacción (8,4% de aumento), seguida de la Rioja (7,5%). Aragón (0,3%) y Asturias (1,3%) son las CC.AA. donde dicha influencia es menor

05

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Egatur Encuesta de Hábitos Turísticos 2014
- Guías Michelin 2015 y 2012
- World Wine Statistics 2015 –The Wine Institute
- Wine Statistics 2015-2012 Organization of Vine and Wine

THE
OSTELEA
SCHOOL OF
TOURISM &
HOSPITALITY



EAE Business
School

+34 93 400 50 24

WWW.OSTELEA.COM

Barcelona

C/ Aragó, 28 - 08015

C/ Aragó, 55 - 08015

