

Principales cifras mercados turísticos extranjeros en Andalucía

INFORME

2013

Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA)

Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía



ÍNDICE:

INTRODUCCIÓN.....	3
Principales cifras del turismo británico.....	4
Principales cifras del turismo alemán.....	7
Principales cifras del turismo francés.....	10
Principales cifras del turismo de los Países Nórdicos.....	13
Principales cifras del turismo de los Países Bajos.....	16
Principales cifras del turismo belga.....	19
Principales cifras del turismo italiano.....	22
FUENTES UTILIZADAS.....	25

INTRODUCCIÓN:

El objetivo de esta publicación es analizar periódicamente a los principales emisores turísticos extranjeros para Andalucía (Reino Unido, Alemania, Francia, Países Nórdicos, Países Bajos, Bélgica e Italia), aprovechando toda la información oficial disponible publicada sobre los mismos y consensuada con el principal usuario de este tipo de información (área de marketing).

Se trata de informes ejecutivos breves (no más de tres o cuatro páginas por mercado), muy gráficos y estructurados en tres apartados:

- Aspectos generales del mercado
- Mercado emisor a España
- Mercado emisor a Andalucía

En la medida de lo posible se procura que el contenido de cada apartado, es decir, los indicadores y variables analizados en cada uno de ellos sean los mismos para cada mercado, de modo que los informes sean lo más comparables entre sí, facilitando así una visión de conjunto al usuario aunque cada mercado se analice independientemente.

También se pretende que todos los indicadores y variables hagan referencia al mismo periodo de tiempo, pero al depender en gran medida de fuentes externas (internacionales y propias de cada emisor), en algunos casos no es posible, recogándose entonces la información más actualizada disponible.

La periodicidad del informe será bianual, si bien su fecha de publicación puede desajustarse de la previsión que inicialmente se realiza al principio del año, por la misma razón antes mencionada, es decir, se intentará que la mayoría de la información recogida tenga la misma referencia temporal, pero ello dependerá de los cambios que sufran los calendarios de publicación de las fuentes de información externas.

Al final de la publicación puede consultarse una relación de todas las fuentes de información utilizadas.

Principales cifras del turismo británico

Aspectos generales del mercado

Salidas al extranjero

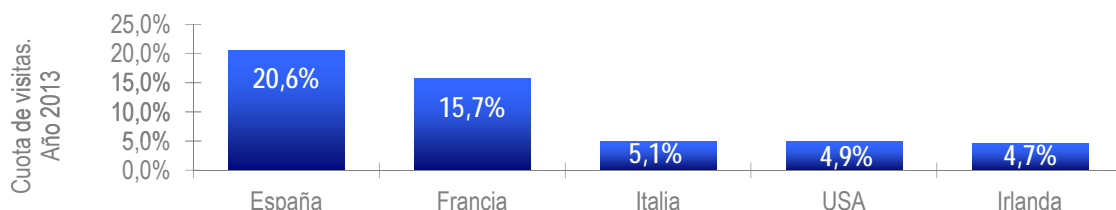
- 76%** es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el país que realizó en 2013 algún viaje turístico.
- 73%** es la proporción del principal viaje de vacaciones de los británicos que ha tenido como destino un país extranjero en 2013. Otro 26% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Total de visitas al extranjero

Años	Datos (en miles)	% Variación
2009	58.614	-15,1%
2010	55.562	-5,2%
2011	56.836	2,3%
2012	56.538	-0,5%
2013	57.590	1,3%

- 0,4%** es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio experimentado en los últimos cinco años en las visitas al extranjero.

España es el principal destino extranjero de los turistas británicos, seguido de cerca por Francia.



Fuentes: European Commission y Office for National Statistics (ONS)

Gasto por turismo internacional

- 51,5** Son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2012, un +1,0% más que el año anterior. La tendencia se mantiene en el acum. ene-sep 2013.
- 4ª** es la posición que ocupa en el ranking de gasto por turismo internacional.
- 6,9%** es el decremento medio experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

Fuente: OMT

Tendencias recientes

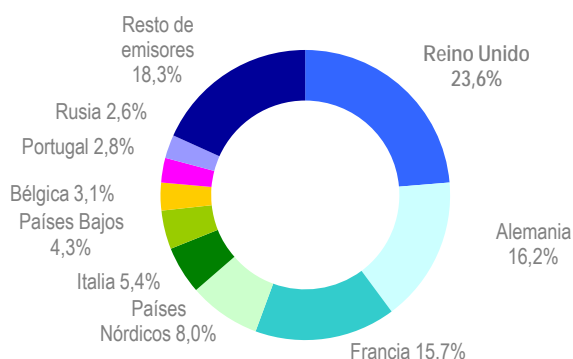
- Las vacaciones son una necesidad y no un lujo para los británicos. Por ello, la vacación principal de verano no se ha visto eliminada por la crisis, sino que dañó al mercado de las vacaciones adicionales.
- El turismo británico se ha visto muy influenciado por la situación económica. En 2013, su economía salió de la recesión y sigue creciendo en 2014, lo que se refleja en el aumento de viajes de los británicos. No obstante, todavía existe una cierta cautela, valorándose más que nunca el Value for Money.
- El touroperador sigue teniendo un papel muy importante en este mercado, en parte debido a la figura del seguro de viaje ATOL (Air Travel Organiser's Licensing), que ahora también cubre los paquetes dinámicos.
- España se percibe cada vez más como un destino seguro, reforzado por la coyuntura internacional, que ha evolucionado hacia un destino beach plus (un destino de playa con actividades complementarias).

Fuente: TOURSPAIN

Mercado emisor a España

Participación en la demanda turística

- España recibió un total de 60,7 millones de turistas internacionales en 2013, el 23,6% procedía del Reino Unido, posicionándose un año más como el principal emisor extranjero. Además, este mercado ha evolucionado favorablemente en 2013, registrando una tasa de crecimiento del +5,1%.
- Los destinos insulares son los principales receptores de turismo británico, seguidos por Andalucía.



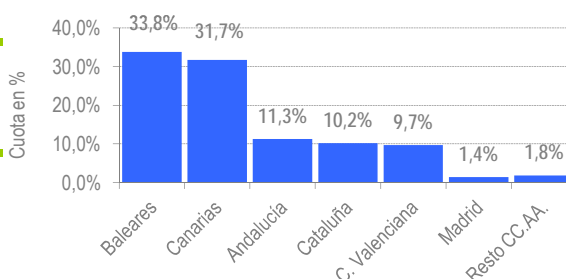
Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	25,1	3,9
2	Baleares	23,3	7,6
3	Andalucía	16,8	2,4
4	C. Valenciana	15,4	8,4
5	Cataluña	11,8	4,9
6	C. Madrid	2,6	3,2
	España	100,0	5,1

Fuente: IET

Movimiento Hotelero

- El alojamiento hotelero fue de uso mayoritario entre los turistas británicos que visitaron España en 2013. Las pernoctaciones de británicos suponen el 25,6% del total de pernoctaciones de extranjeros realizadas en el país. Los meses de julio a septiembre de 2013 fueron los preferidos para pernoctar, con más de 6,2 millones de estancias de británicos cada uno. Baleares y Canarias son los principales destinos nacionales.

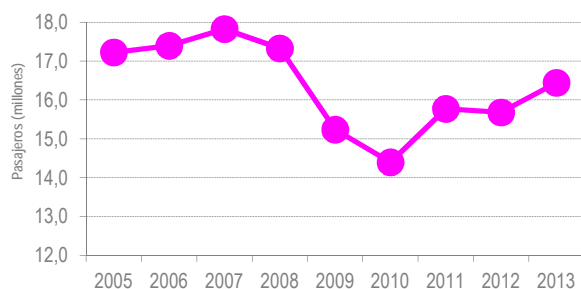
Indicadores	2013	% Var. / Dif.
Viajeros (millones)	8,1	3,4%
Pernoctaciones (millones)	47,4	4,7%
Estancia media (días)	5,87	0,07



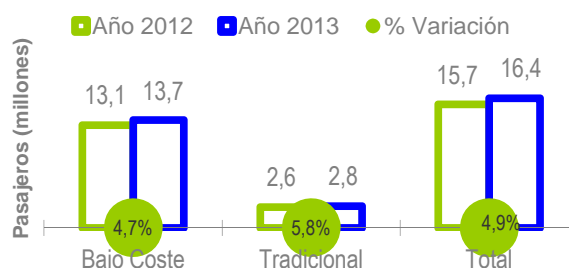
Fuente: INE

Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos españoles recibieron en 2013 un total de 16,4 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido, un +4,9% más que el año anterior, retomando la senda ascendente iniciada en 2011. Esta cifra representa el 25,5% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles.
- Las compañías de bajo coste transportaron el 83% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir y EasyJet Airlines son las CBC más importantes (trajeron a España el 56,7% de los pasajeros de bajo coste).



Fuente: AENA



Mercado emisor a Andalucía

El comportamiento del turista británico en Andalucía

- Se estima en 1,90 millones los turistas británicos que visitaron Andalucía en 2013, que representan el 23,1% del turismo extranjero y el 8,5% del total de turistas recibidos en la región durante este año. Respecto al año anterior el turismo británico ha aumentado un +3,7%.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

Sexo: Mujer	51,9%
Edad: De 45 a 64 años	39,5%
Situación laboral: Ocupados	57,9%

OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA

Valoración del destino: (escala de 1 a 10)	8,3
Aspectos mejor valorados: (escala 1 a 10)	
- Atención y trato recibidos	8,7
- Calidad de las playas y de sus servicios	8,5
Grado de fidelidad: (% que repite visita)	48,5%

HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA

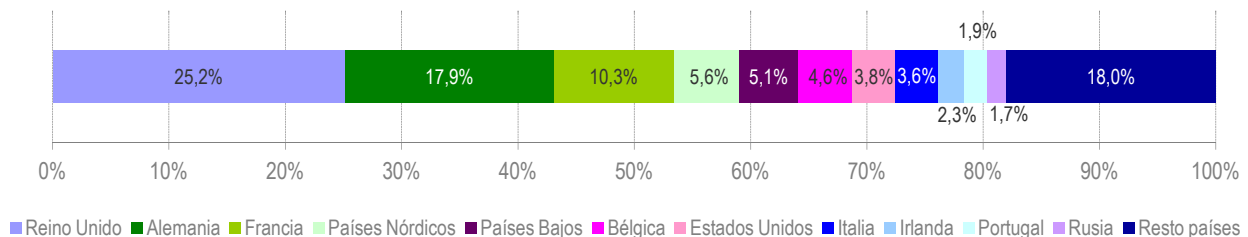
Gasto medio diario en destino*: (euros)	60,0
Estancia media: (días)	9,5
Estacionalidad: (concentración en el 3º trimestre)	33,3%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	52,8%
Principal medio de transporte: Avión	83,0%
Uso de intermediarios:	27,3%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Clima; Visita a monumentos	36,7%; 19,9%
Principal canal de información sobre Andalucía:	
- Experiencia propia	58,6%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute/uso de la playa; Visitas a monumentos	53,6%; 36,5%

Fuente: IECA

* No incluye gastos en origen

Movimiento Hotelero

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en 2013 a 1,1 millón de viajeros procedentes del Reino Unido, que han realizado 5,3 millones de pernoctaciones, un +7,5% más que el año anterior.
- El británico es el principal emisor extranjero para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 25,2% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región.

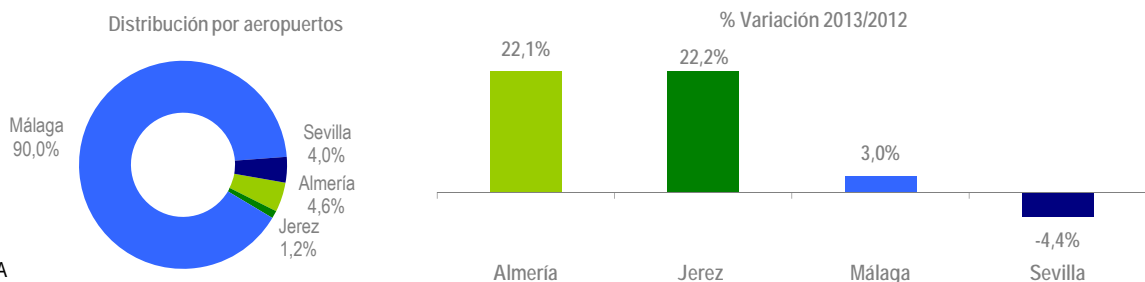


- Los meses preferidos para pernoctar en Andalucía son junio y octubre, con más de 600 mil estancias cada uno.

Fuente: INE (EOH)

Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos andaluces recibieron en 2013 un total de 2,5 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido, un 3,8% más que el año anterior. El 92,5% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo EasyJet y RyanAir las CBC más utilizadas, ya que transportaron al 64,4% del pasaje de este tipo de compañías.
- El aeropuerto de Málaga es el que recibe a la mayoría de los pasajeros del Reino Unido que llegan a la región.



Fuente: AENA

Principales cifras del turismo alemán

Aspectos generales del mercado

Salidas al extranjero

77% es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el país que realizó en 2013 algún viaje turístico.

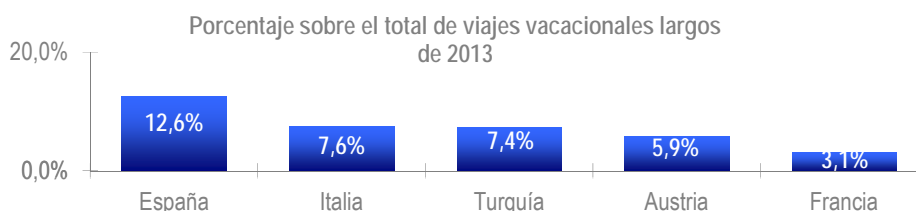
70% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los alemanes que ha tenido como destino un país extranjero en 2013. Otro 28% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Nº de viajes vacacionales largos

Años	Datos (en millones)	% Variación
2009	64,8	1,3%
2010	69,5	7,3%
2011	69,5	0,0%
2012	69,3	-0,3%
2013	70,7	2,0%

2,2% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio experimentado en los últimos cinco años en los viajes vacacionales de larga duración.

España es el principal destino extranjero de los turistas alemanes, seguido a distancia por Italia y Turquía.



Fuentes: European Commission y Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR)

Gasto por turismo internacional

83,4 Son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2012, un -2,9% menos que el año anterior. La tendencia se mantiene en el acum. ene-sep 2013.

3ª es la posición que ocupa en el ranking de gasto por turismo internacional.

-2,2% el decremento medio experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

Fuente: OMT

Tendencias recientes

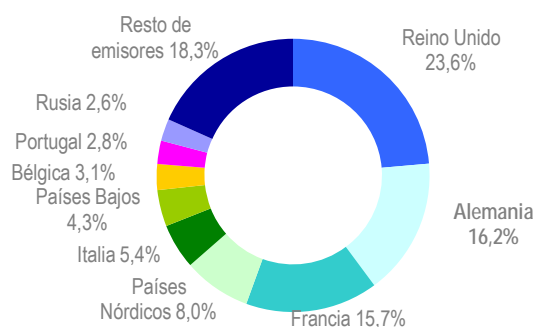
- Internet se ha convertido en la principal fuente de información turística, utilizando el móvil para acceder a esta información on-line. También comparten las experiencias de sus viajes en la Red.
- Aunque el paquete turístico sigue siendo la opción más relevante en cuanto a la organización del viaje y la agencia de viaje el principal canal de reserva, se está observando un cambio a favor de la reserva directa a los proveedores de alojamiento a través de Internet.
- Se mantienen las preferencias por el sol y playa, así como el turismo de ciudad. Se observa un crecimiento importante y potencial en pequeños segmentos (cruceros, wellness y cicloturismo). Los viajes de larga distancia se están incrementando y destinos como Norte América y Asia están creciendo considerablemente.
- Cobra importancia la sostenibilidad como factor a tener en cuenta a la hora de organizar un viaje.

Fuente: FUR y TOURSPAIN

Mercado emisor a España

Participación en la demanda turística

- España recibió un total de 60,7 millones de turistas internacionales en 2013, el 16,2% procedía de Alemania, posicionándose como el segundo emisor extranjero más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado una tasa de crecimiento del +5,8%.
- Los destinos insulares son los principales receptores de turismo alemán, seguidos por Cataluña y Andalucía.



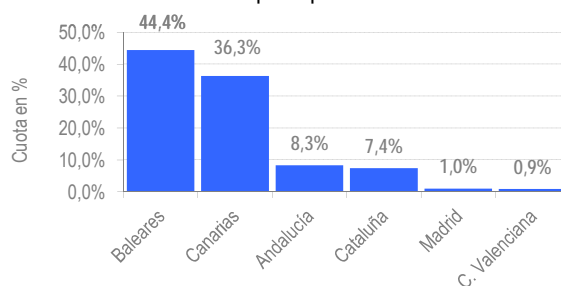
Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Baleares	41,5	7,6
2	Canarias	25,4	-1,6
3	Cataluña	13,0	9,9
4	Andalucía	9,3	11,9
5	C. Valenciana	4,6	9,6
6	C. Madrid	2,8	-6,7
	España	100,0	5,8

Fuente: IET

Movimiento Hotelero

- El alojamiento hotelero fue de uso mayoritario entre los turistas alemanes que visitaron España en 2013. Las pernoctaciones de alemanes suponen el 24,7% del total de noches de extranjeros realizadas en el país. Los meses de junio a septiembre de 2013 fueron los preferidos para pernoctar, con más de 5,2 millones de estancias de alemanes cada uno. Baleares y Canarias son con diferencia los principales destinos nacionales.

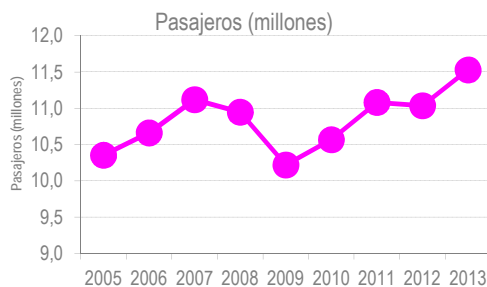
Indicadores	2013	% Var. / Dif.
Viajeros (millones)	7,0	0,2%
Pernoctaciones (millones)	45,8	-0,1%
Estancia media (días)	6,51	-0,02



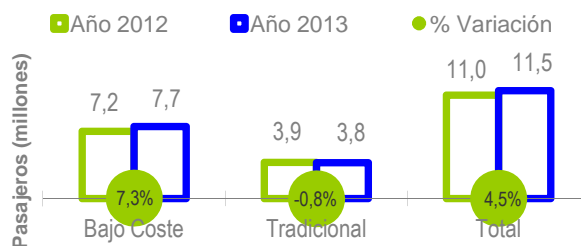
Fuente: INE

Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos españoles recibieron en 2013 un total de 11,5 millones de pasajeros procedentes de Alemania, un +4,5% más que el año anterior, superando el nivel de 2007, el más elevado de los últimos años. Esta cifra representa el 17,9% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles.
- Las compañías de bajo coste transportaron el 66,8% de los pasajeros procedentes de este mercado. Air Berlin y RyanAir son las CBC más importantes (trajeron a España el 66,1% de los pasajeros de bajo coste).



Fuente: AENA



Mercado emisor a Andalucía

El comportamiento del turista alemán en Andalucía

- Se estima en un millón los turistas alemanes que visitaron Andalucía en 2013, que representan el 12,3% del turismo extranjero y el 4,5% del total de turistas recibidos en la región durante este año. Respecto al año anterior el turismo alemán ha aumentado un +6,6%.

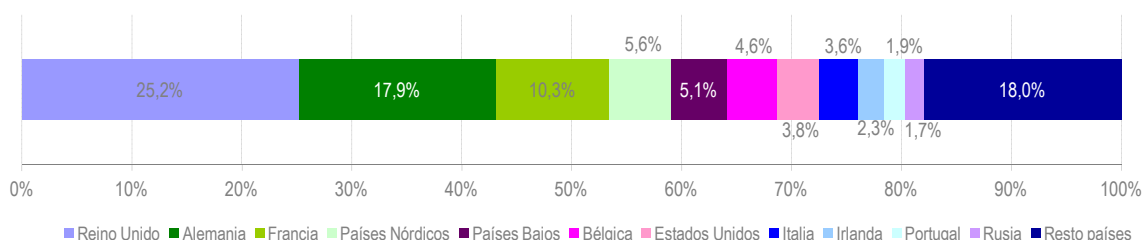
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	53,1%	Gasto medio diario en destino*: (euros)	66,07
Edad: De 45 a 64 años	38,4%	Estancia media: (días)	12,8
Situación laboral: Ocupados	58,0%	Estacionalidad: (concentración en el 3º trimestre)	29,5%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA		Principal tipo de alojamiento: Hotelero	66,4%
		Principal medio de transporte: Avión	66,3%
Valoración del destino: (escala de 1 a 10)	8,2	Uso de intermediarios:	33,6%
Aspectos mejor valorados: (escala 1 a 10)		Principales factores de elegir Andalucía:	
- Atención y trato recibidos	8,5	- Clima; Visita a monumentos	40,7%; 19,2%
- Patrimonio cultural	8,4	Principal canal de información sobre Andalucía:	
Grado de fidelidad: (% que repite visita)	38,1%	- Experiencia propia	58,1%
		Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
		- Disfrute/uso de la playa; Observar naturaleza	53,9%; 33,9%

Fuente: IECA

* No incluye gastos en origen

Movimiento Hotelero

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en 2013 a 787 mil viajeros procedentes de Alemania, que han realizado 3,8 millones de pernoctaciones, un +3,8% más que el año anterior.
- El alemán es el segundo emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 17,9% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región.

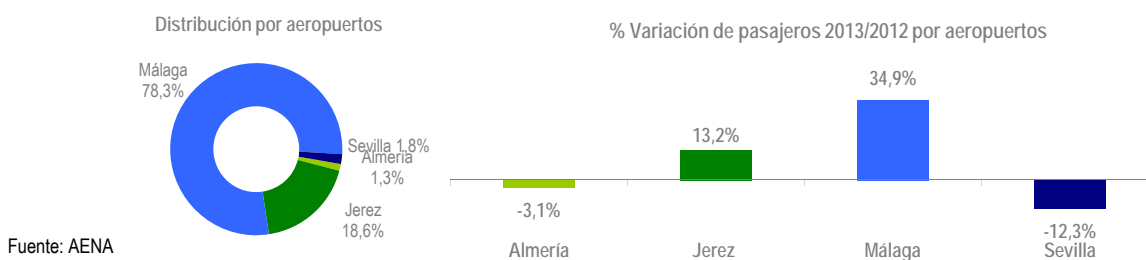


- Los meses preferidos para pernoctar en Andalucía son mayo-junio y septiembre-octubre.

Fuente: INE (EOH)

Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos andaluces recibieron en 2013 a 821 mil pasajeros procedentes de aeropuertos alemanes, un +28,3% más que el año anterior, recuperando el nivel de 2007. El 79,1% usó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir y Air Berlin las CBC más utilizadas, ya que transportaron al 76,6% del pasaje de este tipo de cias.
- El aeropuerto de Málaga es el que recibe a la mayoría de los pasajeros de Alemania que llegan a la región.



Fuente: AENA

Principales cifras del turismo francés

Aspectos generales del mercado

Salidas al extranjero

64% es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el país que realizó en 2013 algún viaje turístico.

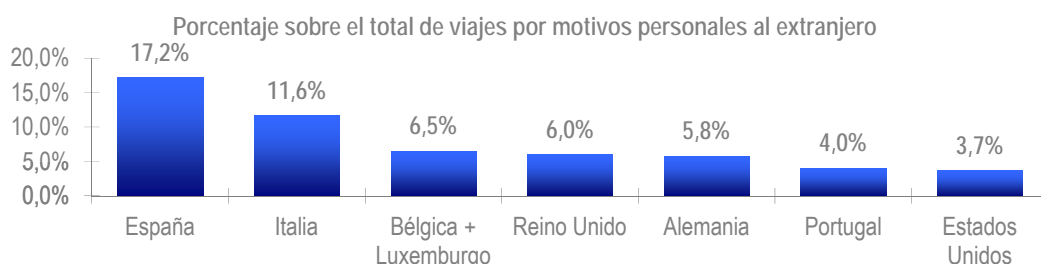
41% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los franceses que ha tenido como destino un país extranjero en 2013. Otro 57% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Total de viajes largos por motivos personales al extranjero

Años	Datos (en miles)	% Variación
2008	16.471	-7,3%
2009	16.666	1,2%
2010	16.919	1,5%
2011	18.331	8,3%
2012	17.546	-4,3%

1,6% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio experimentado en los últimos cinco años en los viajes de larga duración por motivos personales al extranjero.

España es el primer destino extranjero de los turistas franceses desde hace décadas, seguido por Italia.



Fuentes: European Commission y Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS)

Gasto por turismo internacional

39,1 Son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2012, un -12,9% menos que el año anterior. La tendencia es creciente en el acum. ene-sep 2013.

7ª es la posición que ocupa en el ranking de gasto por turismo internacional.

-1,2% el decremento medio experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

Fuente: OMT

Tendencias recientes

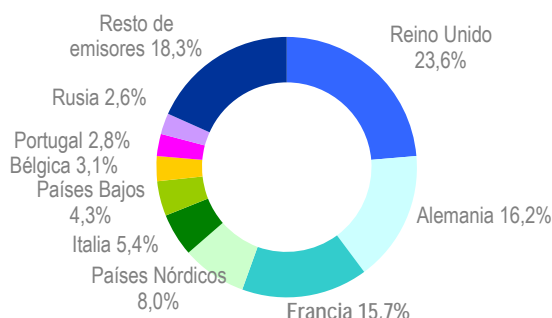
- España destaca por su clima, cercanía y porque cubre los dos principales objetivos de los viajes para los franceses: descanso y enriquecimiento cultural. También el precio continúa siendo para los franceses un factor determinante en la elección del destino.
- El turismo urbano y cultural, unido a la gastronomía en España tienen un gran atractivo para el mercado francés, casi a igual nivel que el sol y playa, al que favorece el escalonamiento de las vacaciones escolares.
- España es considerada por los profesionales como un "valor refugio", al que dirigir su flujo de ventas en caso de problemas en otros destinos (desvío de turistas de los destinos norteafricanos).
- Internet se está convirtiendo en un canal dominante para la preparación y reserva de las vacaciones de los franceses (las opiniones de otros viajeros en la Red gana importancia en la decisión de compra).

Fuente: TOURSPAIN

Mercado emisor a España

Participación en la demanda turística

- España recibió un total de 60,7 millones de turistas internacionales en 2013, el 15,7% procedía de Francia (9,5 millones), posicionándose como el tercer emisor extranjero más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado una tasa de crecimiento del +6,8%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo francés, seguido a bastante distancia por Andalucía.



Fuente: IET(FRONTUR)

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	43,6	8,7
2	Andalucía	9,8	-0,4
3	C. Valenciana	8,8	19,5
4	C. Madrid	6,2	6,1
5	Baleares	4,9	-0,9
6	Canarias	3,5	16,4
	<i>España</i>	<i>100,0</i>	<i>6,8</i>

El comportamiento del turista francés en España

HÁBITOS DE CONSUMO

Gasto medio diario en destino*: (euros)	84
Estancia media: (días)	7,5
Estacionalidad: (concentración en el 3º trim.)	40,8%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	51,1%
Principal medio de transporte: Coche	52,5%
Uso de paquete turístico:	7,2%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	78,8%

* Incluye gastos en origen

PERFIL DEMOGRÁFICO

Sexo: Hombre	53,3%
Estructura de Edad: Menor de 15 años	5,8%
De 15 a 24	9,1%
De 25 a 44	38,6%
De 45 a 64	33,2%
Mayor de 64 años	13,3%

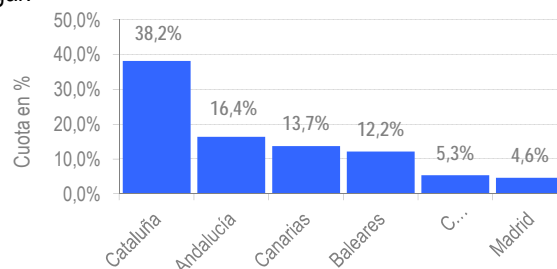
Fuente: IET(FRONTUR y EGATUR)

Movimiento Hotelero

- Los turistas franceses que visitaron España en 2013 se reparten homogéneamente entre alojamiento hotelero y extrahotelero. Las pernoctaciones en hoteles suponen el 7,2% del total de noches foráneas realizadas en el país.
- Agosto, con algo más de 2,6 millones de estancias, fue el mes preferido para pernoctar en España, seguido de mayo, con 1,7 millones de estancias. Cataluña es, con diferencia, el principal destino nacional. La buena evolución de Andalucía desde 2010 la posiciona en segundo lugar.

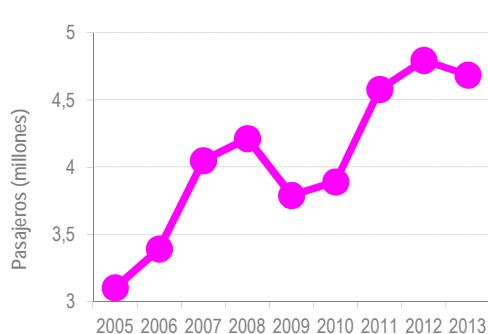
Indicadores	2013	% Var. / Dif.
Viajeros (millones)	4,5	6,5%
Pernoctaciones (millones)	13,4	9,7%
Estancia media (días)	2,96	0,09

Fuente: INE (EOH)

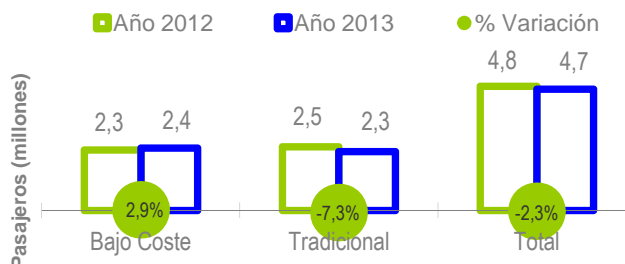


Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos españoles recibieron en 2013 un total de 4,7 millones de pasajeros procedentes de Francia, un -2,3% menos que el año anterior, un descenso tras tres años consecutivos de crecimientos. Esta cifra representa el 7,3% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles.
- Las compañías de bajo coste transportaron el 43,5% de los pasajeros procedentes de este mercado. Vueling e EasyJet son las CBC más importantes (ambas trajeron a España el 69,1% de los pasajeros de bajo coste).



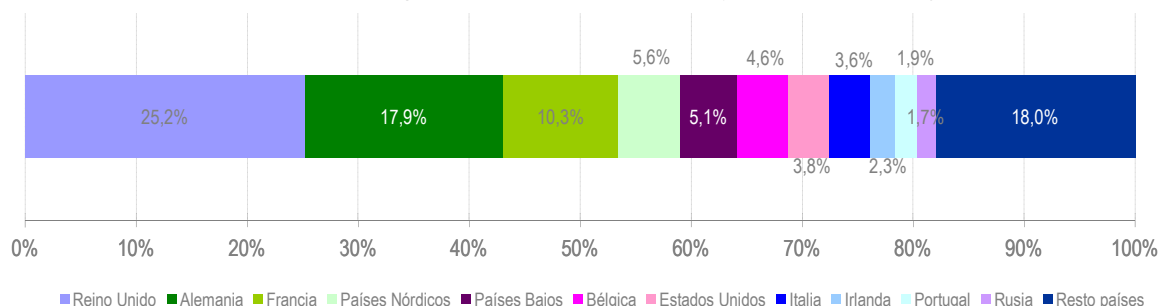
Fuente: AENA



Mercado emisor a Andalucía

Movimiento Hotelero

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en 2013 a 765 mil viajeros procedentes de Francia, que han realizado 2,2 millones de pernoctaciones, un +15,8% más que el año anterior, el tercer crecimiento consecutivo a dos dígitos de esta variable (+23,1% en 2011 y +14,6% en 2012).
- El francés es el tercer emisor extranjero más importante para el destino andaluz, pues sus pernoctaciones suponen el 10,3% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región.

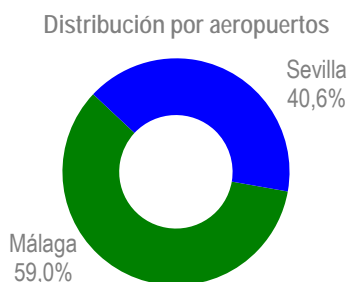


- Los meses preferidos para pernoctar en Andalucía son agosto y mayo.

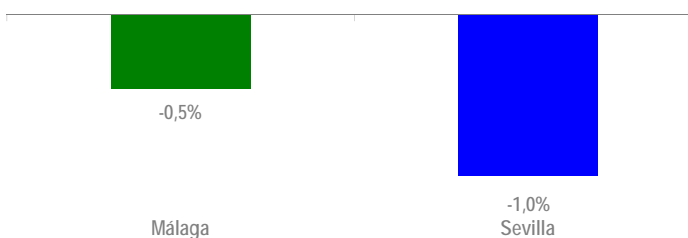
Fuente: INE (EOH)

Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos andaluces recibieron en 2013 un total de 605 mil pasajeros procedentes de aeropuertos franceses, un -2,0% menos que el año anterior, tras tres años consecutivos de crecimiento. El 63,2% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Vueling y RyanAir las CBC más utilizadas, ya que transportaron al 69,0% del pasaje de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la gran mayoría de los pasajeros de Francia que llegan a la región. El resto de aeropuertos andaluces suponen solo un 0,4%, y exceptuando Almería, también decrecen en 2013.



% Variación de pasajeros 2013/2012 por aeropuertos



Fuente: AENA

Principales cifras del turismo de los Países Nórdicos

(agregado Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia)

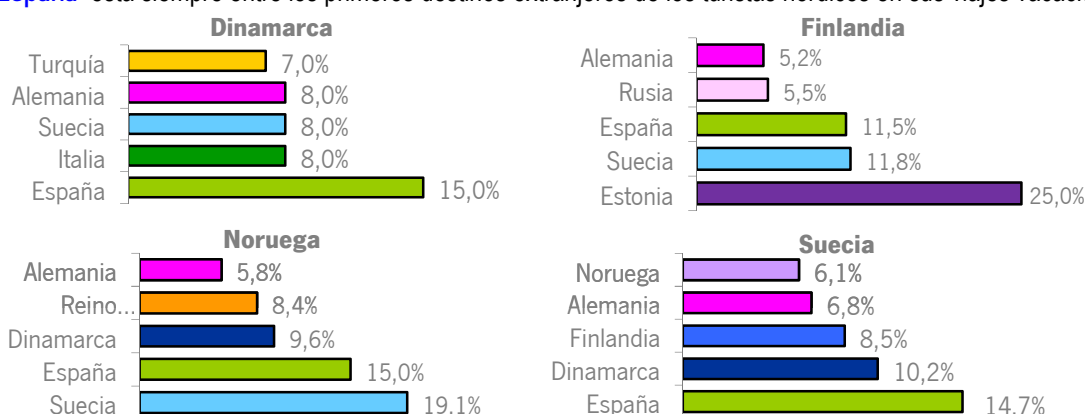
Aspectos generales del mercado

Salidas al extranjero

- Propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el cada país nórdico que realizó en 2013 algún viaje turístico.
Dinamarca: 84%; Finlandia: 76%; Noruega: 90%; Suecia: 85%
- Proporción del principal viaje de vacaciones de los nórdicos que ha tenido como destino un país extranjero o el propio país en 2013.

	Extranjero	Propio país
Dinamarca	83,0%	17,0%
Finlandia	70,0%	29,0%
Noruega	71,0%	27,0%
Suecia	73,0%	27,0%

España está siempre entre los primeros destinos extranjeros de los turistas nórdicos en sus viajes vacacionales.



Fuentes: European Commission, Statistics Norway, Statistics Finland, Statistics Denmark y Swedish Agency for Economic and Regional Growth

Gasto por turismo internacional

- 46,5** Son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional del emisor nórdico en 2012, un +1,3% más que el año anterior. La tendencia es creciente en el acum. ene-sep 2013.
- 5ª** es la posición que ocupa en el ranking de gasto por turismo internacional.
- 2,2%** es el incremento medio experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

Fuente: OMT

Tendencias recientes

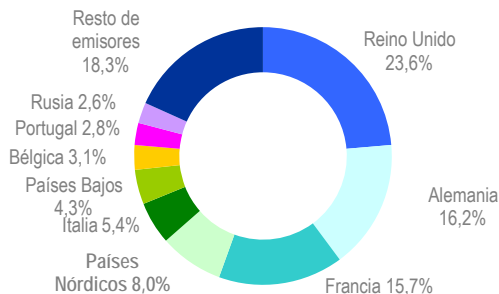
- El principal producto elegido por los nórdicos para sus viajes largos al extranjero sigue siendo el sol y playa. Pero están emergiendo otras opciones: el turismo cultural y de city-break, el turismo deportivo (golf y cicloturismo), wellness, el turismo gastronómico y de cruceros.
- El turismo independiente crece a un ritmo superior que el turismo de paquetes, aunque este último aún sigue siendo importante en el mercado nórdico. El incremento de vuelos regulares y conexiones directas así como el uso creciente de Internet han favorecido la organización individual del viaje.
- Los nórdicos prefieren unas vacaciones familiares y seguras, y los destinos españoles siguen estando muy bien considerados: su buen clima, su cercanía y la seguridad de un destino conocido y que pertenece a la Unión Europea han jugado a su favor.

Fuente: TOURSPAIN

Mercado emisor a España

Participación en la demanda turística

- España recibió un total de 60,7 millones de turistas internacionales en 2013, el 8,0% procedía de los Países Nórdicos (4,9 millones), posicionándose como el 4º emisor extranjero más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado una tasa de crecimiento del +16,9%.
- Canarias es el principal receptor de turismo nórdico. Andalucía capta el 16,2% de los turistas de este mercado.



Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	35,1	11,8
2	Baleares	16,3	14,1
3	Andalucía	16,2	22,4
4	Cataluña	15,4	16,6
5	C. Valenciana	12,6	33,5
6	Madrid	1,7	-5,2
	<i>España</i>	<i>100,0</i>	<i>16,9</i>

Fuente: IET(FRONTUR)

El comportamiento del turista nórdico en España

HÁBITOS DE CONSUMO

Gasto medio diario en destino*: (euros)	123
Estancia media: (días)	10
Estacionalidad: (concentración en el 3º trir)	27,7%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	68,5%
Principal medio de transporte: Avión	98,3%
Uso de paquete turístico:	41,4%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	92,2%

* Incluye gastos en origen

PERFIL DEMOGRÁFICO

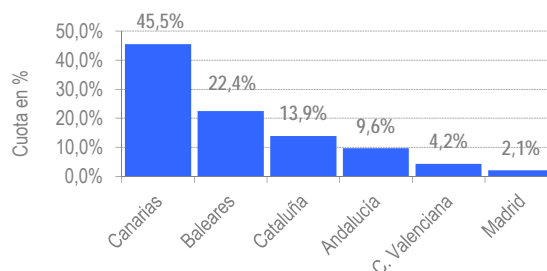
Sexo: Hombre	50,6%
Estructura de Edad Menor de 15 años	7,5%
De 15 a 24	11,6%
De 25 a 44	37,5%
De 45 a 64	34,6%
Mayor de 64 años	8,8%

Fuente: IET(FRONTUR y EGATUR)

Movimiento Hotelero

- El alojamiento hotelero fue de uso mayoritario entre los turistas nórdicos que visitaron España en 2013. Las pernoctaciones de nórdicos suponen el 6,6% del total de noches de extranjeros realizadas en el país.
- Marzo, julio y octubre son los meses preferidos para pernoctar en España, aunque es de los emisores que mejor reparte sus estancias a lo largo del año. Canarias y Baleares son los principales destinos nacionales.

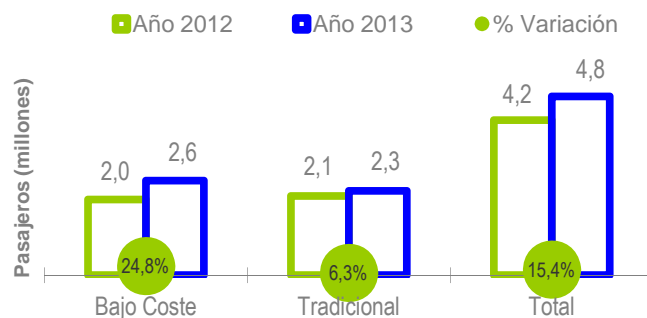
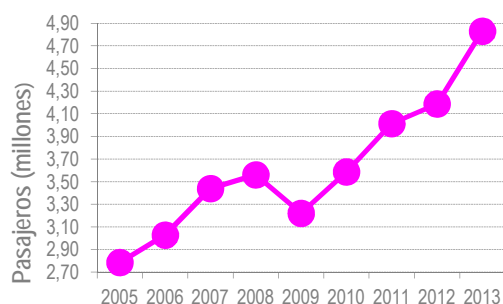
Indicadores	2013	% Var. / Dif.
Viajeros (millones)	2,3	11,6%
Pernoctaciones (millones)	12,3	9,1%
Estancia media (días)	5,26	-0,12



Fuente: INE (EOH)

Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos españoles recibieron en 2013 un total de 4,8 millones de pasajeros procedentes de los Países Nórdicos, un +15,4% más que el año anterior, el cuarto crecimiento consecutivo. Esta cifra representa el 7,5% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles.
- Las compañías de bajo coste transportaron el 52,9% de los pasajeros procedentes de este mercado. Norwegian Air Shuttle es la CBC más importante (trajo a España el 59,3% del total de pasajeros de bajo coste).

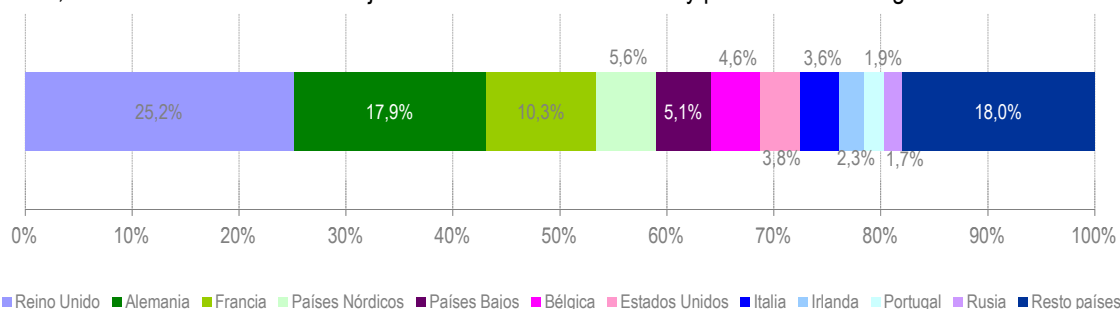


Fuente: AENA

Mercado emisor a Andalucía

Movimiento Hotelero

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en 2013 a 300 mil viajeros procedentes de los P. Nórdicos, que han realizado 1,2 millones de pernoctaciones, un +9,3% más que el año anterior, continuando la senda de crecimiento que se inició en 2010 (las pernoctaciones de 2013 prácticamente duplican a las registradas en 2009)
- El nórdico es el cuarto emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 5,6% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región.

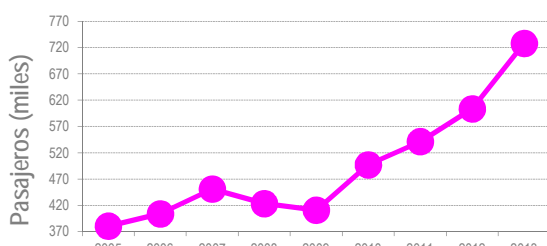


- En los últimos cinco años, julio y octubre son los meses preferidos para pernoctar en Andalucía. Marzo, abril y septiembre también son meses muy elegidos.

Fuente: INE (EOH)

Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos andaluces recibieron en 2013 un total de 728 mil pasajeros procedentes de aeropuertos nórdicos, un +20,6% más que el año anterior. El 75,3% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Norwegian Air Shuttle la CBC más utilizada, pues transportó al 64% del pasaje de este tipo de compañías
- El aeropuerto de Málaga recibe a la mayoría de los pasajeros de los Países Nórdicos que llegan a la región. El tráfico en el aeropuerto de Almería, se multiplica por 5 en el último año, alcanzando los 20 mil pasajeros en 2013



Fuente: AENA



Principales cifras del turismo de los Países Bajos

Aspectos generales del mercado



Salidas al extranjero

80%

es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el país que realizó en 2013 algún viaje turístico.

80%

es la proporción del principal viaje de vacaciones de los neerlandeses que ha tenido como destino un país extranjero en 2013. Otro 19% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

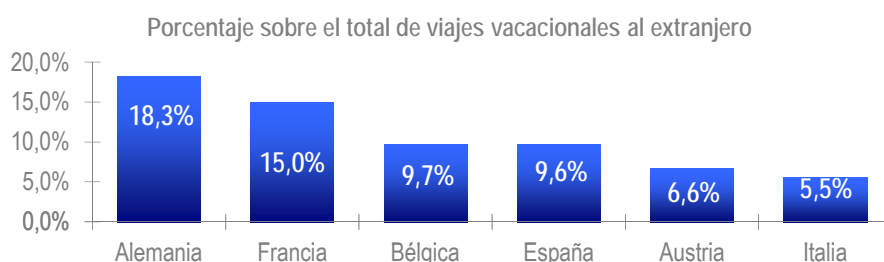
Total de viajes vacacionales al extranjero

Años	Datos (en miles)	% Variación
2008	18.458	5,1%
2009	18.408	-0,3%
2010	18.430	0,1%
2011	18.560	0,7%
2012	18.628	0,4%

0,2%

es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio experimentado en los últimos cinco años en los viajes vacacionales al extranjero.

Alemania es el primer destino extranjero de los turistas neerlandeses. España viene ocupando el cuarto puesto.



Fuentes: European Commission y Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)



Gasto por turismo internacional

20,2

Son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2012, un -1,5% menos que el año anterior. La tendencia se mantiene en el acum. ene-sep 2013.

15^a

es la posición que ocupa en el ranking de gasto por turismo internacional.

-1,8%

es el decremento medio experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

Fuente: OMT



Tendencias recientes

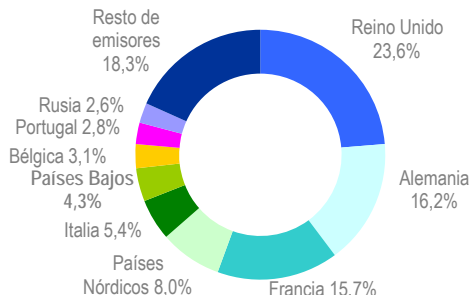
- Aunque suele ser un emisor bastante estable, la incertidumbre sobre la situación económica afecta cada año en mayor medida a los comportamientos vacacionales de los neerlandeses: tendencia a elegir vacaciones en países más cercanos y más baratos, renunciar a alguna escapada de fin de semana y reservar a última hora.
- España sale beneficiada con el cambio de hábitos, pues es vista como un destino cercano y con buena relación calidad-precio. Además, es un destino mediterráneo seguro y estable, demandado tanto en temporada de verano como en invierno, lo que le da una ventaja comparativa frente a Turquía al no ser destino de invierno.
- El turismo de ciudad tiene una importancia creciente y es el objetivo del 21% de sus vacaciones, el 19% son las vacaciones de sol y playa y otro 10% busca la naturaleza. España es líder como destino de sol y playa, mientras que Alemania lo es en viajes de ciudad (junto a Francia) y disfrute de la naturaleza.

Fuente: TOURSPAIN

Mercado emisor a España

Participación en la demanda turística

- España recibió un total de 60,7 millones de turistas internacionales en 2013, el 4,3% procedía de los Países Bajos (2,6 millones), posicionándose como el 5º emisor extranjero individual más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado una tasa de crecimiento del +2,3%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo neerlandés, seguido por Canarias y Andalucía.



Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	26,6	0,7
2	Canarias	19,0	3,4
3	Andalucía	16,8	8,7
4	C. Valenciana	14,6	5,4
5	Baleares	14,3	8,1
6	Madrid	4,4	-25,6
	<i>España</i>	<i>100,0</i>	<i>2,3</i>

Fuente: IET(FRONTUR)

El comportamiento del turista de los Países Bajos en España

HÁBITOS DE CONSUMO

Gasto medio diario en destino*: (euros)	92
Estancia media: (días)	10
Estacionalidad: (concentración en el 3º tri)	38,9%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	55,3%
Principal medio de transporte: Avión	84,8%
Uso de paquete turístico:	26,5%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	90,4%

* Incluye gastos en origen

PERFIL DEMOGRÁFICO

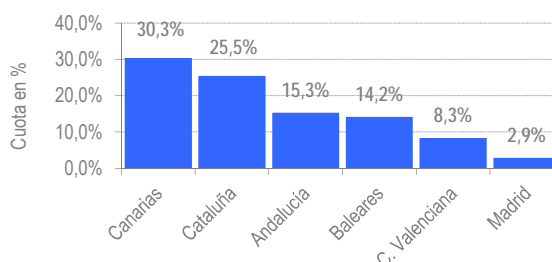
Sexo: Hombre	50,2%
Estructura de Edad Menor de 15 años	5,2%
De 15 a 24	10,7%
De 25 a 44	40,2%
De 45 a 64	34,8%
Mayor de 64 años	9,1%

Fuente: IET(FRONTUR y EGATUR)

Movimiento Hotelero

- El alojamiento hotelero fue de uso mayoritario entre los turistas neerlandeses que visitaron España en 2013. Las pernoctaciones de neerlandeses suponen el 3,8% del total de noches de extranjeros realizadas en el país.
- Julio y agosto, con en torno al millón de noches cada uno, fueron los meses preferidos para pernoctar en España, seguidos de mayo y septiembre. Canarias y Cataluña son los principales destinos nacionales. Andalucía se posiciona en tercer lugar.

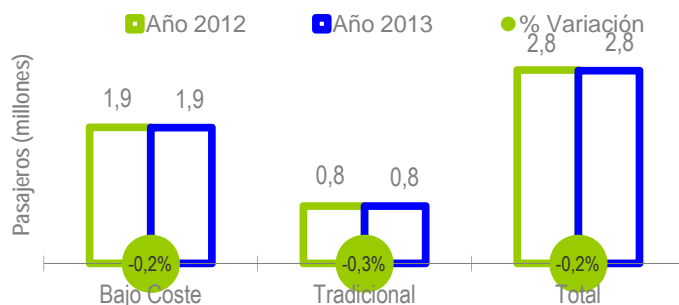
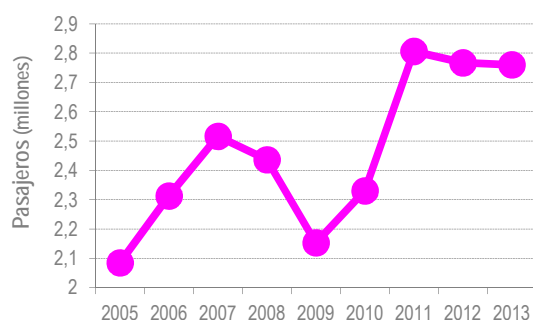
Indicadores	2013	% Var. / Dif.
Viajeros (millones)	1,5	0,4%
Pernoctaciones (millones)	7,1	-0,3%
Estancia media (días)	4,73	-0,03



Fuente: INE (EOH)

Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos españoles recibieron en 2013 un total de 2,8 millones de pasajeros procedentes de los Países Bajos, un -0,2% menos que el año anterior, segundo descenso consecutivo tras los fuertes crecimientos de 2010 y 2011. Esta cifra supone el 4,3% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles.
- Las compañías de bajo coste transportaron el 70,3% de los pasajeros procedentes de este mercado. Transavia holland Bv es la CBC más importante (transportó a España el 67,1% del total de pasajeros de bajo coste).

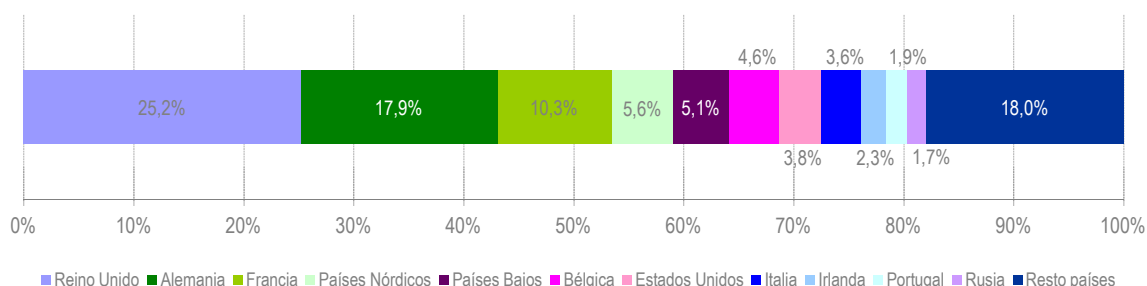


Fuente: AENA

Mercado emisor a Andalucía

Movimiento Hotelero

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en 2013 a 306 mil viajeros procedentes de los Países Bajos, que han realizado 1,1 millones de pernoctaciones, un +1,5% más que el año anterior. Tras los fuertes crecimientos de 2010 y sobre todo 2011, las estancias en Andalucía de este emisor se estancan en 2012 y ralentizan en 2013.
- El neerlandés es el quinto emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 5,1% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región.

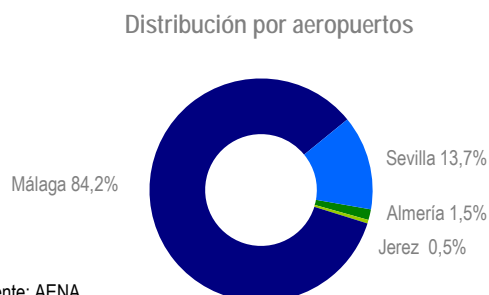


- Mayo y septiembre son tradicionalmente los meses preferidos para pernoctar en Andalucía. En 2013 se registraron en estos meses 150 mil y 139 estancias, respectivamente.

Fuente: INE (EOH)

Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos andaluces recibieron en 2013 un total de 373 mil pasajeros procedentes de aeropuertos neerlandeses, un +5,7% más que el año anterior. El 97,6% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Transavia holland Bv la CBC más utilizada, ya que transportó al 69,3% del pasaje de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de los Países Bajos que llegan a la región.



Fuente: AENA

Principales cifras del turismo de los belgas

Aspectos generales del mercado



Salidas al extranjero

66%

es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el país que realizó en 2013 algún viaje turístico.

90%

es la proporción del principal viaje de vacaciones de los belgas que ha tenido como destino un país extranjero en 2013. Otro 6% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Total de viajes vacacionales al extranjero

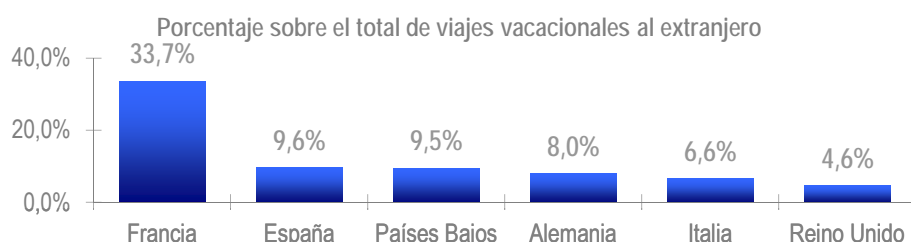
Años	Datos (en miles)	% Variación
2008	9.536	7,2%
2009	9.508	-0,3%
2010	9.808	3,2%
2011	10.774	9,9%
2012	10.303	-4,4%

2,0%

es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio experimentado en los últimos cinco años en los viajes vacacionales al extranjero.

Francia

es el primer destino extranjero de los turistas belgas, España le sigue a distancia.



Fuentes: European Commission y SPF Economie, PME, Classes moyennes et Energie



Gasto por turismo internacional

20,2

Son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2012, un -1,5% menos que el año anterior. La tendencia es creciente en el acum. ene-sep 2013.

14^a

es la posición que ocupa en el ranking de gasto por turismo internacional.

0,5%

es el incremento medio experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

Fuente: OMT



Tendencias recientes

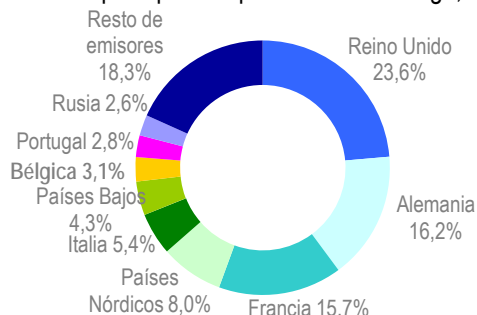
- Las previsiones indican una recuperación gradual de la economía belga, de modo que la situación económica no debería afectar significativamente a los flujos turísticos hacia el extranjero.
- En el medio plazo se espera un mantenimiento de la cuota de los viajes hacia España, con una diversificación, en especial hacia los citytrips. Los flujos hacia España se ven favorecidos por la apertura de nuevas conexiones aéreas, la inestabilidad e incertidumbre de países como Turquía o Egipto y la siempre búsqueda de buen clima de los belgas.
- En las vacaciones principales de los belgas los elementos más valorados son el clima, el sol y las playas. Francia es elegido por sus recursos naturales y los países del área mediterránea por su clima.
- España ocupa el tercer lugar en el ranking de destinos y viajes de citytrip. Las ciudades más demandadas son Barcelona, Madrid, Sevilla, Valencia y Bilbao.

Fuente: TOURSPAIN

Mercado emisor a España

Participación en la demanda turística

- España recibió un total de 60,7 millones de turistas internacionales en 2013, el 3,1% procedía de Bélgica (1,9 millones), posicionándose como el 6º emisor extranjero individual más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado una tasa de crecimiento del +10,1%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo belga, seguido por las Islas Canarias y Andalucía.



Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	30,0	9,3
2	Canarias	17,2	7,7
3	Andalucía	16,5	10,6
4	C. Valenciana	15,2	25,2
5	Baleares	7,5	3,0
6	Madrid	6,8	0,5
	<i>España</i>	<i>100,0</i>	<i>10,1</i>

Fuente: IET(FRONTUR)

El comportamiento del turista belga en España

HÁBITOS DE CONSUMO

Gasto medio diario en destino*: (euros)	96
Estancia media: (días)	9,7
Estacionalidad: (concentración en el 3º tri)	41,9%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	57,1%
Principal medio de transporte: Avión	80,3%
Uso de paquete turístico:	21,0%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	86,7%

* Incluye gastos en origen

PERFIL DEMOGRÁFICO

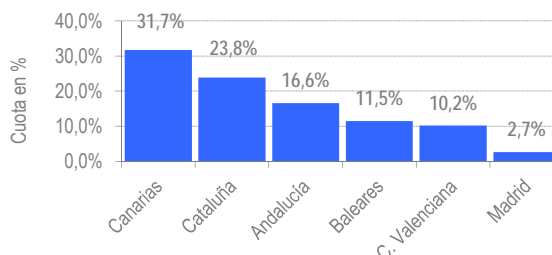
Sexo: Hombre	52,6%
Estructura de Edad Menor de 15 años	5,5%
De 15 a 24	11,6%
De 25 a 44	40,8%
De 45 a 64	32,9%
Mayor de 64 años	9,2%

Fuente: IET(FRONTUR y EGATUR)

Movimiento Hotelero

- El alojamiento hotelero fue de uso mayoritario entre los turistas belgas que visitaron España en 2013. Las pernoctaciones de belgas suponen el 3,1% del total de noches de extranjeros realizadas en el país.
- Julio, con cerca de 1 millón de estancias, fue el mes preferido para pernoctar en España, seguido de agosto. Canarias y Cataluña son los principales destinos nacionales.

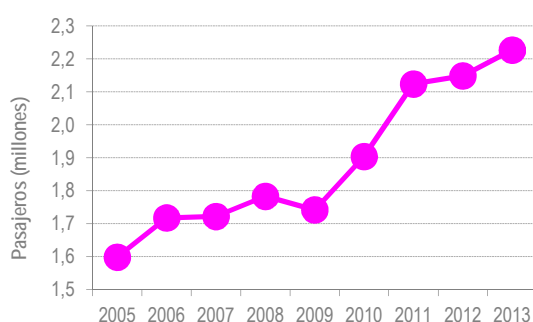
Indicadores	2013	% Var. / Dif.
Viajeros (millones)	1,1	4,2%
Pernoctaciones (millones)	5,8	5,2%
Estancia media (días)	5,20	0,05



Fuente: INE (EOH)

Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos españoles recibieron en 2013 un total de 2,2 millones de pasajeros procedentes de Bélgica un +3,6% más que el año anterior, superando ampliamente los niveles precrisis. Esta cifra representa el 3,5% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles.
- Las compañías de bajo coste transportaron el 43,1% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es la CBC más importante (transportó a España el 79,2% del total de pasajeros de bajo coste).

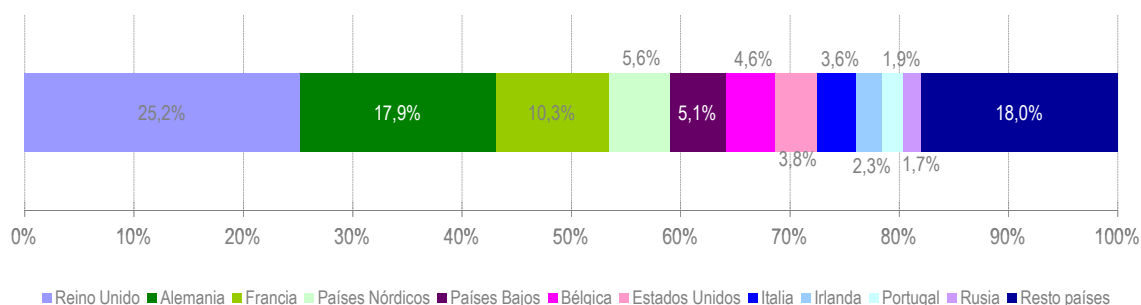


Fuente: AENA

Mercado emisor a Andalucía

Movimiento Hotelero

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en 2013 a 201 mil viajeros procedentes de Bélgica, que han realizado 893 mil pernoctaciones, un +6,4% más que el año anterior.
- El belga es el sexto emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 4,6% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región.

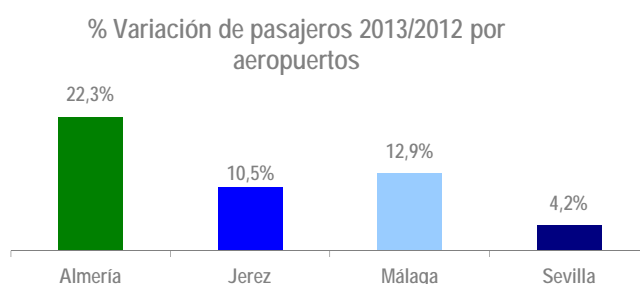
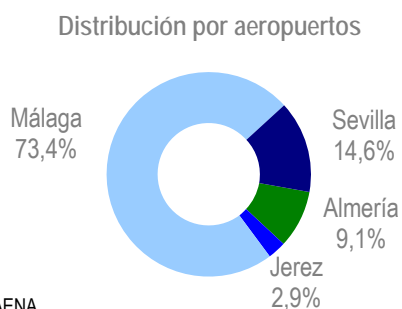


- Julio y septiembre son tradicionalmente los meses preferidos para pernoctar en Andalucía. En 2013 se registraron en estos meses en torno a las 125 mil estancias en cada uno de ellos.

Fuente: INE (EOH)

Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos andaluces recibieron en 2013 un total de 344 mil pasajeros procedentes de aeropuertos belgas, un +12,3% más que el año anterior. El 41,1% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 85,5% del pasaje de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de Bélgica que llegan a la región.



Fuente: AENA

Principales cifras del turismo italiano

Aspectos generales del mercado



Salidas al extranjero

71%

es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el país que realizó en 2013 algún viaje turístico.

33%

es la proporción del principal viaje de vacaciones de los italianos que ha tenido como destino un país extranjero en 2013. Otro 66% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

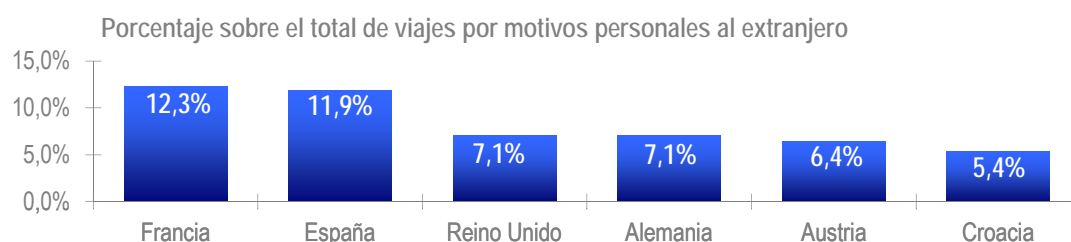
Total de viajes por motivos personales al extranjero

Años	Datos (en miles)	% Variación
2009	16.412	0,4%
2010	15.524	-5,4%
2011	12.751	-17,9%
2012	13.967	9,5%
2013	11.375	-18,6%

-8,8%

es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio experimentado en los últimos cinco años en los viajes por motivos personales al extranjero.

Francia es el primer destino extranjero de los turistas italianos, seguido de cerca por España.



Fuentes: European Commission e Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)



Gasto por turismo internacional

26,4

Son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2012, un -8,0% menos que el año anterior. La tendencia se mantiene en el acum. ene-sep 2013.

11^a

es la posición que ocupa en el ranking de gasto por turismo internacional.

-3,8%

es el decremento medio experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

Fuente: OMT



Tendencias recientes

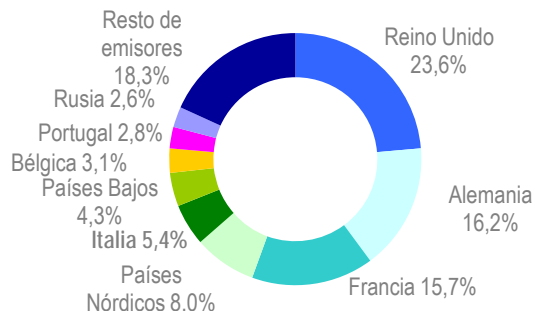
- El turista italiano no desea renunciar a sus vacaciones, pero la incertidumbre que genera su actual situación económica le conduce a retrasar la toma de decisiones, produciendo cierto inmovilismo en la demanda.
- El mercado turístico emisor italiano muestra un fuerte peso del turismo interior y una escasa propensión a viajar al extranjero, en comparación con otros países europeos, convirtiendo a Italia en el principal competidor.
- El viaje independiente sigue siendo el más común entre los turistas italianos que visitan España, llegando a representar más del 77% del total. La proximidad geográfica y cultural, así como el conocimiento y valoración del destino benefician a este tipo de turismo.
- Aumento de la utilización de Internet como herramienta de información y consulta, y también como medio de reserva y pago. Se consolida la “desintermediación” y la “reintermediación” a través de operadores en la Red

Fuente: TOURSPAIN

Mercado emisor a España

Participación en la demanda turística

- España recibió un total de 60,7 millones de turistas internacionales en 2013, el 5,4% procedía de Italia (3,3 millones), posicionándose como el 4º emisor extranjero individual más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado una tasa de descenso del -8,1%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo italiano, seguido a distancia por Baleares y Madrid.



Fuente: IET(FRONTUR)

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	34,0	-5,3
2	Baleares	18,3	1,6
3	Madrid	14,1	-26,3
4	Andalucía	10,5	-4,6
5	Canarias	9,0	7,2
6	C. Valenciana	8,7	-9,9
	<i>España</i>	<i>100,0</i>	<i>-8,1</i>

El comportamiento del turista italiano en España

HÁBITOS DE CONSUMO

Gasto medio diario en destino*: (euros)	102
Estancia media: (días)	7,3
Estacionalidad: (concentración en el 3º trim.)	39,7%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	68,5%
Principal medio de transporte: Avión	83,8%
Uso de paquete turístico:	16,1%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	79,1%

* Incluye gastos en origen

PERFIL DEMOGRÁFICO

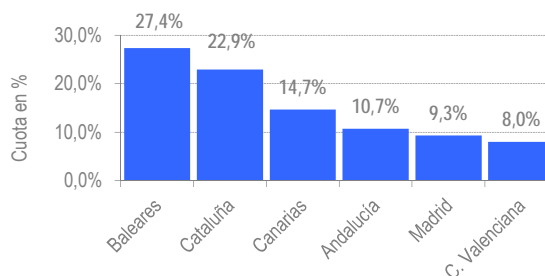
Sexo: Hombre	53,4%
Estructura de Edad Menor de 15 años	2,9%
De 15 a 24	17,1%
De 25 a 44	57,5%
De 45 a 64	19,7%
Mayor de 64 años	2,8%

Fuente: IET(FRONTUR y EGATUR)

Movimiento Hotelero

- El alojamiento hotelero fue de uso mayoritario entre los turistas italianos que visitaron España en 2013. Las pernoctaciones de italianos suponen el 3,9% del total de noches de extranjeros realizadas en el país.
- Agosto, con 1,6 millones de estancias, fue el mes preferido para pernoctar en España, seguido de julio, con cerca de 1 millón de estancias. Baleares y Cataluña son los principales destinos nacionales.

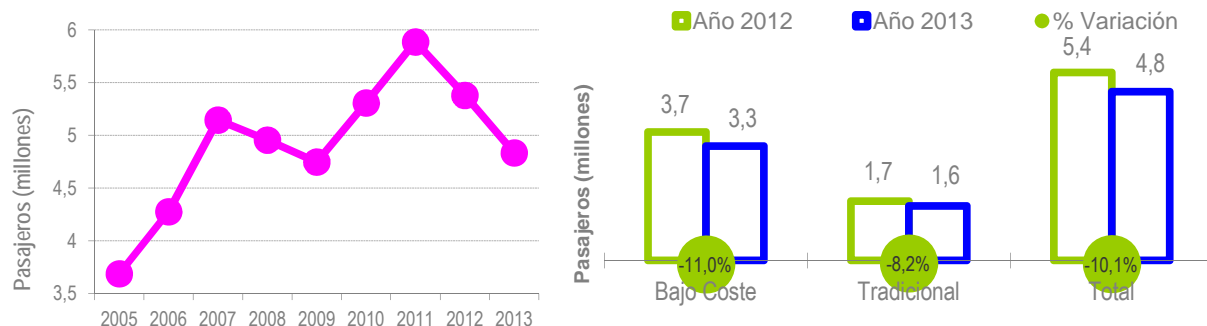
Indicadores	2013	% Var. / Dif.
Viajeros (millones)	2,2	-9,2%
Pernoctaciones (millones)	7,2	-9,7%
Estancia media (días)	3,29	-0,02



Fuente: INE (EOH)

Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos españoles recibieron en 2013 un total de 4,8 millones de pasajeros procedentes de Italia, un -10,1% menos que el año anterior, volviendo a los niveles de la crisis. Esta cifra representa el 7,5% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles.
- Las compañías de bajo coste transportaron el 67,7% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es la CBC más importante (transportó a España el 57,8% del total de pasajeros de bajo coste).

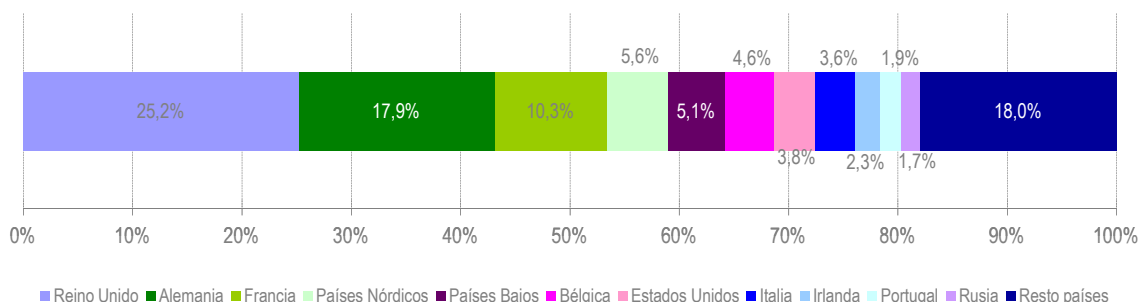


Fuente: AENA

Mercado emisor a Andalucía

Movimiento Hotelero

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en 2013 a 343 mil viajeros procedentes de Italia, que han realizado 772 mil pernотaciones, un -8,7% menos que el año anterior.
- El italiano es el octavo emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernотaciones suponen el 3,6% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región.



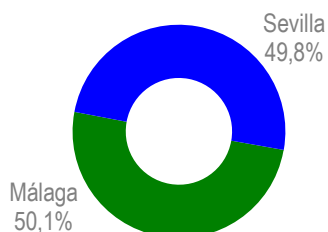
- Agosto es tradicionalmente el mes preferido para pernотar en Andalucía. En 2013 se registraron en este mes en torno a las 174 mil estancias, casi el doble de noches que en cualquier otro mes del año.

Fuente: INE (EOH)

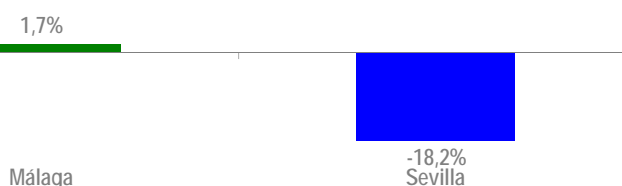
Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos andaluces recibieron en 2013 un total de 344 mil pasajeros procedentes de aeropuertos italianos, un -9,4% menos que el año anterior. El 86,7% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 68,1% del pasaje de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Sevilla y Málaga reciben a la mayoría de los pasajeros de Italia que llegan a la región.

Distribución por aeropuertos



% Variación de pasajeros 2013/2012 por aeropuertos



Fuente: AENA

FUENTES UTILIZADAS:

1. Fuentes propias de cada país:

País	Organismo responsable	Producto de difusión	Periodicidad
Reino Unido	Office for National Statistics (ONS)	Overseas Travel and Tourism Travel Trends	Trimestral Anual
Alemania	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (FUR)	RA Reiseanalyse_First Results	Anual
Francia	Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS)	Mémento du tourisme Chiffres_clés Bilan du Tourisme	Anual Anual Anual
Italia	Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)	Viaggi e vacanze in Italia e all'estero	Anual
Bélgica	SPF Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie	Enquête Voyages	Anual
Países Bajos (Holanda)	Central Bureau voor de Statistiek (CBS)	Toerisme en recreatie in cijfers Toerisme in Nederland	Anual Anual
Noruega	Statistics Norway	Travel Survey	Trimestral
Finlandia	Statistics Finland	Finnish Travel	Trimestral y Anual
Suecia	Swedish Agency for Economic and Regional Growth (tillväxtverket)	Tourism in Sweden	Anual
Dinamarca	Statistics Denmark	Denmark in figures Statistical Yearbook Statbank Denmark	Anual Anual Trimestral

2. Fuentes internacionales:

Organismo responsable	Producto de difusión	Periodicidad
Organización Mundial del Turismo (OMT)	Barómetro OMT del Turismo Mundial	Trimestral
European Commission	Preferences of europeans towards tourism Serie: Flash Eurobarometer	Anual
Fondo Monetario Internacional (FMI)	World Economic Outlook	Trimestral

3. Fuentes nacionales:

Organismo responsable	Producto de difusión	Periodicidad
Instituto de Estudios Turísticos (IET) actual Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos	Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR)	Mensual Mensual
Instituto de Turismo de España (Turespaña o Tourspain))	Informes de coyuntura turística Estudios de mercados	Bianual Anual
Instituto Nacional de Estadística (INE)	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)	Mensual
Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA)	Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía	Trimestral
Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)	Informe Mensual de Coyuntura del Movimiento Aeroportuario en Andalucía (Explotación propia realizada por SAETA)	Mensual



www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio