

# Principales cifras mercados turísticos extranjeros en Andalucía

Año 2018

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:

[http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/opencms/ciudadania/servicio-atencion-ciudadania/peticion/index.html?cat\\_servicio\\_id=22](http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/opencms/ciudadania/servicio-atencion-ciudadania/peticion/index.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](mailto: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.....	33
■ Principales cifras del turismo belga.....	40
■ Principales cifras del turismo italiano.....	47
■ Principales cifras del turismo portugués.....	54
■ Fuentes utilizadas.....	61

## 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 2018

### 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.

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 2014-2018*

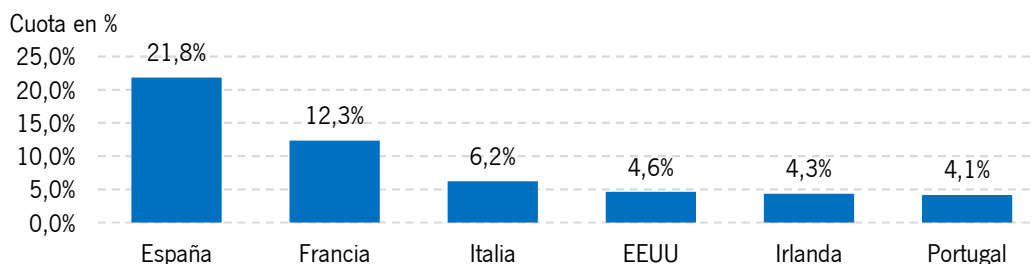
AÑOS	Visitas (miles)	% Variación
2014	60.082	4,0%
2015	65.720	9,4%
2016	70.815	7,8%
2017	72.772	2,8%
2018	71.919	-1,2%

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 2018<sup>1</sup>*



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

#### 1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

**75,8** son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2018, un +3,4% más que el año anterior.

**4<sup>a</sup>** es la posición que ocupa en el ranking de gasto por turismo internacional.

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

<sup>1</sup> Datos del periodo enero-septiembre de 2018. No se han publicado aún los datos del último trimestre del año.

### 1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- La incertidumbre sobre las condiciones de acceso que finalmente tendrá el Reino Unido al mercado único europeo, una vez que se haya negociado su salida de la UE, está ralentizando la economía británica. Según datos del FMI, el crecimiento del PIB en el año 2018 ha sido del +1,4%, por debajo del registrado en el año anterior (1,8%), y supone el dato más bajo desde 2012. Otro signo del deterioro económico es la depreciación de la libra frente al euro desde la celebración del referéndum del Brexit, que ha provocado un aumento generalizado de precios, con el consiguiente descenso de las rentas disponibles y problemas para financiar el doble déficit británico (público y comercial).
- Este clima económico no es favorable para la emisión de turistas británicos al extranjero: en 2016 sus salidas al extranjero aumentaron un +7,8%, un +2,8% en el año 2017, pero en 2018 ya se ha registrado un descenso del -1,2%. Y como la incertidumbre que generan las negociaciones del Brexit aún persisten, no pudiendo descartarse una salida sin acuerdo y sin periodo transitorio, ello ha afectado negativamente a las reservas de las vacaciones para el verano de 2019 durante los primeros meses del año, meses en los que tradicionalmente los británicos realizan mayoritariamente dichas reservas.
- Los británicos conciben las vacaciones como una necesidad y no como un lujo. A ello se une el clima adverso del Reino Unido, que motiva a sus ciudadanos a viajar más al extranjero. Así, las condiciones meteorológicas ejercen una gran influencia en la elección del destino, aumentando las vacaciones domésticas (staycation) si el clima es favorable en el Reino Unido. Sin embargo, y a pesar de que en el verano de 2018 el Reino Unido atravesó la ola de calor más importante desde el año 1976, los viajes domésticos se han reducido en general un -1,8% para el conjunto del año 2018, un -2,1% si se trata de viajes de vacaciones.
- Los británicos valoran la seguridad de los destinos. España y otros destinos europeos se beneficiaron en 2016 de un volumen de turistas británicos desplazados de otros destinos competidores como Egipto, Marruecos, Túnez y Turquía, afectados por situaciones de terrorismo o de inestabilidad política y social, pero también de destinos como Francia y Bélgica, debido a la situación de inseguridad que generaron los atentados islamistas en ambos países, teniendo en cuenta que Francia es el segundo destino de las visitas al extranjero del Reino Unido. También se vieron beneficiados 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 en 2017 han mejorado las condiciones de seguridad en el área del Mediterráneo, permitiendo a estos competidores su vuelta al mercado. 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. A ello hay que sumar un desvío de británicos hacia las islas griegas de la mano del turoperador Thomas Cook. Aunque todos estos competidores parten de unas cuotas de participación muy pequeñas, el resultado para España se ha notado, pues en 2018 se ha reducido la cifra de turistas británicos un -1,6% y sus pernoctaciones hoteleras un -0,9%.
- 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-breaks 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 breaks” a lo largo del año.

- En cuanto a la conectividad aérea, es necesario mencionar que Monarch Airlines, la quinta aerolínea más grande del Reino Unido, cesó sus operaciones a partir de octubre de 2017, al declararse insolvente. La pérdida de rutas aéreas provocada por la quiebra de Monarch, ya sea por su no recuperación o por no hacerlo en su totalidad, ha afectado en Andalucía sobre todo al aeropuerto de Málaga, el aeropuerto andaluz que recibe a la mayoría de los pasajeros procedentes del Reino Unido, con un descenso en las llegadas de esta procedencia del -3,8% en 2018. La red de conexiones aéreas es un factor clave para mantener la posición de fortaleza en este emisor.

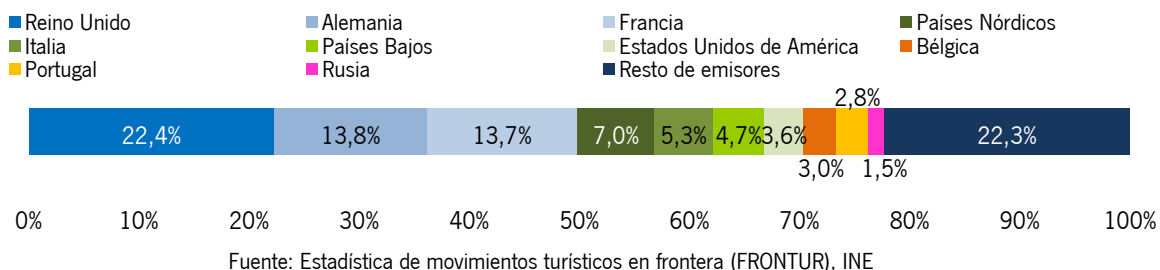
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de Prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. Office for National Statistics (ONS), FMI, VisitBritain.org, INE y AENA.

## 2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### 2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 82,8 millones de turistas internacionales en el año 2018, el 22,4% procedía del Reino Unido, posicionándose una vez más como el primer emisor extranjero. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado un descenso del -1,6%.
- Los destinos insulares y Andalucía son los principales receptores de turismo británico.

#### *Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2018*



#### *Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo británico. Año 2018*

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

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

## 2.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 62,7% de los turistas británicos que visitaron España en el año 2018 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones de británicos suponen el 25,3% del total de pernoctaciones de extranjeros realizadas en 2018, y han descendido respecto al año anterior a una tasa del -0,9%.
- Canarias y Baleares son los destinos nacionales más importantes. Andalucía se posiciona en el tercer puesto. En 2018, la mayoría de las principales CC.AA. turísticas (excepto Baleares), presentan una evolución negativa de este mercado. No obstante, el descenso registrado en Andalucía (-1,4%) es inferior al del resto de CC.AA. turísticas.

### *Viajeros y pernoctaciones de británicos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2018*

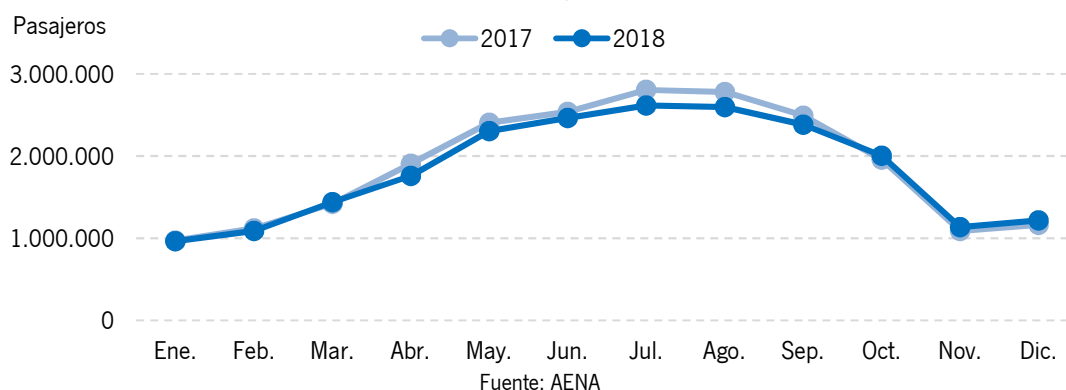
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	2.607.342	-2,9%	19.905.783	-5,1%	35,1%
Baleares	2.511.441	5,0%	15.528.296	7,8%	27,4%
<b>Andalucía</b>	<b>1.508.442</b>	<b>-2,1%</b>	<b>6.974.818</b>	<b>-1,4%</b>	<b>12,3%</b>
C. Valenciana	1.190.272	-0,5%	6.314.028	-2,1%	11,1%
Cataluña	1.423.838	-2,6%	5.876.044	-5,3%	10,4%
Madrid	390.045	-1,5%	865.853	-2,9%	1,5%
<b>España</b>	<b>10.215.306</b>	<b>-0,3%</b>	<b>56.638.078</b>	<b>-0,9%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

## 2.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

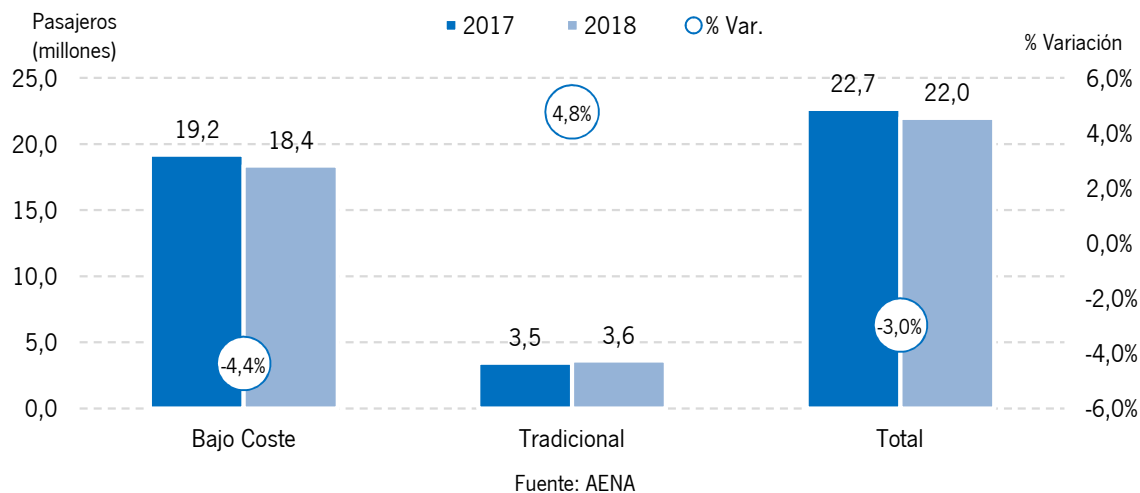
- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2018 a un total de 22,0 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido, un -3,0% menos y descensos en la mayoría de los meses de 2018. Esta cifra representa el 24,1% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en 2018 al 83,5% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir y EasyJet Airlines son las CBC más importantes: trajeron a España al 58,9% de los pasajeros de bajo coste procedentes de aeropuertos británicos.

### *Llegadas de pasajeros a España procedentes del Reino Unido por meses. Años 2017 y 2018*





### Llegadas de pasajeros a España procedentes del Reino Unido por tipo de compañía. Año 2018



## 3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

### 3.1 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA BRITÁNICO EN ANDALUCÍA

- Se estima en 2,87 millones los turistas británicos que visitaron Andalucía en 2018, que representan el 23,7% del turismo extranjero y el 9,4% del total de turistas recibidos en la región durante este año. Respecto al año anterior, el turismo británico ha disminuido un -0,2%.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Sexo: Hombre	50,4%	Gasto medio diario en destino*: (euros)	69,50
Edad: De 45 a 64 años	37,1%	Estancia media: (días)	9,0
Situación laboral: Ocupados	51,8%	Estacionalidad: (concentración en el 3º trim.)	35,8%
<b>OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA</b>		Principal tipo de alojamiento: Hotelero	60,8%
		Principal medio de transporte: Avión	92,9%
		Uso de intermediarios:	45,4%
		Principales factores de elegir Andalucía:	
Valoración del destino: (escala de 1 a 10)	8,7	- Clima; Playa	68,7%; 8,5%
Aspectos mejor valorados: (escala 1 a 10)		Principal canal de información sobre Andalucía:	
- Atención y trato recibidos	9,0	- Experiencia propia	61,6%
- Seguridad ciudadana	9,0	Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Entornos urbanos	9,0	- Disfrute/uso de la playa; Visitar monumentos	77,6%; 27,0%

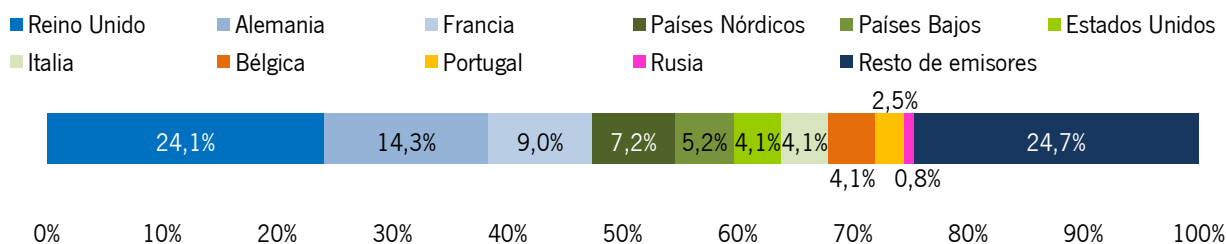
Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). IECA

\* No incluye gasto en origen

### 3.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2018 a 1,5 millones de viajeros británicos que han realizado 7,0 millones de pernoctaciones, un -1,4% menos 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 2018.

#### **Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2018**

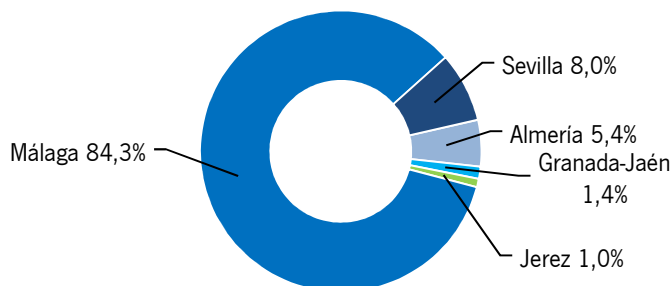


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

### 3.3 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

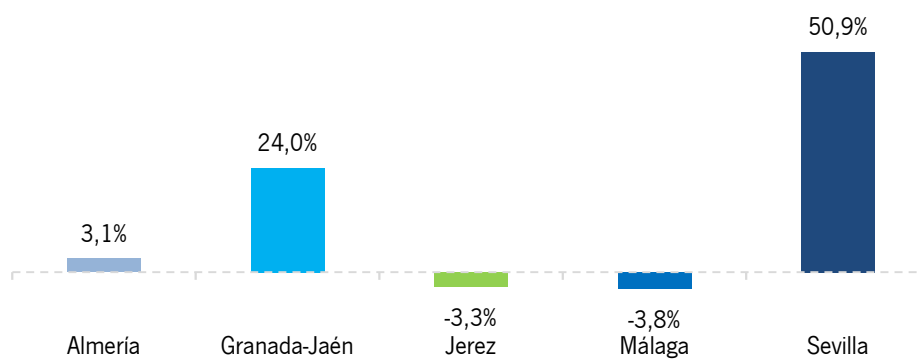
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2018 a 3,4 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido, un -0,2% menos que en el año anterior. El 87,7% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo EasyJet Airlines y RyanAir las CBC más utilizadas, ya que transportaron al 69,5% 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 2018, destaca la evolución de los aeropuertos de Granada-Jaén (+24,0%, gracias a sus recientes conexiones con Londres y Manchester) y Sevilla (+50,9%), si bien no logran compensar el descenso registrado en el aeropuerto de Málaga.

#### **Distribución de las llegadas de pasajeros del Reino Unido a los aeropuertos andaluces. Año 2018**



Fuente: AENA

## ***Evolución de las llegadas de pasajeros del Reino Unido a los aeropuertos andaluces. Año 2018***



Fuente: AENA

## PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ALEMÁN. AÑO 2018

### 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 2017 cada habitante del país.

**73%** es la proporción del principal viaje de vacaciones de los alemanes que ha tenido como destino un país extranjero en 2018. Otro 27% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

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

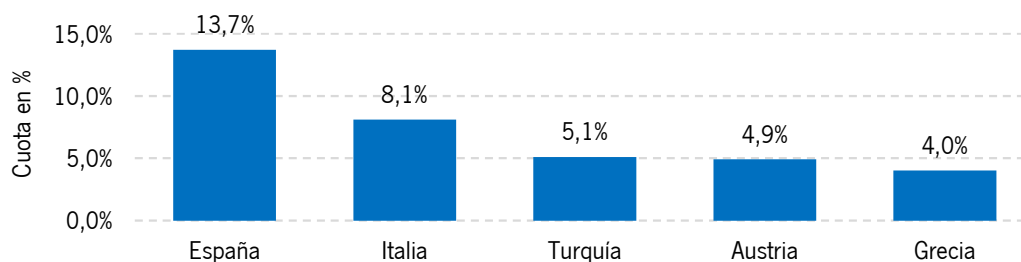
#### *Viajes vacacionales largos<sup>2</sup> de los residentes en Alemania. Años 2013-2018*

AÑOS	Viajes (millones)	% Variación
2013	70,7	2,0%
2014	70,3	-0,6%
2015 <sup>3</sup>	69,1	..
2016	68,7	-0,6%
2017	69,6	1,3%
2018	70,1	0,7%

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

**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)

<sup>2</sup> 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.

<sup>3</sup> 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

**94,2** son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2018, un +1,2% más que el año anterior.

**3<sup>a</sup>** 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

- A pesar de la gran solidez y equilibrio de la economía alemana, se confirma cierta ralentización: el crecimiento económico en 2018 fue de un +1,5% del PIB, según el FMI, un crecimiento muy alejado del +2,5% que se pronosticó en un principio, y para 2019, esta institución también ha revisado a la baja los pronósticos de crecimiento para Alemania, del +1,9% al +0,8%. El recorte se ha fundamentado en el incremento de los riesgos e incertidumbres sobre la marcha de la economía mundial, porque las cuentas públicas de Alemania, su mercado de trabajo y el consumo interno mantienen su fortaleza, lo que augura a medio plazo la buena marcha de la economía germana.
- Una coyuntura económica no desfavorable se suma a la predisposición de los alemanes a viajar e ir de vacaciones, un afán que desde hace décadas se mantiene en lo más alto de sus prioridades de consumo, lo que ha propiciado que la demanda turística de este emisor se mantenga en 2018 estable dentro de su alto nivel y potencial.
- Tampoco se han producido a lo largo del tiempo grandes cambios en cuanto a los destinos vacacionales que visita y el tipo de viaje que realiza: 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, Grecia y Croacia. Su principal motivación para viajar continúa siendo la búsqueda de relajación y descanso, prefiriendo destinos con buen tiempo y mar.
- España se benefició en los últimos años del traspaso de turistas alemanes procedentes de los destinos competidores del Mediterráneo que se habían visto afectados por problemas de terrorismo y/o incertidumbre geopolítica (Grecia, Túnez, Egipto y Turquía), al considerar que España era un destino bien conocido, más seguro y con unas características geográficas y meteorológicas similares.
- En 2018, y aunque España vuelve a captar el 13,7% de las salidas de los alemanes, una vez desaparecida la incertidumbre geopolítica, se ha materializado la tendencia a la normalización de los flujos turísticos de este emisor hacia el Mediterráneo oriental y norte de África, destinos de sol y playa a precios muy competitivos. Ello se deja notar en el descenso de turistas alemanes que España ha recibido en 2018 (-4,0%), en sus pernoctaciones hoteleras (-7,4%) y en el gasto realizado en este periodo (-1,9%).
- 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.

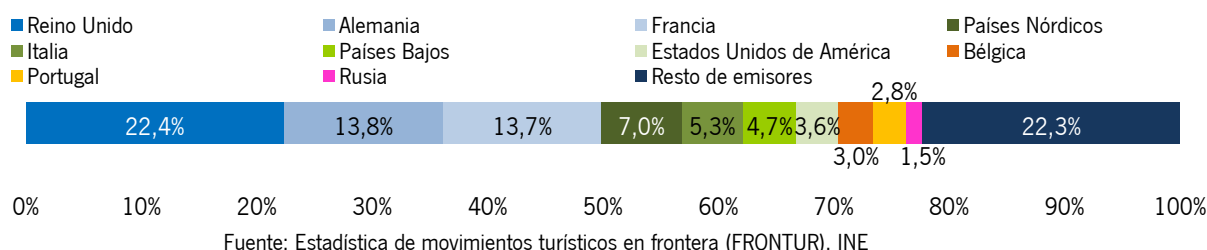
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de Prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña, FMI y FUR.

## 2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### 2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 82,8 millones de turistas internacionales en el año 2018, el 13,8% procedía de Alemania, posicionándose como el segundo emisor extranjero más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado un descenso del -4,0%.
- 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 2018*



#### *Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo alemán. Año 2018*

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Baleares	40,9%	-3,2%
2	Canarias	24,5%	-4,6%
3	Cataluña	12,4%	-9,9%
4	<b>Andalucía</b>	<b>9,5%</b>	<b>-3,2%</b>
5	C. Valenciana	4,9%	7,1%
6	Madrid	3,4%	-1,6%
	España	100,0%	-4,0%

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

### 2.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 67,0% de los turistas alemanes que visitaron España en el año 2018 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones de alemanes suponen el 20,7% del total de pernoctaciones de extranjeros realizadas en el país en este año, y han disminuido un -7,4% 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 en línea con el comportamiento de la media nacional.

### ***Viajeros y pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2018***

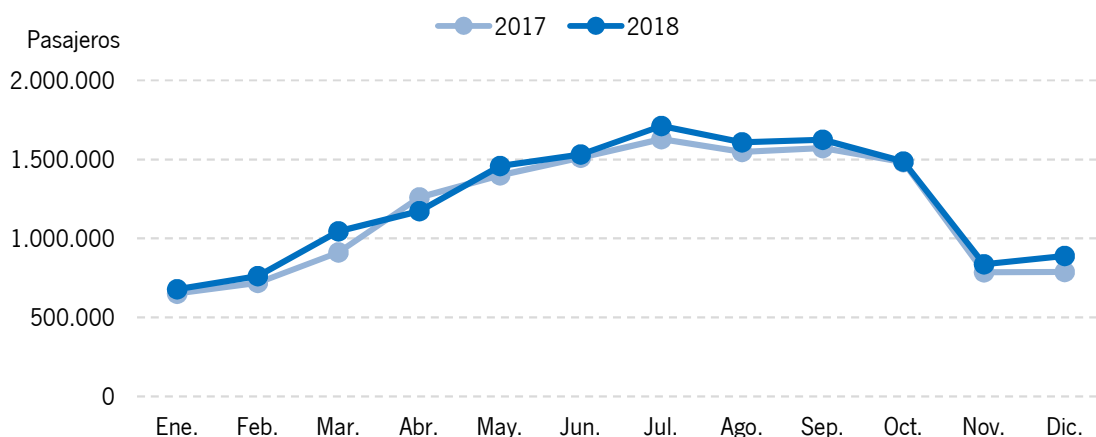
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Baleares	3.019.638	-7,4%	19.629.284	-9,8%	42,4%
Canarias	1.907.541	-4,7%	17.241.870	-5,5%	37,2%
<b>Andalucía</b>	<b>867.541</b>	<b>-6,5%</b>	<b>4.127.367</b>	<b>-8,2%</b>	<b>8,9%</b>
Cataluña	880.085	-2,2%	3.271.627	-5,7%	7,1%
Madrid	282.829	4,2%	628.694	-1,5%	1,4%
C. Valenciana	162.871	8,0%	516.204	9,3%	1,1%
<b>España</b>	<b>7.604.550</b>	<b>-5,1%</b>	<b>46.333.841</b>	<b>-7,4%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

## **2.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO**

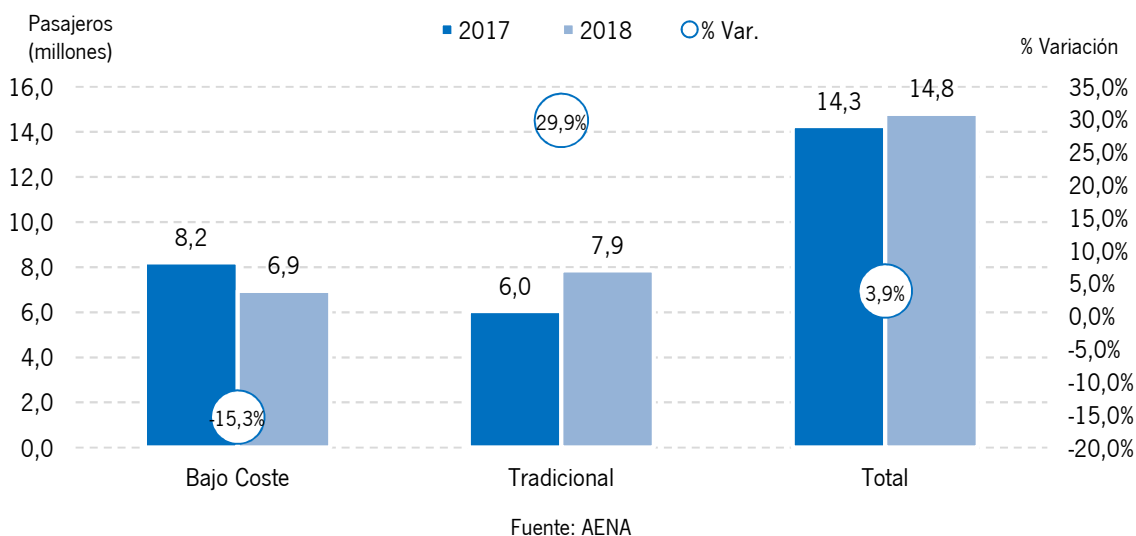
- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2018 a un total de 14,8 millones de pasajeros procedentes de Alemania, un +3,9% más, registrándose crecimientos en la mayoría de los meses de 2018. Esta cifra representa el 16,2% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2018 al 46,9% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir, seguida por Tuifly, son las CBC más importantes (trajeron a España el 60,4% de los pasajeros de bajo coste procedentes de aeropuertos alemanes).

### ***Llegadas de pasajeros a España procedentes de Alemania por meses. Años 2017 y 2018***



Fuente: AENA

### Llegadas de pasajeros a España procedentes de Alemania por tipo de compañía. Año 2018



## 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 2018, que representan el 10,7% del turismo extranjero y el 4,2% del total de turistas recibidos en la región durante este año. Respecto al año anterior, el turismo alemán ha descendido un -3,4%.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	50,9%	Gasto medio diario en destino*: (euros)	74,9
Edad: De 45 a 64 años	39,9%	Estancia media: (días)	9,2
Situación laboral: Ocupados	60,6%	Estacionalidad: (concentración en el 3º trim.)	34,5%
		Principal tipo de alojamiento: Hotelero	65,8%
		Principal medio de transporte: Avión	88,6%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA		Principales factores de elegir Andalucía:	
Valoración del destino: (escala de 1 a 10)	8,6	- Clima	41,9%
Aspectos mejor valorados: (escala 1 a 10)		- Visita a monumentos	38,5%
- Patrimonio cultural	8,9	Principal canal de información sobre Andalucía:	
- Paisajes y parques naturales	8,8	- Experiencia propia	52,5%
Grado de fidelidad: (% que repite visita)	48,3%	Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
		- Disfrute/uso de la playa; Visitas a monumentos	55,3%; 55,0%

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

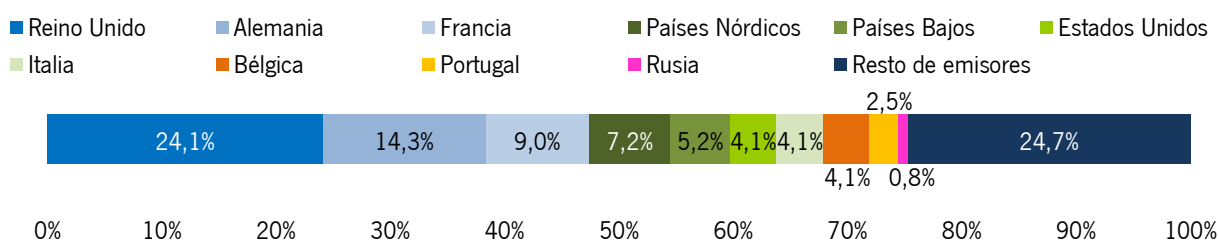
\* No incluye gasto en origen



### 3.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2018 a 868 mil viajeros alemanes que han realizado 4,1 millones de pernoctaciones, un -8,2% 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 14,3% 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 2018***

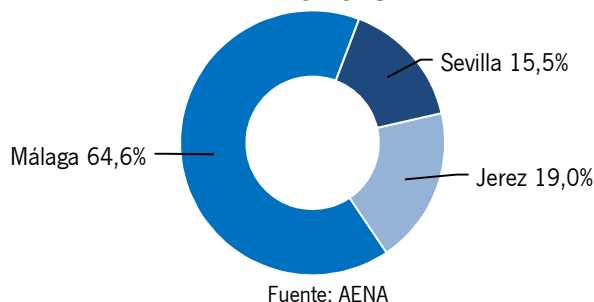


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

### 3.3 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

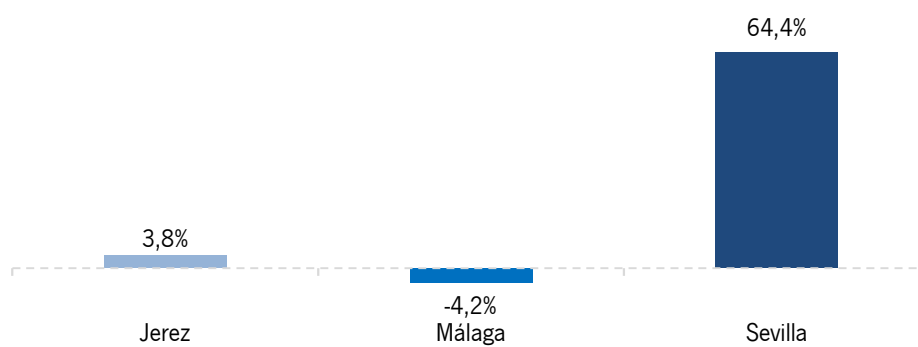
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2018 a 1,2 millones de pasajeros procedentes de Alemania, un +4,2% más que en el año anterior. El 66,2% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, pues transportó al 62,3% de los pasajeros de este tipo de 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, pero ha evolucionado negativamente en 2018. Las llegadas al aeropuerto de Almería desde Alemania descendieron mucho en 2015, dejando su cuota reducida a un 0,3% en dicho año. En su lugar irrumpió con fuerza el aeropuerto de Sevilla, con fuertes crecimientos que le han permitido pasar de una cuota del 0,1% en 2014 al 15,5% para el año 2018. También en septiembre 2018, se ha abierto una nueva conexión entre el aeropuerto de Berlín Tegel y el aeropuerto de Granada-Jaén.

#### ***Distribución de las llegadas de pasajeros de Alemania a los aeropuertos andaluces. Año 2018***



Fuente: AENA

## ***Evolución de las llegadas de pasajeros de Alemania a los aeropuertos andaluces. Año 2018***



Fuente: AENA

## PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO FRANCÉS. AÑO 2018

### 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 2017 cada habitante del país.

**21%** es la proporción del principal viaje de vacaciones de los franceses que ha tenido como destino un país extranjero en 2017. El 79% restante realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuentes: Direction Générale des Entreprises (DGE), Ministère de l'Économie et des Finances y Eurostat, European Commission

#### *Viajes por motivos personales al extranjero<sup>4</sup> de los residentes en Francia. Años 2013-2017*

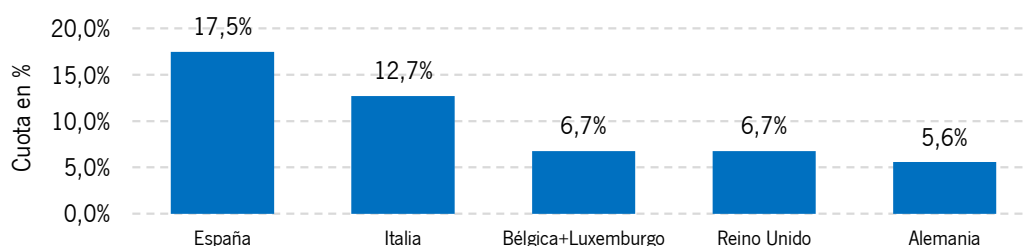
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2013	17.900	2,8%
2014	19.343	8,1%
2015	18.339	-5,2%
2016	18.450	0,6%
2017	18.900	2,4%

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 2017*



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

<sup>4</sup> 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

**47,9** son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2018, un +10,5% más que el año anterior.

**6ª** 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 francesa se ha recuperado de la crisis más tardíamente que otros países europeos, y cierra el ejercicio 2018 con un crecimiento del PIB del +1,5%. Este crecimiento se ha apoyado en un ambicioso programa de reformas del mercado laboral y productivo, para afrontar los desafíos estructurales de la economía francesa. Pero estas reformas también han desencadenado las protestas ciudadanas (chalecos amarillos) a finales del año, provocando trastornos en las ventas minoristas y frenando el gasto de consumo en Francia. Aún está por valorar cómo ha influido este clima económico en el consumo de viajes turísticos de los franceses, porque no se han publicado los datos turísticos oficiales correspondientes a 2018.
- Lo que no va a cambiar es la preferencia de los franceses por su país a la hora de elegir un destino para sus viajes vacacionales: en 2017, aunque se ha reducido el nº de viajes domésticos largos un -5%, aún suponen cerca del 80% del total de estos viajes. Después de la propia Francia, España es, desde hace decenios, el destino favorito de los franceses a nivel global, siendo los productos de “sol y playa” y “cultural” los preferidos, con una imagen y una clientela consolidada. La seguridad de España, su proximidad geográfica, fácil acceso, excelente clima, buena relación calidad/precio, variedad de actividades, lo convierten en un destino vacacional ideal para las familias francesas y para las vacaciones de bajo presupuesto.
- Dicha cercanía geográfica también favorece al excursionismo, que ha supuesto alrededor del 65% del total de visitantes franceses que recibió España en 2018.
- En el verano de 2018 se confirma la reactivación de Túnez, Marruecos, Turquía y Egipto, que, una vez han mejorado las condiciones de seguridad, vuelven a contar con el favor de la clientela francesa. Ello perjudica a los países del sur del Mediterráneo (España, Italia y Grecia), así como a Portugal, destinos “refugio” en periodos de incertidumbre. Aun así, España cierra el año 2018 con un mantenimiento de turistas franceses (+0,6%) y se consolida como un destino rentable para los intermediarios, pues, aunque se venden menos paquetes, estos son de mayor precio.
- Los datos de reservas para el verano 2019, tanto de agencias de viajes tradicionales como de la turoperación, evidencian que el reposicionamiento de los destinos del norte de África y Turquía afectará sobre todo a Canarias, pues es un destino que se vende mayoritariamente a través de intermediarios y más sensible a la competencia por precio.
- Sin embargo, Baleares, Comunidad Valencia y Andalucía, son destinos con un producto fuerte de “sol y playa”, aunque también han potenciado otros productos con alta demanda entre los turistas franceses: estancias urbanas, turismo cultural, turismo de naturaleza, compras y gastronomía.

Son productos que propician circuitos, contribuyen a desestacionalizar la demanda, ya que pueden realizarse a lo largo de todo el año. Este tipo de productos además tienen más capacidad de generar ingresos y están menos turoperados.

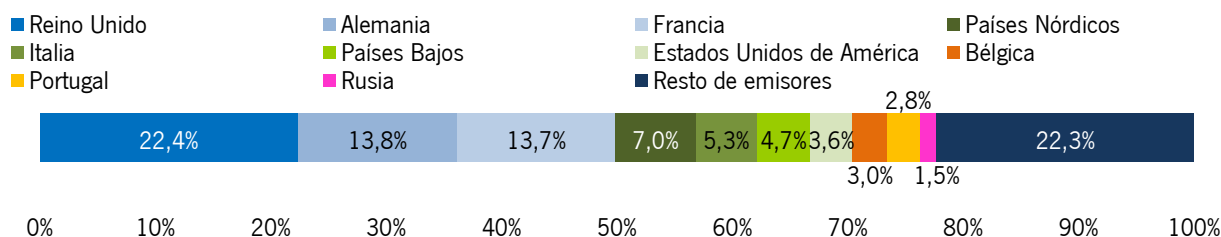
Fuente: Ficha ejecutiva, Estudios de Prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña; Direction Générale des Entreprises (DGE), Ministère de l'Économie et des Finances; FMI.

## 2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### 2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 82,8 millones de turistas internacionales en el año 2018, el 13,7% procedía de Francia (11,3 millones), posicionándose como el tercer emisor extranjero más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha evolucionado favorablemente, registrando una tasa de crecimiento del +0,6%.
- 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 2018*



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

#### *Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo francés. Año 2018*

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	36,3%	-8,4%
2	C. Valenciana	13,4%	0,0%
<b>3</b>	<b>Andalucía</b>	<b>11,7%</b>	<b>7,3%</b>
4	Baleares	6,3%	22,9%
5	Canarias	5,3%	10,2%
6	Madrid	5,2%	-2,0%
	España	100,0%	0,6%

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

## 2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA FRANCÉS EN ESPAÑA

**Año 2018**

<b>HÁBITOS DE CONSUMO</b>	
Gasto medio diario en destino: (euros)	93
Estancia media: (días)	7,0
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	47,8%
Principal vía de acceso: Carretera	62,9%
Uso de paquete turístico:	11,3%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	83,8%
Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

## 2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 47,8% de los turistas franceses que visitaron España en el año 2018 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros franceses suponen el 8,1% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año y han aumentado un +4,8% respecto al año anterior.
- Cataluña es el principal destino nacional. Andalucía, con una cuota del 14,5% y un crecimiento del +3,2%, pasa a ocupar la cuarta posición en el ranking del movimiento hotelero de España, desbancada del tercer puesto por Baleares, que ha registrado un fuerte incremento de pernoctaciones en este año (+25,0%).

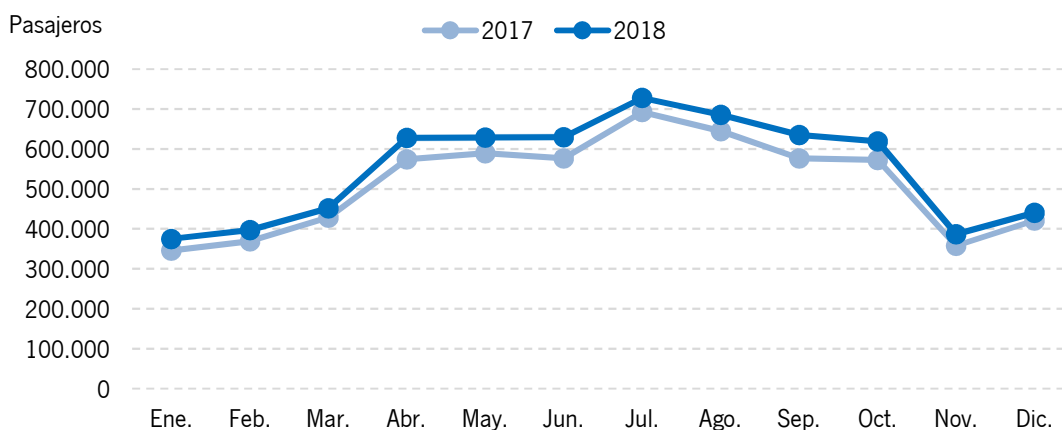
### ***Viajeros y pernoctaciones de franceses en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2018***

CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Cataluña	2.406.269	1,7%	6.633.681	1,5%	36,8%
Canarias	423.947	2,7%	2.979.137	1,9%	16,5%
Baleares	469.623	27,5%	2.627.966	25,0%	14,6%
<b>Andalucía</b>	<b>901.407</b>	<b>6,5%</b>	<b>2.617.473</b>	<b>3,2%</b>	<b>14,5%</b>
Madrid	409.027	6,2%	819.249	0,7%	4,5%
C. Valenciana	275.324	3,0%	745.663	2,2%	4,1%
<b>España</b>	<b>5.915.720</b>	<b>4,3%</b>	<b>18.044.375</b>	<b>4,8%</b>	<b>100,0%</b>
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

## 2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

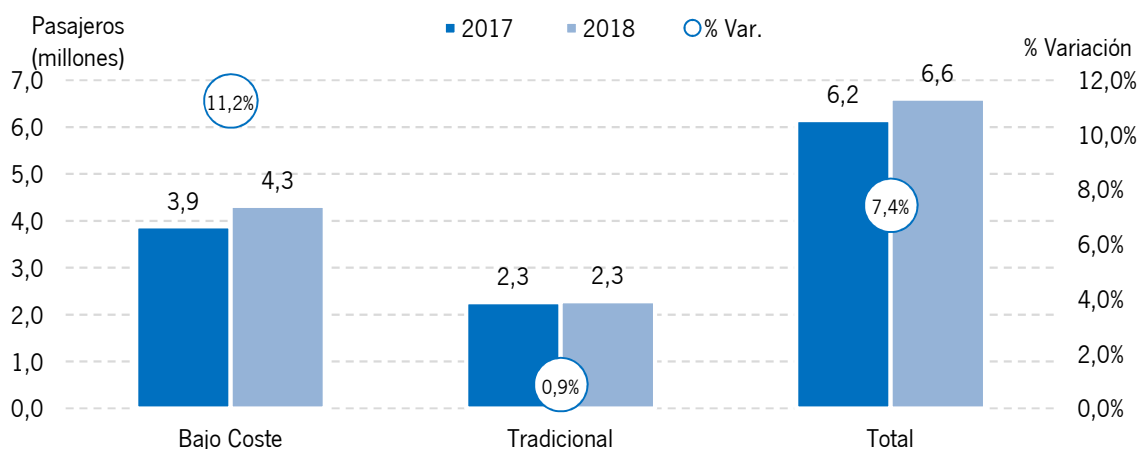
- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2018 a un total de 6,6 millones de pasajeros procedentes de Francia, un +7,4% más que en el año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2018. Esta cifra representa el 7,2% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2018 al 65,4% de los pasajeros procedentes de este mercado. Vueling es la CBC más importante (transportó a España el 42,6% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este año).

### **Llegadas de pasajeros a España procedentes de Francia por meses. Años 2017 y 2018**



Fuente: AENA

### **Llegadas de pasajeros a España procedentes de Francia por tipo de compañía. Año 2018**



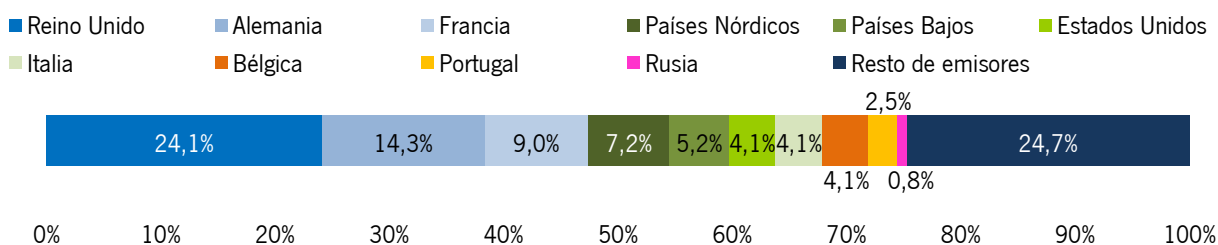
Fuente: AENA

### 3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

#### 3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2018 a 901 mil viajeros franceses que han realizado 2,6 millones de pernoctaciones, un +3,2% más de noches que en el año anterior.
- El mercado francés es el tercer emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el año 2018. Sus pernoctaciones suponen el 9,0% 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 2018***



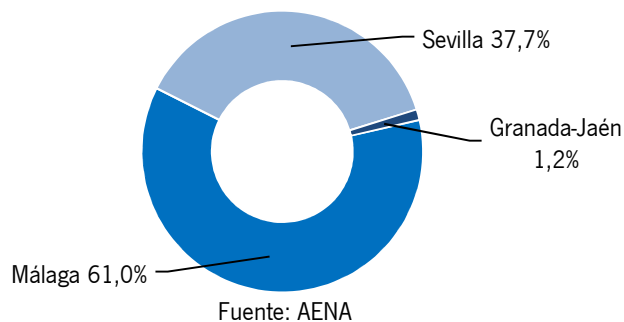
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

#### 3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

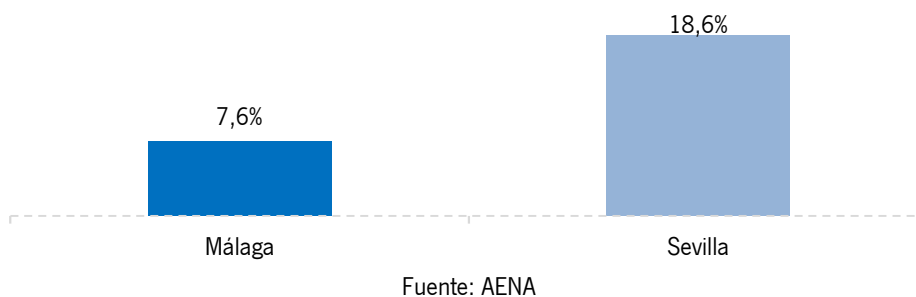
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2018 a 940 mil pasajeros procedentes de Francia, un +12,9% más que en el año anterior. El 73,3% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Vueling y Transavia las CBC más utilizadas, con cuotas respectivas del 32,9% y 32,0% sobre el total de pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de Francia que llegan a la región. En diciembre de 2017 se establece una conexión entre París-Charles de Gaulle y el aeropuerto de Granada-Jaén, lo que permite a este aeropuerto canalizar hasta un 1,2% de pasajeros de esta procedencia en el año 2018, casi 11.500 pasajeros más que en el año anterior. También los aeropuertos de Málaga y Sevilla registran crecimientos en la llegada de pasajeros de esta procedencia.



## ***Distribución de las llegadas de pasajeros de Francia a los aeropuertos andaluces. Año 2018***



## ***Evolución de las llegadas de pasajeros de Francia a los aeropuertos andaluces<sup>5</sup>. Año 2018***



<sup>5</sup> En este gráfico no se ha incluido al aeropuerto de Granada-Jaén por la magnitud del crecimiento que ha experimentado en el año 2018. En efecto, en el año 2017 el número de llegadas de pasajeros procedentes de aeropuertos franceses al aeropuerto de Granada-Jaén prácticamente era inexistente, mientras que en el año 2018 las llegadas se aproximan a los 11.500 pasajeros.

## PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO DE LOS PAÍSES NÓRDICOS. AÑO 2018

### 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 2017 cada habitante de los países nórdicos:

Dinamarca: **1,3**; Finlandia: **1,7**; Noruega: **1,5**; Suecia: **2,1**

Fuente: Eurostat, European Commission

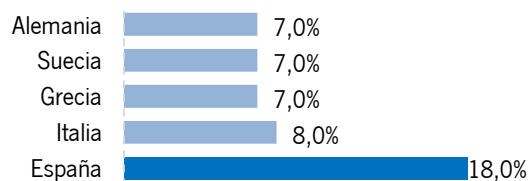
- Proporción del principal viaje de vacaciones de los nórdicos que ha tenido como destino un país extranjero o el propio país en 2017:

	Extranjero	Propio país
Dinamarca	59%	41%
Finlandia	43%	57%
Noruega	58%	42%
Suecia	57%	43%
Fuente: Eurostat, European Commission		

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

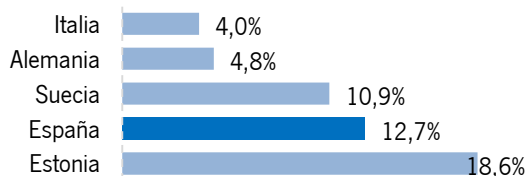
#### *Principales destinos extranjeros de los viajes vacacionales de los nórdicos.*

##### Dinamarca. Año 2017



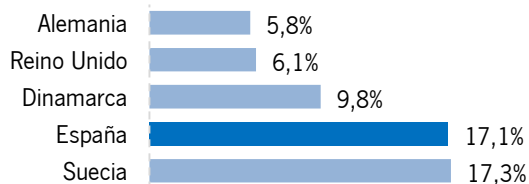
Fuente: Statistics Denmark

##### Finlandia. Año 2018



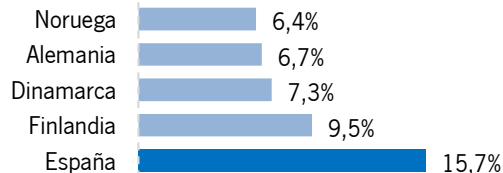
Fuente: Statistics Finland

##### Noruega. Año 2018



Fuente: Statistics Norway

##### Suecia. Año 2017



Fuente: Eurostat, European Commission

## 1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

**48,6** son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional del emisor nórdico en 2017. La evolución respecto al año anterior del gasto ha sido positiva en los cuatro países: +4,3% para Dinamarca; +5,3 para Finlandia; +3,4% para Noruega; +14,2% para Suecia. Para el periodo acumulado enero-septiembre de 2018 se mantienen los crecimientos en todos ellos (Dinamarca +3,3%; Finlandia +5,8%; Noruega +2,7%; Suecia +7,8%).

**5ª** 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

- Los Países Nórdicos cuentan con unas economías muy sólidas. Según el FMI, todas ellas han registrado en 2018 crecimientos del PIB, si bien han sido en la mayoría de los casos inferiores a los registrados en el año anterior: +1,2% para Dinamarca, +2,4% para Finlandia, +1,4% para Noruega y +2,3% para Suecia. Esta desaceleración y otros indicadores económicos apuntan a un periodo de crecimiento económico más moderado para los próximos ejercicios, que además va a ser muy dependiente de la coyuntura económica internacional y europea. No obstante, la coyuntura económica no es desfavorable al consumo turístico de estos países, lo que unido a que las sociedades nórdicas consideran las vacaciones como un bien necesario, no como un lujo, permite esperar que los nórdicos continúen viajando en los próximos años.
- La propensión a viajar al extranjero es muy alta en los Países Nórdicos, puesto que sus inviernos son extremadamente fríos y con escasas horas de luz, lo que les empuja a desplazarse hacia destinos más cálidos. No obstante, si el clima se presenta favorable en los meses de verano, muchos nórdicos prefieren las vacaciones domésticas. Sirvan de ejemplo las cifras del verano de 2018, cuando los nórdicos han disfrutado de unas temperaturas excepcionalmente altas, lo que ha incidido en el descenso de las reservas de última hora hacia destinos de sol y playa, permitiendo un incremento en los viajes a destinos urbanos, principalmente europeos, y a los destinos domésticos.
- El turismo de sol y playa sigue siendo el producto más demandado para las vacaciones largas, pero la tendencia es a complementar el clásico paquete vacacional con todo incluido con otras opciones y actividades (visitar ciudades, probar la gastronomía, actividades al aire libre, etc), o a combinar más de un destino en un mismo viaje, valorando lo experiencial y genuino. Y aunque se refuerza la tendencia a la contratación individual, los turoperadores no han disminuido la oferta de este producto, siendo las familias con niños y la población nórdica de más edad sus principales clientes.
- El segundo producto más solicitado son las visitas cortas a ciudades (turismo cultural, gastronómico, arte, compras, etc.), con tasas crecientes en los últimos años. También es necesario mencionar el progresivo interés del turista nórdico por la práctica de deportes (destacándose el segmento de golf, pero también deportes acuáticos) y por las actividades en contacto con la naturaleza (turismo activo, senderismo, cicloturismo, ...). La sostenibilidad de los destinos también es un valor en alza.

- España mantiene su liderazgo para el mercado nórdico en el segmento de sol y playa, ya que gran parte de la población nórdica está muy fidelizada y se muestra reacia a cambiar de destino. También, está bien posicionada en el turismo de golf, pero no se la asocia suficientemente con el turismo de ciudad ni con la cultura, ni se conocen sus grandes recursos naturales.
- Los datos del mercado turoperado para la temporada de verano de 2019 evidencian que España sigue siendo el destino favorito, pero, al igual que ya ocurrió en 2018, pierde cuota de mercado frente a sus tradicionales competidores estivales (Croacia, Grecia, Portugal, Chipre y Turquía), y frente a destinos que habían desaparecido por cuestiones de seguridad (como Egipto y Túnez) y que han vuelto al mercado. 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 Canarias y otras zonas de España hacia otros destinos más económicos, para mantener sus márgenes.
- En cuanto a 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 está inmersa en una reestructuración interna, que le ha llevado a cerrar tres bases operacionales en España (Gran Canaria, Tenerife y Palma de Mallorca) y a reducir plantilla. Por el momento mantienen las mismas rutas hacia España que el año anterior.

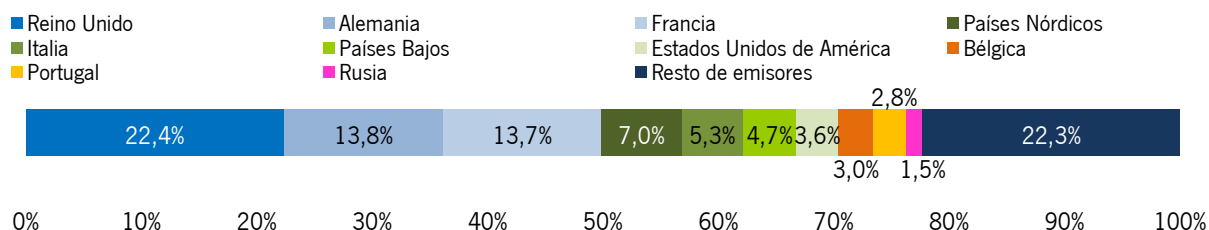
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de Prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña, FMI.

## 2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### 2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 82,8 millones de turistas internacionales en el año 2018, el 7,0% procedía de los Países Nórdicos (5,8 millones), posicionándose como el cuarto emisor extranjero más importante para España. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha registrado un ligero descenso del -0,7%.
- Canarias es el principal receptor de turismo nórdico. Andalucía se posiciona en segundo lugar, captando el 22,1% de los turistas de este mercado en el año 2018 y creciendo a una tasa del +3,8%.

#### ***Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2018***



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

**Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo de los Países Nórdicos.  
Año 2018**

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	30,0%	1,6%
<b>2</b>	<b>Andalucía</b>	<b>22,1%</b>	<b>3,8%</b>
3	Baleares	16,7%	-3,9%
4	C. Valenciana	13,3%	-0,9%
5	Cataluña	12,2%	-9,8%
6	Madrid	2,4%	28,9%
	España	100,0%	-0,7%

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

## 2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA NÓRDICO EN ESPAÑA

**Año 2018**

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	143
Estancia media: (días)	8,5
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	64,3%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	97,8%
Uso de paquete turístico:	35,8%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	89,8%

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

## 2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 64,3% de los turistas nórdicos que visitaron España en el año 2018 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros nórdicos suponen el 6,7% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año, y han aumentado un +1,2% respecto al año anterior.
- Canarias es el principal destino nacional de los nórdicos en 2018, seguida por Baleares, con cuotas del 38,7% y el 28,1%, respectivamente. En la mayoría de las principales CC.AA. turísticas ha disminuido el número de pernoctaciones de este emisor respecto al año anterior, excepto Baleares (+14,4%) y Andalucía (+1,0%).

### ***Viajeros y pernoctaciones de nórdicos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2018***

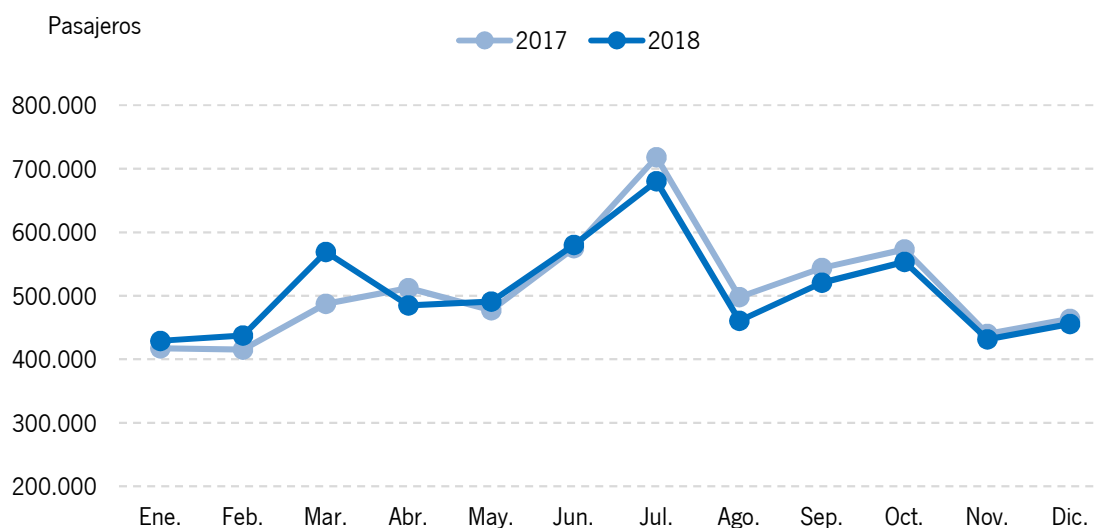
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	769.562	-2,3%	5.833.827	-3,8%	38,7%
Baleares	683.900	15,1%	4.233.569	14,4%	28,1%
<b>Andalucía</b>	<b>471.676</b>	<b>-1,9%</b>	<b>2.071.533</b>	<b>1,0%</b>	<b>13,7%</b>
Cataluña	477.673	-5,6%	1.526.080	-7,1%	10,1%
C. Valenciana	178.268	2,6%	674.396	-3,4%	4,5%
Madrid	150.241	0,6%	362.991	-5,9%	2,4%
<b>España</b>	<b>2.916.226</b>	<b>1,6%</b>	<b>15.076.465</b>	<b>1,2%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

## **2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO**

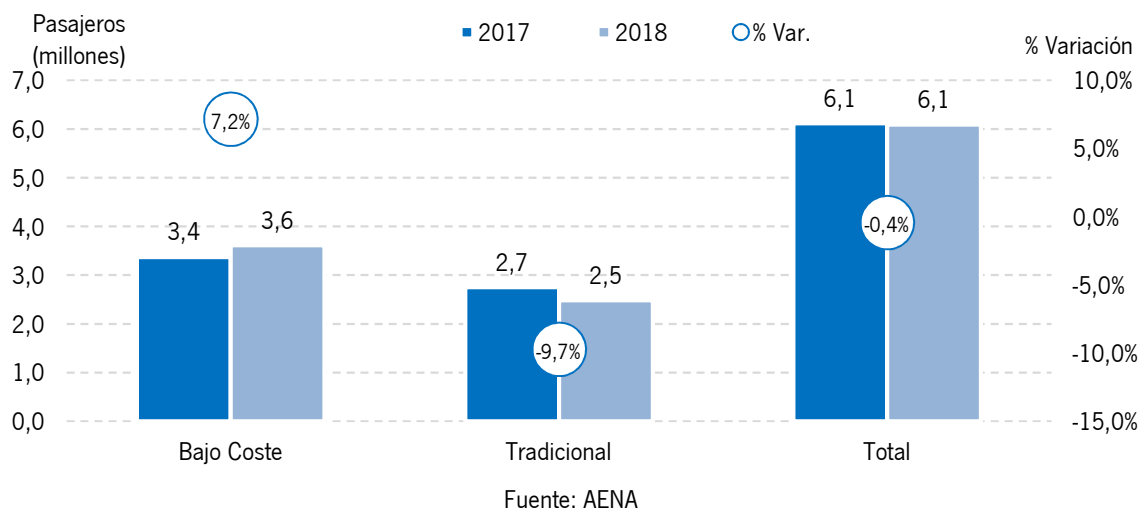
- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2018 un total de 6,1 millones de pasajeros procedentes de los Países Nórdicos, un -0,4% menos que en el año anterior y descensos en la mitad de los meses de 2018. Esta cifra representa el 6,7% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron al 59,3% de los pasajeros procedentes de este mercado. Norwegian Air International es la CBC más importante (transportó a España el 54,8% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en el año 2018).

### ***Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Nórdicos por meses. Años 2017 y 2018***



Fuente: AENA

### Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Nórdicos por tipo de compañía. Año 2018

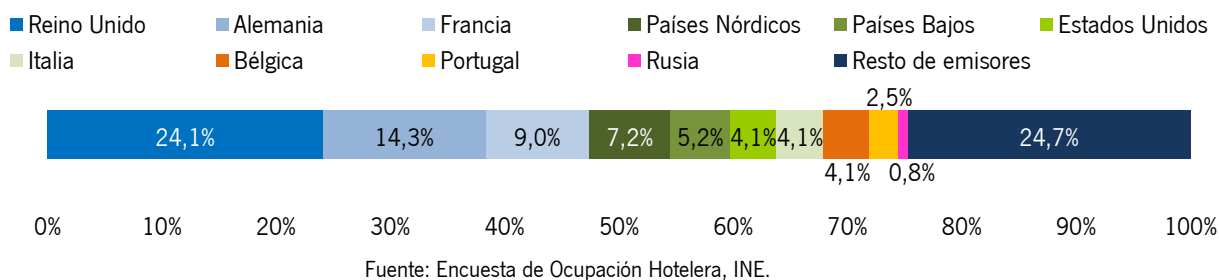


## 3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

### 3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2018 a 472 mil viajeros de los Países Nórdicos, que han realizado 2,1 millones de pernoctaciones, un +1,0% más que en el año anterior, lo que permite continuar con la tendencia de crecimiento de este emisor, si bien modera considerablemente su incremento (frente a resultados del +20,7% en 2016 y del +20,4% en 2017). El crecimiento de 2018 ha sido liderado por Finlandia, acompañado por un mantenimiento de Dinamarca, compensado las tasas negativas de Noruega y Suecia.
- El nórdico es el cuarto emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 7,2% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región en el año 2018.

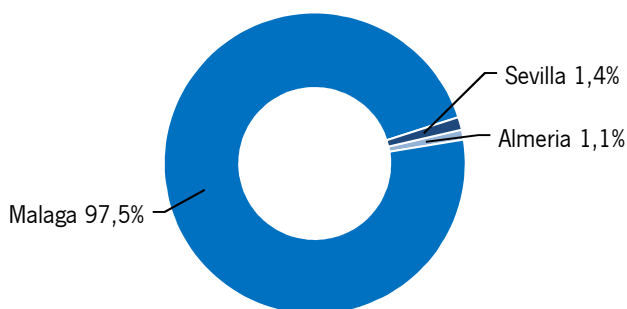
#### Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2018



### 3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

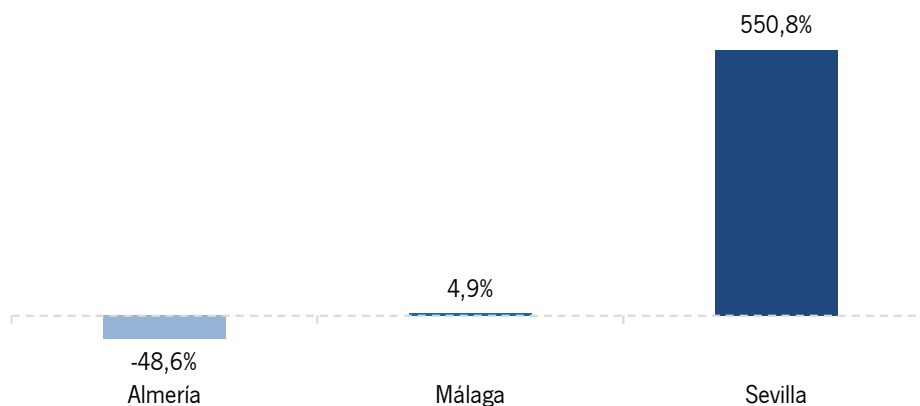
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2018 a 1,2 millones de pasajeros procedentes de aeropuertos nórdicos, un +4,9% más que en el año anterior. El 68,3% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Norwegian Air International la CBC más utilizada, ya que transportó al 56,8% de los pasajeros de este tipo de compañías. Le sigue RyanAir con un 23,5% 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. No obstante, hay que mencionar que el aeropuerto de Sevilla es el que ha experimentado un crecimiento espectacular en el año, multiplicando por seis los pasajeros que recibe, lo que le ha permitido pasar de una cuota del 0,2% en el año 2017 a una cuota del 1,4% en 2018, superando al aeropuerto de Almería.

#### ***Distribución de las llegadas de pasajeros de los Países Nórdicos a los aeropuertos andaluces. Año 2018***



Fuente: AENA

#### ***Evolución de las llegadas de pasajeros de los Países Nórdicos a los aeropuertos andaluces. Año 2018***



Fuente: AENA



## PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO DE LOS PAÍSES BAJOS. AÑO 2018

### 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 2017 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 2017. 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 2014-2018\**

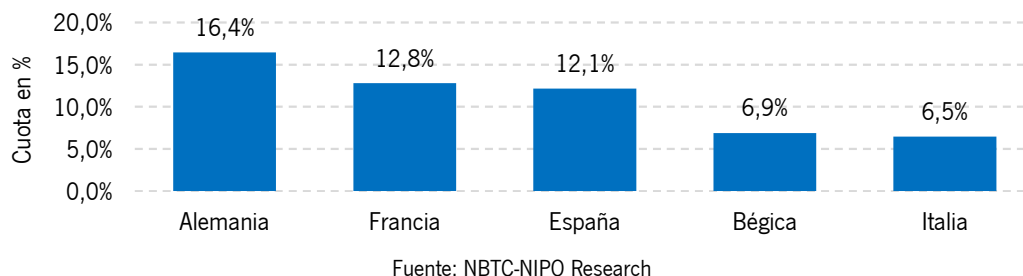
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2014	17.933	-0,9%
2015	18.070	0,8%
2016	17.938	-0,7%
2017	22.000	..
2018	22.207	+0,9%

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 2018*



\* 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

**19,5** son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2017, un +5,4% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado enero-septiembre de 2018 (+2,9%).

**16<sup>a</sup>** 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 neerlandesa creció considerablemente en 2017 (un +2,9% según los últimos datos disponibles del FMI) y ha continuado creciendo en 2018, aunque a un ritmo más moderado (+2,5% del PIB del país), lastrada sobre todo por los riesgos externos (existe bastante incertidumbre sobre los vínculos comerciales y financieros con el Reino Unido debido al Brexit y sobre la apertura del comercio mundial a raíz de la nueva política de EEUU). Para el año 2019, el pronóstico de crecimiento del FMI para esta economía es aún más discreto (+1,8%), pero superior al crecimiento que esta institución pronostica para la eurozona (+1,3%). Si la situación económica sigue siendo favorable, unido a la alta propensión a viajar fuera del país, permite esperar una evolución positiva de los viajes vacacionales al extranjero de este emisor en 2019.
- En el año 2018 los neerlandeses realizaron menos viajes vacaciones que el año anterior, con un recorte en los viajes domésticos, y prácticamente un mantenimiento de los viajes al extranjero. El primer destino internacional para el turista neerlandés sigue siendo Alemania, con una cuota en 2018 del 16,4%, le siguen Francia (12,8%) y España, que continúa en tercera posición con una cuota del 12,1%. Mientras que estos países han reducido o mantenido sus cuotas en 2018, destaca el fuerte crecimiento de Turquía, que le ha permitido volver a ocupar una posición entre los diez primeros destinos de los neerlandeses. También Grecia ha continuado creciendo a buen ritmo. La apuesta de los turoperadores en 2018 por incrementar la oferta en estos dos destinos, con precios más bajos y mayor margen, ha dado sus frutos.
- Las cifras de reservas aportadas por los operadores reflejan un descenso importante de las reservas para España en el verano 2019. Y los datos disponibles sobre la evolución de los turistas de los Países Bajos hacia España (Frontur, INE) ya dan una caída del -3% en el primer trimestre de 2019. Igualmente, la evolución de los pasajeros procedentes de aeropuertos neerlandeses hacia España se ha reducido levemente en este periodo (-0,6%). Todo ello parece indicar que en 2019 España no va a poder revalidar los buenos resultados de años anteriores.
- La principal motivación de los viajes vacacionales al extranjero de este emisor es la visita de ciudades combinada con la cultura (24%) y el destino predilecto es Alemania, seguida de Francia y Bélgica. Le sigue el “sol y playa”, que alcanza el 18% del total de viajes al extranjero, en el que España es líder entre los países del Mediterráneo. Las siguientes motivaciones son turismo activo (12% del total de viajes internacionales) y turismo de naturaleza (con una cuota del 8%).

Aunque el clima es una gran baza de España, solo el 49% de los turistas neerlandeses declara venir motivado por las vacaciones en la playa. El 17% son viajes a ciudades, culturales o de circuitos, potentes motivadores de viajes más cortos que se realizan durante todo el año y que se

adaptan a los grupos de edad que más están creciendo en este mercado (mayores de 50 años). Sin embargo, en el caso del turismo activo y de naturaleza, turismos muy apreciados por este emisor, en España tiene una menor presencia (7% y 2%, respectivamente).

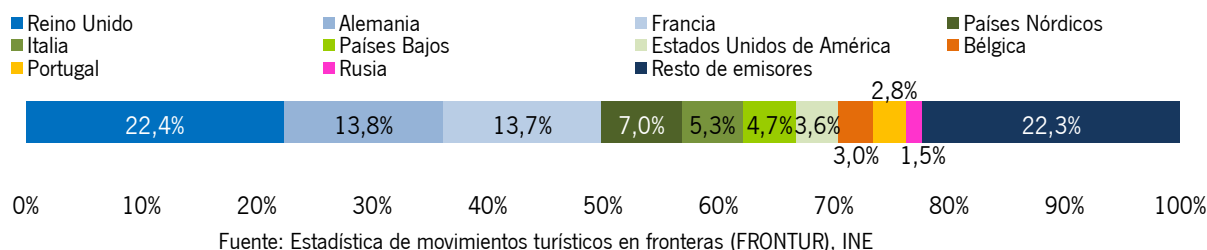
Fuente: Ficha ejecutiva, Estudios de Prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. INE, NTBC-NIPO Research y FMI.

## 2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### 2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 82,8 millones de turistas internacionales en el año 2018, el 4,7% procedía de los Países Bajos (3,8 millones), posicionándose como el sexto emisor extranjero más importante para España. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha registrado un crecimiento del +3,9%.
- Cataluña y las islas son las principales CC.AA. receptoras del turismo neerlandés que llegó a España en este año, alcanzando cuotas entre el 18% y el 19%, seguidas muy de cerca por la Comunidad Valenciana y Andalucía.

#### *Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2018*



#### *Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo de los Países Bajos. Año 2018*

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	19,1%	-6,2%
2	Baleares	18,1%	15,6%
3	Canarias	17,9%	2,3%
4	C. Valenciana	16,8%	9,6%
<b>5</b>	<b>Andalucía</b>	<b>16,0%</b>	<b>-3,1%</b>
6	Madrid	5,9%	23,5%
	España	100,0%	3,9%

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

## 2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA DE LOS PAÍSES BAJOS EN ESPAÑA

**Año 2018**

<b>HÁBITOS DE CONSUMO</b>	
Gasto medio diario en destino: (euros)	141
Estancia media: (días)	7,9
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	59,3%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	89,6%
Uso de paquete turístico:	30,1%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	88,5%
Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

## 2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 59,3% de los turistas neerlandeses que visitaron España en el año 2018 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros neerlandeses suponen el 4,2% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año, y han disminuido un -2,5% respecto al año anterior.
- Canarias es el principal destino nacional con una cuota del 28,6% en 2018. Andalucía se posiciona en el cuarto puesto del ranking del movimiento hotelero de España y ha registrado un descenso de pernoctaciones (-6,8%), superior al registrado por la media de España.

### ***Viajeros y pernoctaciones de los Países Bajos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2018***

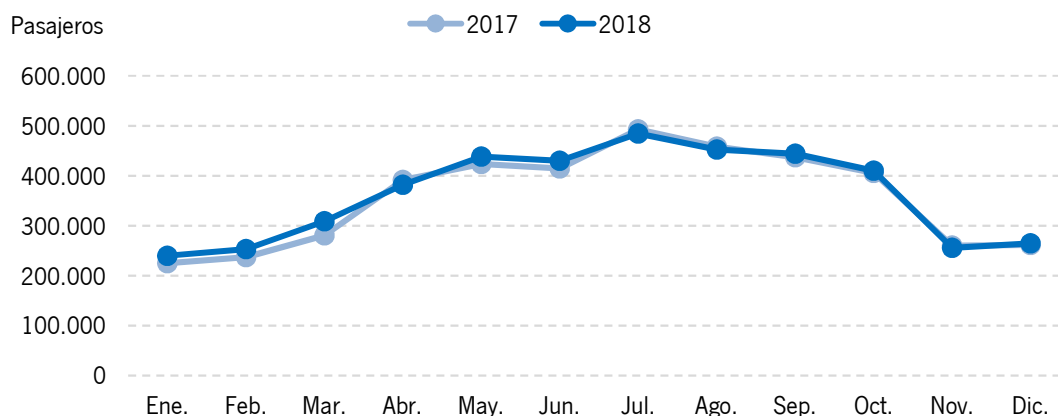
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	334.616	-2,7%	2.678.041	-2,7%	28,6%
Baleares	305.964	-6,5%	1.797.014	-11,2%	19,2%
Cataluña	463.573	3,7%	1.788.331	0,5%	19,1%
<b>Andalucía</b>	<b>412.483</b>	<b>-1,6%</b>	<b>1.496.021</b>	<b>-6,8%</b>	<b>16,0%</b>
C. Valenciana	232.087	18,7%	951.548	16,1%	10,2%
Madrid	133.288	4,4%	279.267	1,4%	3,0%
<b>España</b>	<b>2.102.862</b>	<b>1,5%</b>	<b>9.370.897</b>	<b>-2,5%</b>	<b>100,0%</b>
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

## 2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2018 a un total de 4,4 millones de pasajeros procedentes de los Países Bajos, un +1,8% más que en el año anterior y ligeros crecimientos en la mayoría de los meses de 2018. Esta cifra representa el 4,8% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.

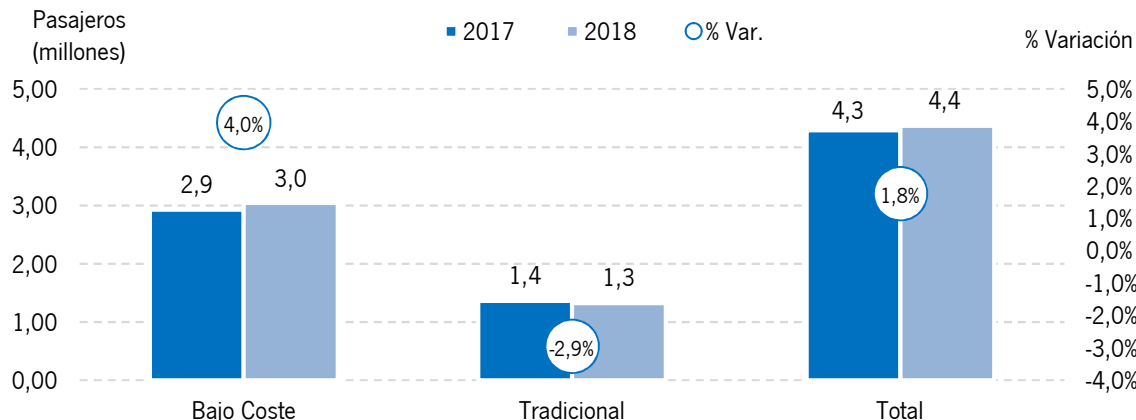
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2018 al 69,7% de los pasajeros procedentes de este mercado. Transavia holland Bv es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 60,5% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia).

**Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Bajos por meses.  
Años 2017 y 2018**



Fuente: AENA

**Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Bajos por tipo de compañía.  
Año 2018**



Fuente: AENA

### 3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

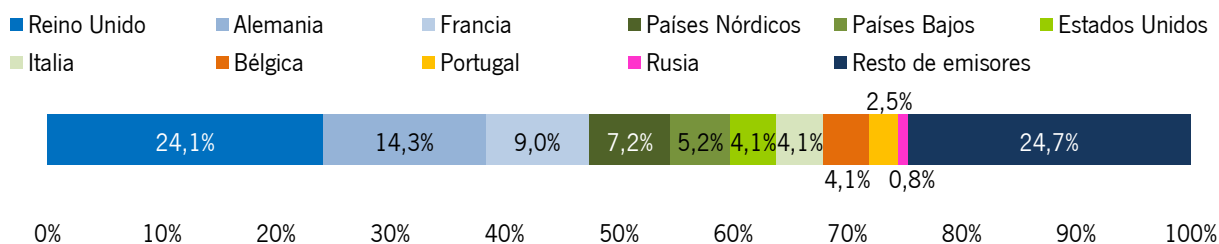
#### 3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2018 a 412 mil viajeros de los Países Bajos, que han realizado 1,5 millones de pernoctaciones, un -6,5% 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 primer semestre de 2018, sus pernoctaciones suponen el 5,2% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región para este periodo.

## **Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2018**

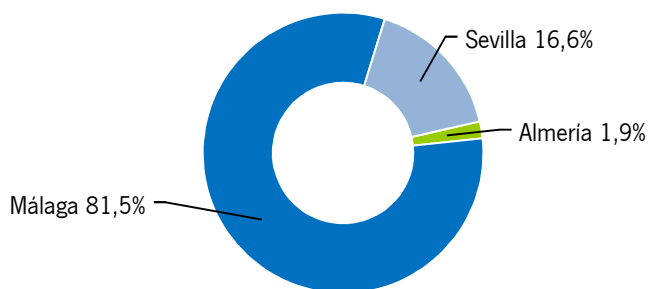


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

## **3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO**

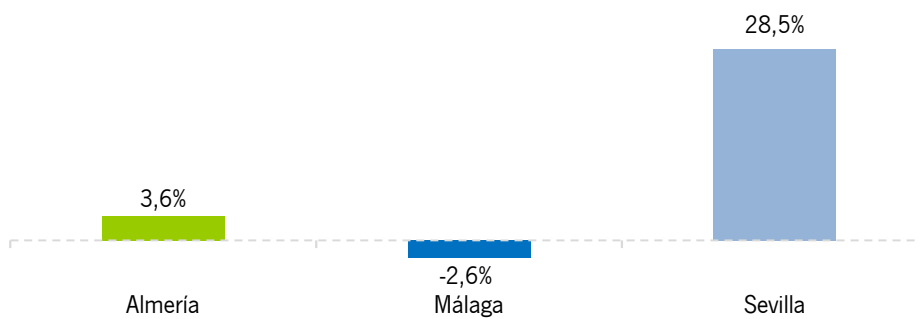
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2018 a 682 mil pasajeros procedentes de aeropuertos de los Países Bajos, un +1,6% más que en el año anterior. El 93,3% utilizó una compañía de bajo coste, siendo Transavia holland Bv la CBC más utilizada, ya que transportó al 67,0% de los pasajeros de 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. El importante crecimiento registrado en el aeropuerto de Sevilla (+28,5%) ha conseguido compensar el retroceso de los pasajeros de esta procedencia en el aeropuerto de Málaga. El aeropuerto de Almería, que registró importantes descensos en 2014 y 2015, vuelve a la senda de crecimiento en 2016, y continúa su ascenso en 2017 y 2018 (+3,6%).

## **Distribución de las llegadas de pasajeros de los Países Bajos a los aeropuertos andaluces. Año 2018**



Fuente: AENA

## ***Evolución de las llegadas de pasajeros de los Países Bajos a los aeropuertos andaluces. Año 2018***



Fuente: AENA

## PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO BELGA. AÑO 2018

### 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 2017 cada habitante del país.

**89%** es la proporción del principal viaje de vacaciones de los belgas que ha tenido como destino un país extranjero en 2017. Otro 11% ha realizado su principal viaje de vacaciones en el propio país.

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

#### *Viajes vacacionales<sup>7</sup> al extranjero de los residentes en Bélgica. Años 2012-2017*

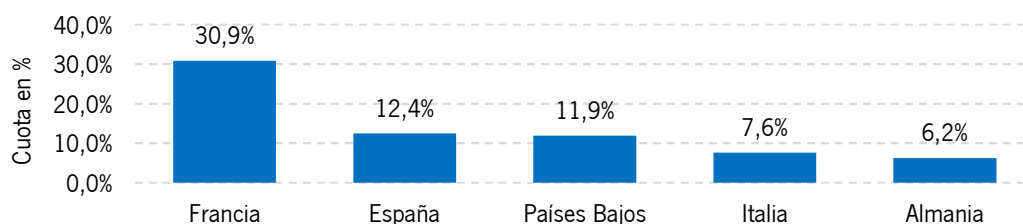
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2013	11.484	11,5%
2014	12.343	7,5%
2015	11.504	-6,8%
2016	14.434	25,5%
2017	13.455	-6,8%

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

**+4,0%** es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años 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 2017*



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

<sup>7</sup> Los viajes vacacionales son de corta y de larga duración.



## 1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

**20,7** son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2017, un +4,4% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado enero-septiembre de 2018 (+3,7%).

**15<sup>a</sup>** 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 de Bélgica se ha desacelerado en 2018, al igual que la mayoría de las economías de la eurozona. Según datos del FMI, el crecimiento del PIB ha sido del +1,4%, tasa inferior a la previsión inicial, y también más baja que la que se alcanzó en 2017 (+1,7%). Este menor crecimiento se ha debido principalmente a la ralentización del consumo y de la inversión privada. Por el momento no se puede valorar cómo esta coyuntura económica ha afectado al consumo de viajes turísticos de belgas en 2018, porque los datos oficiales de dicho año aún no han sido publicados.
- Bélgica es uno de los emisores turísticos europeos con mayor propensión a viajar al extranjero, sobre todo si se trata del principal viaje de vacaciones. Por ello, y aunque la coyuntura económica no sea muy favorable, los belgas continuarán viajando al exterior, ya que la búsqueda de buen clima y de sol permanece como motivación trascendental para salir de vacaciones. No obstante, debe tenerse en cuenta la excelente climatología que han disfrutado los belgas en los meses de mayo a julio de 2018, con temperaturas superiores a 25 grados y sin lluvia, hecho que podría haber reducido la necesidad de salir del país en esta temporada.
- También es muy importante para el turista belga la facilidad de desplazamiento al país de destino, y la conectividad aérea entre España y Bélgica continúa siendo excelente, por lo que no hay motivos para que España no revalide en 2018 su posición en el ranking de destinos, a pesar de la recuperación que se está operando en los competidores del área mediterránea (Turquía, Egipto y sobre todo Túnez).
- De cara a la temporada de verano 2019, España parte en buena posición puesto que, según datos de la asociación de turoperadores ABTO, será el tercer destino preferido (segundo destino internacional) para las vacaciones de los belgas (11% del total), tras Francia (22%) y la propia Bélgica (15%). Los siguientes países son Italia (7%) y Holanda (6 %). Muy por detrás se sitúan Grecia, con cerca de un 4% o Turquía con un 3%. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que, a la hora de elegir los destinos de playa, para los belgas las ofertas son muy importantes, y la competencia vía precios de los destinos del mediterráneo es muy elevada, por lo que la cuota de España puede verse mermada.
- 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.

- España es elegido principalmente por su clima, sus playas, su entorno y su naturaleza. Otros factores destacables son la gastronomía, las compras, el alojamiento confortable y la reputación del destino. España ocupa el tercer lugar en el ranking de destinos y viajes de citytrip. Se demanda principalmente 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 estrellas.

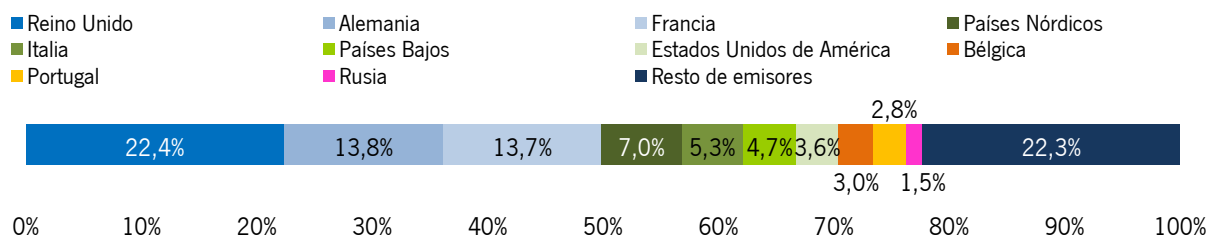
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de Prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña, y FMI.

## 2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### 2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 82,8 millones de turistas internacionales en el año 2018, 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 +1,0%.
- Andalucía es el segundo destino receptor de turismo belga en 2018, solo superada por Comunidad Valenciana.

#### *Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2018*



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

#### *Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo belga. Año 2018*

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	C. Valenciana	21,5%	16,0%
<b>2</b>	<b>Andalucía</b>	<b>19,4%</b>	<b>-7,1%</b>
3	Cataluña	16,1%	-10,1%
4	Canarias	15,3%	-2,2%
5	Baleares	10,5%	9,3%
6	Madrid	7,6%	19,7%
	España	100,0%	1,0%

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

## 2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA BELGA EN ESPAÑA

**Año 2018**

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	124
Estancia media: (días)	8,3
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	57,2%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	85,1%
Uso de paquete turístico:	23,7%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	87,8%
Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

## 2.4 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 57,2% de los turistas belgas que visitaron España en el año 2018 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros belgas suponen el 2,9% del total de noches foráneas realizadas en este año, y han disminuido un -1,6% respecto al año anterior.
- Canarias es el principal destino nacional, presentando un mantenimiento de noches. Andalucía, con una cuota del 18,1%, ocupa la tercera posición en el ranking del movimiento hotelero de España y, al igual que la mayoría de las principales CC.AA. turísticas, ha registrado en 2018 un descenso de pernoctaciones de belgas (-2,7%).

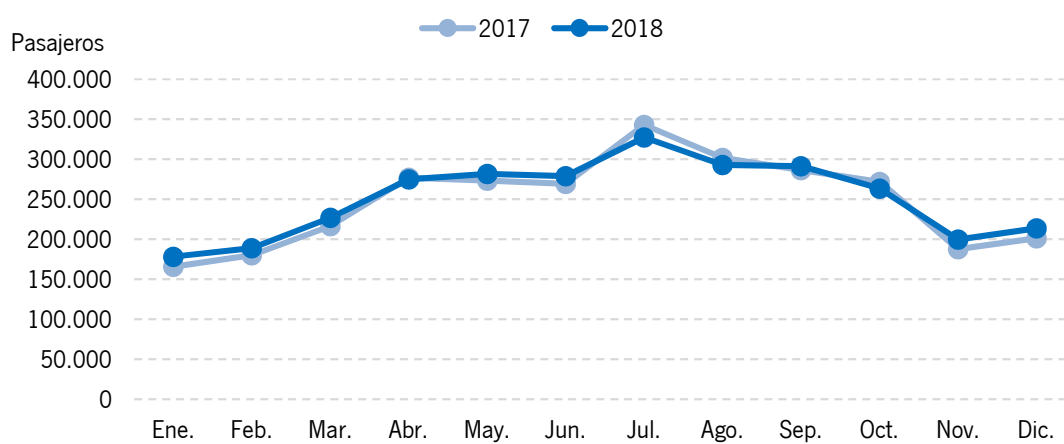
### ***Viajeros y pernoctaciones de belgas en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2018***

CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	255.230	1,0%	2.016.790	0,0%	31,1%
Cataluña	345.934	-0,6%	1.412.493	-2,2%	21,8%
<b>Andalucía</b>	<b>276.748</b>	<b>1,8%</b>	<b>1.176.417</b>	<b>-2,7%</b>	<b>18,1%</b>
C. Valenciana	149.247	0,5%	727.784	-3,2%	11,2%
Baleares	116.603	-3,5%	686.036	-3,5%	10,6%
Madrid	86.392	-0,6%	180.014	-4,8%	2,8%
<b>España</b>	<b>1.388.941</b>	<b>0,6%</b>	<b>6.485.389</b>	<b>-1,6%</b>	<b>100,0%</b>
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

## 2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

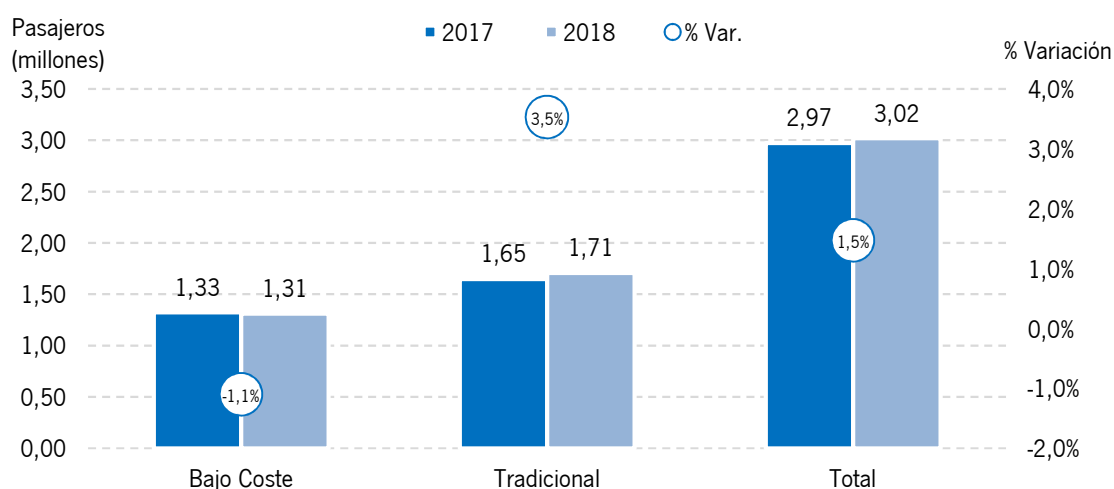
- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2018 a un total de 3,0 millones de pasajeros procedentes de Bélgica, un +1,5% más que en el año anterior, y crecimientos muy moderados en la mayoría de los meses de 2018. Esta cifra representa el 3,3% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2018 al 43,4% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 80,5% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia).

### **Llegadas de pasajeros a España procedentes de Bélgica por meses. Años 2017 y 2018**



Fuente: AENA

### **Llegadas de pasajeros a España procedentes de Bélgica por tipo de compañía. Año 2018**



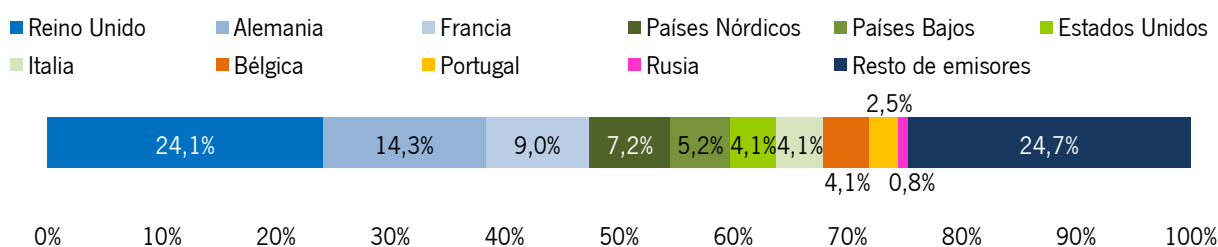
Fuente: AENA

### 3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

#### 3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2018 a 277 mil viajeros belgas que han realizado 1,2 millones de pernoctaciones, un -2,7% menos de noches que en año anterior.
- El belga es el octavo emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el año 2018, sus pernoctaciones suponen el 4,1% 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 2018***

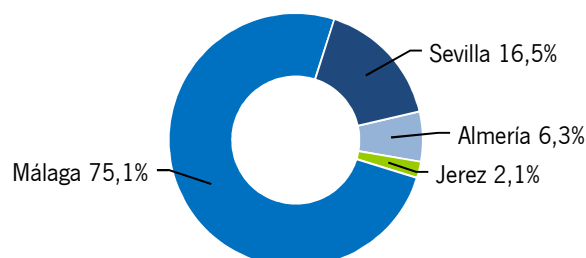


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

#### 3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

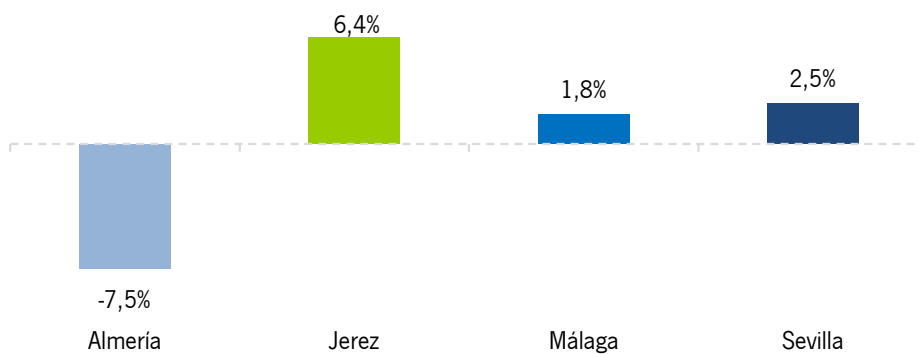
- Los aeropuertos andaluces recibieron en 2018 a 531 mil pasajeros procedentes de Bélgica, un +1,3% más que en el año anterior. El 40,1% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 86,3% de los pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de Bélgica que llegan a la región. Ambos aeropuertos, así como el aeropuerto de Jerez, han evolucionado de manera positiva en 2018, compensando el descenso del aeropuerto de Almería.

#### ***Distribución de las llegadas de pasajeros de Bélgica a los aeropuertos andaluces. Año 2018***



Fuente: AENA

## ***Evolución de las llegadas de pasajeros de Bélgica a los aeropuertos andaluces. Año 2018***



Fuente: AENA

## PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ITALIANO. AÑO 2018

### 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.

**28%** es la proporción del principal viaje de vacaciones de los italianos que ha tenido como destino un país extranjero en 2018. El 72% restante realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

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

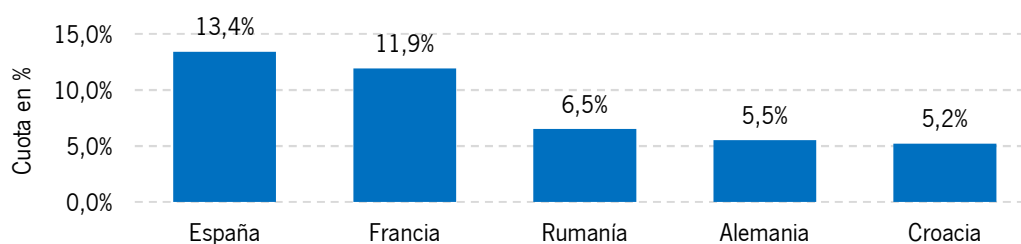
#### *Viajes por motivos personales\* al extranjero de los residentes en Italia. Años 2014-2018*

AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2014	10.963	12,1%
2015	9.454	-13,8%
2016	9.725	2,9%
2017	11.003	13,1%
2018	13.944	26,7%
Fuente: Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)		

**+6,2%** 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 extranjeros de los viajes por motivos personales al extranjero. Año 2018*



Fuente: Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)

\* 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. En 2014 se ha producido un cambio metodológico importante en la operación estadística "VIAGGI E VACANZE IN ITALIA E ALL'ESTERO" del Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT), y por el momento ISTAT no ha efectuado el enlace de las series, por lo que sólo se pueden comparar los datos de los años 2013 a 2017.

## 1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

**30,1** son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2018, un +3,8% más que el año anterior.

**11<sup>a</sup>** 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 2018, la economía italiana entró en recesión técnica, al registrar descensos en los dos últimos trimestres del año. Según el último dato del FMI, el crecimiento del PIB italiano para el año 2018 se situó en el +0,9%, pero la situación económica y financiera del país es delicada: tanto la demanda interna como la externa se han estancado; el sector bancario italiano también presenta señales de debilidad; su deuda pública es muy elevada, por lo que es más vulnerable a los cambios en el mercado. Además, el clima político-social añade incertidumbre: el nuevo Gobierno está formado por el Movimiento 5 estrellas (M5S) y la Liga Norte, dos partidos de ideología opuesta y que, a su vez, están enfrentados a sus socios europeos.

Sin embargo, este clima económico y político parece no haber influido en la demanda de viajes de los italianos: según ISTAT, en 2018 se han realizado un +15,9% de viajes de vacaciones, siendo el crecimiento de las vacaciones en el extranjero aún más acusado (+26,7%).

- El destino principal de los italianos para viajar es su propio país, por lo que se convierte en el principal competidor de España y Francia, tradicionalmente los dos países extranjeros más visitados. Francia predomina en las vacaciones cortas, mientras que España lo hace en las vacaciones de larga duración. España es el destino favorito en todos los trimestres del año, excepto en primavera, que es superado por Francia.
- De España valoran su clima, sus playas, así como la riqueza de su patrimonio cultural y la amplia oferta de ocio y gastronomía. Si bien es cierto que el producto más popular de España para este emisor sigue siendo el sol y playa, con una fuerte concentración geográfica y estacional, la tendencia es a combinarlo con otros productos. Se viene observando 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 aumenta la demanda de este mercado hacia viajes responsables (elección de destinos que no dañen el medio ambiente y sean ecosostenibles) y viajes lúdico-deportivos.

- La vuelta al mercado de destinos como Túnez, Egipto y Turquía no va a suponer una pérdida de cuota para España, primero, porque estos son destinos muy turoperados, y solo el 16% de los italianos que visitaron España en 2018 utilizó el paquete turístico para organizar su viaje. Y segundo, porque la oferta de paquetes de los operadores, tanto para Canarias como Baleares, no puede considerarse una oferta de sustitución de destinos baratos para el segmento familiar, ya que son paquetes más caros.



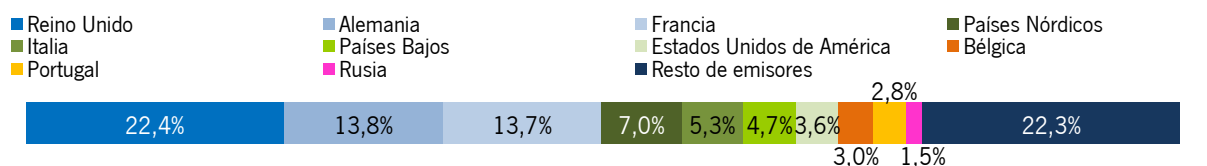
- A la vista de la información disponible de operadores turísticos y de las reservas de vuelos, se espera que España consiga saldar 2019 con una cifra de turistas italianos similar a la de 2018 o con un incremento muy moderado.

Fuente: Ficha ejecutiva, Estudios Prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña, Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT), FMI.

## 2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 82,8 millones de turistas internacionales en el año 2018, el 5,3% procedía de Italia (4,4 millones), posicionándose como el quinto emisor extranjero más importante para España. Este mercado ha evolucionado favorablemente a lo largo del año, registrando una tasa de crecimiento del +3,8%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo italiano en el año 2018, seguido por Baleares y Andalucía.

### *Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2018*



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

### *Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo italiano. Año 2018*

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	27,3%	-0,9%
2	Baleares	17,1%	0,3%
<b>3</b>	<b>Andalucía</b>	<b>12,8%</b>	<b>21,6%</b>
4	Madrid	12,5%	-1,6%
5	C. Valenciana	12,4%	22,5%
6	Canarias	10,3%	-5,3%
	España	100,0%	3,8%

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

## 2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ITALIANO EN ESPAÑA

**Año 2018**

<b>HÁBITOS DE CONSUMO</b>	
Gasto medio diario en destino: (euros)	127
Estancia media: (días)	6,0
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	66,2%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	93,2%
Uso de paquete turístico:	16,0%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	81,0%
Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

## 2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 66,2% de los turistas italianos que visitaron España en el año 2018 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros italianos suponen el 4,2% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año, y han aumentado un +0,9% respecto al año anterior.
- En 2018, Baleares y Cataluña son los destinos nacionales favoritos del viajero italiano. En ambas CC.AA. se han registrado ascensos de pernoctaciones de este emisor, mientras que Andalucía, cuarta en el ranking, registra un crecimiento del +5,2%, evolucionando mejor que la media nacional.

### ***Viajeros y pernoctaciones de italianos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2018***

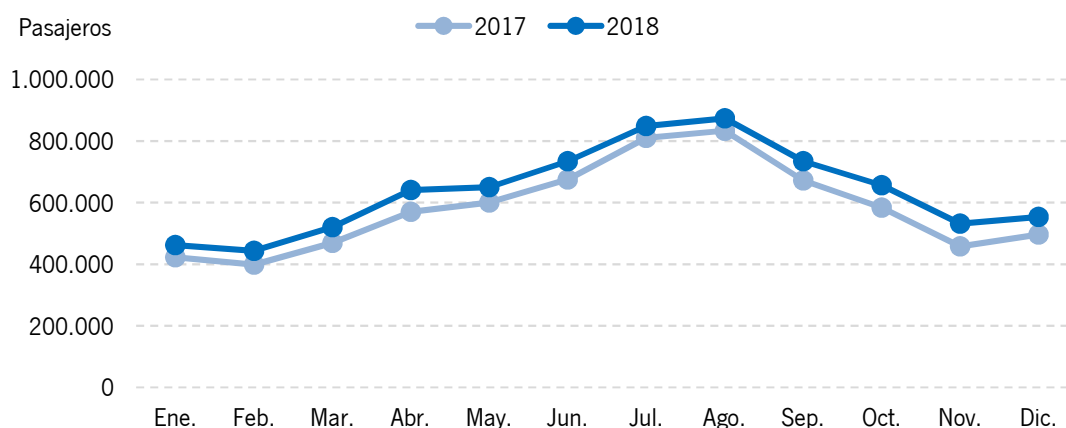
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Baleares	402.274	6,6%	2.117.752	5,7%	22,6%
Cataluña	767.514	4,4%	2.091.758	1,3%	22,3%
Canarias	232.864	-8,9%	1.596.212	-10,2%	17,0%
<b>Andalucía</b>	<b>503.808</b>	<b>0,6%</b>	<b>1.179.129</b>	<b>5,2%</b>	<b>12,6%</b>
Madrid	380.501	-2,6%	886.033	-3,1%	9,4%
C. Valenciana	275.483	13,6%	792.451	16,3%	8,4%
<b>España</b>	<b>2.945.860</b>	<b>0,7%</b>	<b>9.389.091</b>	<b>0,9%</b>	<b>100,0%</b>
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

## 2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2018 a un total de 7,7 millones de pasajeros procedentes de Italia, un +9,5% más que en el año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2018. Esta cifra representa el 8,4% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.

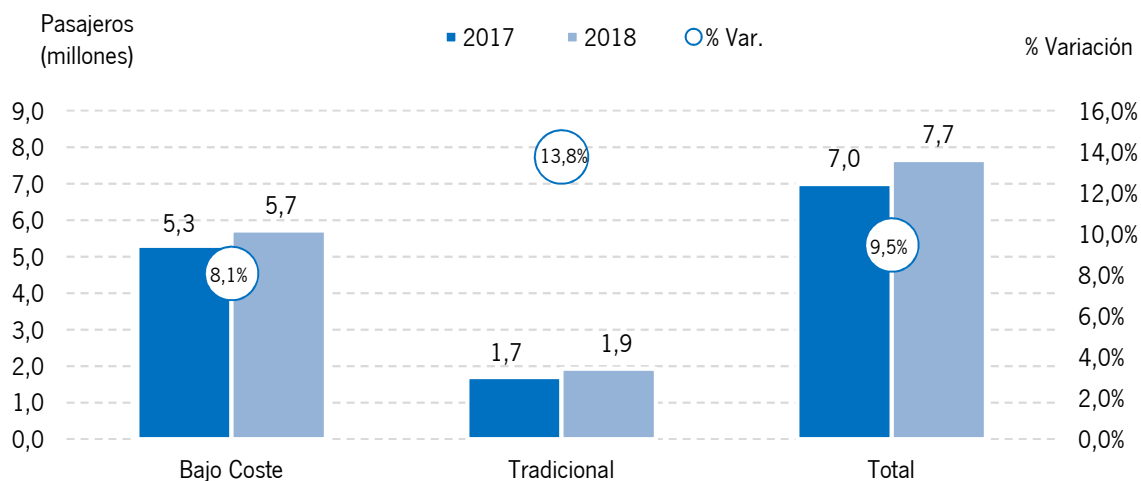
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2018 al 74,8% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 54,6% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este año).

**Llegadas de pasajeros a España procedentes de Italia por meses.  
Años 2017 y 2018**



Fuente: AENA

**Llegadas de pasajeros a España procedentes de Italia por tipo de compañía.  
Año 2018**



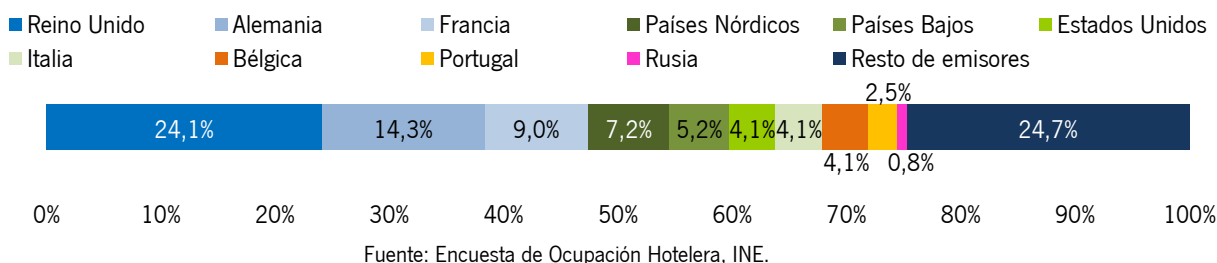
Fuente: AENA

### 3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

#### 3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2018 a 504 mil viajeros italianos que han realizado 1,2 millones de pernoctaciones, un +5,2% más de noches que en el año anterior.
- El italiano es el séptimo emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el año 2018, sus pernoctaciones suponen el 4,1% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región en dicho año.

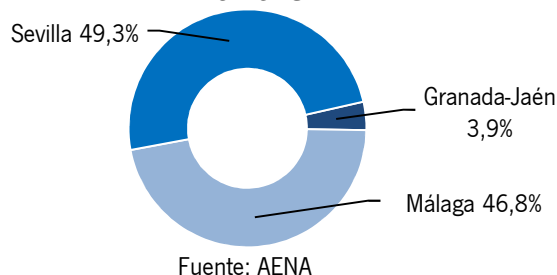
#### **Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2018**



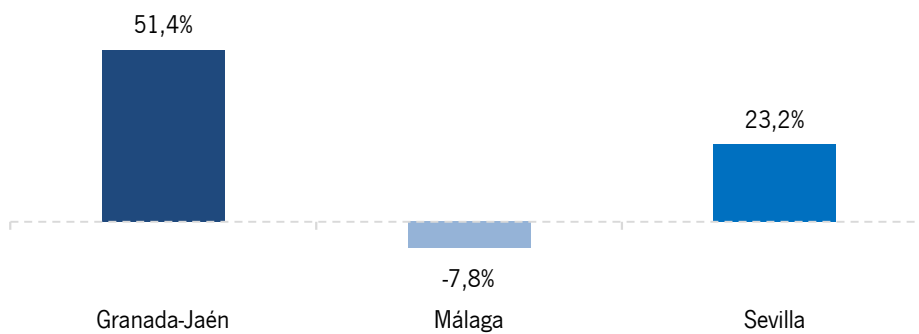
#### 3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2018 a 663 mil pasajeros procedentes de Italia, un +7,0% más que en el año anterior. El 91,5% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 64,4% de los pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de Italia que llegaron a la región en 2018, pero mientras el primero descende, el aeropuerto de Sevilla registra un fuerte aumento (+23,2%). Más elevado es aún el crecimiento registrado en el aeropuerto de Granada-Jaén, gracias a que en marzo de 2017 se estableció una conexión con Italia (Milán), y en septiembre de 2018 otra conexión con Nápoles, que han permitido a este aeropuerto canalizar hasta un 2,7% de pasajeros de esta procedencia en 2017, y un 3,9% en el año 2018.

#### **Distribución de las llegadas de pasajeros de Italia a los aeropuertos andaluces. Año 2018**



## ***Evolución de las llegadas de pasajeros de Italia a los aeropuertos andaluces. Año 2018***



Fuente: AENA

## PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO PORTUGUÉS. AÑO 2018

### 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 2017 cada habitante del país.

**23%** es la proporción del principal viaje de vacaciones de los portugueses que ha tenido como destino un país extranjero en 2017. El 77% restante realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuentes: Eurostat, European Commission

#### *Viajes turísticos<sup>9</sup> al extranjero de los residentes en Portugal. Años 2014-2018*

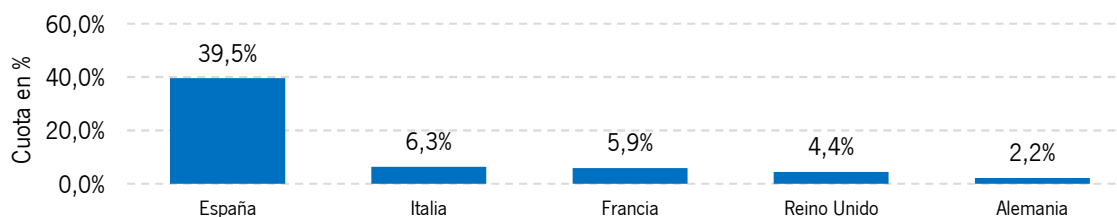
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2014	1.628,4	9,3%
2015	1.892,5	16,2%
2016	1.940,6	2,5%
2017	2.194,7	13,1%
2018	2.486,5	13,3%

Fuente: INE – Inquérito às Deslocações dos Residentes y Procura Turística dos Residentes (datos 2018)

**+11,2%** 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 2017<sup>10</sup>*



Fuente: INE – Inquérito às Deslocações dos Residentes

<sup>9</sup> 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.

<sup>10</sup> De la publicación "Procura Turística dos Residentes - 4º trimestre 2018" se ha obtenido un avance de los viajes turísticos al extranjero de los portugueses en 2018, pero no los destinos de los viajes vacacionales largos al extranjero, información que saldrá publicada en agosto de 2019.

## 1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

**4,8** son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2017, un +11,5% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado enero-septiembre de 2018 (+8,9%).

**47<sup>a</sup>** 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 del FMI, en el año 2018 la tasa de crecimiento del PIB luso ha sido del +2,1%, superior a la media de la zona euro, aunque algo más bajo del inicialmente previsto (+2,3%). La tasa de desempleo sí se ha reducido cómo se pronosticó (del 8,9% en 2017 al 7,1% en 2018) y el crecimiento de los precios ha sido incluso más moderado de lo que se esperaba para este año, situándose la inflación de Portugal por debajo la evolución de los precios en la eurozona. Este clima positivo ha favoreciendo un mayor volumen de viajes de los portugueses en 2018 (crecimientos del +3,2% en viajes domésticos y del +13,3% en viajes al extranjero), e invita a ser optimista para el año 2019 si la coyuntura económica sigue por esta senda de crecimiento.
- El mercado turístico emisor portugués muestra un fuerte peso del turismo interior y una escasa propensión a viajar al extranjero en comparación con otros países europeos, convirtiendo a Portugal en el principal competidor. No obstante, el auge del turismo extranjero en Portugal ha provocado que el turista residente tenga que reservar con mayor antelación para garantizar sus vacaciones, para aprovechar las ofertas de reserva anticipada o asumiendo una subida de los precios medios, lo cual puede desviar flujos de turistas lusos a destinos españoles más competitivos.
- España continúa siendo el primer destino internacional de los portugueses, tanto en gasto turístico como en volumen de viajes. Su cercanía y facilidad de acceso por carretera, propicia que España mantenga su ventaja comparativa respecto a otros destinos internacionales, y facilita que los portugueses aprecien y se identifiquen con las costumbres, la cultura y la gastronomía españolas. No obstante, esta cercanía también favorece el excursionismo (que supuso el 79% del total de visitantes portugueses que recibió España en 2018) 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.
- También se viene constatando una recuperación de los destinos de “sol y playa” tradicionales solo accesibles por avión (Túnez, Egipto y Turquía), así como el refuerzo de la oferta de otros competidores (Cabo Verde, Marruecos y ciudades europeas).
- El mercado emisor portugués es un mercado maduro y fiel, pero se puede seguir creciendo si, además de continuar trabajando con el segmento familiar, se potencian otros productos dirigidos al segmento cosmopolita (como estancias urbanas, turismo cultural, golf, salud y bienestar, compras y MICE), productos con una mayor capacidad de generar ingresos y de desestacionalizar la demanda, y proyectando una imagen de calidad que permita diferenciar a los destinos españoles de sus competidores.

- A partir de abril de 2019 se han abierto nuevas conexiones aéreas desde Oporto con Málaga, Sevilla, Bilbao y Alicante. Es una oportunidad para captar viajeros del norte de Portugal interesados más bien en un turismo de “city breaks”, que en un turismo de “sol y playa”, lo que favorecería 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.

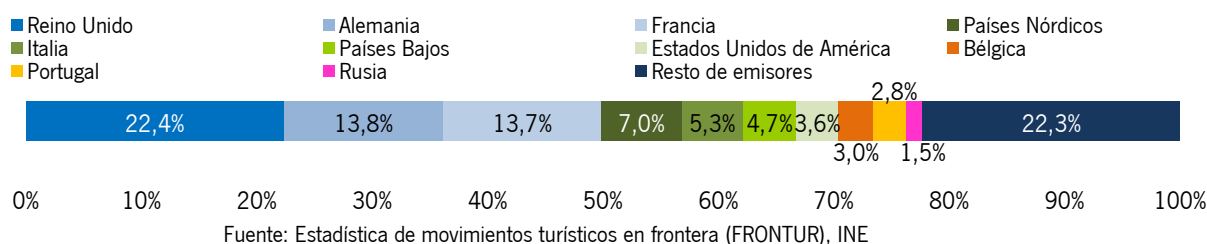
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña; FMI; INE PT.

## 2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### 2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 82,8 millones de turistas internacionales en el año 2018, el 2,8% procedía de Portugal (2,3 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 +9,7%.
- 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 2018*



#### *Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo portugués. Año 2018*

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Galicia	24,6%	57,7%
2	<b>Andalucía</b>	<b>13,8%</b>	<b>-6,5%</b>
3	Madrid	12,8%	-8,0%
4	Castilla y León	11,2%	-21,9%
5	Extremadura	9,9%	13,0%
6	Cataluña	8,2%	10,5%
7	C. Valenciana	4,8%	-9,4%
	España	100,0%	9,7%

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



## 2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA PORTUGUÉS EN ESPAÑA

**Año 2018**

<b>HÁBITOS DE CONSUMO</b>	
Gasto medio diario en destino: (euros)	119
Estancia media: (días)	3,4
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	67,7%
Principal vía de acceso: Carretera	79,7%
Uso de paquete turístico:	15,8%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	65,1%
Fuente: Estadística de movimientos turísticos en frontera (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

## 2.5 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 67,7% de los turistas portugueses que visitaron España en el año 2018 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros portugueses suponen el 1,8% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año y han aumentado un +7,5% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Andalucía<sup>11</sup>, con una cuota del 18,2%, es el principal destino nacional, presentando una evolución positiva (+5,1%) para el año 2018.

### ***Viajeros y pernoctaciones de portugueses en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2018***

CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
<b>Andalucía</b>	<b>262.231</b>	<b>5,4%</b>	<b>732.214</b>	<b>5,1%</b>	<b>18,2%</b>
Cataluña	209.676	9,7%	584.861	11,7%	14,5%
Baleares	94.549	-3,0%	554.400	-0,6%	13,8%
Madrid	247.864	4,2%	467.664	3,7%	11,6%
C. Valenciana	93.685	11,5%	391.072	13,1%	9,7%
Canarias	56.412	8,0%	343.993	9,7%	8,6%
<b>España</b>	<b>1.519.434</b>	<b>6,7%</b>	<b>4.020.836</b>	<b>7,5%</b>	<b>100,0%</b>
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

## 2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

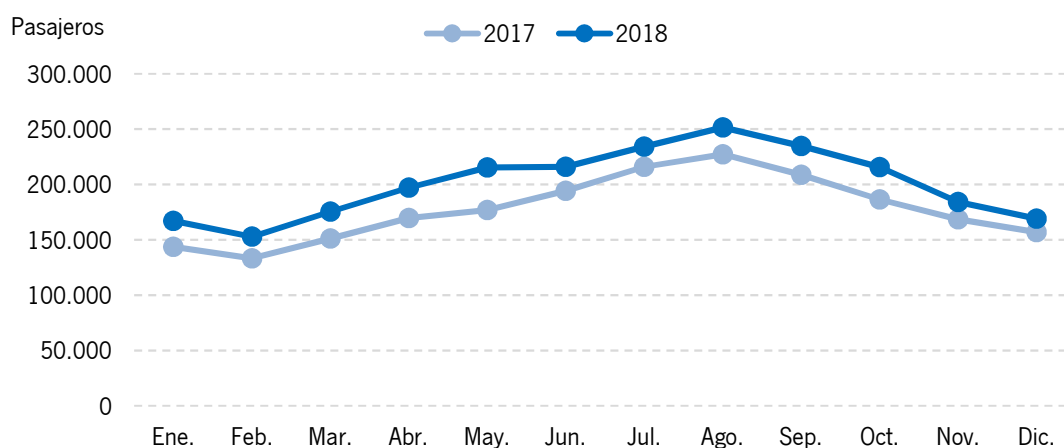
- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2018 a un total de 2,4 millones de pasajeros procedentes de Portugal, un +13,2% más que en el año anterior, y crecimientos en todos los

<sup>11</sup> Hasta que INE no publique los datos definitivos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del año 2018 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.

meses de 2018. Esta cifra representa el 2,6% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.

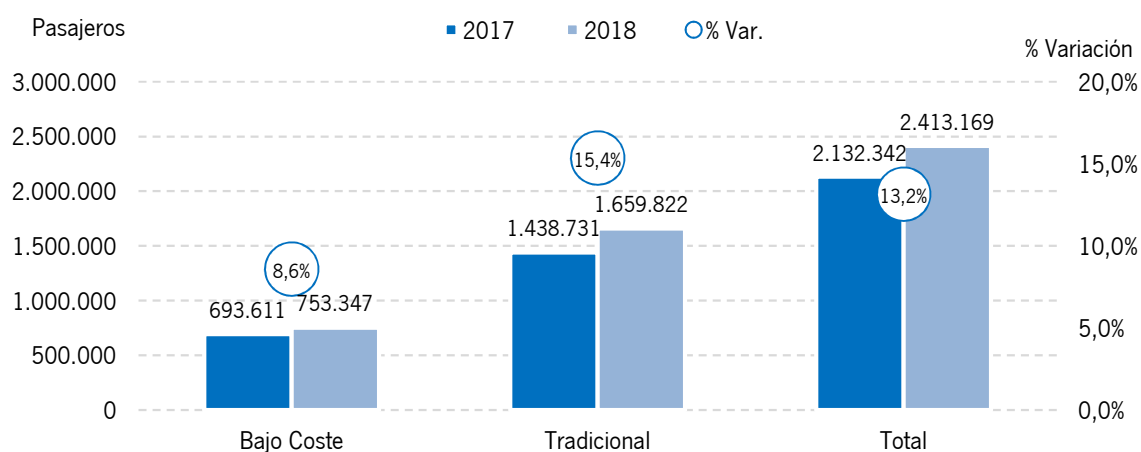
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2018 al 31,2% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir y Vueling son las CBC más importantes (transportaron a España el 46,7% y el 39,8%, respectivamente, de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en 2018).

## Llegadas de pasajeros a España procedentes de Portugal por meses. Años 2017 y 2018



Fuente: AENA

## Llegadas de pasajeros a España procedentes de Portugal por tipo de compañía. Año 2018



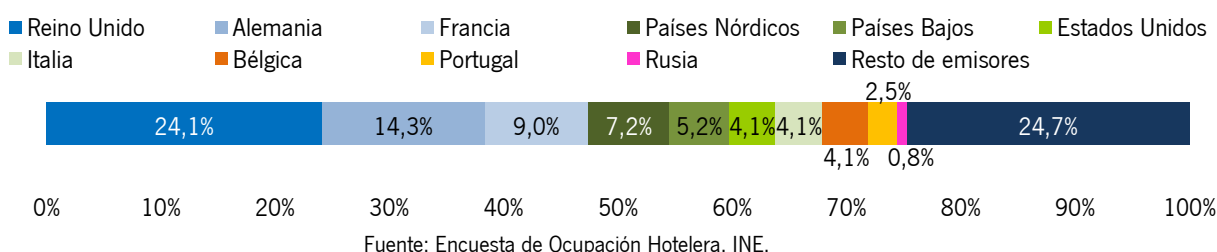
Fuente: AENA

### 3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

#### 3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2018 a 262 mil viajeros portugueses que han realizado 732 mil de pernoctaciones, un +5,1% 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 2018. Sus pernoctaciones suponen el 2,5% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de Andalucía en dicho año.

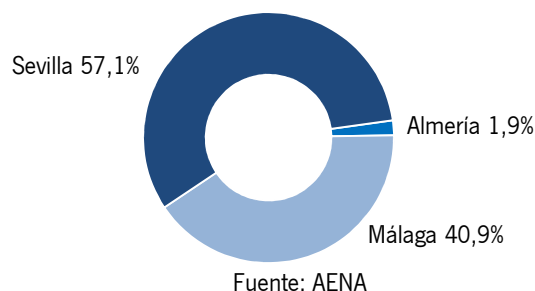
#### ***Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2018***



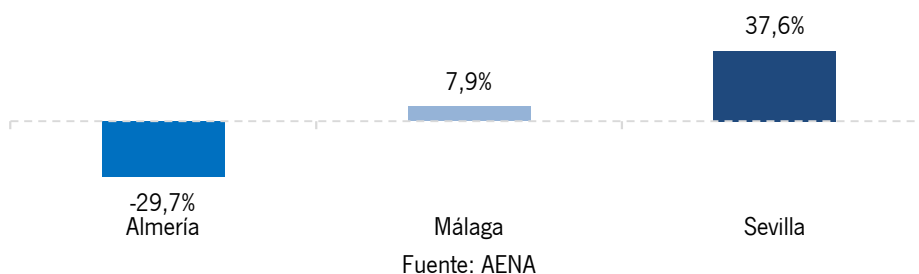
#### 3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2018 a 113 mil pasajeros procedentes de Portugal, un +21,8% más que en el año anterior. La gran mayoría de estos pasajeros (96,1%) utilizó una compañía tradicional en su traslado a Andalucía.
- Los aeropuertos de Sevilla y Málaga reciben a la mayoría de los pasajeros de Portugal que llegan a la región, con un reparto de cuota bastante equitativo. Ambos aeropuertos registran crecimientos en la llegada de pasajeros de esta procedencia para el año 2018, si bien destaca el aumento del aeropuerto sevillano (+37,6%). El aeropuerto de Almería, con una presencia minoritaria, además evoluciona a la baja.

#### ***Distribución de las llegadas de pasajeros de Portugal a los aeropuertos andaluces. Año 2018***



***Evolución de las llegadas de pasajeros de Portugal a los aeropuertos andaluces.  
Año 2018***



## 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	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
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)	