

Principales cifras mercados turísticos extranjeros en Andalucía

Año 2019

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



PRINCIPALES CIFRAS MERCADOS TURÍSTICOS EXTRANJEROS EN ANDALUCÍA

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

COLECCIÓN

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos

EDITA

Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n

41092 Sevilla

Formulario de contacto:

https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/servicios/app/csu-peticion.html?cat_servicio_id=22

ELABORA

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.

C/ Compañía nº 40

29008, Málaga

T. 951 299 300 Fax. 951 299 365

Correo e.: saeta@andalucia.org

Publicación electrónica semestral disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones

<https://www.juntadeandalucia.es/cultura/idea/opacidea/abnetcl.cgi?SUBC=210701>

Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos siempre que se indique la fuente.

ÍNDICE

▪ Introducción.....	4
▪ Principales cifras del turismo británico.....	5
▪ Principales cifras del turismo alemán.....	12
▪ Principales cifras del turismo francés.....	19
▪ Principales cifras del turismo de los Países Nórdicos.....	26
▪ Principales cifras del turismo de los Países Bajos.....	34
▪ Principales cifras del turismo belga.....	41
▪ Principales cifras del turismo italiano.....	48
▪ Principales cifras del turismo portugués.....	55
▪ Fuentes utilizadas.....	62

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, Italia y Portugal), 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 seis o siete 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, recogiendo 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. AÑO 2019

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

1,4 es la propensión a viajar al extranjero por motivos personales o profesionales, es decir, el número de viajes turísticos que realizó en 2019 cada habitante del país.

Fuentes: Overseas Travel and Tourism, Office for National Statistics (ONS) y Eurostat, European Commission

Visitas al extranjero de los residentes en el Reino Unido. Años 2015-2019

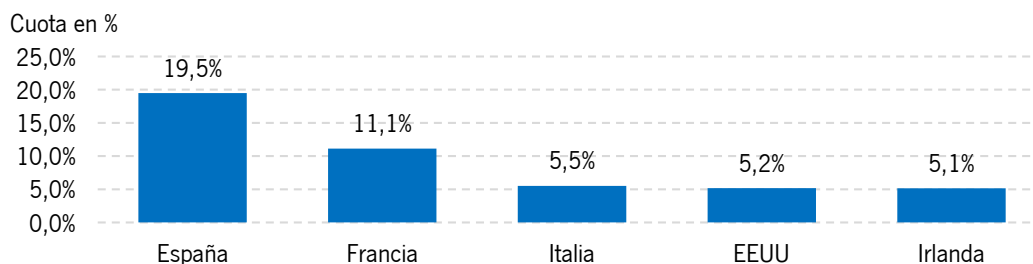
AÑOS	Visitas (miles)	% Variación
2015	77.619	7,5%
2016	81.757	5,3%
2017	87.242	6,7%
2018	90.571	3,8%
2019	93.086	2,8%

Fuente: Overseas Travel and Tourism, Office for National Statistics (ONS)

+4,6% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en las visitas al extranjero.

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

Principales destinos de las visitas al extranjero. Año 2019



Fuente: Overseas Travel and Tourism, Office for National Statistics (ONS)

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

71,1 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2019, un +7,7% más que el año anterior.

4ª es la posición que ocupa en el ranking de gasto por turismo internacional.

Fuente: Barómetro del Turismo Mundial, Organización Mundial del Turismo (OMT)

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- El crecimiento económico del Reino Unido a lo largo de 2019 ha sido del +1,4% y ha venido lastrado por la incertidumbre sobre cómo iba a producirse la separación del Reino Unido de la UE (Brexit). Por fin se firma un acuerdo consensuado de salida el 31 de enero de 2020, que va acompañado de un periodo de transición hasta final de año para permitir un “divorcio” suave. Desde la fecha de realización del referéndum de salida (en junio de 2016), la economía británica comenzó a desacelerarse, a lo que hay que sumar el efecto negativo del Brexit sobre la cotización de la libra (su devaluación frente al euro).
- Toda esta incertidumbre y su reflejo en la economía británica también ha influido en el volumen de turistas que el Reino Unido emite al extranjero, ralentizando su ritmo de emisión: de crecimientos superiores al +5% en el intervalo 2015-2017, se pasa a una tasa del +3,8% en 2018 y a un crecimiento del +2,8% en 2019.
- Como los británicos valoran mucho la seguridad de los destinos, en 2016 dejaron de visitar aquellos que estaban afectados por situaciones de terrorismo o de inestabilidad política y social (competidores del área del Mediterráneo, Francia y Bélgica) y se trasladaron a destinos más seguros. España y otros países europeos se beneficiaron de esta sustitución. También se vieron favorecidos destinos más lejanos, ayudados por la reducción del impuesto APD (Air Passenger Duty) en combinación con la curiosidad de los británicos por conocer destinos exóticos.
- Pero a partir de 2017 mejoran las condiciones de seguridad en el área del Mediterráneo, permitiendo a estos competidores su vuelta al mercado, registrando importantes crecimientos tanto en 2018 como en 2019. Son destinos tradicionales de sol y playa que además son más baratos, lo que, combinado con la devaluación de la libra frente al euro y el desplome de la lira turca en 2018, los han vuelto muy atractivos. La tendencia se confirma, y mientras que se reduce el número de visitas de británicos a sus destinos tradicionales en Europa, con crecimientos muy discretos o registrando incluso descensos, crecen con fuerza la mayoría de los destinos competidores mediterráneos.
- Para los británicos el sol y playa sigue siendo su principal motivación para elegir un destino vacacional y el clima un factor clave. España se percibe como un destino Beach Plus, un destino de playa con actividades o experiencias complementarias. Si bien, cada vez más se buscan experiencias deportivas, contacto con la naturaleza, y disfrutar de la gastronomía y vinos del país. También los city-break han aumentado su popularidad entre los turistas británicos, relacionado con la tendencia del mercado británico hacia unas vacaciones anuales más cortas combinadas con más “short break” a lo largo del año.
- La red de conexiones aéreas es un factor clave para mantener la posición de fortaleza en este emisor. Y en el cierre del ejercicio 2019 hay que tener en cuenta los efectos sobre la conectividad provocados por la **quiebra del turoperador** británico **Thomas Cook** (23-09-2019), el segundo mayor del mundo y el más antiguo, así como los ajustes de capacidad llevados a cabo recientemente por Ryanair y Norwegian. Para España, parte de la capacidad dejada libre por estas compañías ha sido asumida por otras aerolíneas, pero sin llegar a recuperarla totalidad de los asientos perdidos, como ocurrió cuando Monarch Airlines cesó operaciones en octubre de 2017, siendo Málaga uno de los aeropuertos perjudicado en aquel caso.

- La pandemia de COVID-19 ha causado en todos los países una interrupción sin precedentes en los viajes y el turismo, tanto nacionales como internacionales. Las perspectivas sobre la evolución en 2020 del turismo emisor de cualquier mercado están rodeadas de una gran incertidumbre, pues dependen de la velocidad en la contención del virus, de la duración de las restricciones de viaje y de la reapertura de las fronteras nacionales. Para Reino Unido ya se detectan los siguientes cambios y nuevas tendencias: no se espera un relanzamiento de la demanda hasta la temporada otoño/invierno, muy afectada a corto plazo por las restricciones o necesidades de certificaciones sanitarias para poder viajar, el miedo al contagio, posibles cuarentenas y dificultades económicas derivadas de la pandemia; cobrará protagonismo el paquete turístico, porque su garantía ATOL protege ante cancelaciones y retrasos; pueden aumentar los viajes domésticos pero dependiendo de que haga buen tiempo y de la temporada (en verano y otoño, no en invierno); el sector turístico que resista los problemas de liquidez seguirá apostando por los destinos españoles, pero se tardará tiempo en recuperar el volumen de turistas británicos que se tenía.

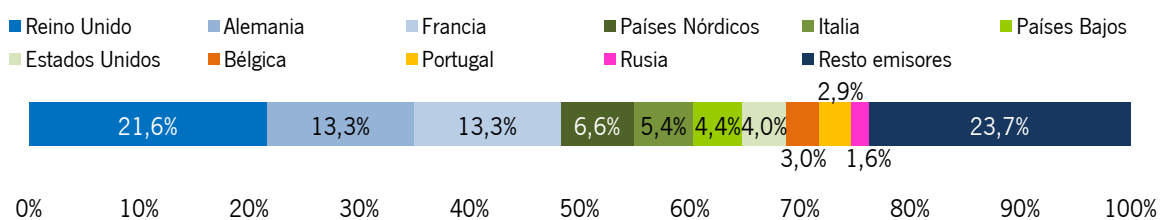
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de Prospectiva e informe de Situación y Tendencias COVID-19, de Turespaña. Office for National Statistics (ONS), FMI, OMT y AENA.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 83,7 millones de turistas internacionales en el año 2019, el 21,6% procedía del Reino Unido, posicionándose una vez más como el primer emisor extranjero. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha registrado un descenso del -2,4%.
- Los destinos insulares y Andalucía son los principales receptores de turismo británico.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2019



Fuente: Estadística de movimientos turísticos en frontera (FRONTUR), INE

**Ranking de las principales CC. AA. de destino del turismo británico.
Año 2019**

Ranking	CC. AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	27,0%	-2,9%
2	Baleares	20,5%	0,2%
3	Andalucía	16,8%	-2,8%
4	C. Valenciana	15,7%	-1,4%
5	Cataluña	11,1%	-4,7%
6	Madrid	3,1%	-2,4%
	España	100,0%	-2,4%

Fuente: Estadística de movimientos turísticos en frontera (FRONTUR), INE

2.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 66,4% de los turistas británicos que visitaron España en el año 2019 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones de británicos suponen el 25,3% del total de pernoctaciones de extranjeros realizadas en este periodo, y han aumentado muy levemente respecto al año anterior (+0,3%).
- Canarias y Baleares son los destinos nacionales más importantes, posicionándose Andalucía en el tercer puesto. De las principales CC. AA. turísticas, solo Baleares y Andalucía presentan una evolución positiva en 2019, superando en ambos casos al crecimiento registrado por la media nacional.

**Viajeros y pernoctaciones de británicos en establecimientos hoteleros de las principales
CC. AA. turísticas. Año 2019**

CC. AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	2.608.516	0,4%	19.801.934	-0,2%	35,0%
Baleares	2.666.587	7,4%	15.929.468	4,3%	28,2%
Andalucía	1.563.607	3,9%	7.092.178	2,3%	12,5%
Cataluña	1.464.381	1,1%	5.927.986	-1,0%	10,5%
C. Valenciana	1.134.798	-3,8%	5.827.720	-7,0%	10,3%
Madrid	382.120	-2,0%	839.142	-2,8%	1,5%
España	10.386.882	1,9%	56.539.967	0,3%	100,0%

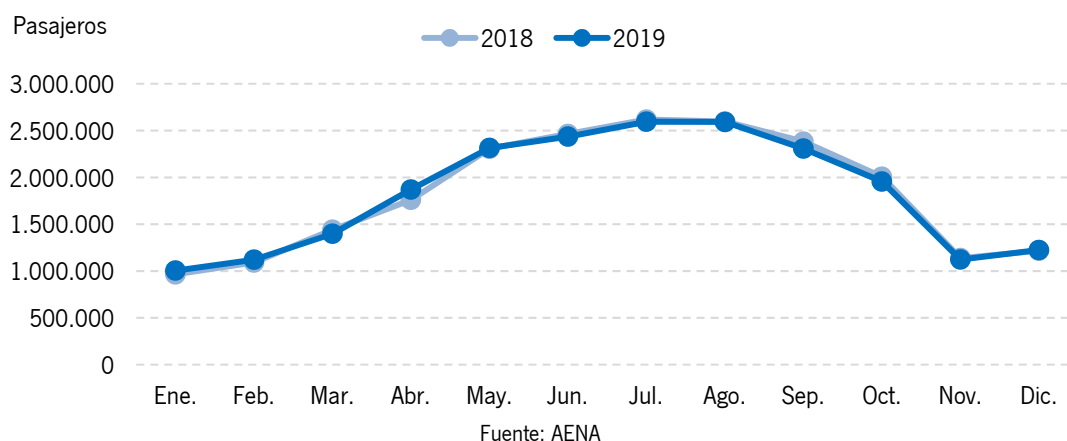
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

2.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

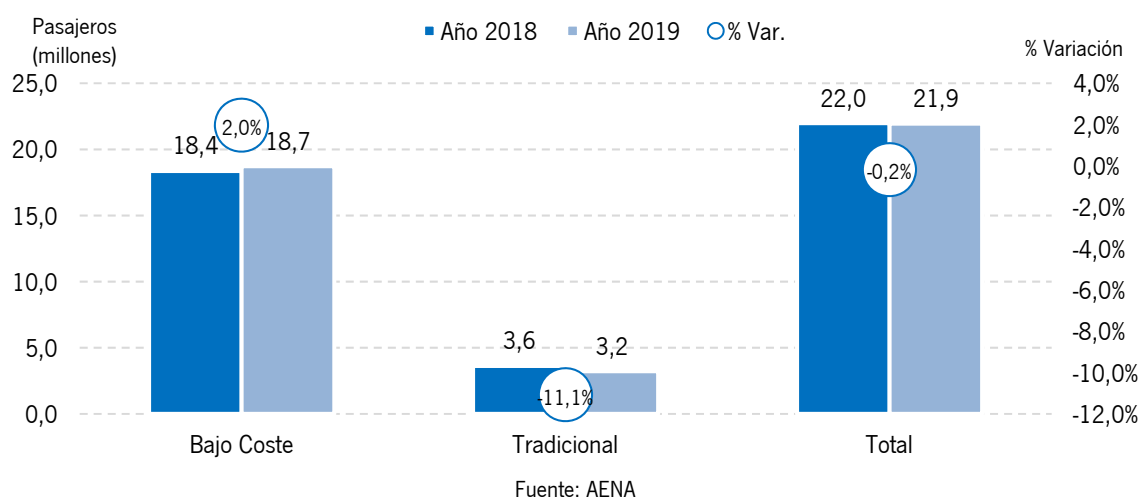
- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2019 a un total de 21,9 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido, prácticamente el mismo volumen de pasajeros que el año anterior (-0,2%). Esta cifra representa el 23,3% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2019 al 85,3% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir y EasyJet (Airlines Co. Ltd. + Europe Airline) son las CBC más

importantes: trajeron a España al 58,6% de los pasajeros de bajo coste procedentes de aeropuertos británicos.

Llegadas de pasajeros a España procedentes del Reino Unido por meses. Años 2018 y 2019



Llegadas de pasajeros a España procedentes del Reino Unido por tipo de compañía. Año 2019



3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA BRITÁNICO EN ANDALUCÍA

- Se estima en 2,94 millones los turistas británicos que visitaron Andalucía en 2019, que representan el 23,3% del turismo extranjero y el 9,1% del total de turistas recibidos en la región durante este año (32,5 millones de turistas). Respecto al año anterior, el turismo británico ha aumentado un +2,8%.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Sexo: Hombre	51,4%	Gasto medio diario en destino*: (euros)	69,62
Edad: De 45 a 64 años	30,8%	Estancia media: (días)	9,0
Situación laboral: Ocupados	59,4%	Estacionalidad: (concentración en el 3º trim.)	35,3%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA		Principal tipo de alojamiento: Hotelero	61,0%
		Principal medio de transporte: Avión	88,8%
		Uso de intermediarios:	27,5%
		Principales factores de elegir Andalucía:	
		- Clima; Playa	48,5%; 16,7%
Valoración del destino: (escala de 1 a 10)	8,7	Principal canal de información sobre Andalucía:	
Aspectos mejor valorados: (escala 1 a 10)		- Experiencia propia	58,4%
- Patrimonio cultural	9,0	Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Paisajes y parques naturales	8,9	- Disfrute/uso de la playa; Visitar monumentos	58,6%; 31,7%
- Atención y trato recibidos	8,9		

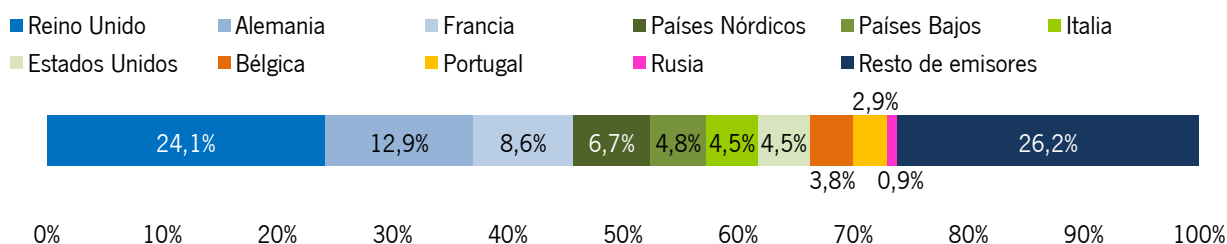
Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). IECA

* No incluye gasto en origen

3.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2019 a 1,6 millones de viajeros británicos que han realizado 7,1 millones de pernoctaciones, un +2,3% más de noches que en el año anterior.
- El británico sigue siendo el principal emisor extranjero para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 24,1% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región durante el año 2019.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2019



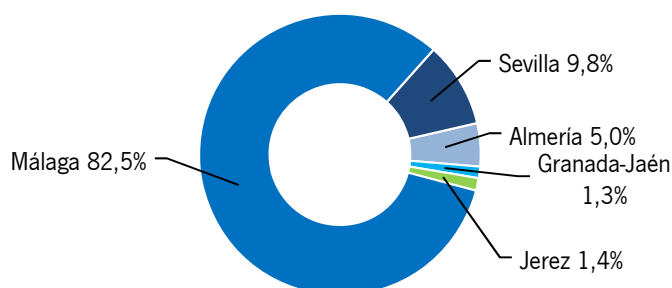
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.3 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2019 a 3,5 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido, un +4,8% más que en el año anterior. El 89,5% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir y EasyJet Airlines las CBC más utilizadas, ya que transportaron al 71,3% de los pasajeros de este tipo de compañías que procedía del Reino Unido.

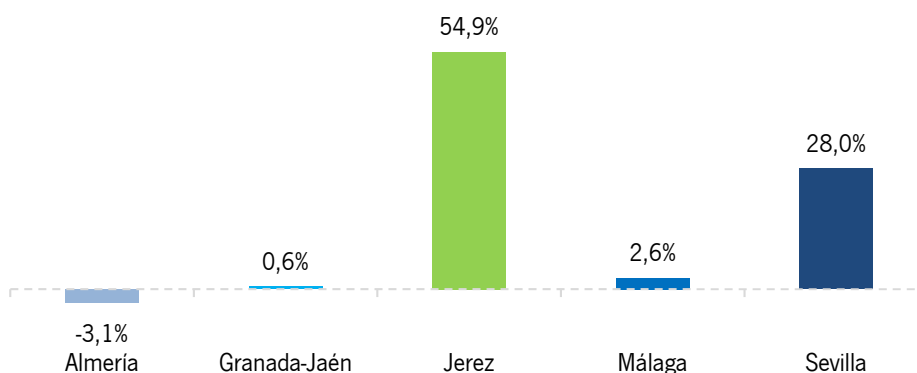
- El aeropuerto de Málaga es el que recibe a la mayoría de los pasajeros del Reino Unido que llegan a la región. En el año 2019, destaca la evolución de los aeropuertos de Jerez (+54,9%, gracias a su reciente conexión con Londres-Gatwick a través de EasyJet Airlines) y Sevilla (+28,0%). En el descenso de Almería, ha tenido mucho que ver la evolución y quiebra del turoperador Thomas Cook.
- A través de su compañía aérea **“Thomas Cook Airlines”**, el turoperador fue responsable de transportar en el periodo abril-octubre de 2018, a 37.800 pasajeros procedentes de Reino Unido, operando exclusivamente con el aeropuerto de Almería. En 2019, en ese mismo periodo transportó a 27.500 pasajeros, diez mil menos que el año anterior.

Distribución de las llegadas de pasajeros del Reino Unido a los aeropuertos andaluces. Año 2019



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros del Reino Unido a los aeropuertos andaluces. Año 2019



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ALEMÁN. AÑO 2019

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

1,3 es la propensión a viajar al extranjero por motivos personales o profesionales, es decir, el número de viajes turísticos que realizó en 2018 cada habitante del país.

74% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los alemanes que ha tenido como destino un país extranjero en 2019. Otro 26% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

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

Viajes vacacionales largos¹ de los residentes en Alemania. Años 2014-2019

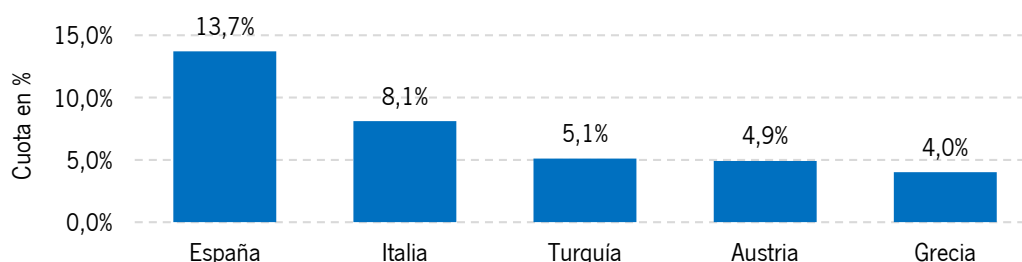
AÑOS	Viajes (millones)	% Variación
2015 ²	69,1	..
2016	68,7	-0,6%
2017	69,6	1,3%
2018	70,1	0,7%
2019	70,8	1,0%

Fuente: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR)

+0,6% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en los viajes vacacionales largos.

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

Principales destinos extranjeros de los viajes vacacionales largos. Año 2018



Fuente: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR)

¹ Viajes de 5 o más días de duración representativos de la población de 14 y más años que habla alemán. No incluye viajes vacacionales cortos ni viajes por motivos de negocios.

² FUR ha actualizado las bases para la elevación de los resultados de su informe Reisen Analyse (RA) con los datos del censo 2011 desde mediados de 2015. Esto supone una ruptura de la serie de datos, de modo que las cifras publicadas en el RA2015 (datos del año 2014) y anteriores son, por tanto, no directamente comparables a los de la RA2016 (datos del año 2015).

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

91,9 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2019, un +1,4% más que el año anterior.

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

Fuente: Barómetro del Turismo Mundial, Organización Mundial del Turismo (OMT)

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- "La economía alemana ha vuelto a crecer, pero con menor dinamismo", este es el resumen que hacen las autoridades estadísticas alemanas (Destatis) para el año 2019. El cierre de cuentas confirma un crecimiento del PIB del +0,6%, el peor dato desde 2013, que atribuyen principalmente al "Brexit" y los problemas de la industria nacional del automóvil. No obstante, también señalan que la economía alemana se vio respaldada en 2019 por una fuerte actividad del consumo, porque el crecimiento de los ingresos de los hogares privados se ha mantenido alto a pesar de la desaceleración del empleo en este año.
- Alemania es un mercado muy estable en cuanto a cifras de emisión de turistas: el número de viajes de larga duración realizados en 2019 apenas aumentó un +1,0% respecto al ejercicio 2018. También se mantiene sin muchos cambios sus preferencias en cuanto a los destinos que visita: el propio país, con una cuota en torno al 30%, permanece como primer destino turístico de los alemanes en sus viajes vacacionales de larga duración, seguida de España (con una cuota que ronda el 13%), Italia, Turquía, Austria y Grecia.
- No obstante, la coyuntura apuntada en el anterior informe se confirma: los destinos competidores del Mediterráneo oriental y norte de África (Turquía, Egipto, Túnez y Grecia), destinos de sol y playa a precios muy competitivos, continúan la recuperación de sus cuotas de mercado perdidas debido a los problemas de terrorismo y/o incertidumbre geopolítica, registrando en 2019 importantes crecimientos, sobre todo Turquía.
- Esta recuperación ha sido a costa de los destinos españoles, que en conjunto han registrado un descenso de turistas alemanes en 2019 del -2,1%, pero que se ha centrado en el segmento vacacional de sol y playa, de ahí que los descensos se hayan producido sobre todo en las islas, con un importante retroceso de turistas alemanes en Canarias del -10,5% y un descenso menos intenso en Baleares (-2,7%).
- Los bajos costes y precios de los destinos competidores del Mediterráneo imponen la necesidad de que España compita centrándose en sus elementos diferenciadores, buscando nuevos nichos de mercado con potencial en la demanda alemana: se puede aprovechar su tendencia creciente a explorar nuevos destinos, a combinar tipos de viajes y a disfrutar de destinos "verdes", para promocionar los paisajes y la naturaleza española menos conocida e intacta, ofreciendo productos que sean medioambientalmente sostenibles, ya que también valoran de forma creciente este aspecto de la oferta turística de los destinos a la hora de decidir dónde viajar.

- Otro factor que ha distorsionado la evolución de la demanda alemana durante el año 2019 ha sido la quiebra del turoperador **Thomas Cook** (23-09-2019). No obstante, apenas dos semanas tras haberse producido, los grandes TT.OO. alemanes estaban ya ocupando el hueco que dejó el segundo consorcio más grande de ese mercado.
- La pandemia de COVID-19 ha causado en todos los países una interrupción sin precedentes en los viajes y el turismo, tanto nacionales como internacionales. Las perspectivas sobre la evolución en 2020 del turismo emisor de cualquier mercado están rodeadas de una gran incertidumbre, pues dependen de la velocidad en la contención del virus, de la duración de las restricciones de viaje y de la reapertura de las fronteras nacionales. Para Alemania ya se detectan los siguientes cambios en la demanda y nuevas tendencias: caída del índice de confianza del consumidor ante la expectativa de perder poder adquisitivo; más viajes en coche y domésticos por miedo al uso de los transportes colectivos y a las cuarentenas al regresar a Alemania; se resienten principalmente el turismo senior, MICE, grandes eventos y cruceros; más búsquedas de viajes online, por el confinamiento y cierre de agencias presenciales.

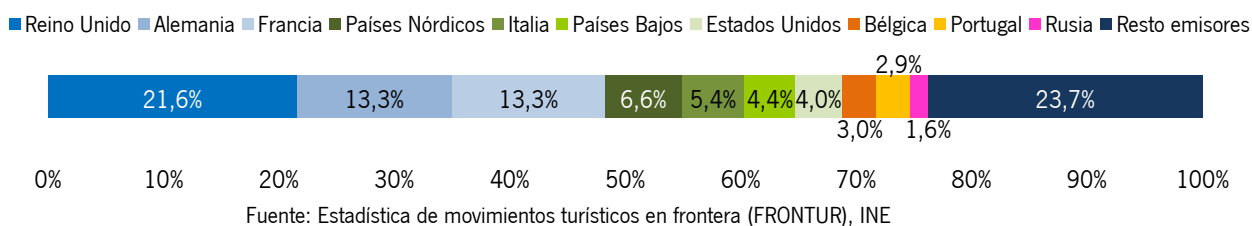
Fuentes: Ficha ejecutiva, Informes de Prospectiva e informe de Situación y Tendencias COVID-19, de Turespaña, Destatis, OMT y FUR.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 83,7 millones de turistas internacionales en el año 2019, el 13,3% procedía de Alemania, posicionándose como el segundo emisor extranjero más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado un decremento del -2,1%.
- Los destinos insulares son los principales receptores de turismo alemán, seguidos a distancia por Cataluña y Andalucía.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2019



**Ranking de las principales CC. AA. de destino del turismo alemán.
Año 2019**

Ranking	CC. AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Baleares	40,6%	-2,7%
2	Canarias	22,5%	-10,5%
3	Cataluña	12,8%	1,4%
4	Andalucía	10,0%	3,8%
5	C. Valenciana	5,4%	8,9%
6	Madrid	3,7%	8,2%
	España	100,0%	-2,1%

Fuente: Estadística de movimientos turísticos en frontera (FRONTUR), INE

2.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 66,3% de los turistas alemanes que visitaron España en el año 2019 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones de alemanes suponen el 18,9% del total de pernoctaciones de extranjeros realizadas en el país en este periodo, y han disminuido un -9,0% respecto al año anterior.
- Canarias y Baleares son los principales destinos nacionales, presentando ambas una evolución negativa respecto al año anterior. Andalucía se posiciona en el tercer puesto y registra también un descenso, aunque inferior al que presenta la media nacional.

**Viajeros y pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros de las principales
CC. AA. turísticas. Año 2019**

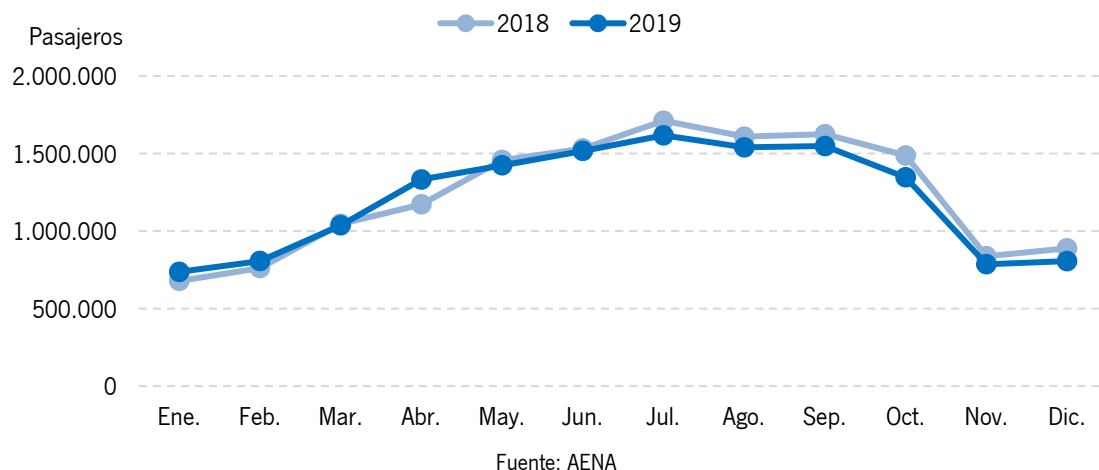
CC. AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Baleares	2.895.752	-4,4%	17.792.719	-9,3%	42,2%
Canarias	1.664.513	-12,6%	15.170.560	-12,0%	36,0%
Andalucía	832.592	-4,4%	3.807.839	-7,6%	9,0%
Cataluña	893.666	0,7%	3.239.348	-1,9%	7,7%
Madrid	281.284	-0,3%	630.348	0,6%	1,5%
C. Valenciana	175.956	7,9%	541.247	4,7%	1,3%
España	7.262.968	-4,7%	42.145.072	-9,0%	100,0%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

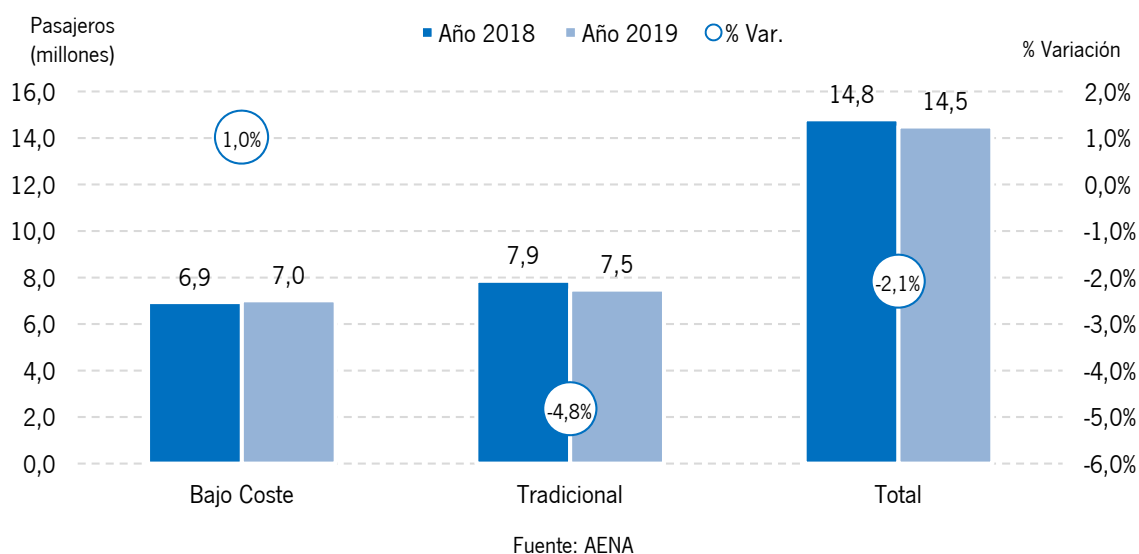
2.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2019 a un total de 14,5 millones de pasajeros procedentes de Alemania, un -2,1% menos, registrándose descensos en la mayoría de los meses de 2019. Esta cifra representa el 15,4% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2019 al 48,4% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir, seguida por Tuifly, son las CBC más importantes (trajeron a España el 61,3% de los pasajeros de bajo coste procedentes de aeropuertos alemanes).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Alemania por meses. Años 2018 y 2019



Llegadas de pasajeros a España procedentes de Alemania por tipo de compañía. Año 2019



3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ALEMÁN EN ANDALUCÍA

- Se estima en 1,3 millones los turistas alemanes que visitaron Andalucía en 2019, que representan el 10,1% del turismo extranjero y el 3,9% del total de turistas recibidos en la región durante este año (32,5 millones de turistas). Respecto al año anterior, el turismo alemán ha descendido un -1,4%.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Sexo: Hombre	51,5%	Gasto medio diario en destino*: (euros)	75,98
Edad: De 45 a 64 años	29,7%	Estancia media: (días)	8,8
Situación laboral: Ocupados	63,8%	Estacionalidad: (concentración en el 2º trim.)	35,1%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA		Principal tipo de alojamiento: Hotelero	64,6%
		Principal medio de transporte: Avión	87,8%
Valoración del destino: (escala de 1 a 10)	8,5	Principales factores de elegir Andalucía:	
Aspectos mejor valorados: (escala 1 a 10)		- Clima	38,6%
- Patrimonio cultural	8,8	- Visita a monumentos	19,1%
- Paisajes y parques naturales	8,7	Principal canal de información sobre Andalucía:	
- Seguridad ciudadana; Atención y trato	8,7	- Experiencia propia	46,9%
Grado de fidelidad: (% que repite visita)	42,3%	Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
		- Disfrute/uso de la playa; Compras	55,4%; 36,2%

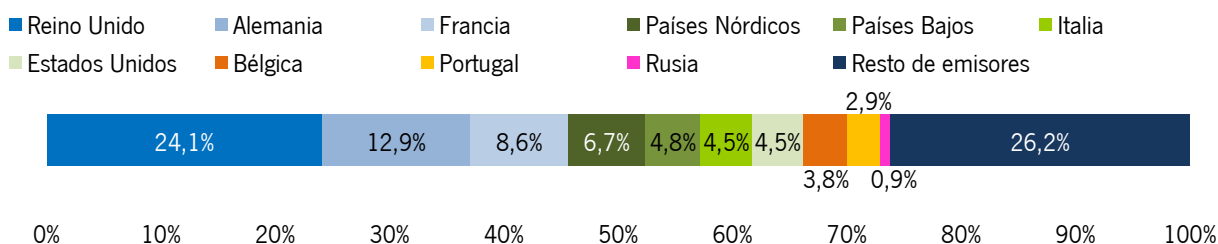
Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). IECA

* No incluye gasto en origen

3.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2019 a 833 mil viajeros alemanes que han realizado 3,8 millones de pernoctaciones, un -7,6% menos de noches que en el año anterior.
- El alemán es el segundo emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 12,9% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región durante este año.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2019



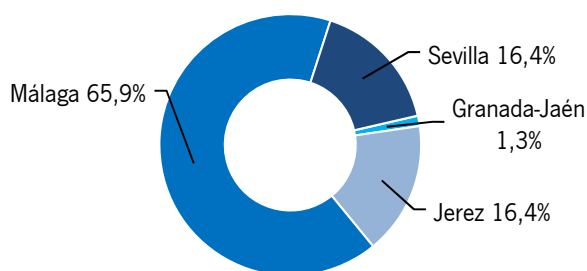
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.3 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2019 a 1,2 millones de pasajeros procedentes de Alemania, un -1,4% menos que en el año anterior. El 66,7% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, pues transportó al 60,4% de los pasajeros de este tipo de compañías que procedía de Alemania.

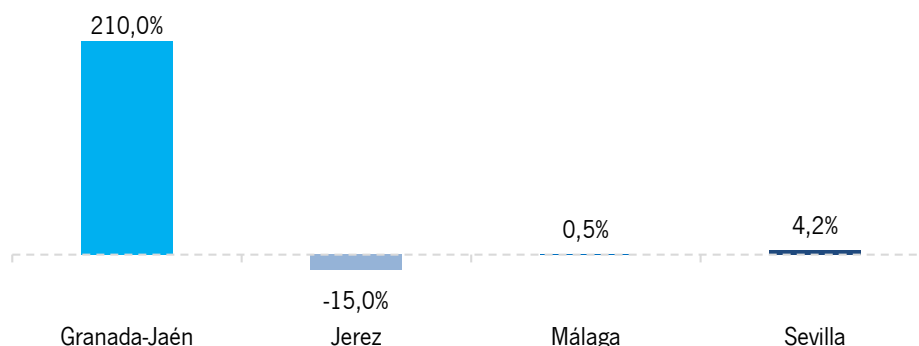
- El aeropuerto de Málaga es el que recibe a la mayoría de los pasajeros de Alemania que llegan a la región. Las llegadas al aeropuerto de Almería desde Alemania descendieron mucho en 2015, y han continuado reduciéndose en los siguientes años, dejando al mínimo el tráfico con este aeropuerto. En su lugar irrumpió con fuerza el aeropuerto de Sevilla, con importantes crecimientos que le han permitido pasar de una cuota del 0,1% en 2014 al 16,4% en 2019. También, en septiembre 2018 se abrió una nueva conexión entre el aeropuerto de Berlín Tegel y el aeropuerto de Granada-Jaén, pasando su cuota de 0,4% en 2018 a la actual 1,3% en 2019.

**Distribución de las llegadas de pasajeros de Alemania a los aeropuertos andaluces.
Año 2019**



Fuente: AENA

**Evolución de las llegadas de pasajeros de Alemania a los aeropuertos andaluces.
Año 2019³**



Fuente: AENA

³ El crecimiento tan elevado que ha experimentado el aeropuerto de Granada-Jaén en el año 2019 se debe a que el número de llegadas de pasajeros procedentes de aeropuertos alemanes a este aeropuerto fue muy reducido en 2018, ya que la conexión con Alemania se estableció en septiembre de 2018.

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO FRANCÉS. AÑO 2019

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

0,4 es la propensión a viajar al extranjero por motivos personales o profesionales, es decir, el número de viajes turísticos que realizó en 2018 cada habitante del país.

26% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los franceses que ha tenido como destino un país extranjero en 2018. El 74% restante realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuentes: Eurostat, European Commission

Viajes por motivos personales al extranjero⁴ de los residentes en Francia. Años 2013-2017

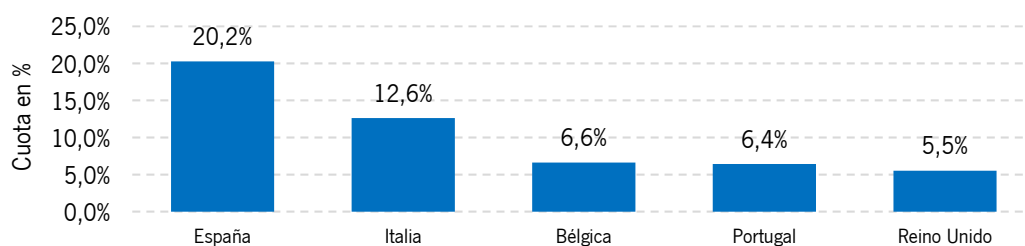
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2013	17.900	2,0%
2014	19.343	8,1%
2015	18.201	-5,9%
2016	18.354	0,8%
2017	18.897	3,0%

Fuente: Direction Générale des Entreprises (DGE), Ministère de l'Économie et des Finances.

+1,4% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en los viajes por motivos personales al extranjero.

España es el principal destino extranjero de los turistas franceses desde hace décadas.

Principales destinos de los viajes por motivos personales al extranjero. Año 2018



Fuente: Eurostat, European Commission.

⁴ Se trata de viajes personales al extranjero y a los territorios franceses de ultramar de larga duración (cuatro o más noches).

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

50,2 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2019, un +10,6% más que el año anterior.

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

Fuente: Barómetro del Turismo Mundial, Organización Mundial del Turismo (OMT)

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- Muchos especialistas temían las consecuencias de las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China o la incertidumbre por el Brexit, pero el crecimiento del PIB de Francia ascendió al +1,3%, similar al de la zona euro, superando al de otras potencias económicas de Europa (como Alemania o Italia). Este crecimiento habría sido algo mayor si la huelga de transportes lanzada contra la reforma del sistema de pensiones francés no hubiera lastrado el crecimiento del último trimestre del año.
- Las cifras oficiales francesas sobre emisión de turistas llevan un retraso considerable. Los últimos datos disponibles se refieren al año 2017 y dibujan un mercado emisor maduro en el que predomina el turismo doméstico, ya que cerca del 80% de los viajes de cuatro o más noches tuvieron como destino la propia Francia. En cuanto a los destinos internacionales, España es, desde hace decenios, el destino favorito de los franceses, favorecido por su proximidad geográfica y la sensación de seguridad que inspira en el turista francés, aunque en 2019 haya recibido un -1,2% menos de turistas franceses.
- En cuanto a los productos más demandados por la clientela francesa en España destaca el turismo de “sol y playa”, muy consolidado, y el turismo cultural, con estancias urbanas, gastronomía y compras, productos que puede combinar en una sola visita a España, y que además tienen la ventaja de que contribuyen a elevar el gasto del turista francés, a desestacionalizar su visita, ya que pueden realizarse a lo largo de todo el año, y están menos turoperados.
- Los datos de la turoperación para las distintas temporadas de 2019 consolidan la reactivación de Túnez, Marruecos, Turquía y Egipto, una vez han mejorado las condiciones de seguridad en estos destinos, en detrimento de los países del sur del Mediterráneo (España, Italia y Grecia), así como de Portugal, destinos “refugio” en periodos de incertidumbre. Estos competidores se centran en un producto de sol y playa dedicado mayoritariamente al segmento “familias” y es muy competitivo a nivel de precio.
- La recuperación de la clientela francesa por parte de los citados destinos del Norte de África y Turquía ha reducido el volumen de turistas franceses que España ha recibido en 2019, pero no ha afectado a su gasto, registrando en este año un crecimiento del gasto total del +2,6% y del gasto medio por persona del +3,8%. Ello parece indicar un cambio de cliente francés hacia España, menos sensible al precio y con mayor poder adquisitivo, confirmando el trabajo de promoción realizado para potenciar en el emisor francés el consumo de productos turísticos y de actividades con mayor capacidad de rentabilidad.

- La pandemia de COVID-19 ha causado en todos los países una interrupción sin precedentes en los viajes y el turismo, tanto nacionales como internacionales. Las perspectivas sobre la evolución en 2020 del turismo emisor de cualquier mercado están rodeadas de una gran incertidumbre, pues dependen de la velocidad en la contención del virus, de la duración de las restricciones de viaje y de la reapertura de las fronteras nacionales. Para Francia ya se detectan los siguientes cambios y nuevas tendencias: el Gobierno recomienda no apresurarse en reservar viajes al extranjero; muchos franceses ya han decidido posponer sus vacaciones de verano, no reservarán ni aunque se les garantice el 100% de los desembolsos en caso de cancelación, los turoperadores no tienen apenas reservas para este verano; los que viajen lo harán mayoritariamente a destinos domésticos, para apoyar a la economía local, con preferencia por zonas de montaña y rurales, percibidas como menos masificadas, así como alojamientos en campings; en la elección del destinos primarán la seguridad sanitaria y la facilidad de repatriación frente al precio; los actores públicos y privados del sector turístico francés están llevando acciones para promocionar el destino “Francia” e incentivar a la demanda doméstica.

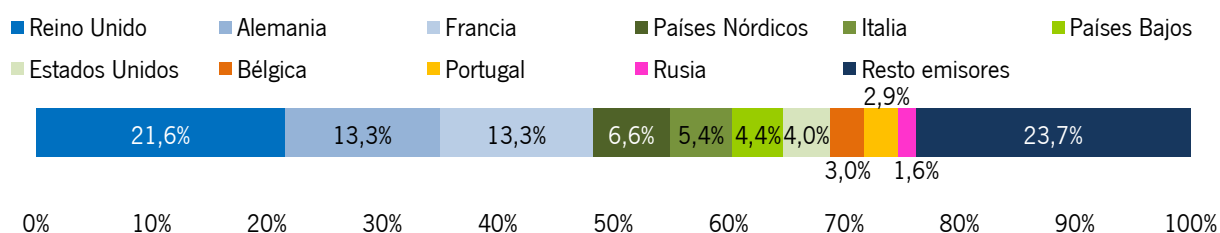
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de Prospectiva e informe de Situación y Tendencias COVID-19, de Turespaña; Direction Générale des Entreprises (DGE); European Commission; OMT; Frontur y Egatur del INE.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 83,7 millones de turistas internacionales en el año 2019, el 13,3% procedía de Francia (11,2 millones), posicionándose como el tercer emisor extranjero más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado una tasa de descenso del -1,2%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo francés, seguido a distancia por C. Valenciana y Andalucía.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2019



Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

Ranking de las principales CC. AA. de destino del turismo francés.

Año 2019

Ranking	CC. AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	36,4%	-2,4%
2	C. Valenciana	14,8%	7,0%
3	Andalucía	11,4%	-4,8%
4	Baleares	6,8%	5,8%
5	Madrid	5,1%	-4,5%
6	Canarias	5,0%	-8,5%
	España	100,0%	-1,2%

Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA FRANCÉS EN ESPAÑA

Año 2019

HÁBITOS DE CONSUMO

Gasto medio diario en destino: (euros)	98
Estancia media: (días)	6,9
Principal tipo de alojamiento: Extrahotelero	50,4%
Principal vía de acceso: Carretera	63,5%
Uso de paquete turístico:	10,3%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	84,2%

Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 49,6% de los turistas franceses que visitaron España en el año 2019 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros franceses suponen el 8,0% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año y han aumentado un +0,2% respecto al año anterior.
- Cataluña es el principal destino nacional, presentando una evolución descendente (-2,6%) en el año 2019. Andalucía, con una cuota del 14,1%, ocupa la cuarta posición en el ranking del movimiento hotelero de España y también ha registrado un decremento de pernoctaciones en este año (-2,6%).

Viajeros y pernoctaciones de franceses en establecimientos hoteleros de las principales CC. AA. turísticas. Año 2019

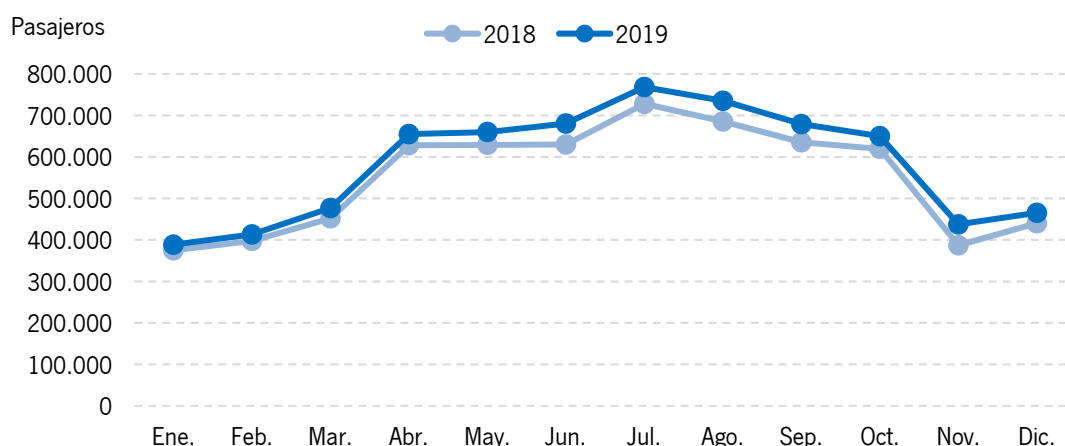
CC. AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Cataluña	2.362.895	-1,6%	6.446.605	-2,6%	35,8%
Canarias	411.242	-2,8%	2.889.539	-3,2%	16,1%
Baleares	523.435	12,7%	2.866.548	11,6%	15,9%
Andalucía	887.852	-1,4%	2.537.114	-2,6%	14,1%
C. Valenciana	296.572	6,8%	821.117	10,4%	4,6%
Madrid	397.202	-2,6%	814.366	-0,2%	4,5%
España	5.894.114	-0,1%	17.986.886	0,2%	100,0%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

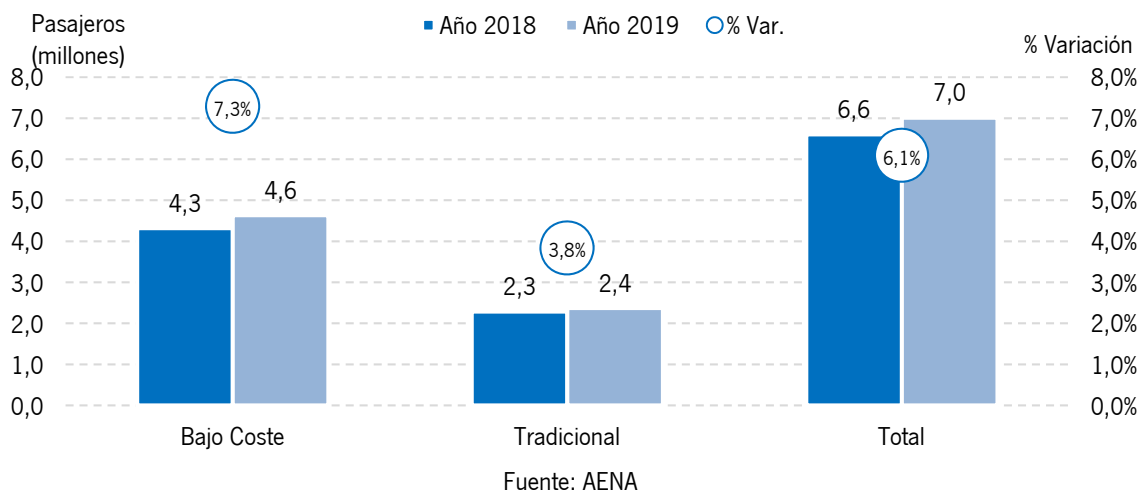
- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2019 a un total de 7,0 millones de pasajeros procedentes de Francia, un +6,1% más que en el año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2019. Esta cifra representa el 7,5% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2019 al 66,1% de los pasajeros procedentes de este mercado. Vueling es la CBC más importante (transportó a España el 42,5% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este año).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Francia por meses. Años 2018 y 2019



Fuente: AENA

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Francia por tipo de compañía. Año 2019

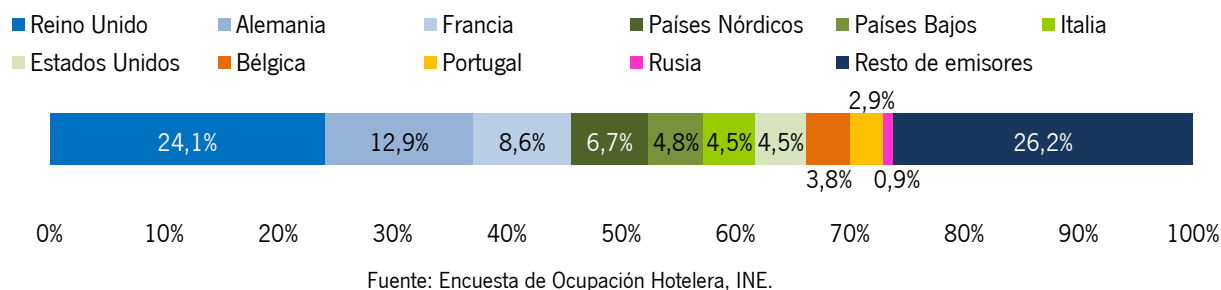


3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2019 a 888 mil viajeros franceses que han realizado 2,5 millones de pernoctaciones, un -2,6% menos de noches que en el año anterior.
- El mercado francés es el tercer emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el año 2019. Sus pernoctaciones suponen el 8,6% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de Andalucía en dicho periodo.

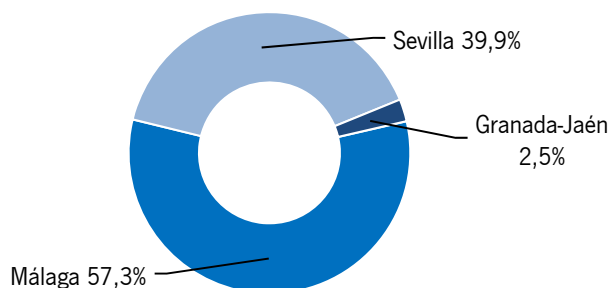
Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2019



3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

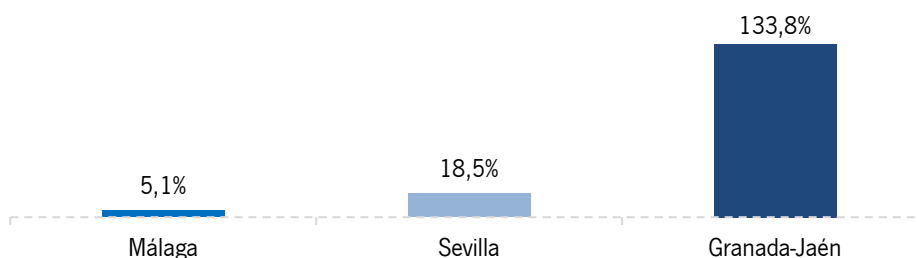
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2019 a 1,1 millones de pasajeros procedentes de Francia, un +11,9% más que en el año anterior. El 78,2% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Vueling y Transavia las CBC más utilizadas, con cuotas respectivas del 32,8% y 25,8% sobre el total de pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros procedentes de Francia que llegan a la región. El aeropuerto de Granada-Jaén, gracias a las recientes conexiones con los aeropuertos de París-Charles de Gaulle y Nantes, ha multiplicado por más de dos el número de pasajeros de esta procedencia en el año 2019, de ahí que destaque entre los crecimientos con una tasa del +133,8%, aunque también sean positivas y relevantes las tasas de Málaga y Sevilla.

Distribución de las llegadas de pasajeros de Francia a los aeropuertos andaluces. Año 2019



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de Francia a los aeropuertos andaluces. Año 2019



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO DE LOS PAÍSES NÓRDICOS. AÑO 2019

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

- Propensión a viajar al extranjero por motivos personales o profesionales, es decir, el número de viajes turísticos que realizó en 2018 cada habitante de los países nórdicos:

Dinamarca: **1,2**; Finlandia: **1,7**; Noruega: **1,5**; Suecia: **1,8**

Fuente: Eurostat, European Commission

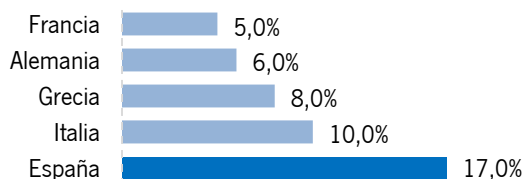
- Proporción del principal viaje de vacaciones de los nórdicos que ha tenido como destino un país extranjero o el propio país en 2018:

	Extranjero	Propio país
Dinamarca	58%	42%
Finlandia	44%	56%
Noruega	53%	47%
Suecia	56%	44%
Fuente: Eurostat, European Commission		

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

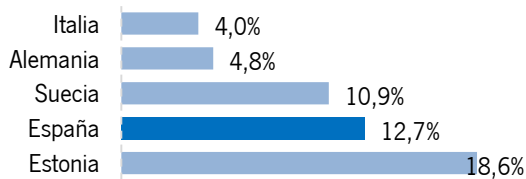
Principales destinos extranjeros de los viajes vacacionales de los nórdicos.

Dinamarca. Año 2018



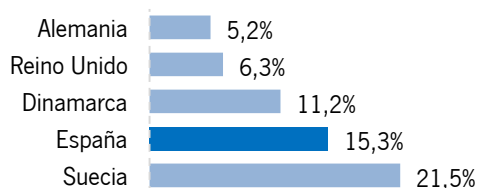
Fuente: Statistics Denmark

Finlandia. Año 2018



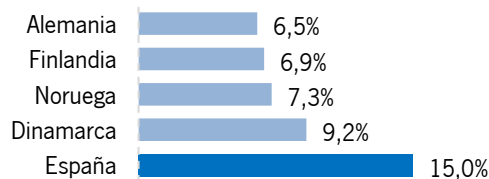
Fuente: Statistics Finland

Noruega. Año 2018



Fuente: Statistics Norway

Suecia. Año 2018



Fuente: Eurostat, European Commission

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

52,0 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional del emisor nórdico en 2018. La evolución respecto al año anterior del gasto en este año ha sido positiva en los cuatro países. Para el año 2019 se mantiene la tendencia positiva en Dinamarca (+4,3%), Noruega⁵ (+2,2%) y Suecia (+4,6%) y desciende en Finlandia (-1,5%).

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

Fuente: Barómetro del Turismo Mundial, Organización Mundial del Turismo (OMT)

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- El crecimiento en 2019 del PIB de los Países Nórdicos ha estado, en la mayoría de los casos, en línea con el crecimiento de los países de la eurozona (+1,2%): +2,3% para Dinamarca, +1,0% para Finlandia, +1,1% para Noruega y +1,2% para Suecia. Estos crecimientos son inferiores a los registrados en 2018, una desaceleración acorde con el enfriamiento generalizado de la actividad económica a nivel mundial. Aunque no parece que la situación económica vaya a suponer un impedimento para que los nórdicos hayan viajado en 2019, habrá que esperar a las cifras oficiales para comprobar cómo ha evolucionado el ritmo de emisión al extranjero de turistas nórdicos.
- Viajar es para la sociedad nórdica algo inherente a su estilo de vida, una prioridad de consumo, con una elevada propensión a visitar países extranjeros, buscando un clima más benigno. No obstante, muchos nórdicos prefieren las vacaciones domésticas si la climatología se presenta favorable, o visitar países vecinos por proximidad geográfica y cultural, y por motivación viajera (negocios, visitar amigos y familiares), lo que convierte a los propios países nórdicos en los principales competidores de España.
- España mantiene su liderazgo para este mercado en el segmento de sol y playa, que sigue siendo el producto más demandado, sobre todo por las familias con niños y la población nórdica de más edad. Pero las tendencias cambian, y se tiende a combinar el clásico paquete de vacaciones de sol y playa con todo incluido con otras opciones y actividades (visitar ciudades, probar la gastronomía, actividades al aire libre, etc.), valorando lo experiencial y genuino. Crece también el interés por las visitas cortas a ciudades y por los viajes activos, enfocados a la práctica de deportes (destacándose el segmento de golf, pero también deportes acuáticos) o a la práctica de actividades en contacto con la naturaleza (senderismo, cicloturismo, etc.). También se empieza a solicitar más destinos alternativos en detrimento de los destinos tradicionales, así el hecho de querer descubrir nuevas culturas y evitar lo conocido es un factor a tener en cuenta.
- La tendencia más reciente en el mercado nórdico es la creciente preocupación por el medioambiente y la sostenibilidad. Se extiende progresivamente la denominada “vergüenza de volar” como respuesta a los desafíos del cambio climático, especialmente entre los jóvenes nórdicos. Esta concienciación previsiblemente irá ganando peso en la toma de decisiones relativas a la búsqueda de destinos más sostenibles, de medios de transporte alternativos al avión y de alojamientos más comprometidos con el medioambiente.

⁵ El dato de evolución de Noruega se refiere al periodo acumulado enero-septiembre de 2019.

- Los datos del mercado turoperado para el año 2019 confirman el cambio apuntado en 2018, y es que España vuelve a perder cuota de mercado frente a sus tradicionales competidores (Croacia, Grecia, Portugal, Chipre y Turquía), y frente a destinos que han vuelto al mercado (como Egipto y Túnez). Sus precios son muy competitivos, y en el caso de Turquía se acompañan de una fuerte devaluación de la lira turca. Los turoperadores señalan el aumento de precios como la principal razón por la que están derivando “paquetes de viajes” desde las islas Canarias y Baleares y desde otras zonas de España hacia destinos más económicos, para mantener sus márgenes.
- En cuanto a las consecuencias de la quiebra del operador Thomas Cook, la rama del grupo que opera en los mercados nórdicos a través de Thomas Cook Northern Europe (Ving, Spies, Tjaereborg, Globetrotter y Thomas Cook Airlines Scandinavia), ha conseguido “independizarse” del destino del resto del grupo y continuar su operativa (en venta de paquetes y vuelos).
- En la conectividad aérea, es necesario mencionar las dificultades financieras que atraviesa la compañía Norwegian Airlines, una de las líderes en el sector de bajo coste y con una presencia muy destacada en toda Escandinavia. La compañía reduce operaciones en prácticamente todos sus destinos españoles, y en Andalucía se ven afectadas las conexiones con el aeropuerto de Málaga. También SAS mantiene la tendencia decreciente iniciada en las últimas temporadas en el número de operaciones a España.
- La pandemia de COVID-19 ha causado en todos los países una interrupción sin precedentes en los viajes y el turismo, tanto nacionales como internacionales. Las perspectivas sobre la evolución en 2020 del turismo emisor de cualquier mercado están rodeadas de una gran incertidumbre, pues dependen de la velocidad en la contención del virus, de la duración de las restricciones de viaje y de la reapertura de las fronteras nacionales. Para los Países Nórdicos ya se detectan los siguientes cambios y nuevas tendencias: en la elección de destino vacacional primará el criterio de la seguridad, no es sólo por el riesgo de salud, sino también por la posibilidad de verse atrapado por una cuarentena forzosa en el destino, o de tener que pasarla a su regreso; las agencias y operadores no esperan iniciar las ventas de viajes al extranjero hasta pasado el verano, incentivando en el corto plazo el turismo doméstico y los desplazamientos a los países nórdicos vecinos; la contratación de “paquetes de viaje” tradicionales o dinámicos en turoperadores puede reactivarse tras la crisis, por sus garantías de devolución en caso de cancelación del viaje y su eficacia a la hora de repatriar viajeros si ello fuera necesario; posible desvío de capacidad a destinos como Grecia y/o Croacia, destinos tradicionales del Mediterráneo con una evolución más favorable de la pandemia.

Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de Prospectiva e informe de Situación y Tendencias COVID-19, de Turespaña; European Commission; OMT.

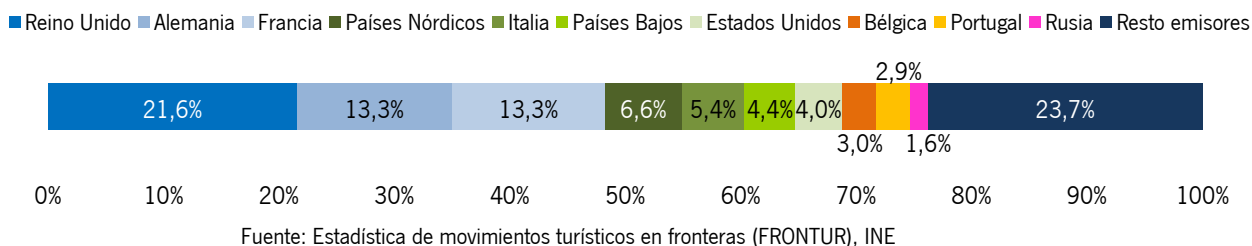
2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 83,7 millones de turistas internacionales en el año 2019, el 6,6% procedía de los Países Nórdicos (5,5 millones), posicionándose como el cuarto emisor extranjero más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado un descenso del -4,4%.

- Canarias es el principal receptor de turismo nórdico. Andalucía se posiciona en segundo lugar, captando el 22,6% de los turistas de este mercado en el año 2019, registrando respecto al año anterior un descenso del -1,3%, inferior al de la media nacional.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2019



Ranking de las principales CC. AA. de destino del turismo de los Países Nórdicos. Año 2019

Ranking	CC. AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	30,0%	-4,1%
2	Andalucía	22,6%	-1,3%
3	C. Valenciana	15,8%	13,4%
4	Baleares	14,1%	-19,9%
5	Cataluña	10,4%	-20,1%
6	Madrid	3,5%	36,4%
	España	100,0%	-4,4%

Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA NÓRDICO EN ESPAÑA

Año 2019

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	148
Estancia media: (días)	8,3
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	62,8%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	97,6%
Uso de paquete turístico:	35,5%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	90,6%

Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 62,8% de los turistas nórdicos que visitaron España en el año 2019 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros nórdicos suponen el 6,4% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año, y han disminuido un -6,8% respecto al año anterior.
- Canarias es el principal destino nacional de los nórdicos en el año 2019, seguida por Baleares, con cuotas del 39,2% y el 27,5%, respectivamente. En todas las principales CC. AA. turísticas ha disminuido el número de pernoctaciones de este emisor respecto al año anterior.

Viajeros y pernoctaciones de nórdicos en establecimientos hoteleros de las principales CC. AA. turísticas. Año 2019

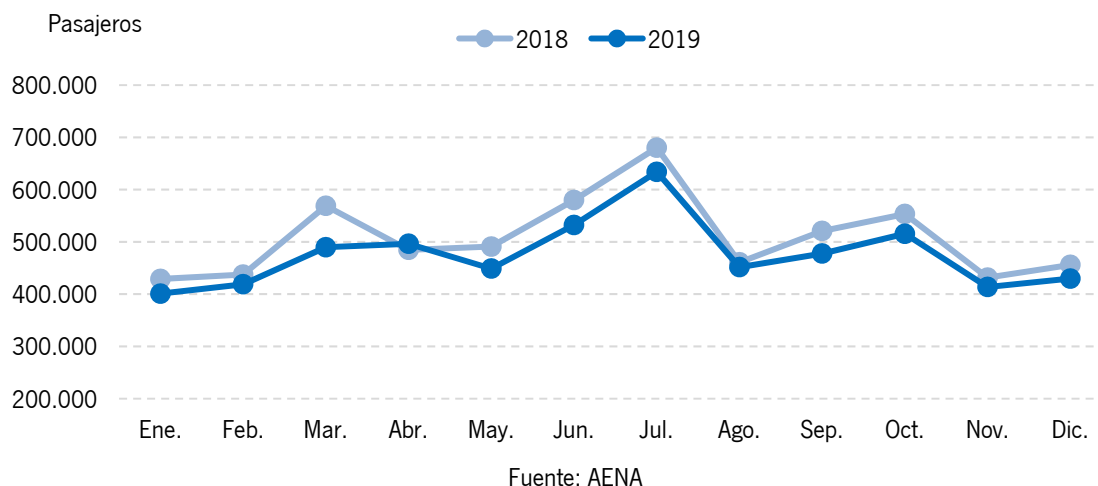
CC. AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	742.932	-3,9%	5.576.403	-5,0%	39,2%
Baleares	636.482	-9,8%	3.917.277	-10,6%	27,5%
Andalucía	481.946	0,9%	1.981.709	-4,5%	13,9%
Cataluña	449.443	-6,0%	1.404.170	-8,1%	9,9%
C. Valenciana	165.830	-8,3%	656.635	-4,4%	4,6%
Madrid	135.676	-9,4%	332.538	-8,1%	2,3%
España	2.794.642	-5,3%	14.241.929	-6,8%	100,0%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

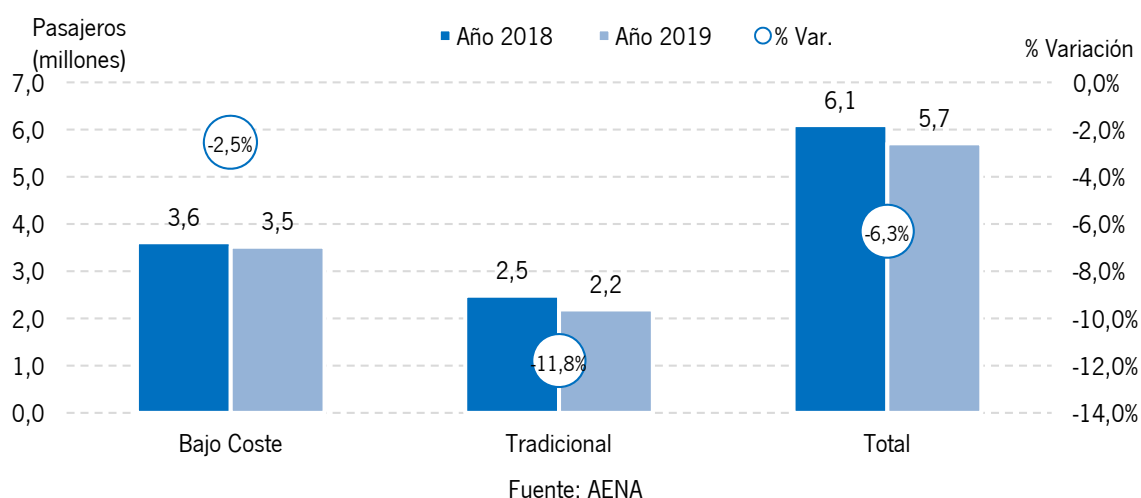
2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2019 un total de 5,7 millones de pasajeros procedentes de los Países Nórdicos, un -6,3% menos que en el año anterior y descensos en la mayoría de los meses de 2019. Esta cifra representa el 6,1% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron al 61,7% de los pasajeros procedentes de este mercado. Norwegian Air International es la CBC más importante (transportó a España el 53,6% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en el año 2019).

**Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Nórdicos por meses.
Años 2018 y 2019**



**Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Nórdicos por tipo de compañía.
Año 2019**



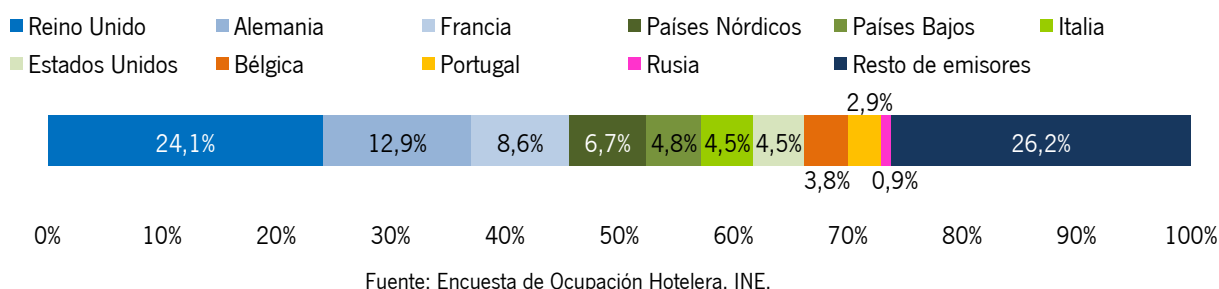
3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2019 a 482 mil viajeros de los Países Nórdicos, que han realizado 2,0 millones de pernoctaciones, un -4,5% menos que en el año anterior, rompiendo con la tendencia de crecimiento de este emisor de los tres últimos años. El crecimiento de pernoctaciones de noruegos, no han conseguido compensar las tasas negativas de Finlandia, Dinamarca y Suecia.

- El nórdico es el cuarto emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 6,7% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región en el año 2019.

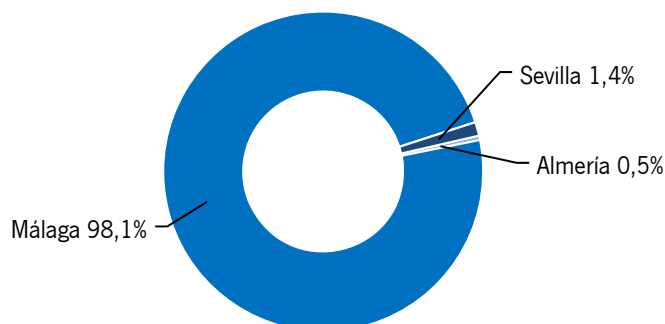
Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2019



3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

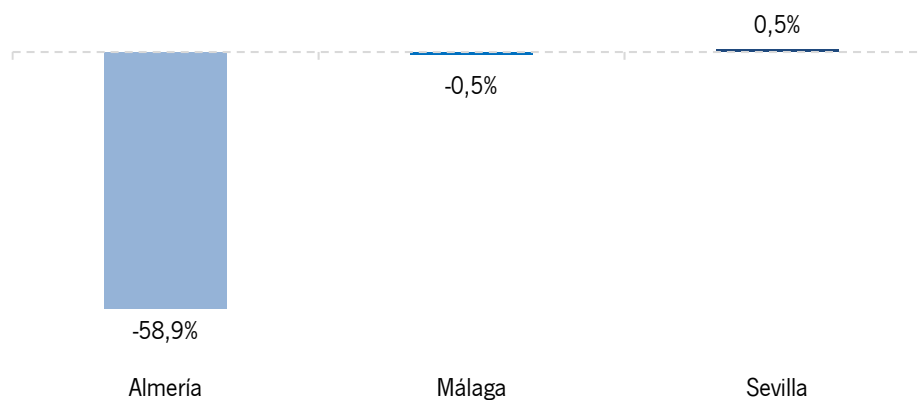
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2019 a 1,2 millones de pasajeros procedentes de aeropuertos nórdicos, un -1,1% menos que en el año anterior. El 73,8% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Norwegian Air International la CBC más utilizada, ya que transportó al 63,1% de los pasajeros de este tipo de compañías. Le sigue RyanAir con un 23,2% de cuota.
- El aeropuerto de Málaga recibe a la gran mayoría de los pasajeros de los Países Nórdicos que llegan a la región, por lo que su evolución define el comportamiento de la variable en Andalucía. Destaca el fuerte descenso del aeropuerto de Almería, lo que ha significado que este último haya reducido su peso significativamente, pasando de una cuota del 1,1% en el año 2018 a una cuota del 0,5% en el año 2019.

Distribución de las llegadas de pasajeros de los Países Nórdicos a los aeropuertos andaluces. Año 2019



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de los Países Nórdicos a los aeropuertos andaluces. Año 2019



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO DE LOS PAÍSES BAJOS. AÑO 2019

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

1,2 es la propensión a viajar al extranjero por motivos personales o profesionales, es decir, el número de viajes turísticos que realizó en 2018 cada habitante del país.

68% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los neerlandeses que ha tenido como destino un país extranjero en 2018. Otro 32% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuentes: Eurostat, European Commission

*Viajes vacacionales al extranjero de los residentes en los Países Bajos. Años 2015-2019**

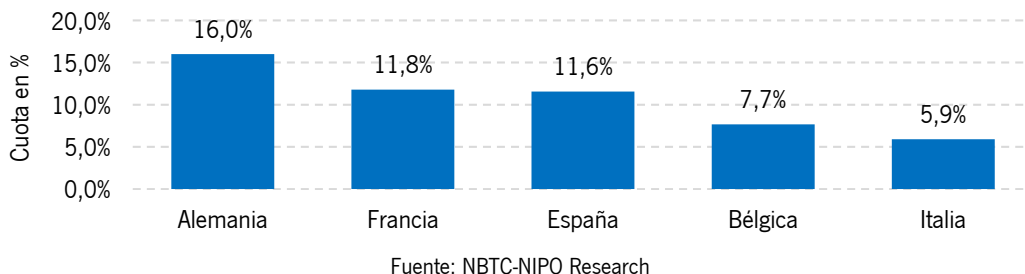
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2015	18.070	0,8%
2016	17.938	-0,7%
2017	22.084	..
2018	22.116	0,1%
2019	22.632	2,3%

Fuente: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) y NBTC-NIPO Research

-0,9% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años comparables (2012-2016) en los viajes vacacionales al extranjero.

Alemania es el primer destino extranjero de los turistas neerlandeses. España venía ocupando en los últimos años el cuarto puesto, en 2014 adelanta a Bélgica y se sitúa en tercer lugar.

Principales destinos extranjeros de los viajes vacacionales. Año 2019



* Para poder continuar garantizando la calidad de las cifras de la Encuesta Continua de las Vacaciones (Continu Vakantieonderzoek CVO), la encuesta se modificó en varios puntos importantes en 2017. Por ejemplo, la muestra neta se incrementó de 6,500 a 8,000 encuestados. La población objetivo también se ha ampliado para incluir a los residentes en los Países Bajos no neerlandeses (población con antecedentes de migración). Debido a estos y otros cambios, los resultados de 2017 no pueden compararse automáticamente con los de 2016 y años anteriores.

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

21,0 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2019, un +4,4% más que el año anterior.

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

Fuente: Barómetro del Turismo Mundial, Organización Mundial del Turismo (OMT)

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- En los últimos años, la recuperación en Europa ha permitido que la economía neerlandesa evolucione a buen ritmo y el crecimiento del país se mantuvo en 2019, con +1,8% del PIB frente al +2,6% de 2018, una ralentización que está en sintonía con el debilitamiento generalizado de las economías avanzadas. Los principales motores del crecimiento fueron la demanda interna y las exportaciones. Esta apertura del país al comercio hace que quede muy expuesto a la coyuntura económica mundial en general y a la del Reino Unido en particular.
- Alemania se mantiene como primer destino internacional para el turista neerlandés, con una cuota de mercado del 16% en los viajes de vacaciones al extranjero de 2019. Le siguen Francia y España, con cuotas que rondan el 12%. El principal producto turístico de España para el turista de los Países Bajos sigue siendo el sol y playa, donde España está bien posicionada, siendo líder entre los países del Mediterráneo.
- No obstante, en 2019 España no ha podido revalidar los buenos resultados de años anteriores: la evolución de los turistas de los Países Bajos hacia España (Frontur, INE) da una caída del -4%, mientras que se mantiene prácticamente estable la llegada de pasajeros procedentes de aeropuertos neerlandeses hacia España (+0,5%). Turquía ha continuado en 2019 recuperando cuota, por lo que vuelve a ocupar una posición entre los diez primeros destinos de los neerlandeses. También Grecia y Croacia han crecido a buen ritmo. La evolución positiva de estos competidores, con precios más bajos, ha afectado a la venta de paquetes a España.
- Las visitas a ciudades combinadas con cultura es la segunda motivación más importante para viajar de este turista, detectándose un creciente interés por la gastronomía y el enoturismo. También los viajes de naturaleza y activos van ganando terreno en los últimos años entre sus preferencias. Sin embargo, tanto en el turismo de ciudad como en el turismo activo y de naturaleza España tiene una presencia por debajo de lo que este tipo de productos representa en el total de viajes de los neerlandeses y de las cuotas de estos productos en países competidores.
- Merece especial atención el turismo senior (65 y más años), ya que se trata de un segmento de edad que está creciendo en este mercado, y que tiene unas características muy atractivas, pues dispone de mayor poder adquisitivo y tiempo para viajar a lo largo de todo el año. Otra tendencia de este emisor es el uso creciente de medios de transporte alternativos al avión, por una mayor concienciación medioambiental.
- La pandemia de COVID-19 ha causado en todos los países una interrupción sin precedentes en los viajes y el turismo, tanto nacionales como internacionales. Las perspectivas sobre la evolución en 2020 del turismo emisor de cualquier mercado están rodeadas de una gran incertidumbre,

pues dependen de la velocidad en la contención del virus, de la duración de las restricciones de viaje y de la reapertura de las fronteras nacionales. Para Países Bajos ya se detectan los siguientes cambios y nuevas tendencias: los turoperadores, al igual que las compañías aéreas, comunican que reactivarán la actividad entre finales de mayo y mediados de junio; se calcula que un tercio de las empresas del sector quebrarán si la temporada de verano no alcanza un mínimo del 35%, con la consiguiente pérdida de puestos de trabajo; los neerlandeses siguen queriendo viajar, así que están aplazando más que cancelando sus vacaciones; los turoperadores están reorientando su oferta hacia destinos domésticos y de proximidad, con desplazamientos en coche; el sector sigue considerando a España como un destino de referencia al que desea volver, pero aún ven dudoso que esté abierto para el verano.

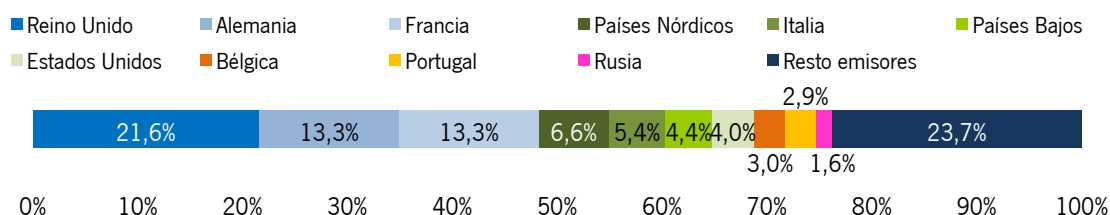
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de Prospectiva e informe de Situación y Tendencias COVID-19, de Turespaña; European Commission; OMT; INE; NTBC-NIPO Research.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 83,7 millones de turistas internacionales en el año 2019, el 4,4% procedía de los Países Bajos (3,7 millones), posicionándose como el sexto emisor extranjero más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado un descenso del -4,0%.
- Cataluña y las islas Baleares son las principales CC. AA. receptoras del turismo neerlandés que llegó a España en este año, seguidas muy de cerca por Andalucía, Canarias y la Comunidad Valenciana, con cuotas en torno al 16%. La mayoría de las principales CC. AA. turísticas registran descensos respecto al año anterior, excepto Cataluña (+2,5%) y Andalucía (+0,3%).

Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2019



Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

**Ranking de las principales CC. AA. de destino del turismo de los Países Bajos.
Año 2019**

Ranking	CC. AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	20,3%	2,5%
2	Baleares	18,0%	-4,1%
3	Andalucía	16,7%	0,3%
4	Canarias	16,5%	-11,3%
5	C. Valenciana	16,0%	-8,8%
6	Madrid	4,9%	-20,1%
	España	100,0%	-4,0%

Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA de los países bajos EN ESPAÑA

Año 2019

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	147
Estancia media: (días)	7,7
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	61,0%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	88,9%
Uso de paquete turístico:	27,7%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	88,4%

Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 61,0% de los turistas neerlandeses que visitaron España en el año 2019 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros neerlandeses suponen el 4,0% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año, y han disminuido un -4,8% respecto al año anterior.
- Canarias es el principal destino nacional con una cuota del 28,9% en este año. Andalucía se posiciona en el cuarto puesto del ranking del movimiento hotelero de España, tras los destinos insulares y Cataluña, registrando un descenso de pernoctaciones (-4,9%) en línea con el registrado por la media de España.

Viajeros y pernoctaciones de los Países Bajos en establecimientos hoteleros de las principales CC. AA. turísticas. Año 2019

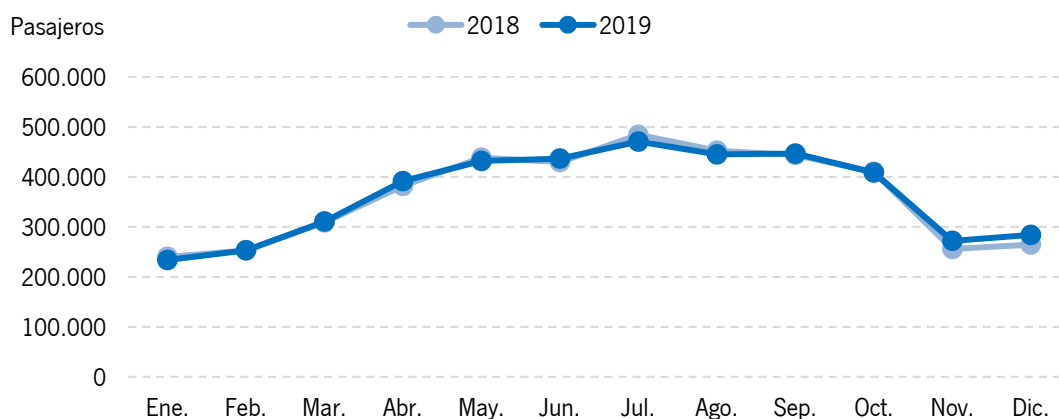
CC. AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	329.049	-1,4%	2.570.097	-3,8%	28,9%
Baleares	294.407	-4,2%	1.745.616	-3,4%	19,6%
Cataluña	430.746	-5,8%	1.610.698	-7,3%	18,1%
Andalucía	406.701	-1,7%	1.425.754	-4,9%	16,0%
C. Valenciana	227.058	-2,6%	848.739	-11,0%	9,6%
Madrid	129.536	-4,1%	275.448	-2,2%	3,1%
España	2.054.685	-2,3%	8.886.202	-4,8%	100,0%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

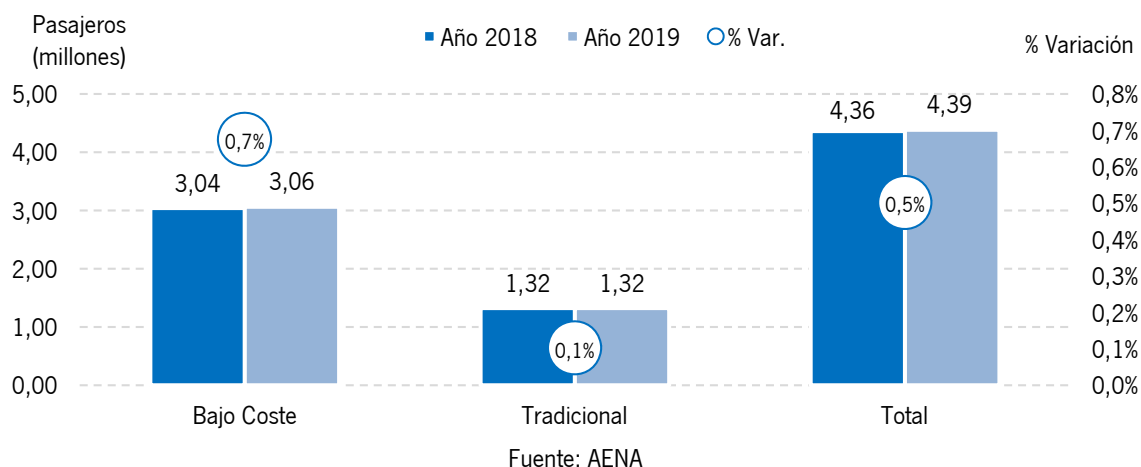
- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2019 a un total de 4,39 millones de pasajeros procedentes de los Países Bajos, solo un +0,5% más que en el año anterior. Esta cifra representa el 4,7% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2019 al 69,8% de los pasajeros procedentes de este mercado. Transavia holland Bv es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 62,2% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Bajos por meses. Años 2018 y 2019



Fuente: AENA

Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Bajos por tipo de compañía. Año 2019

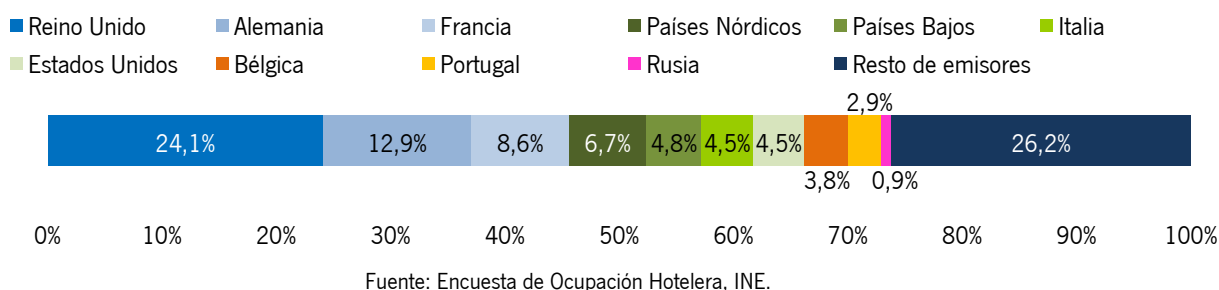


3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2019 a 407 mil viajeros de los Países Bajos, que han realizado 1,4 millones de pernoctaciones, un -4,9% menos que en el año anterior. Tras los fuertes crecimientos de 2016 y 2017, las noches realizadas en los establecimientos hoteleros de Andalucía de este emisor disminuyen a partir del segundo trimestre de 2018.
- El neerlandés es el quinto emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el año 2019, sus pernoctaciones suponen el 4,8% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región para este año.

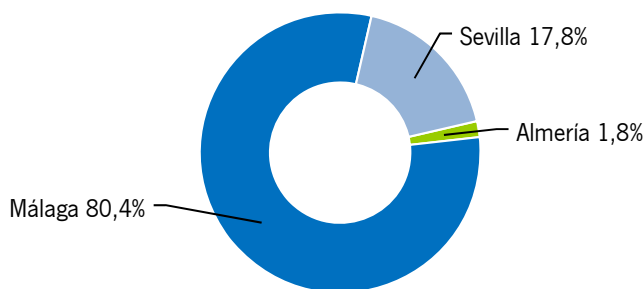
Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2019



3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

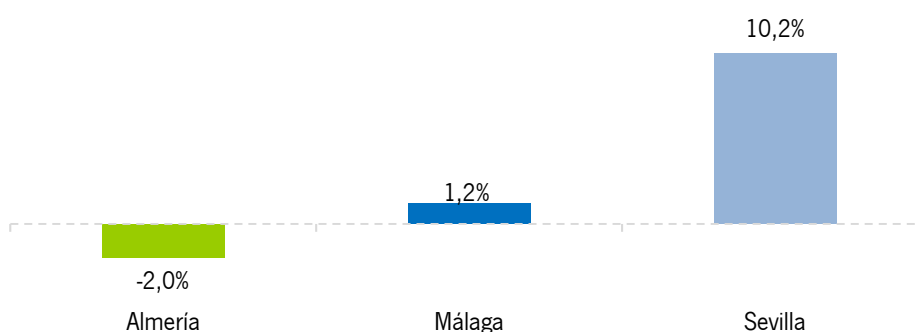
- Los aeropuertos andaluces recibieron en año 2019 a 700 mil pasajeros procedentes de aeropuertos de los Países Bajos, un +2,6% más que en el año anterior. El 94,2% utilizó una compañía de bajo coste, siendo Transavia holland Bv la CBC más utilizada, ya que transportó al 68,3% de los pasajeros de este 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. Los crecimientos registrados en los aeropuertos de Sevilla y Málaga han conseguido compensar el retroceso de las llegadas de esta procedencia al aeropuerto de Almería. Este aeropuerto, que había registrado crecimientos consecutivos en todos los años del intervalo 2016-2018, salda el año 2019 con un -2,0% menos de pasajeros.

Distribución de las llegadas de pasajeros de los Países Bajos a los aeropuertos andaluces. Año 2019



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de los Países Bajos a los aeropuertos andaluces. Año 2019



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO BELGA. AÑO 2019

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

1,1 es la propensión a viajar al extranjero por motivos personales o profesionales, es decir, el número de viajes turísticos que realizó en 2018 cada habitante del país.

86% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los belgas que ha tenido como destino un país extranjero en 2018. Otro 14% ha realizado su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuente: Direction Générale Statistique, Statistics Belgium y Eurostat, European Commission

Viajes vacacionales⁷ al extranjero de los residentes en Bélgica. Años 2014-2018⁸

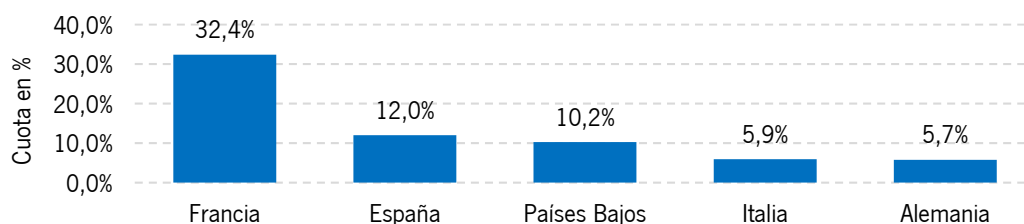
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2014	12.343	7,5%
2015	11.504	-6,8%
2016	14.434	25,5%
2017	13.444	..
2018	14.427	7,3%

Fuente: Enquête sur les vacances et les voyages. Direction Générale Statistique, Statistics Belgium

+8,8% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años comparables (2012-2016) en los viajes vacacionales al extranjero.

Francia es el principal destino extranjero de los turistas belgas. España y Países Bajos le siguen a distancia.

Principales destinos de los viajes vacacionales al extranjero. Año 2018



Fuente: Enquête sur les vacances et les voyages. Direction Générale Statistique, Statistics Belgium.

⁷ Los viajes vacacionales son de corta y de larga duración.

⁸ La encuesta de viajes de la población belga existe desde hace más de veinte años, pero en 2017 se desarrolló una nueva metodología para mejorar la calidad de los resultados y para armonizarla con las estadísticas europeas. Debido a estos cambios, los resultados de 2017 no pueden compararse automáticamente con los de 2016 y años anteriores.

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

18,6 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2019, un +6,1% más que el año anterior.

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

Fuente: Barómetro del Turismo Mundial, Organización Mundial del Turismo (OMT)

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- Según datos de Eurostat, el crecimiento del PIB de Bélgica para el año 2019 ha sido del +1,4%, por encima de la media de la eurozona (+1,2%), sostenido principalmente por el consumo interno, impulsado a su vez por el buen comportamiento del mercado de trabajo. Con esta evolución se espera que los belgas hayan continuado viajando al exterior en 2019, ya que la coyuntura económica de este emisor el año pasado fue similar y ello no afectó a su consumo de viajes turísticos en 2018 (crecimiento de las vacaciones al extranjero del +7,3%).
- La búsqueda de buen clima y de sol permanece como motivación trascendental para salir de vacaciones. A la hora de elegir los destinos de playa, para los belgas las ofertas son muy importantes, siendo este tipo de vacaciones las más populares, sobre todo para las familias belgas con niños, y muy concentradas en los meses de verano. La competencia vía precios de los destinos del mediterráneo (Turquía, Egipto y sobre todo Túnez) en este producto es muy elevada, y poco a poco van recuperando cuota de mercado.
- No obstante, y según los datos de la turoperación, la posición de España en 2019 continúa siendo muy buena en el segmento vacacional, tanto en verano como en invierno, ocupando el segundo puesto tras Francia. Las buenas conexiones aéreas durante todo el año entre España y Bélgica contribuyen al mantenimiento de las cifras. Pero la quiebra de Thomas Cook en septiembre de 2019 ha provocado que los vuelos que prestaba Brussels Airlines al operador hayan quedado cuestionados. Para 2020 desaparecen las conexiones con los aeropuertos de Jerez de la Frontera, Reus y Girona, y la aerolínea está estudiando si ciertos vuelos a Almería y a Canarias les siguen siendo rentables.
- Los belgas cada vez reservan antes sus vacaciones, es una tendencia que constatan los turoperadores año tras año. El mes de enero es en el que reservan más viajes, por lo que es muy conveniente que las campañas dirigidas a captar dichas reservas se realicen con la suficiente antelación. Otra tendencia es que los turistas belgas están muy concienciados con la huella ecológica de sus viajes turísticos, considerándola como factor importante a la hora de elegir el tipo de vacaciones y su destino.
- España es elegida principalmente por su clima y sus playas, pero es menos conocida por su naturaleza y como destino ecosostenible. España tiene una gran parte de su espacio natural protegido, siendo este un nicho de mercado a explotar. También tiene potencial de crecimiento en los viajes cortos y de citytrip. Actualmente se demanda Barcelona, Madrid, Sevilla, Valencia y Bilbao. Los circuitos que combinan la cultura, la playa y la naturaleza es otra opción fuertemente demandada, y en Andalucía son las ciudades de Sevilla, Granada, Córdoba y la Costa del Sol los productos estrella.

- La pandemia de COVID-19 ha causado en todos los países una interrupción sin precedentes en los viajes y el turismo, tanto nacionales como internacionales. Las perspectivas sobre la evolución en 2020 del turismo emisor de cualquier mercado están rodeadas de una gran incertidumbre, pues dependen de la velocidad en la contención del virus, de la duración de las restricciones de viaje y de la reapertura de las fronteras nacionales. Para Bélgica ya se detectan los siguientes cambios y nuevas tendencias: al volver a viajar se primará, sobre todo, los destinos seguros con un sistema sanitario fuerte, los viajes locales o a destinos cercanos, en coche o en avión, y dentro de Europa; aumenta la importancia de los seguros de viaje; la imagen de España como destino turístico no se ha resentido en los medios de comunicación belgas y los turoperadores continúan considerando a España uno de sus destinos de referencia, por proximidad y confianza; la mayoría de la población belga quiere viajar este verano.

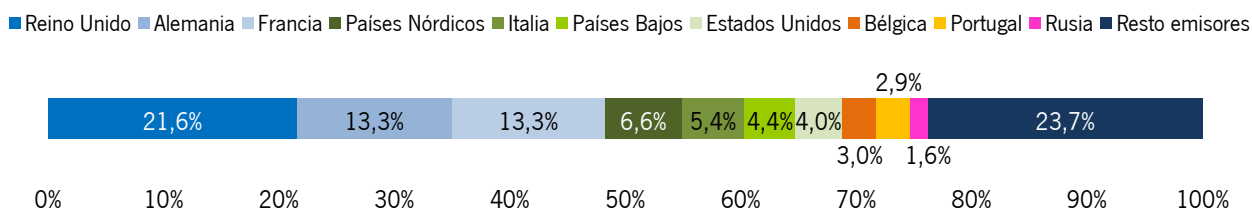
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de Prospectiva e informe de Situación y Tendencias COVID-19, de Turespaña; European Commission; OMT, Statistics Belgium.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 83,7 millones de turistas internacionales en el año 2019, el 3,0% procedía de Bélgica (2,5 millones de turistas), posicionándose como el octavo emisor extranjero más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha evolucionado favorablemente, registrando una tasa de crecimiento del +1,3%.
- Andalucía es el segundo destino receptor de turismo belga en este año, solo superada por Comunidad Valenciana, y registra, tras Canarias, la segunda mejor evolución de las principales CC. AA. turísticas.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2019



Fuente: Estadística de movimientos turísticos en frontera (FRONTUR), INE

Ranking de las principales CC. AA. de destino del turismo belga. Año 2019

Ranking	CC. AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	C. Valenciana	21,2%	0,5%
2	Andalucía	20,5%	7,5%
3	Canarias	16,6%	10,2%
4	Cataluña	14,6%	-7,3%
5	Baleares	10,1%	-1,7%
6	Madrid	6,8%	-9,8%
	España	100,0%	1,3%

Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA BELGA EN ESPAÑA

Año 2019

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	127
Estancia media: (días)	8,4
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	57,8%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	86,8%
Uso de paquete turístico:	22,5%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	87,2%

Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE

2.4 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 57,8% de los turistas belgas que visitaron España en el año 2019 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros belgas suponen el 2,8% del total de noches foráneas realizadas en este año, y han disminuido un -3,8% respecto al año anterior.
- Canarias es el principal destino nacional, presentando un descenso de noches del -1,1%. Andalucía, con una cuota del 17,9%, ocupa la tercera posición en el ranking del movimiento hotelero de España y ha registrado en el año 2019 un descenso de pernoctaciones de este emisor del -5,1%.

Viajeros y pernoctaciones de belgas en establecimientos hoteleros de las principales CC. AA. turísticas. Año 2019

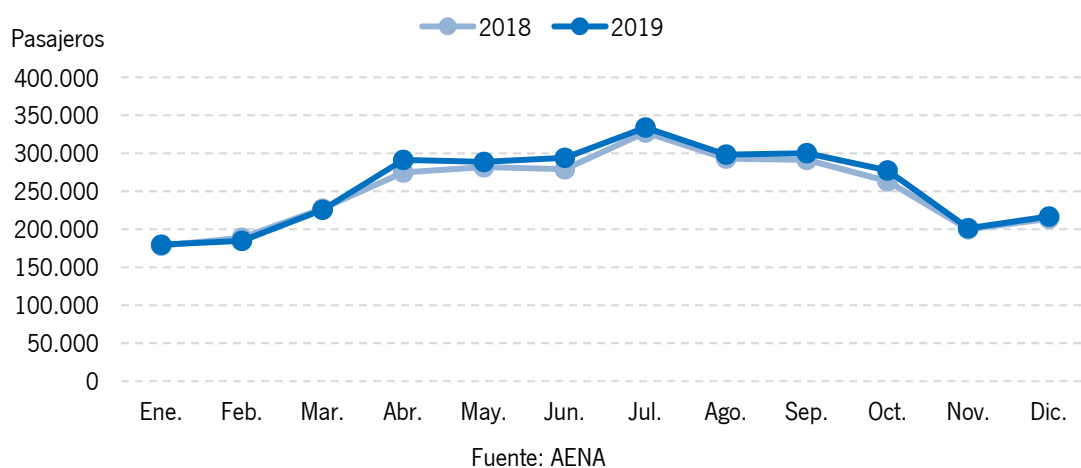
CC. AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	252.673	-0,8%	1.988.914	-1,1%	32,0%
Cataluña	335.422	-3,3%	1.273.859	-9,5%	20,5%
Andalucía	269.103	-3,2%	1.115.631	-5,1%	17,9%
C. Valenciana	144.558	-3,1%	681.507	-5,9%	11,0%
Baleares	119.070	1,1%	678.069	-0,7%	10,9%
Madrid	88.448	1,4%	187.167	3,4%	3,0%
España	1.378.525	-1,0%	6.222.744	-3,8%	100,0%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

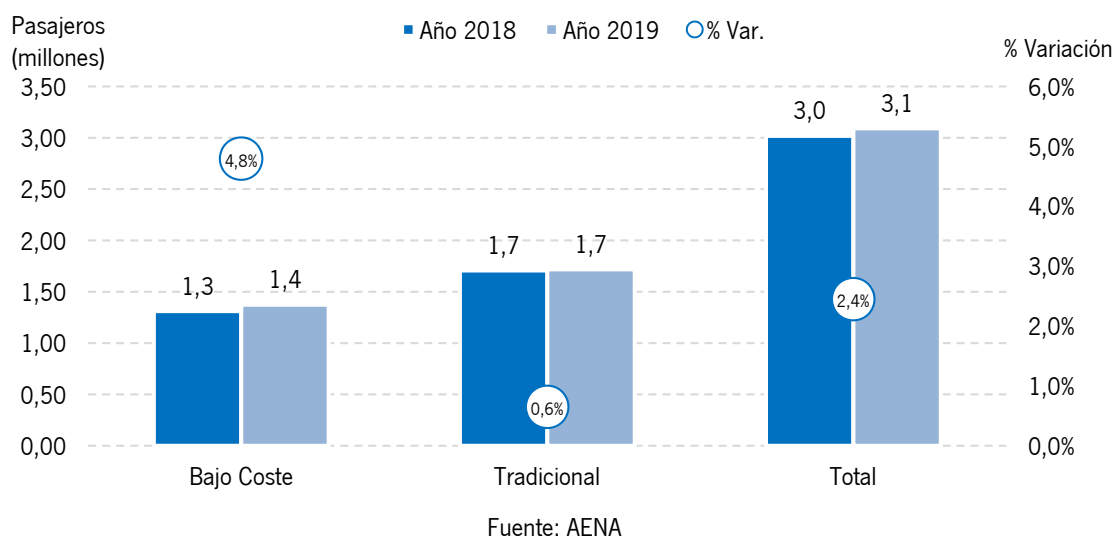
2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2019 a un total de 3,1 millones de pasajeros procedentes de Bélgica, un +2,4% más que en el año anterior, y crecimientos a partir del segundo trimestre de 2019. Esta cifra representa el 3,3% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2019 al 44,4% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 80,1% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este año).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Bélgica por meses. Años 2018 y 2019



**Llegadas de pasajeros a España procedentes de Bélgica por tipo de compañía.
Año 2019**

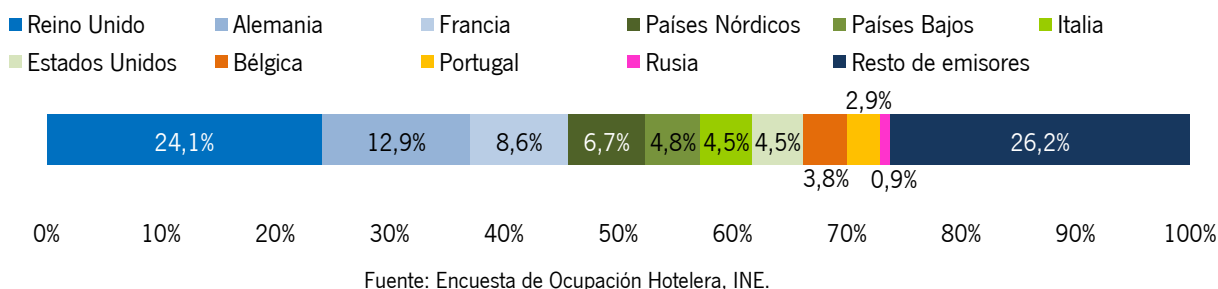


3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2019 a 269 mil viajeros belgas que han realizado 1,1 millones de pernoctaciones, un -5,1% menos de noches que en el año anterior.
- El belga es el octavo emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el año 2019, sus pernoctaciones suponen el 3,8% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región en dicho año.

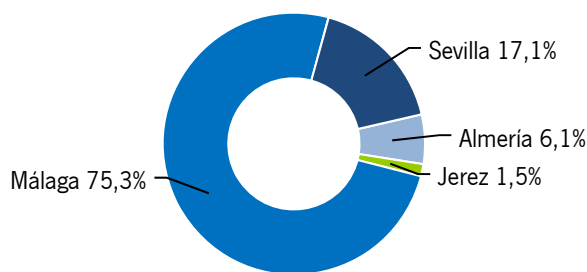
Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2019



3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

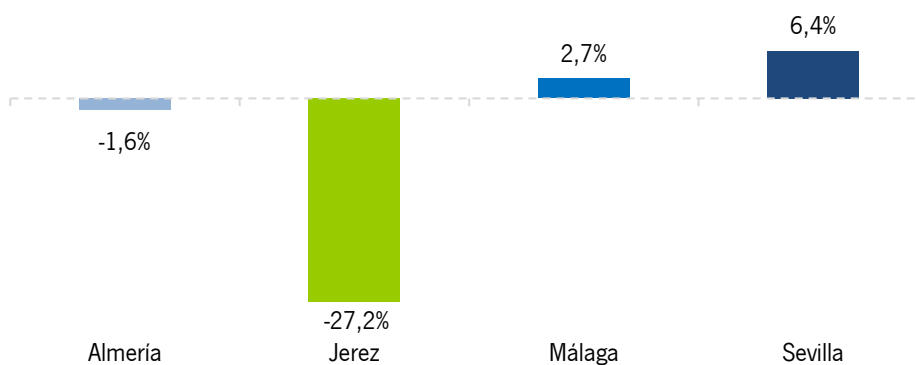
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2019 a 544 mil pasajeros procedentes de Bélgica, un +2,4% más que en el año anterior. El 41,1% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 88,0% de los pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de Bélgica que llegan a la región. Ambos aeropuertos han evolucionado de manera positiva en el año 2019, compensando los descensos de llegadas en los aeropuertos de Almería y de Jerez.

Distribución de las llegadas de pasajeros de Bélgica a los aeropuertos andaluces. Año 2019



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de Bélgica a los aeropuertos andaluces. Año 2019



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ITALIANO. AÑO 2019

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

0,2 es la propensión a viajar al extranjero por motivos personales o profesionales, es decir, el número de viajes turísticos que realizó en 2018 cada habitante del país.

32% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los italianos que ha tenido como destino un país extranjero en 2019. El 68% restante realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuentes: Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) y Eurostat, European Commission

Viajes por motivos personales⁹ al extranjero de los residentes en Italia. Años 2015-2019

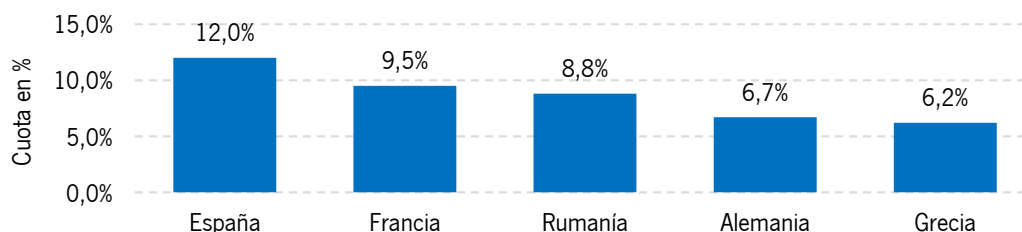
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2015	9.476	-13,6%
2016	9.725	2,6%
2017	11.003	13,1%
2018	13.651	24,1%
2019	15.067	10,4%

Fuente: Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)

+12,3% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en los viajes por motivos personales al extranjero.

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

Principales destinos de los viajes por motivos personales al extranjero. Año 2019



Fuente: Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)

⁹ Los viajes por motivos personales comprenden los viajes por motivos de relax, vacaciones, ocio o reposo, las visitas a familiares y amigos, por motivos religiosos/peregrinaciones, para recibir tratamientos de salud o curas termales.

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

30,5 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2019, un +6,7% más que el año anterior.

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

Fuente: Barómetro del Turismo Mundial, Organización Mundial del Turismo (OMT)

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- El crecimiento económico de Italia, fuertemente golpeado por la desaceleración mundial y la inestabilidad política interna, fue del +0,3% en 2019, el peor resultado de la Unión Europea. La economía italiana es muy dependiente de las exportaciones, y éstas se han visto gravemente afectadas por la desaceleración económica, y en particular de Alemania, y por las tensiones comerciales en todo el mundo. La incertidumbre política también ha creado un clima desfavorable para las inversiones.

Este clima económico y político-social ha influido negativamente en la demanda de viajes de los italianos: según ISTAT, en 2019 se han realizado menos viajes de vacaciones (-8,4%) y menos viajes de negocios (-3,6%) que en el año anterior. Sin embargo, las vacaciones en el extranjero continúan su crecimiento (+10,4%).

- España se consolida como el principal destino turístico en el extranjero de los italianos con una cuota de mercado del 12% en los viajes por motivos personales de este emisor en 2019. Los principales competidores de España son la propia Italia (destino del 76,5% de los viajes personales), seguidos de Francia, Rumanía (viaje étnico) y Alemania.
- España es un destino muy atractivo para el mercado italiano por su proximidad. Aunque el sol y playa continúa siendo el producto más popular de España para este emisor, se tiende a combinarlo con otros productos. Se observa un aumento de viajes relacionados con la cultura y las ciudades españolas, su gastronomía, sus paisajes y naturaleza menos conocidos. Este tipo de turismo favorece las estancias más cortas y puede desarrollarse a lo largo de todo el año. También crece la demanda de este mercado hacia viajes responsables (elección de destinos que no dañen el medio ambiente y sean ecosostenibles), viajes lúdico-deportivos y hacia la personalización del viaje, gastando más en servicios que enriquezcan su experiencia del viaje.
- Se confirma la recuperación de destinos como Túnez, Egipto y Turquía, aunque no van a restar cuota de mercado a España, primero, porque estos son destinos muy turoperados, y solo el 16,2% de los italianos que visitaron España en 2019 utilizó el paquete turístico para organizar su viaje. Y segundo, porque la oferta de paquetes de los operadores para Canarias y Baleares no puede considerarse una oferta de sustitución de destinos baratos para el segmento familiar, ya que son paquetes más caros.
- La buena conectividad entre las ciudades italianas y las ciudades medias españolas constituye una oportunidad de negocio importante, especialmente en el desarrollo de productos como “city break”.

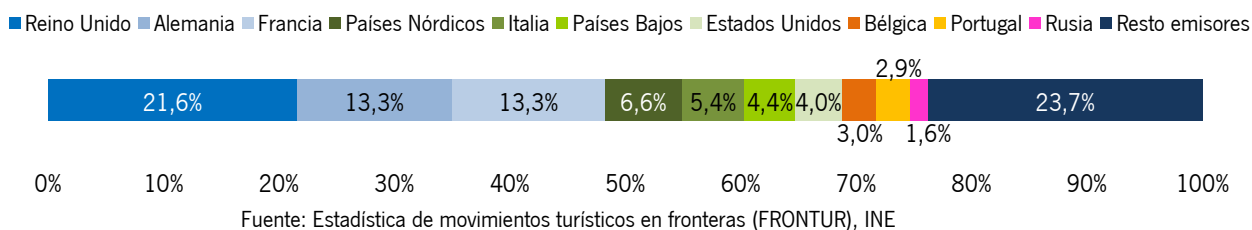
- La pandemia de COVID-19 ha causado en todos los países una interrupción sin precedentes en los viajes y el turismo, tanto nacionales como internacionales. Las perspectivas sobre la evolución en 2020 del turismo emisor de cualquier mercado están rodeadas de una gran incertidumbre, pues dependen de la velocidad en la contención del virus, de la duración de las restricciones de viaje y de la reapertura de las fronteras nacionales. Para Italia ya se detectan los siguientes cambios y nuevas tendencias: fuerte impacto en el poder adquisitivo de los italianos; la demanda buscará destinos que ofrezcan seguridad y tranquilidad y que permitan recuperar la confianza en el viaje turístico por temor a contagios o a los inconvenientes que las medidas de contención impliquen, lo que implica viajes de proximidad, en transporte particular, preferencia por la segunda residencia y destinos poco masificados y/o que ofrezcan instrumentos que faciliten la monitorización de los flujos de visitantes o asistentes a los distintos lugares; la crisis ha impulsado un mayor digitalización del cliente potencial.

Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de Prospectiva e informe de Situación y Tendencias COVID-19, de Turespaña, Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT), European Commission y OMT.

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 83,7 millones de turistas internacionales en el año 2019, el 5,4% procedía de Italia (4,5 millones), posicionándose como el quinto emisor extranjero más importante para España. Este mercado ha evolucionado favorablemente a lo largo de este año, registrando una tasa de crecimiento del +3,5%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo italiano en el año 2019, seguido por Baleares y Madrid.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2019



Ranking de las principales CC. AA. de destino del turismo italiano. Año 2019

Ranking	CC. AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	26,7%	2,6%
2	Baleares	16,0%	-3,7%
3	Madrid	14,5%	17,9%
4	Andalucía	11,9%	-5,4%
5	C. Valenciana	11,3%	-4,0%
6	Canarias	8,7%	-13,2%
	España	100,0%	3,5%

Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ITALIANO EN ESPAÑA

Año 2019

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	130
Estancia media: (días)	6,1
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	67,8%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	92,2%
Uso de paquete turístico:	16,2%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	81,8%
Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 67,8% de los turistas italianos que visitaron España en el año 2019 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros italianos suponen el 4,5% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año, y han aumentado un +7,1% respecto al año anterior.
- Para el año 2019, Baleares y Cataluña son los destinos nacionales favoritos del viajero italiano, ambas con crecimientos en torno al +9% respecto al año anterior. Andalucía, cuarta en el ranking, registra un importante crecimiento del +11,8%, una de las mejores evoluciones de las principales CC. AA. turísticas.

Viajeros y pernoctaciones de italianos en establecimientos hoteleros de las principales CC. AA. turísticas. Año 2019

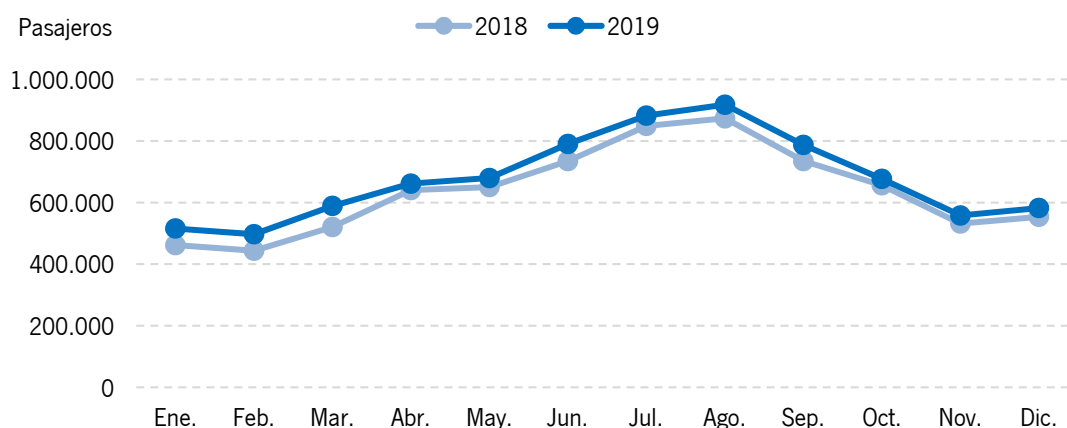
CC. AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Baleares	448.076	8,8%	2.345.627	8,8%	23,3%
Cataluña	809.941	6,4%	2.258.593	9,5%	22,4%
Canarias	230.816	-2,1%	1.587.861	-1,6%	15,8%
Andalucía	574.427	13,1%	1.327.248	11,8%	13,2%
Madrid	408.851	7,3%	988.656	11,8%	9,8%
C. Valenciana	288.283	4,8%	825.979	4,4%	8,2%
España	3.172.549	7,4%	10.081.379	7,1%	100,0%
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2019 a un total de 8,1 millones de pasajeros procedentes de Italia, un +6,4% más que en el año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2019. Esta cifra representa el 8,7% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.

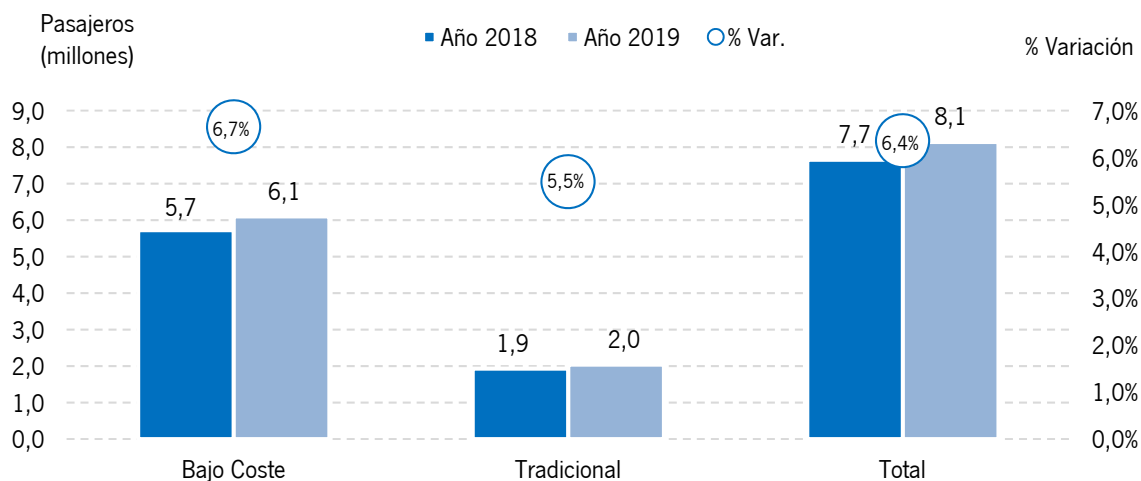
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2019 al 75,0% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 54,8% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este año).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Italia por meses. Años 2018 y 2019



Fuente: AENA

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Italia por tipo de compañía. Año 2019



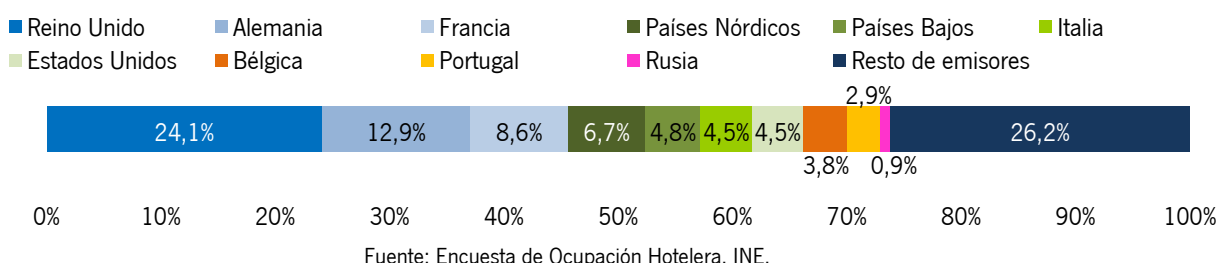
Fuente: AENA

3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2019 a 574 mil viajeros italianos que han realizado 1,3 millones de pernoctaciones, un +11,8% más de noches que en el año anterior.
- El italiano es el sexto emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el año 2019, sus pernoctaciones suponen el 4,5% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región en dicho año.

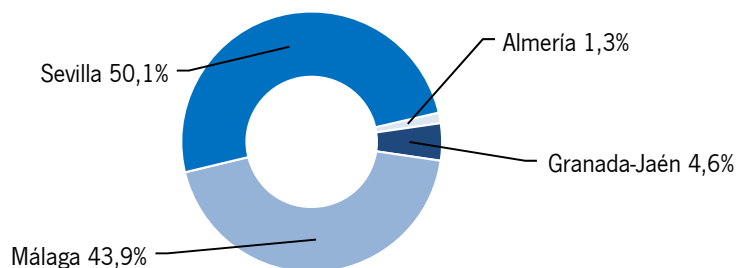
Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2019



3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

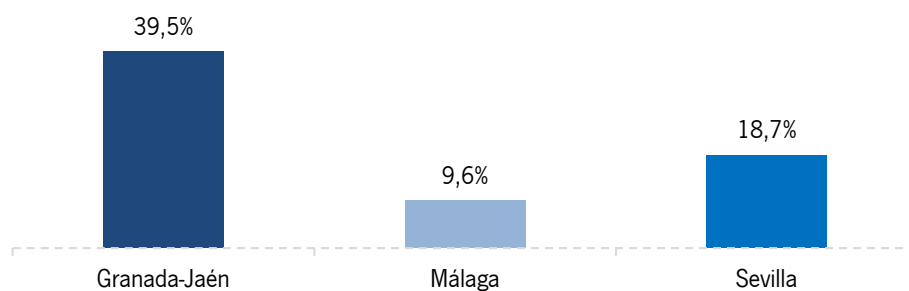
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2019 a 774 mil pasajeros procedentes de Italia, un +16,7% más que en el año anterior. El 92,3% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 67,7% de los pasajeros de este tipo de compañías en este año.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de Italia que llegaron a la región en el año 2019, registrando el aeropuerto sevillano el mayor crecimiento de los dos (+18,7% frente al +9,6% de Málaga). Más elevado aún es el crecimiento registrado en el aeropuerto de Granada-Jaén, potenciado por la conexión con el aeropuerto de Nápoles abierta en septiembre de 2018. Igualmente, el aeropuerto de Almería estrena conexión con el aeropuerto Malpensa de Milán, lo que le ha permitido canalizar hasta un 1,3% de pasajeros de esta procedencia en el año 2019.

**Distribución de las llegadas de pasajeros de Italia a los aeropuertos andaluces.
Año 2019**



Fuente: AENA

**Evolución de las llegadas de pasajeros de Italia a los aeropuertos andaluces¹⁰.
Año 2019**



Fuente: AENA

¹⁰ En este gráfico no se ha incluido al aeropuerto de Almería por la magnitud del crecimiento que ha experimentado en el año 2019. En efecto, en el año 2018 el número de llegadas de pasajeros procedentes de aeropuertos italianos al aeropuerto de Almería era muy pequeño (294 pasajeros), mientras que en el año 2019 las llegadas superan los 10.000 pasajeros.

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO PORTUGUÉS. AÑO 2019

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

0,2 es la propensión a viajar al extranjero por motivos personales o profesionales, es decir, el número de viajes turísticos que realizó en 2018 cada habitante del país.

24% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los portugueses que ha tenido como destino un país extranjero en 2018. El 76% restante realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuentes: Eurostat, European Commission

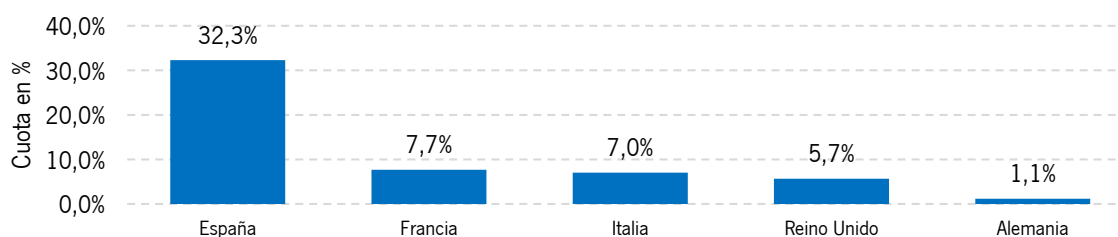
Viajes turísticos¹¹ al extranjero de los residentes en Portugal. Años 2015-2019

AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2015	1.892,5	16,2%
2016	1.940,6	2,5%
2017	2.194,7	13,1%
2018	2.485,7	13,3%
2019	3.100,2	24,7%
Fuente: INE – Inquérito às Deslocações dos Residentes y Procura Turística dos Residentes (datos de 2019)		

+13,1% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en los viajes turísticos al extranjero.

España es, con diferencia, el principal destino extranjero de los turistas portugueses.

Principales destinos de los viajes vacacionales largos al extranjero de los portugueses. Año 2018



Fuente: INE – Inquérito às Deslocações dos Residentes

¹¹ Los viajes turísticos comprenden los viajes por motivos de relax, vacaciones, ocio o reposo, las visitas a familiares y amigos, por negocios, por motivos religiosos/peregrinaciones, para recibir tratamientos de salud o curas termales.

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

5,4 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2018, un +13,2% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado enero-septiembre de 2019 (+16,7%).

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

Fuente: Barómetro del Turismo Mundial, Organización Mundial del Turismo (OMT)

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- Según Eurostat, en el año 2019 la tasa de crecimiento del PIB luso ha sido del +2,1%, superior a la media de la zona euro (+1,2%), El crecimiento fue impulsado principalmente por la fuerte demanda interna, acompañado de una reducción de la inflación (del +1,2% en 2018 al +0,9% en 2019) y de una moderación de la tasa de desempleo (del 7% en 2018 al 6,5% en 2019). Este clima económico favorable ha propiciado un mayor volumen de viajes de los portugueses en 2019, tanto viajes domésticos como viajes al extranjero.
- Es tradición que los portugueses disfruten el grueso de sus vacaciones en el propio país. Ello convierte a Portugal en el principal competidor. Pero cuando viajan al extranjero, España es el primer destino turístico internacional con diferencia, gozando de una alta fidelidad en este mercado. Pero la cercanía geográfica también favorece el excursionismo y las escapadas cortas, por lo que el gasto medio por persona y la estancia media de los portugueses en España son de los más bajos de entre todos los turistas extranjeros que recibe España.
- En los viajes por carretera, España mantiene su ventaja comparativa con otros mercados por su proximidad. Sin embargo, en el año 2019 se constata un crecimiento de nuestros principales competidores (Francia e Italia), además de la recuperación de otros destinos de sol y playa tradicionales (Túnez, Egipto y en especial Turquía), y del refuerzo de la oferta turística de otros competidores lejanos, aunque habituales en este mercado (en especial Madeira, Porto Santo, Cabo Verde, Brasil, Cuba y Marruecos).
- El auge del turismo extranjero en Portugal ha provocado que el turista residente encuentre que determinados destinos domésticos están muy saturados, sobre todo en verano, abriendo la puerta a los destinos españoles más competitivos en precio, y está alterando el comportamiento del consumidor luso a la hora de reservar, obligándoles a realizarlas con mayor antelación si quieren garantizar sus vacaciones, o si desean aprovechar las ofertas de reserva anticipada.
- El aumento de las conexiones aéreas a destinos españoles en 2019 y el refuerzo de las existentes, favorecerá la captación del turista luso para la promoción del producto cultural, sin asociarlo forzosamente al “sol y playa” sino al “city break”, además de facilitar el turismo de negocios y el de cruceros. Ello ayudará a los objetivos diversificación de la demanda (tanto espacial y temporal como de tipo de producto) y a la captación de turistas lusos dispuestos a gastar más.
- En relación con Andalucía, es muy significativo el incremento de entradas turistas lusos (+42,0%) en 2019, recuperándose tras varios años de descensos, favorecidos por el aumento de las

conexiones aéreas de bajo coste desde Lisboa y Oporto hacia Málaga y Sevilla, asociados al refuerzo de las rutas ya existentes.

- La pandemia de COVID-19 ha causado en todos los países una interrupción sin precedentes en los viajes y el turismo, tanto nacionales como internacionales. Las perspectivas sobre la evolución en 2020 del turismo emisor de cualquier mercado están rodeadas de una gran incertidumbre, pues dependen de la velocidad en la contención del virus, de la duración de las restricciones de viaje y de la reapertura de las fronteras nacionales. Para Portugal ya se detectan los siguientes cambios y nuevas tendencias: el turismo será predominantemente doméstico y, por proximidad, a España; desplazamientos en coche y consumo de productos menos masificados; la confianza en el destino y la cobertura sanitaria será el pilar decisivo en la elección de los destinos internacionales; según los turoperadores, la imagen de España se está viendo afectada por la evolución de la crisis sanitaria, no obstante, han mantenido su programación de España en internet; las posibles reservas para la temporada estival se realizarán con poca antelación.

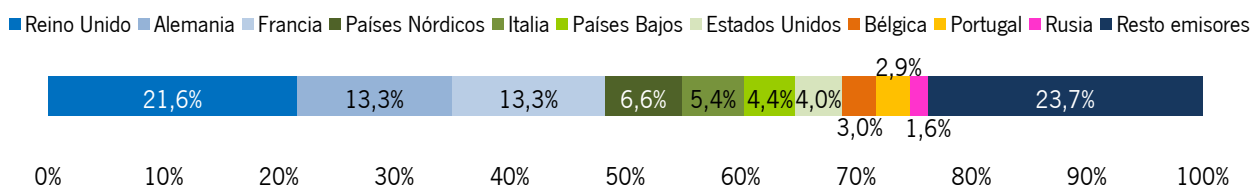
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de Prospectiva e informe de Situación y Tendencias COVID-19, de Turespaña; European Commission; OMT; INE PT; Frontur INE.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 83,7 millones de turistas internacionales en el año 2019, el 2,9% procedía de Portugal (2,4 millones de turistas), posicionándose como el noveno emisor extranjero más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha evolucionado favorablemente, registrando una tasa de crecimiento del +4,1%.
- Galicia es el principal receptor de turismo portugués en España, seguido por Andalucía y Madrid.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2019



Fuente: Estadística de movimientos turísticos en frontera (FRONTUR), INE

**Ranking de las principales CC. AA. de destino del turismo portugués.
Año 2019**

Ranking	CC. AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Galicia	23,5%	-0,6%
2	Andalucía	18,3%	42,0%
3	Madrid	12,2%	1,7%
4	Extremadura	11,7%	8,7%
5	Castilla y León	9,0%	-15,3%
6	Cataluña	7,8%	1,0%
	España	100,0%	4,1%

Fuente: Estadística de movimientos turísticos en frontera (FRONTUR), INE

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA PORTUGUÉS EN ESPAÑA

Año 2019

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	124
Estancia media: (días)	3,2
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	69,1%
Principal vía de acceso: Carretera	82,0%
Uso de paquete turístico:	14,6%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	69,2%

Fuente: Estadística de movimientos turísticos en frontera (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE

2.5 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 69,1% de los turistas portugueses que visitaron España en el año 2019 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros portugueses suponen el 1,9% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año y han aumentado un +8,1% respecto al año anterior.
- Andalucía¹², con una cuota del 19,8%, es el principal destino nacional, presentando un importante crecimiento (+17,0%) en el año 2019.

¹² Hasta que INE no publique los datos definitivos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del año 2019 no se dispondrá de los datos viajeros y pernoctaciones de portugueses realizados en las Comunidades Autónomas de Galicia, Castilla y León y Extremadura. Solo se dispone por el momento de datos mensuales para las principales CC. AA. turísticas y ciertos mercados emisores extranjeros.

Viajeros y pernoctaciones de portugueses en establecimientos hoteleros de las principales CC. AA. turísticas. Año 2019

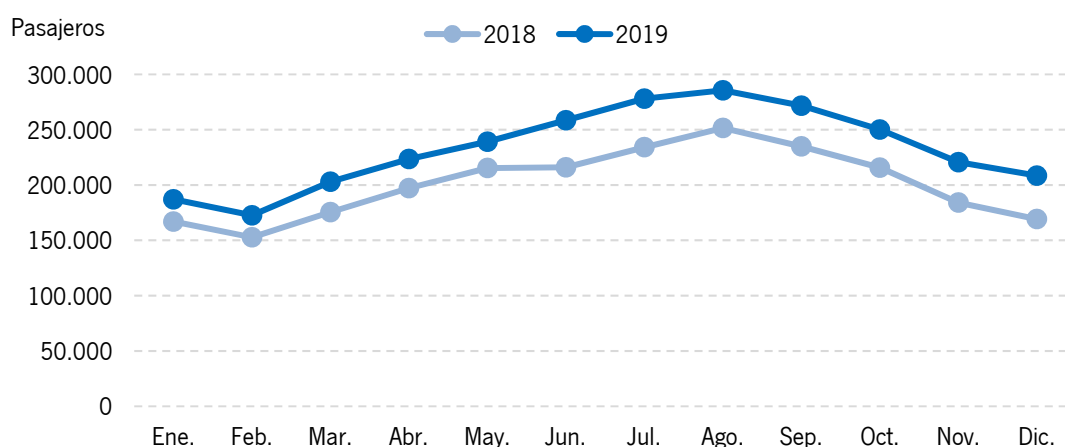
CC. AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Andalucía	328.476	25,3%	857.422	17,0%	19,8%
Cataluña	210.897	1,5%	587.714	0,4%	13,6%
Baleares	97.689	4,9%	555.993	2,2%	12,9%
Madrid	252.238	1,5%	491.137	4,8%	11,4%
Canarias	63.519	14,3%	391.048	15,3%	9,0%
C. Valenciana	92.291	0,0%	382.126	-1,0%	8,8%
España	1.644.475	8,6%	4.325.597	8,1%	100,0%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

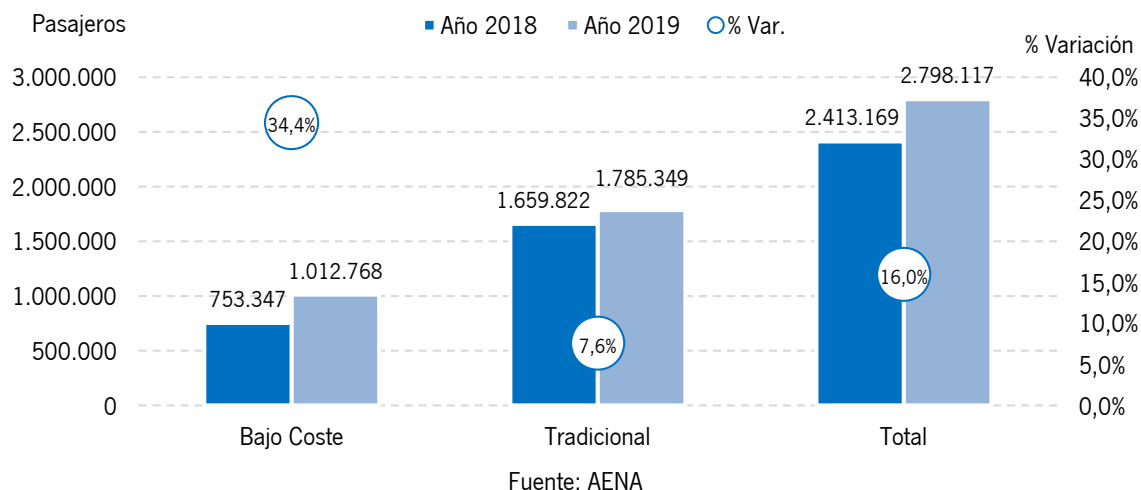
- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2019 a un total de 2,8 millones de pasajeros procedentes de Portugal, un +16,0% más que en el año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2019. Esta cifra representa el 3,0% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2019 al 36,2% de los pasajeros procedentes de este mercado. Vueling y RyanAir son las CBC más importantes (transportaron a España el 44,4% y el 41,5%, respectivamente, de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este año).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Portugal por meses. Años 2018 y 2019



Fuente: AENA

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Portugal por tipo de compañía. Año 2019

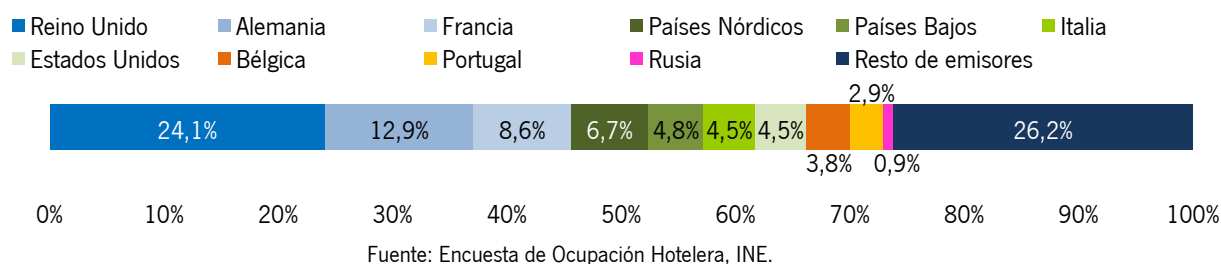


3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2019 a 328 mil viajeros portugueses que han realizado 857 mil pernoctaciones, un +17,0% más de noches que en el año anterior.
- El mercado portugués es el noveno emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el año 2019. Sus pernoctaciones suponen el 2,9% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de Andalucía en dicho año.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2019



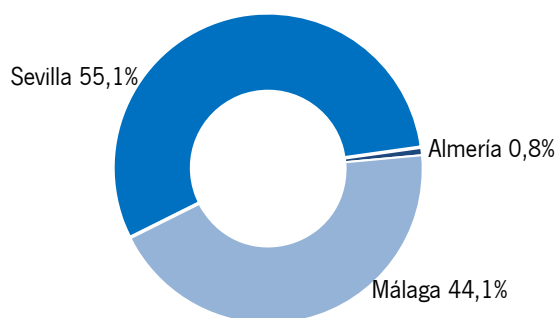
3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2019 a 166 mil pasajeros procedentes de Portugal, un +46,4% más que en el año anterior. Solo el 33,3% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste en su traslado a Andalucía, un porcentaje que puede parecer pequeño

pero que ha aumentado mucho respecto al año anterior, concretamente más de 29 puntos porcentuales, ya que en 2018 la cuota de las CBC sólo era del 3,9%.

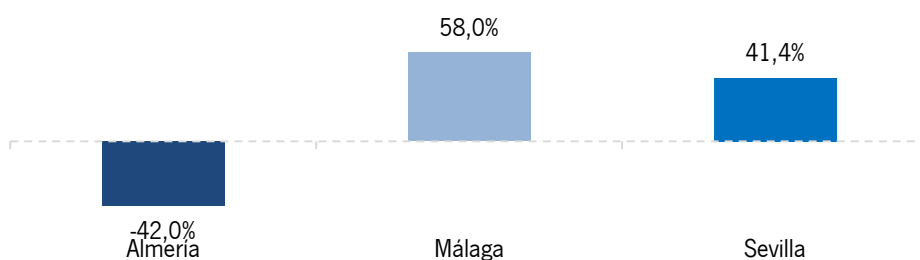
- Prácticamente la totalidad del tráfico de pasajeros entre Portugal y Andalucía se realiza a través de los aeropuertos de Sevilla y Málaga. Ambos aeropuertos registran importantes crecimientos en la llegada de pasajeros de esta procedencia para el año 2019. Por el contrario, el aeropuerto de Almería evoluciona fuertemente a la baja, con lo que reduce su cuota al mínimo.

Distribución de las llegadas de pasajeros de Portugal a los aeropuertos andaluces. Año 2019



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de Portugal a los aeropuertos andaluces. Año 2019



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 des Entreprises (DGE), Ministère de l'Économie et des Finances	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	Direction générale Statistique, Statistics Belgium	Enquête sur les vacances et les voyages	Anual
Países Bajos (Holanda)	Central Bureau voor de Statistiek (CBS)	Toerisme en recreatie in cijfers Toerisme in Nederland StatLine	Anual 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
Portugal	Instituto Nacional Estatística	Inquérito às Deslocações dos Residentes Procura Turística dos Residentes	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, nº432 Eurostat	Anual
Fondo Monetario Internacional (FMI)	World Economic Outlook	Trimestral

3. FUENTES NACIONALES

Organismo responsable	Producto de difusión	Periodicidad
Instituto de Turismo de España (Turespaña)	Fichas ejecutivas	Mensual
	Informes de coyuntura turística	Bianual
	Informes de prospectiva	Trimestral
	Estudios de mercados	Anual
	Situación y Tendencias COVID-19	Ocasional
Instituto Nacional de Estadística (INE)	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)	Mensual
	Estadística de movimientos turísticos en frontera (FRONTUR)	Mensual
	Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR)	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	Mensual
	(Explotación propia realizada por SAETA)	