

Principales cifras mercados turísticos extranjeros en Andalucía Año 2017

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



PRINCIPALES CIFRAS MERCADOS TURÍSTICOS EXTRANJEROS EN ANDALUCÍA

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte

EDITA

Consejería de Turismo y Deporte
C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n
41092 Sevilla
correo-e: publicaciones.ctd@juntadeandalucia.es

ELABORA

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.
C/ Compañía nº 40
29008, Málaga
T. 951 299 300 Fax. 951 299 365
Correo e.: saeta@andalucia.org

Publicación electrónica semestral disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Deporte e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones>
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
▪ Fuentes utilizadas.....	54

INTRODUCCIÓN

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

Se trata de informes ejecutivos breves (no más de 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 2017

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.

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 2013-2017

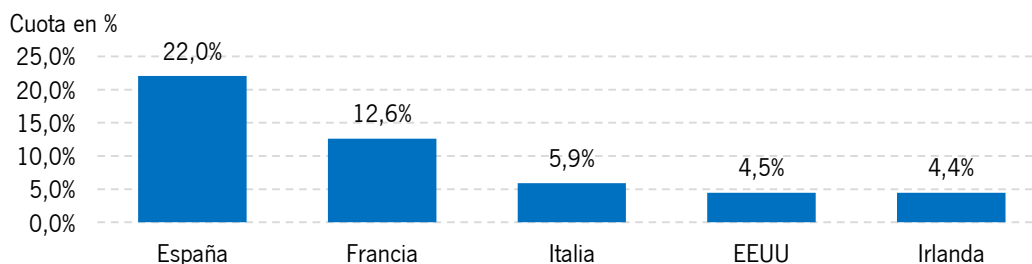
AÑOS	Visitas (miles)	% Variación
2013	57.792	2,2%
2014	60.082	4,0%
2015	65.720	9,4%
2016	70.815	7,8%
2017	72.315	2,1%

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

+5,8% 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 2017¹



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

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

63,4 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2017, un +2,6% más que el año anterior.

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

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

¹ Datos del periodo enero-septiembre de 2017.

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- Los **impactos negativos** que el **Brexit** (la salida del Reino Unido de la UE) iban a producir tanto en el volumen de turistas que el Reino Unido emite al extranjero así como en el gasto turístico que realizan, **se han materializado en el corto plazo en una ralentización de los crecimientos**: aunque sí se ha producido una devaluación de la libra esterlina respecto al euro (descendiendo un -10,5% desde el referéndum hasta finales de 2016, y otro -6,5% a lo largo de 2017), los viajes al extranjero de los británicos han aumentado un +7,8% en 2016 y un +2,1% en el año 2017. Y los gastos por turismo internacional han crecido un +10,0% en 2016 y un +2,6% en 2017.
- Además de los efectos inmediatos, **a medio y largo plazo**, es previsible una desaceleración de la economía británica como consecuencia del Brexit y, por tanto, un descenso de las rentas disponibles: de hecho, el FMI pronosticó que el crecimiento del PIB del país para 2017 sería del +2,0% y finalmente ha sido del +1,8%. El componente que más se está viendo afectado es el consumo de las familias, castigado por la pérdida de poder adquisitivo en un contexto de inflación al alza (los precios al consumidor subieron un +0,6% en 2016 pero han aumentado un +2,7% en 2017) generado por la depreciación de la libra, y no debemos olvidar que es la economía doméstica la que en última instancia decide si se realiza o no un viaje turístico.
- Otros factores importantes a medio plazo son los efectos sobre la operatividad aérea y su influencia en la turoperación (para aquellos que incluyen vuelos en su oferta). El acceso al acuerdo de “cielos abiertos” con la UE es un asunto clave en las negociaciones del Brexit para las compañías aéreas. De no conseguirse, para operar vuelos desde el Reino Unido, sería necesario buscar acuerdos bilaterales con cualquier destino de la UE, con los efectos y perjuicios que ello supondría. La devaluación de la libra también tiene un coste para los operadores y aerolíneas que debe pagar combustible.
- A pesar de las dificultades, los británicos no van a renunciar fácilmente a sus vacaciones, porque para ellos se han convertido en una necesidad y no en 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 si el clima es favorable en el Reino Unido.
- España y otros destinos europeos se beneficiaron en 2016 de un volumen de turistas británicos desplazados de otros destinos competidores de la cuenca mediterránea (Egipto, Túnez y Turquía) afectados por situaciones de terrorismo o de inestabilidad política y social. También se vieron beneficiados destinos más lejanos, ayudado por la reducción del impuesto APD. Pero en 2017 han mejorado las condiciones de seguridad en el norte de África, permitiendo que Turquía y Egipto hayan vuelto al mercado, destinos tradicionales de sol y playa que además son más baratos, lo que combinado con la devaluación de la libra frente al euro, pronostica para España una bajada de turistas británicos y de su gasto para los próximos meses.
- 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, cesado sus operaciones a partir de octubre de 2017, al declararse insolvente, siendo el mayor colapso de la aviación del Reino Unido, dejando en manos del Gobierno británico arreglar el regreso de 110.000 turistas. Además, los vuelos y vacaciones futuros han sido cancelados y no serán reprogramados. Málaga es uno de los siete aeropuertos españoles afectados.

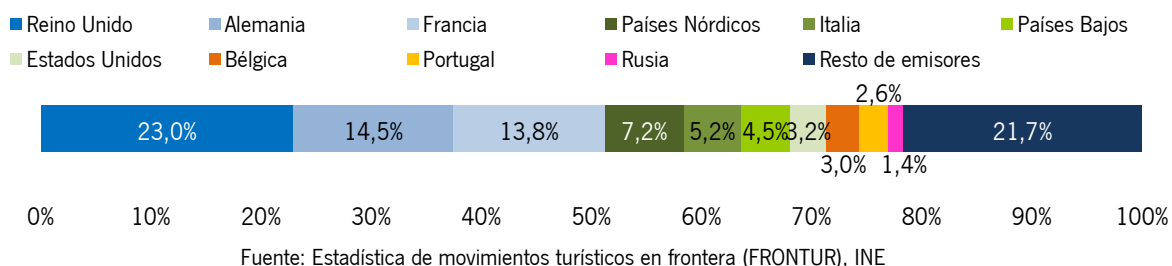
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. Office for National Statistics (ONS), OMT y FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 81,8 millones de turistas internacionales en el año 2017, el 23,0% procedía del Reino Unido, posicionándose una vez más como el primer emisor extranjero. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha registrado un crecimiento del +6,2%.
- Los destinos insulares y Andalucía son los principales receptores de turismo británico.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2017



Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo británico. Año 2017

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	28,8%	9,1%
2	Baleares	19,9%	2,8%
3	Andalucía	16,3%	0,8%
4	C. Valenciana	15,4%	14,5%
5	Cataluña	11,5%	4,9%
6	Madrid	2,9%	8,8%
	España	100,0%	6,2%

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

2.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 62,8% de los turistas británicos que visitaron España en el año 2017 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones de británicos suponen el 25,4% del total de pernoctaciones de extranjeros realizadas en 2017, y han descendido respecto al año anterior a una tasa del -0,8%.
- Canarias y Baleares son los destinos nacionales más importantes. Andalucía se posiciona en el tercer puesto y registra para el año 2017 un descenso de pernoctaciones de británicos (-0,8%) en línea con la media de España.

Viajeros y pernoctaciones de británicos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2017

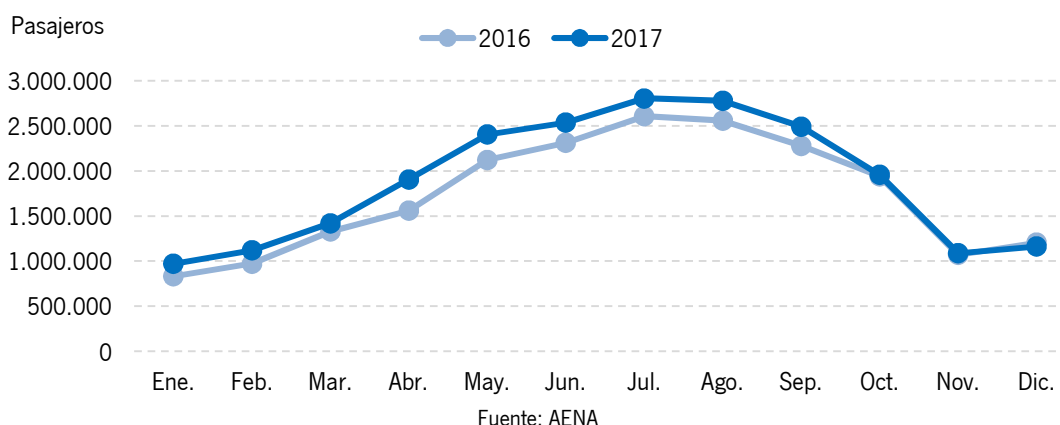
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	2.690.477	6,4%	21.009.588	2,5%	36,8%
Baleares	2.354.753	-7,1%	14.381.719	-8,6%	25,2%
Andalucía	1.551.089	1,6%	7.127.721	-0,8%	12,5%
C. Valenciana	1.198.406	9,9%	6.445.362	7,7%	11,3%
Cataluña	1.450.451	-0,7%	6.128.533	0,4%	10,7%
Madrid	395.848	-0,2%	891.769	-0,1%	1,6%
España	10.209.852	1,2%	57.118.884	-0,8%	100,0%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

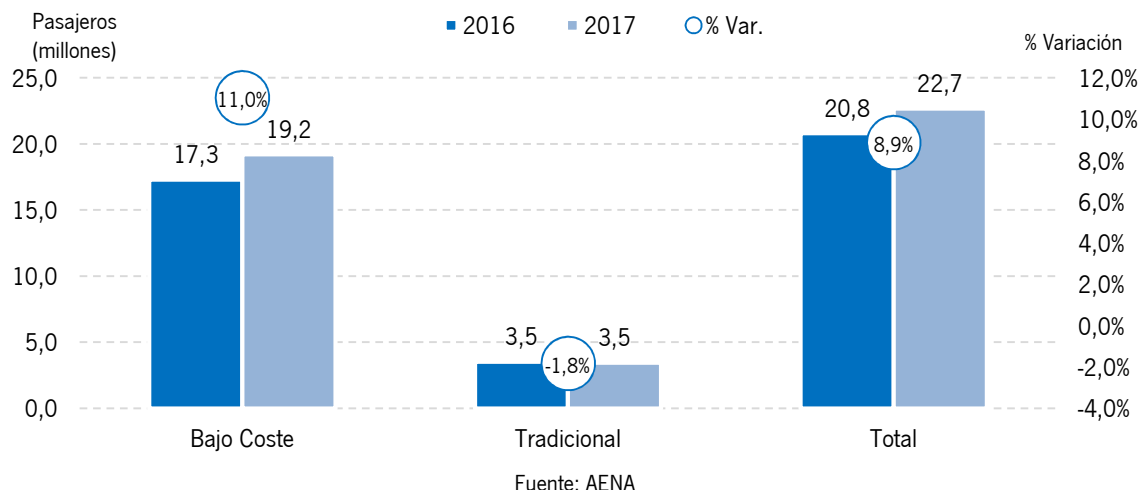
2.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2017 a un total de 22,7 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido, un +8,9% más y crecimientos en la mayoría de los meses de 2017. Esta cifra representa el 25,9% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en 2017 al 84,7% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir y EasyJet Airlines son las CBC más importantes: trajeron a España al 54,4% de los pasajeros de bajo coste procedentes de aeropuertos británicos.

Llegadas de pasajeros a España procedentes del Reino Unido por meses. Años 2016 y 2017



Llegadas de pasajeros a España procedentes del Reino Unido por tipo de compañía. Año 2017



3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA BRITÁNICO EN ANDALUCÍA

- Se estima en 2,88 millones los turistas británicos que visitaron Andalucía en 2017, que representan el 24,1% del turismo extranjero y el 9,7% del total de turistas recibidos en la región durante este año. Respecto al año anterior el turismo británico ha aumentado un +1,9%.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	51,7%	Gasto medio diario en destino*: (euros)	70,65
Edad: De 45 a 64 años	34,0%	Estancia media: (días)	9,6
Situación laboral: Ocupados	48,9%	Estacionalidad: (concentración en el 3º trim.)	35,5%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA		Principal tipo de alojamiento: Hotelero	62,8%
		Principal medio de transporte: Avión	88,2%
Valoración del destino: (escala de 1 a 10)	8,4	Uso de intermediarios:	35,6%
Aspectos mejor valorados: (escala 1 a 10)		Principales factores de elegir Andalucía:	
- Atención y trato recibidos	8,9	- Clima; Visita a monumentos	64,8%; 14,4%
- Entornos urbanos	8,9	Principal canal de información sobre Andalucía:	
Grado de fidelidad: (% que repite visita)	55,3%	- Experiencia propia	51,5%
		Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
		- Disfrute/uso de la playa; Compras	77,7%; 26,1%

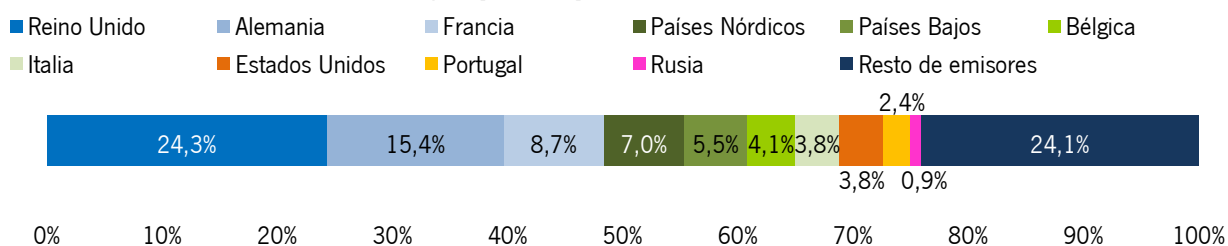
Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). IECA

* No incluye gasto en origen

3.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2017 a 1,6 millones de viajeros británicos que han realizado 7,1 millones de pernoctaciones, un -0,8% menos de noches que en el año anterior.
- El británico sigue siendo el principal emisor extranjero para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 24,3% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región durante el año 2017.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2017

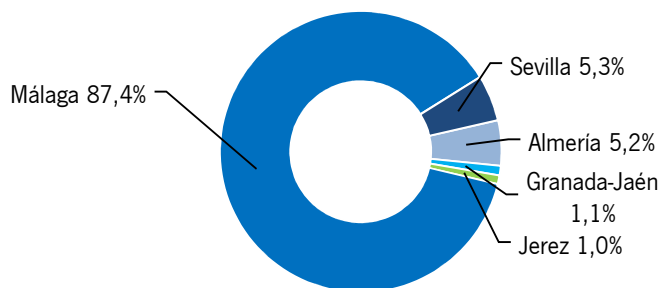


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.3 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

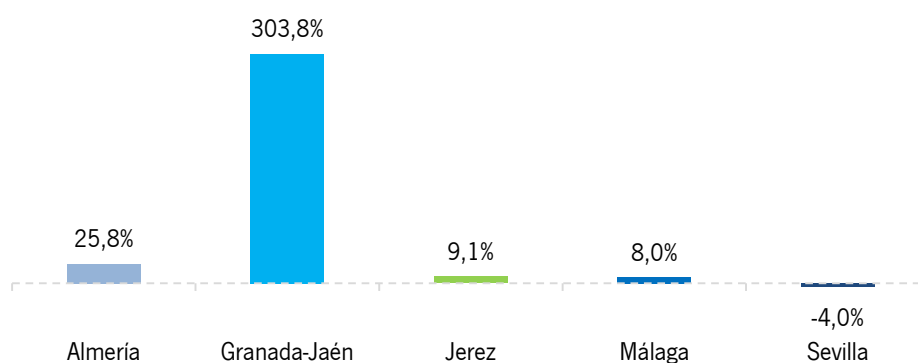
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre del año 2017 a 3,4 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido, un +9,0% más que en el año anterior. El 91,0% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo EasyJet Airlines y RyanAir las CBC más utilizadas, ya que transportaron al 61,6% 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 febrero de 2017 se establece una conexión entre Londres-Gatwick y el aeropuerto de Granada-Jaén, canalizando este aeropuerto hasta un 1,1% de pasajeros de esta procedencia, 28 mil pasajeros más respecto al año anterior. También destaca el crecimiento del aeropuerto de Almería.

Distribución de las llegadas de pasajeros del Reino Unido a los aeropuertos andaluces. Año 2017



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros del Reino Unido a los aeropuertos andaluces. Año 2017



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ALEMÁN. AÑO 2017

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 2016 cada habitante del país.

72% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los alemanes que ha tenido como destino un país extranjero en 2017. Otro 28% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

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

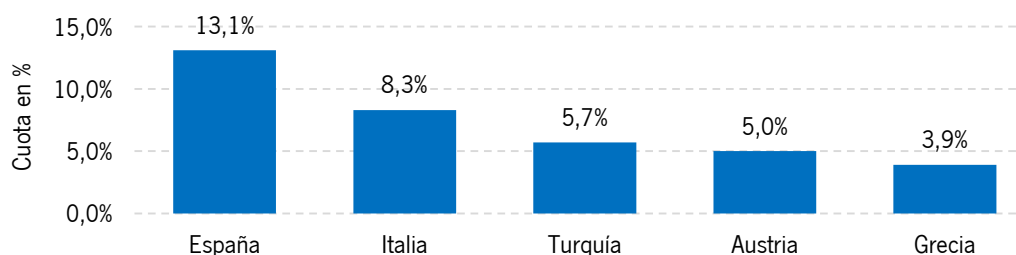
Viajes vacacionales largos² de los residentes en Alemania. Años 2013-2017

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

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 2017



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

² 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.

³ 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

83,7 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2017, un +2,8% más que el año anterior.

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- En 2017, la economía alemana cierra el año con una tasa de crecimiento del PIB del +2,5% (frente al +1,9% de 2016), lo que indica una aceleración del crecimiento, y una tasa de desempleo el +3,8%, inferior en 0,3 puntos a la registrada en 2016. Fundamentada en esta envidiable evolución de los principales indicadores macroeconómicos, la confianza del consumidor alemán ha permanecido durante todo 2017 en valores muy elevados, lo que unido a que para los alemanes el “viaje vacacional” es prioritario entre sus consumos, ha propiciado el aumento del +1,3% en los viajes vacacionales largos del año 2017.
- Desde hace décadas, en torno al 70% de los viajes vacacionales de los alemanes se hacen al extranjero, mientras que el 30% restante se disfrutan en la propia Alemania, un reparto que apenas cambia de un año para otro. También permanece casi inalterable su preferencia por el sol y la playa como motivación principal, seguida por la relajación/descanso, las vacaciones familiares, los viajes de naturaleza y los experienciales.
- España es, con claridad, el primer destino turístico de los alemanes en sus viajes vacacionales de larga duración al extranjero y es líder indiscutible en el producto de sol y playa, con un elevado porcentaje de paquetes frente a los viajes independientes. En 2016, España se benefició del traspaso de turistas alemanes procedentes de los destinos competidores del Mediterráneo que ofrecen este mismo producto y que se han visto afectados por problemas de terrorismo y/o incertidumbre geopolítica (Túnez, Egipto y Turquía). Para los viajeros alemanes, la sensación de seguridad se convierte nuevamente en un aspecto muy importante a la hora de decidir el destino a visitar.
- En 2017, España permanece como destino favorito, captando el 13,1% de las salidas, seguido a gran distancia de Italia, Turquía y Austria. Pero de entre los 10 principales destinos en el extranjero, Austria, Grecia, Croacia, Polonia y Portugal registraron ganancias respecto a 2016, mientras que España perdió cuota de mercado. La cuota de Turquía, destino muy penalizado por su situación política y sus complicadas relaciones con Alemania, se estabiliza en 2017 al mismo nivel del año anterior. Y para los destinos del Norte de África ya se ha logrado un cambio de rumbo, con notables crecimientos de la demanda en 2017.
- En cuanto a la conectividad aérea, es necesario mencionar que Air Berlín, la segunda aerolínea más importante de Alemania por volumen de pasajeros, se declaró insolvente a mediados de agosto de 2017, comenzando así su proceso de venta, siendo varias las compañías que finalmente han adquirido o alquilado activos de Airberlin Group (EasyJet, Thomas Cook, Laudamotion GmbH, Lufthansa).

- A medio plazo se espera que los flujos turísticos a España de este emisor se vayan normalizando a medida que se incremente la competencia (se recuperen las cuotas de los destinos mediterráneos) y que se incrementen los precios de la oferta derivados del incremento inusual de la demanda.

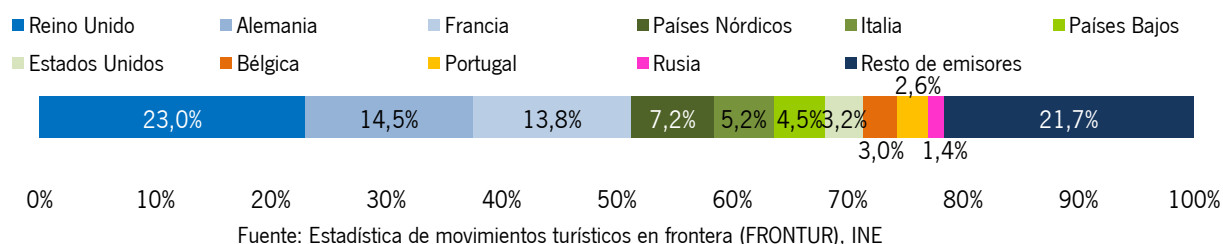
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña, FMI y FUR.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 81,8 millones de turistas internacionales en el año 2017, el 14,5% procedía de Alemania, posicionándose como el segundo emisor extranjero más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado un crecimiento del +6,0%.
- 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 2017



Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo alemán. Año 2017

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Baleares	40,8%	5,0%
2	Canarias	24,7%	4,3%
3	Cataluña	13,1%	0,9%
4	Andalucía	9,4%	13,2%
5	C. Valenciana	4,3%	1,3%
6	Madrid	3,3%	19,4%
	España	100,0%	6,0%

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

2.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 67,1% de los turistas alemanes que visitaron España en el año 2017 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones de alemanes suponen el 22,4% del total de pernoctaciones de extranjeros realizadas en el país en este año, y han aumentado un +1,5% respecto al año anterior.

- Canarias y Baleares son los principales destinos nacionales, presentando ambas una evolución positiva respecto al año anterior. Andalucía se posiciona en el tercer puesto y registra el mayor incremento de noches de las principales CC.AA. turísticas, superando ampliamente a la media nacional.

Viajeros y pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2017

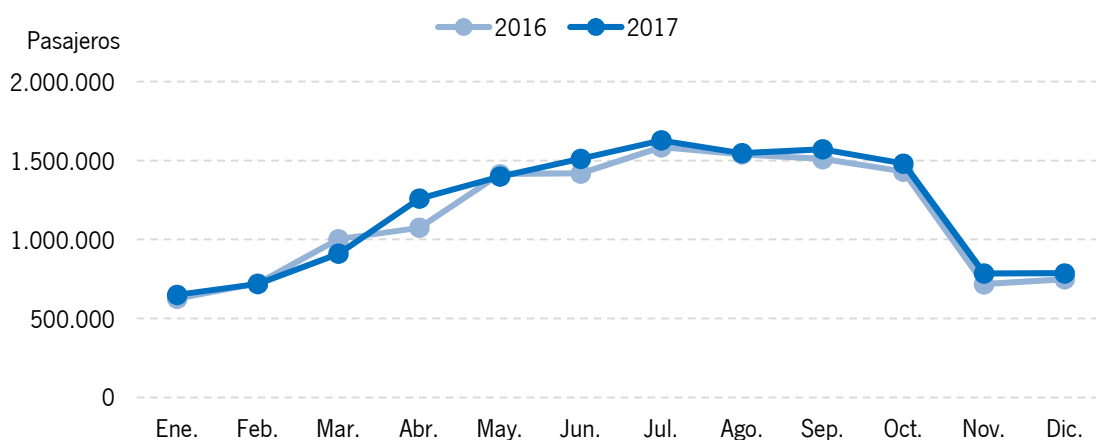
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Baleares	3.281.663	0,4%	22.059.737	2,1%	43,8%
Canarias	2.000.872	2,9%	18.214.359	0,3%	36,2%
Andalucía	925.855	7,9%	4.518.354	9,4%	9,0%
Cataluña	896.473	-4,4%	3.454.992	-5,4%	6,9%
Madrid	273.288	-2,8%	648.213	-0,8%	1,3%
C. Valenciana	150.622	7,0%	473.045	1,8%	0,9%
España	8.032.279	1,2%	50.320.419	1,5%	100,0%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

2.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

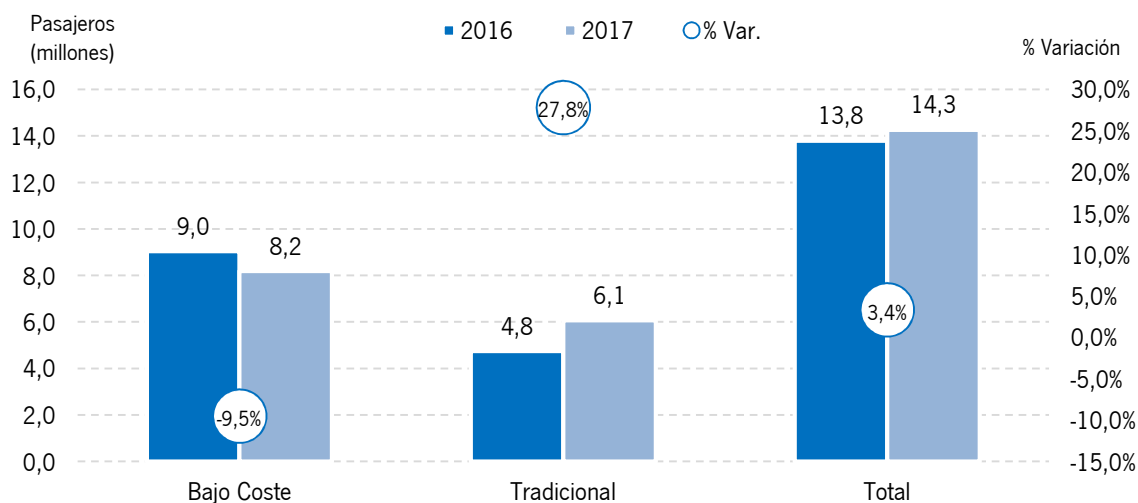
- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2017 a un total de 14,3 millones de pasajeros procedentes de Alemania, un +3,4% más, registrándose crecimientos en la mayoría de los meses de 2017. Esta cifra representa el 16,3% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2017 al 57,4% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir, seguida por Flyni, son las CBC más importantes (trajeron a España el 53,8% de los pasajeros de bajo coste procedentes de aeropuertos alemanes).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Alemania por meses. Años 2016 y 2017



Fuente: AENA

**Llegadas de pasajeros a España procedentes de Alemania por tipo de compañía.
Año 2017**



Fuente: AENA

3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ALEMÁN EN ANDALUCÍA

- Se estima en 1,34 millones los turistas alemanes que visitaron Andalucía en 2017, que representan el 11,2% del turismo extranjero y el 4,5% del total de turistas recibidos en la región durante este año. Respecto al año anterior, el turismo alemán ha aumentado un +8,3%.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Sexo: Varón	51,7%	Gasto medio diario en destino*: (euros)	70,1
Edad: De 45 a 64 años	36,4%	Estancia media: (días)	11,8
Situación laboral: Ocupados	66,6%	Estacionalidad: (concentración en el 3º trim.)	30,6%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA		Principal tipo de alojamiento: Hotelero	69,8%
		Principal medio de transporte: Avión	87,4%
Valoración del destino: (escala de 1 a 10)	8,4	Principales factores de elegir Andalucía:	
Aspectos mejor valorados: (escala 1 a 10)		- Clima	40,0%
- Atención y trato recibidos	8,7	- Visita a monumentos	30,4%
- Paisajes y parques naturales	8,7	Principal canal de información sobre Andalucía:	
Grado de fidelidad: (% que repite visita)	39,9%	- Experiencia propia	51,0%
		Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
		- Disfrute/uso de la playa; Visitas a monumentos	59,5%; 55,2%

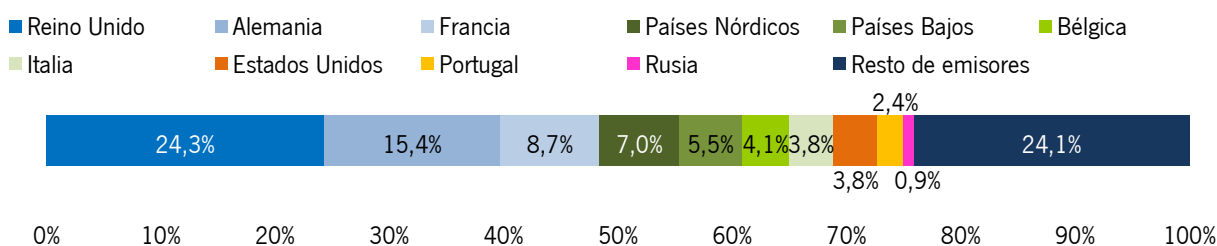
Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). IECA

* No incluye gasto en origen

3.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2017 a 926 mil viajeros alemanes que han realizado 4,5 millones de pernoctaciones, un +9,4% más de noches que en el año anterior.
- El alemán es el segundo emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 15,4% 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 2017

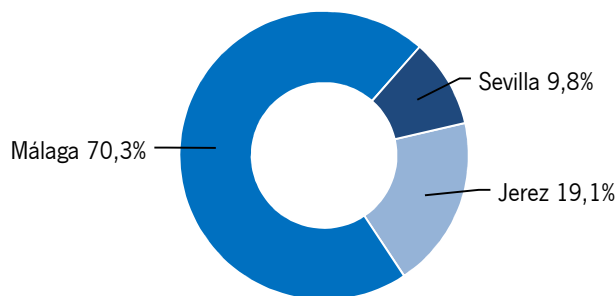


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.3 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

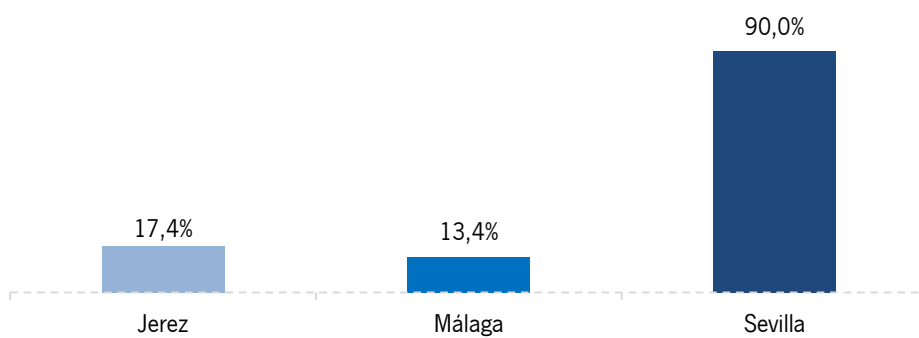
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2017 a 1,16 millones de pasajeros procedentes de Alemania, un +19,1% más que en el año anterior. El 69,9% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir y Flyniko las CBC más utilizadas, pues transportaron al 64,4% de los pasajeros de este tipo de compañías que procedía de Alemania.
- El aeropuerto de Málaga es el que recibe a la mayoría de los pasajeros de Alemania que llegan a la región. Las llegadas al aeropuerto de Almería desde Alemania descendieron mucho en 2015, 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 9,8% para el año 2017.

Distribución de las llegadas de pasajeros de Alemania a los aeropuertos andaluces. Año 2017



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de Alemania a los aeropuertos andaluces. Año 2017



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO FRANCÉS. AÑO 2017

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 2016 cada habitante del país.

20% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los franceses que ha tenido como destino un país extranjero en 2016. El 80% restante realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

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

Viajes por motivos personales al extranjero⁴ de los residentes en Francia. Años 2012-2016

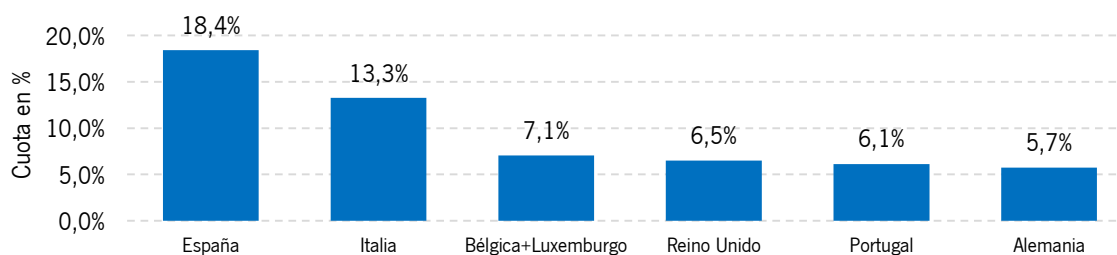
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2012	17.546	-4,3%
2013	17.900	2,8%
2014	19.343	8,1%
2015	18.339	-5,2%
2016	18.450	0,6%

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

+1,3% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en los viajes por motivos personales al extranjero.

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

Principales destinos de los viajes por motivos personales al extranjero. Año 2016



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

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

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

41,4 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2017, un +0,8% más que el año anterior.

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- En 2017, la economía francesa prosigue su recuperación, cerrando el ejercicio con un crecimiento del PIB real del +1,8%, superior al inicialmente previsto por el FMI para este año (+1,4%), y una reducción de la tasa de paro también superior a la prevista. Este clima económico más favorable permitirá recuperar la confianza de los consumidores y por lo tanto las ganas de viajar de los franceses (aún está pendiente que se publiquen los datos turísticos oficiales correspondientes al año 2017).
- En 2016, los franceses habían realizado menos viajes por motivos personales, tanto a destinos extranjeros y sus territorios de ultramar (-0,9%), así como a destinos en la Francia metropolitana (-2,1%). Las condiciones meteorológicas y sociales al final de la primavera y el verano fueron particularmente desfavorables a la movilidad turística, sobre todo para los viajes domésticos (atentado en Niza y numerosas huelgas en el país contra la reforma laboral).
- El turista francés viaja fundamentalmente dentro de su país, así que la propia Francia se convierte en el principal competidor. En cuanto a los destinos extranjeros visitados, España e Italia, aunque continúan siendo los destinos más visitados, han perdido algo de terreno en 2016, mientras que Portugal, se ha convertido en un destino cada vez más apreciado por los franceses. También los destinos de larga distancia han crecido en 2016 en mayor proporción que en años anteriores (Estados Unidos, Canadá, Cuba, República Dominicana y Tailandia).
- Para el año 2017, la mejora de las condiciones de seguridad en el norte de África unido a las dificultades de los turoperadores para encontrar plazas hoteleras en los países de la cuenca mediterránea europea (España, Italia y Grecia) así como en Portugal, confirman una reactivación de los destinos de sol y playa tradicionales para el segmento de familias del emisor francés, como son Túnez y Marruecos, que recuperan parte de sus cuotas de mercado.
- España es, desde hace decenios, el destino internacional preferido 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, su estilo de vida y señas de identidad propias hacen que sea percibido como un destino vacacional ideal para las familias francesas y para las vacaciones de bajo presupuesto.
- Pero dados los índices de saturación de los destinos costeros españoles, habrá dificultades para seguir creciendo en el mercado francés para el producto de sol y playa (de hecho, en 2017 se

mantuvo prácticamente estable la cifra de turistas franceses que visitaron España, según FRONTUR). Sin embargo, se puede seguir creciendo si se potencian otros productos con alta demanda en este mercado (como estancias urbanas, turismo cultural, turismo de naturaleza, compras y gastronomía), y otras zonas geográficas de España menos conocidas. Este tipo de productos además tienen más capacidad de generar ingresos y contribuyen a desestacionalizar la demanda, ya que pueden realizarse a lo largo de todo el año.

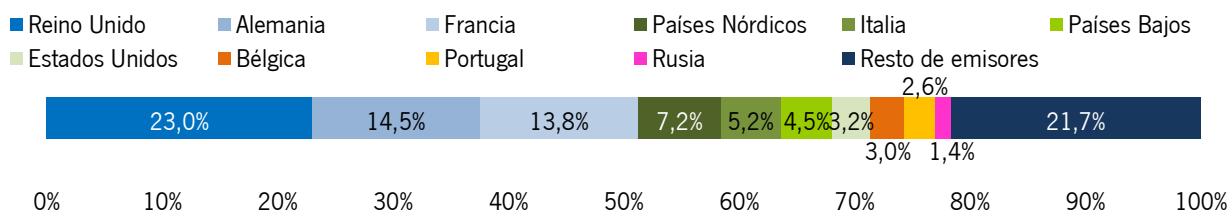
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña; Direction Générale des Entreprises (DGE), Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique; FMI; Estadística de movimientos turísticos en frontera (FRONTUR), INE.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 81,8 millones de turistas internacionales en el año 2017, el 13,8% procedía de Francia (11,2 millones), posicionándose como el tercer emisor extranjero más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado un ligero descenso (-0,1%).
- 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 2017



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

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo francés. Año 2017

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	39,7%	-2,4%
2	C. Valenciana	13,5%	7,2%
3	Andalucía	11,1%	-0,3%
4	Madrid	5,3%	-1,3%
5	Baleares	5,2%	-7,8%
6	Canarias	4,9%	1,1%
	España	100,0%	-0,1%

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

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA FRANCÉS EN ESPAÑA

Año 2017

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	87
Estancia media: (días)	7,2
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	43,6%
Principal vía de acceso: Carretera	64,7%
Uso de paquete turístico:	10,3%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	82,6%
Fuente: Estadística de movimientos turísticos en frontera (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 43,6% de los turistas franceses que visitaron España en el año 2017 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros franceses suponen el 7,6% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año y han disminuido un -3,8% respecto al año anterior.
- Cataluña es el principal destino nacional, presentando una evolución descendente (-2,4%) en el año de 2017. Andalucía, con una cuota del 14,8%, ocupa la tercera posición en el ranking del movimiento hotelero de España y también ha registrado un descenso de pernoctaciones en este periodo (-7,3%).

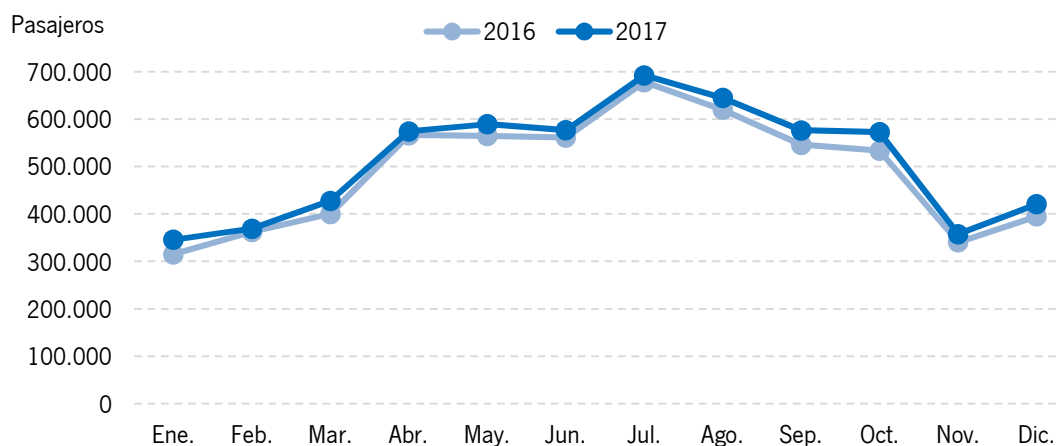
Viajeros y pernoctaciones de franceses en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2017

CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Cataluña	2.351.184	0,9%	6.500.520	-2,4%	37,8%
Canarias	414.947	3,2%	2.938.398	-1,6%	17,1%
Andalucía	845.851	-5,8%	2.543.186	-7,3%	14,8%
Baleares	368.250	-1,7%	2.116.768	-12,3%	12,3%
Madrid	379.121	3,6%	804.913	4,2%	4,7%
C. Valenciana	267.752	11,6%	733.001	2,6%	4,3%
España	5.647.914	0,0%	17.214.182	-3,8%	100,0%
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE					

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

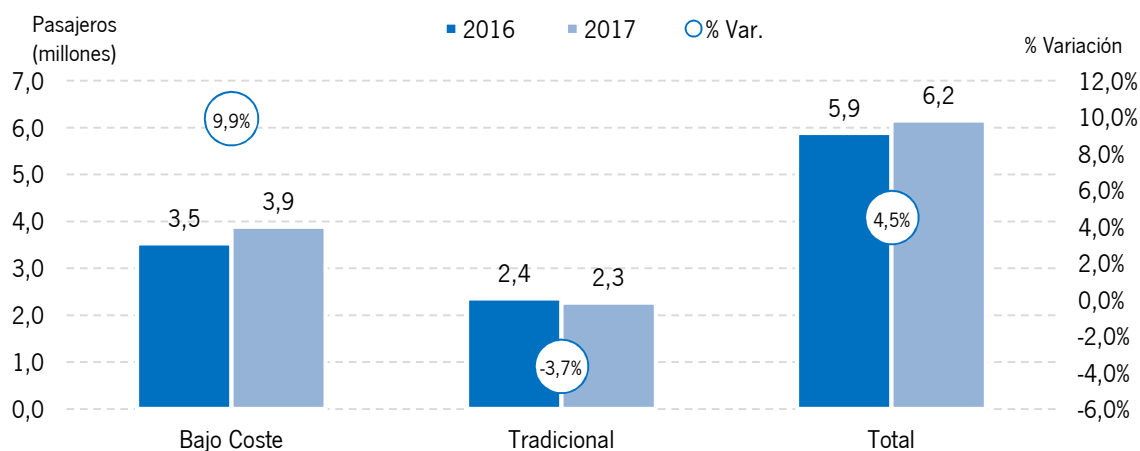
- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2017 a un total de 6,2 millones de pasajeros procedentes de Francia, un +4,5% más que en el mismo periodo del año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2017. Esta cifra representa el 7,0% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2017 al 63,1% de los pasajeros procedentes de este mercado. Vueling es la CBC más importante. transportó a España el 43,2% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este año.

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Francia por meses. Años 2016 y 2017



Fuente: AENA

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Francia por tipo de compañía. Año 2017



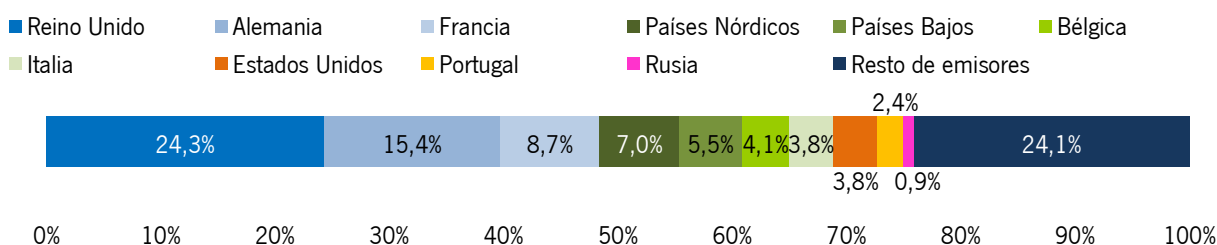
Fuente: AENA

3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2017 a 846 mil viajeros franceses que han realizado 2,5 millones de pernoctaciones, un -7,3% menos de noches que en el año anterior.
- El mercado francés es el tercer emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el año 2017. Sus pernoctaciones suponen el 8,7% 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 2017

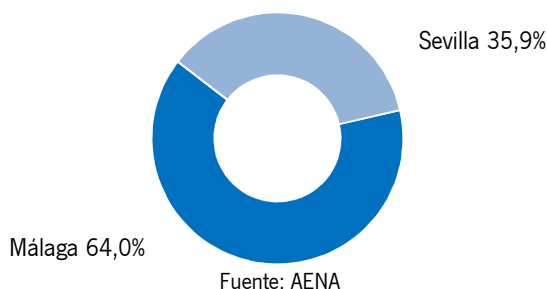


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2017 a 833 mil pasajeros procedentes de Francia, un -2,8% menos que en el año anterior. El 71,0% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Vueling la CBC más utilizada, con una cuota del 35,8% 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. El resto de aeropuertos andaluces suponen solamente una cuota del 0,2% en este año. Mientras que el aeropuerto de Málaga registra un ligero crecimiento en la llegada de pasajeros de esta procedencia (+0,6%), el de Sevilla evoluciona a la baja (-8,3%).

Distribución de las llegadas de pasajeros de Francia a los aeropuertos andaluces. Año 2017



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de Francia a los aeropuertos andaluces. Año 2017



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO DE LOS PAÍSES NÓRDICOS. AÑO 2017

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 2016 cada habitante de los países nórdicos:

Dinamarca: **1,4**; Finlandia: **1,7**; Noruega: **1,5**; Suecia: **0,9**

Fuente: Eurostat, European Commission y Statistics Norway .

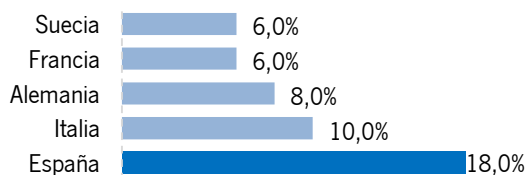
- Proporción del principal viaje de vacaciones de los nórdicos que ha tenido como destino un país extranjero o el propio país en 2016:

	Extranjero	Propio país
Dinamarca	75%	25%
Finlandia	51%	49%
Noruega	58%	42%
Suecia	57%	43%
Fuente: Eurostat, European Commission y Statistics Norway		

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

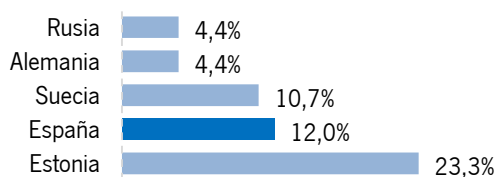
Principales destinos extranjeros de los viajes vacacionales de los nórdicos⁵.

Dinamarca. Año 2016



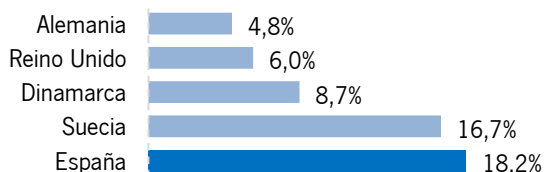
Fuente: Statistics Denmark

Finlandia. Año 2017



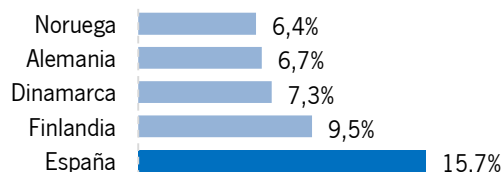
Fuente: Statistics Finland

Noruega. Año 2017



Fuente: Statistics Norway

Suecia. Año 2016



Fuente: Eurostat, European Commission

⁵ No hay datos oficiales disponibles del año 2017 de Dinamarca ni de Suecia.

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

48,3 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: +2,2% para Dinamarca; +5,3% para Finlandia; +3,4% para Noruega; +14,2% para Suecia.

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- Según el FMI, exceptuando Suecia, el resto de las economías nórdicas han registrado en 2017 crecimientos del PIB por encima de los inicialmente previstos, y también superiores a los registrados en 2016: +2,1% para Dinamarca, +3,0% para Finlandia, +1,8% para Noruega y +2,4% para Suecia. Esta evolución positiva de las economías nórdicas asegura el nivel de vida de sus poblaciones y eleva sus niveles de confianza.
- Si a estas condiciones económicas favorables se le añade la elevada intensidad viajera de la población nórdica, que antepone el gasto en vacaciones a otros consumos, y que está sometida a una climatología muy adversa en los meses de invierno, se espera que los viajes vacacionales al extranjero hayan aumentado en 2017 en todos ellos (las cifras oficiales para este año aún no se han publicado para el caso de Suecia y Dinamarca, no obstante ya se confirma que Finlandia ha realizado un +6,9% más de viajes vacacionales al extranjero que en 2016 y Noruega un +7,0% más).
- Para los nórdicos, el turismo de sol y playa sigue siendo el producto más para las vacaciones largas. Su importancia no ha decrecido en los últimos años, y aunque cada vez más tienden a organizar sus viajes de forma independiente, los turoperadores no han disminuido la oferta de paquetes de este producto, siendo las familias con niños y la población nórdica de la tercera edad sus clientes más fieles. No obstante, se tiende a personalizar este producto 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.
- El segundo producto más solicitado son las visitas cortas a ciudades (turismo cultural, gastronómico, arte, compras, etc.), que además viene registrando elevadas tasas de crecimiento en los últimos años. También es necesario mencionar el creciente 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 y está bien posicionada en el turismo de golf. En cambio, no se la asocia suficientemente con el turismo de ciudad ni con la cultura, ni se conocen sus grandes recursos naturales. Se puede seguir creciendo en el mercado nórdico si se trabaja en la diversificación de productos y en la complementariedad

de la oferta, lo que permitiría avanzar en la diversificación de destinos nacionales y en la desestacionalización de la demanda nórdica.

- Los datos del mercado turoperado para la temporada de verano de 2017 evidencian que España continúa siendo el país más popular entre los turistas nórdicos para pasar sus vacaciones. Pero destaca la buena evolución de otros destinos clásicos del Mediterráneo con una oferta similar en este producto y precios más bajos, como son Grecia, Croacia, Chipre y Bulgaria. Para Turquía y Túnez parece constatar un cambio en la tendencia descendente de los últimos tres años.
- Se está produciendo un incremento sensible de los ciudadanos nórdicos interesados en adquirir una segunda residencia en España. Esta tendencia refuerza por una parte la fidelización de los viajeros nórdicos al destino, y aseguraría un flujo más estable y continuo a lo largo de todo el año, reduciendo la estacionalidad de este emisor.

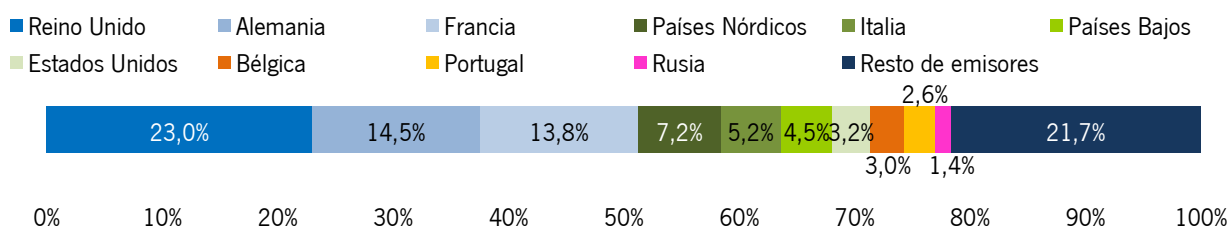
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña, FMI, Statistics Finland y Statistics Norway

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 81,8 millones de turistas internacionales en el año 2017, el 7,2% procedía de los Países Nórdicos (5,9 millones), posicionándose como el cuarto emisor extranjero más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado un incremento del +14,2%.
- Canarias es el principal receptor de turismo nórdico. Andalucía se posiciona en segundo lugar, captando el 21,1% de los turistas de este mercado en el año 2017.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2017



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

**Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo de los Países Nórdicos.
Año 2017**

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	29,3%	3,8%
2	Andalucía	21,1%	32,3%
3	Baleares	17,1%	23,1%
4	Cataluña	13,5%	6,1%
5	C. Valenciana	13,4%	15,4%
6	Madrid	1,9%	-11,1%
	España	100,0%	14,2%

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

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA NÓRDICO EN ESPAÑA

Año 2017

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	139
Estancia media: (días)	8,6
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	63,8%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	98,3%
Uso de paquete turístico:	39,4%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	90,8%

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

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 63,8% de los turistas nórdicos que visitaron España en el año 2017 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros nórdicos suponen el 6,6% del total de noches foráneas realizadas en el país en este periodo, y han aumentado un +11,0% respecto al año anterior.
- Canarias es, con diferencia, el principal destino nacional de los nórdicos en este periodo, seguida por Baleares, con cuotas del 40,9% y el 24,6%, respectivamente. En todas las principales CC.AA. turísticas ha aumentado el número de pernoctaciones de este emisor respecto al año anterior, si bien destacan los crecimientos de Baleares, Andalucía y C. Valenciana.

Viajeros y pernoctaciones de nórdicos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2017

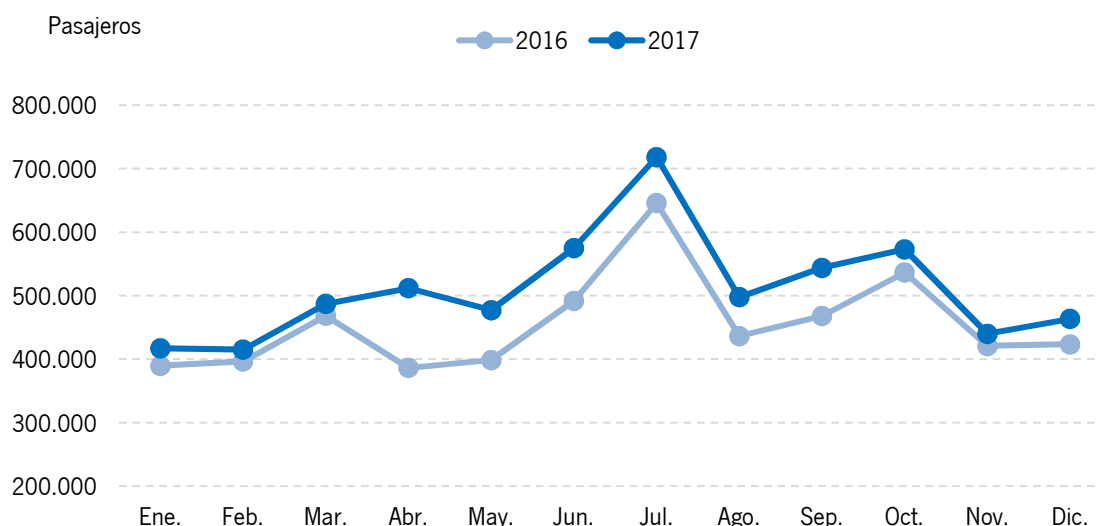
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	787.704	3,1%	6.071.115	3,0%	40,9%
Baleares	586.545	25,6%	3.656.894	27,7%	24,6%
Andalucía	478.773	17,8%	2.046.063	20,2%	13,8%
Cataluña	506.426	2,4%	1.649.978	1,1%	11,1%
C. Valenciana	172.754	17,2%	694.603	20,2%	4,7%
Madrid	151.597	4,6%	391.671	8,0%	2,6%
España	2.864.455	9,9%	14.859.240	11,0%	100,0%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

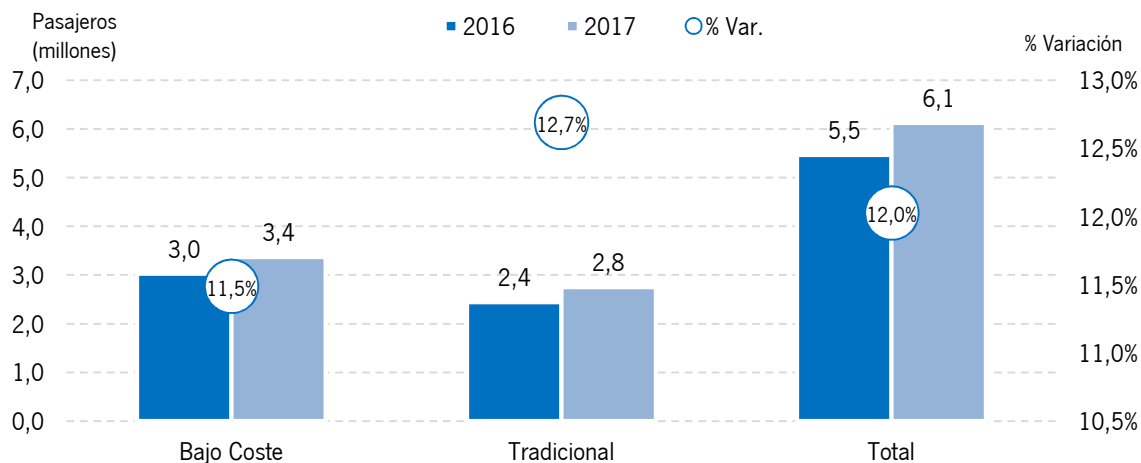
- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2017 un total de 6,1 millones de pasajeros procedentes de los Países Nórdicos, un +12,0% más que en el año anterior y crecimientos en todos los meses de 2017. Esta cifra representa el 7,0% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron al 55,1% de los pasajeros procedentes de este mercado. Norwegian Air International es la CBC más importante (transportó a España el 54,2% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en el año 2017).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Nórdicos por meses. Años 2016 y 2017



Fuente: AENA

Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Nórdicos por tipo de compañía. Año 2017



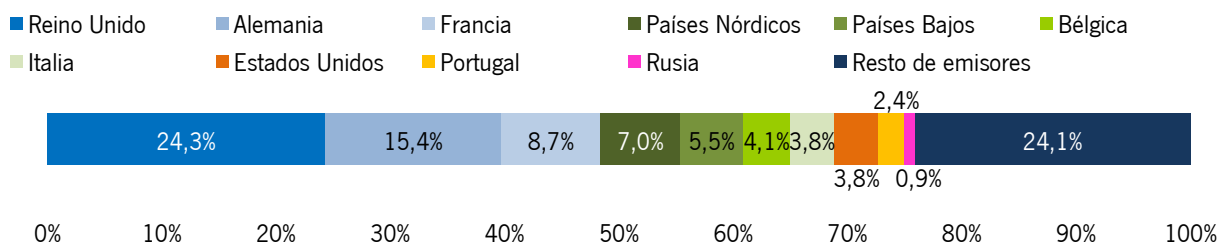
Fuente: AENA

3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2017 a 479 mil viajeros de los Países Nórdicos, que han realizado 2 millones de pernoctaciones, un +20,2% más que en el año anterior, continuando la tendencia de fuerte crecimiento que venía registrándose desde 2010 y que se interrumpió en 2015. El crecimiento ha sido liderado por Suecia y Finlandia, si bien los incrementos de noches se han producido en los cuatro países.
- El nórdico es el cuarto emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 7,0% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región en el año 2017.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2017

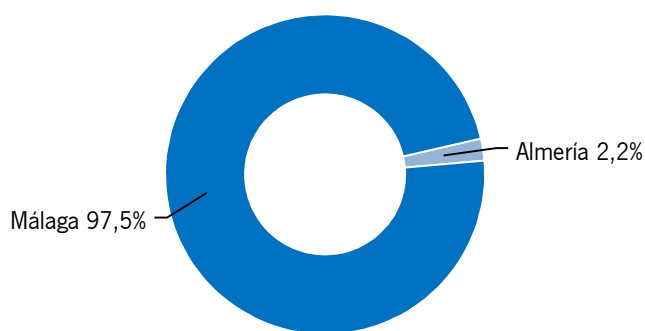


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

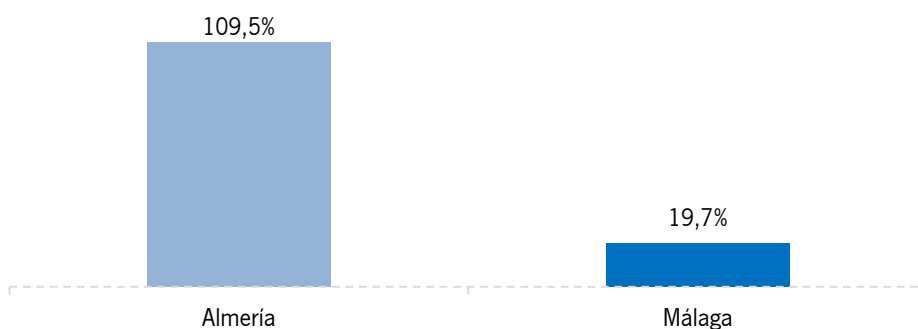
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2017 a 1,2 millones de pasajeros procedentes de aeropuertos nórdicos, un +20,8% más que en el mismo periodo del año anterior. El 66,8% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Norwegian Air International la CBC más utilizada, ya que transportó al 48,5% de los pasajeros de este tipo de compañías. Le sigue RyanAir con un 25,9% de cuota.
- El aeropuerto de Málaga recibe a la gran mayoría de los pasajeros de los Países Nórdicos que llegan a la región. El tráfico en el aeropuerto de Almería, que se multiplicó por cinco en 2013 hasta alcanzar los 20 mil pasajeros, continuó creciendo en 2014 (+7,7%), y registró en 2015 un fuerte descenso, volviendo a la senda de crecimiento a partir de ese año: +35,3% en 2016 y un +109,5% en 2017.

Distribución de las llegadas de pasajeros de los Países Nórdicos a los aeropuertos andaluces. Año 2017



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de los Países Nórdicos a los aeropuertos andaluces. Año 2017



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO DE LOS PAÍSES BAJOS. AÑO 2017

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 2016 cada habitante del país.

64% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los neerlandeses que ha tenido como destino un país extranjero en 2016. El 36% restante realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuentes: Eurostat, European Commission

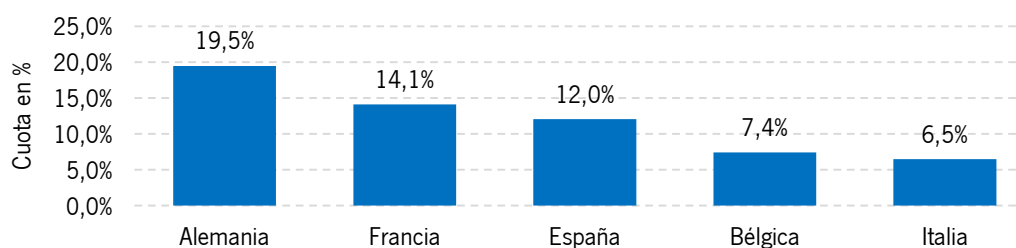
Viajes vacacionales al extranjero de los residentes en los Países Bajos. Años 2012-2016

AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2012	18.628	0,4%
2013	18.093	-2,9%
2014	17.933	-0,9%
2015	18.070	0,8%
2016	17.938	-0,7%
Fuente: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)		

-0,9% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años 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 2016



Fuente: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

19,6 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2017, un +6,0% más que el año anterior.

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- La recuperación de la economía neerlandesa se ha asentado en los últimos años: según datos del FMI, el crecimiento económico del país fue del +2,2% del PIB en 2016 y del +3,1% en 2017; la tasa de desempleo se ha reducido, pasando del 5,9% en 2016 al 5,1% en 2017; y aunque se ha producido una subida de la inflación superior a la esperada, lo que ha reducido el poder de compra, la confianza de los consumidores se ha estabilizado a un alto nivel.
- Si a estas condiciones económicas favorables se le añade la elevada intensidad viajera de la población neerlandesa, con una alta propensión a viajar al extranjero, se espera que los viajes vacacionales al extranjero hayan aumentado en 2017 (las cifras oficiales de CBS para este año aún no se han publicado). Para el año 2016, esta estadística arrojó un ligero descenso de los viajes al extranjero del -0,7%. Entre las causas del descenso se apunta al clima de incertidumbre que generaron los ataques terroristas que han tenido lugar en destinos europeos como Turquía, Francia y Bélgica en 2016, y que propiciaron un desvío de turistas hacia destinos domésticos. La evolución de viajes a España no se vio afectada por este comportamiento, pasando de una cuota sobre los viajes vacacionales del 10,9% en 2015 al 12,0% en 2016.
- En el año 2017, España recibió 3,7 millones de turistas neerlandeses, un +9,5% más que el año anterior, y el año se cerró con incrementos en otros indicadores turísticos: +13% en gasto, +10% en pernoctaciones hoteleras y +13,4% en llegadas de pasajeros.

Además, los datos del mercado turoperado evidencian que en el verano de 2017 los neerlandeses se decantaron por países mediterráneos como España, Grecia e Italia, atraídos por la costa y el clima. Si bien hay que mencionar el aumento registrado en destinos con oferta similar a la española, como Croacia, Chipre, y especialmente Egipto, cuyo turismo se recupera rápidamente, y que se convierten en los mayores competidores de España en esta temporada. Turquía aún registra descensos.

- La principal motivación de los viajes vacacionales al extranjero de este emisor es la visita de ciudades combinada con la cultura (21%) y el destino predilecto es Alemania, seguida de Francia y Bélgica. Le sigue el “sol y playa”, que alcanza el 17% del total de viajes al extranjero, en el que España es líder con una cuota del 30%. Las siguientes motivaciones son naturaleza y turismo activo.

Aunque el clima es una gran baza de España, solo el 52% de los turistas neerlandeses declara venir motivado por las vacaciones en la playa. El 20% 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, que es un tipo de turismo muy apreciado en este emisor, en España tiene una menor presencia (10%).

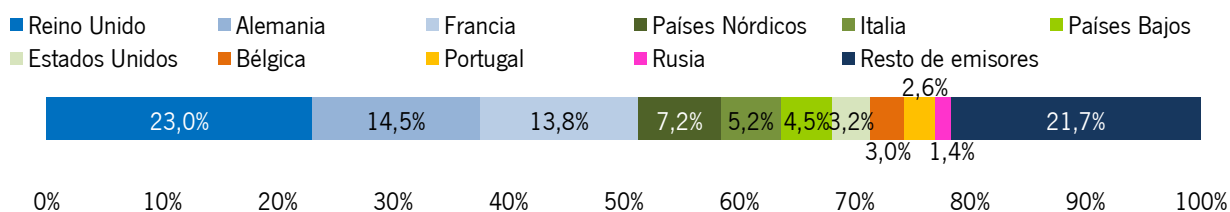
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. INE y FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 81,8 millones de turistas internacionales en el año 2017, el 4,5% procedía de los Países Bajos (3,7 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 +9,4%.
- Cataluña y Canarias son las principales CC.AA. receptoras del turismo neerlandés que llegó a España en este año, alcanzando cuotas en torno al 20%. Andalucía se posiciona la tercera en el ranking, con un crecimiento superior a la media nacional.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2017



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

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo de los Países Bajos. Año 2017

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	21,3%	5,9%
2	Canarias	18,1%	12,8%
3	Andalucía	17,2%	14,8%
4	Baleares	16,2%	-5,3%
5	C. Valenciana	16,0%	32,5%
6	Madrid	4,9%	24,5%
	España	100,0%	9,4%

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

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA DE LOS PAÍSES BAJOS EN ESPAÑA

Año 2017

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	136
Estancia media: (días)	8,1
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	60,0%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	87,3%
Uso de paquete turístico:	29,2%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	89,1%
Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 60,0% de los turistas neerlandeses que visitaron España en el año 2017 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros neerlandeses suponen el 4,3% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año, y han aumentado un +10,0% respecto al año anterior.
- Canarias es el principal destino nacional con una cuota del 28,5% en este periodo. Andalucía se posiciona en el cuarto puesto del ranking del movimiento hotelero de España y ha registrado un crecimiento de pernoctaciones (+12,5%) superior a la media nacional.

Viajeros y pernoctaciones de los Países Bajos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2017

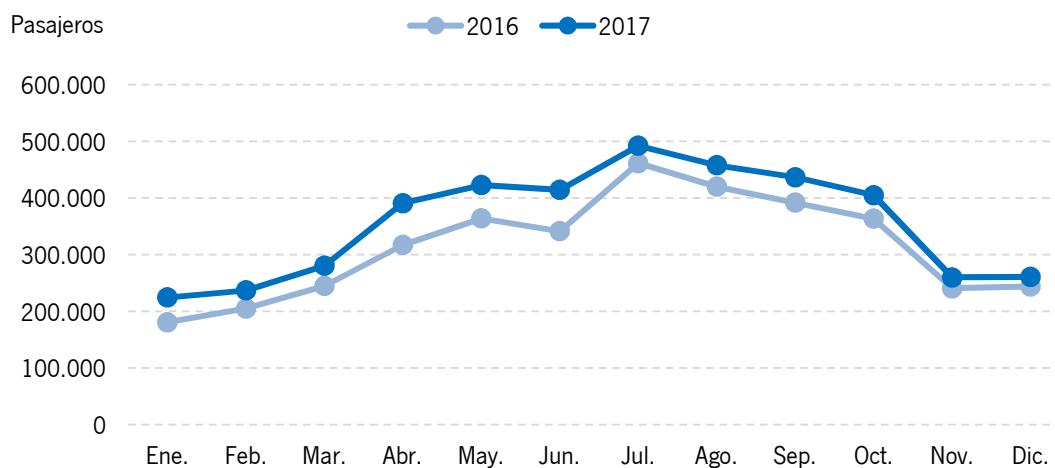
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	343.517	5,3%	2.752.569	3,0%	28,5%
Baleares	324.736	13,4%	2.029.393	16,5%	21,0%
Cataluña	448.509	9,3%	1.792.066	8,7%	18,6%
Andalucía	417.920	5,6%	1.610.334	12,5%	16,7%
C. Valenciana	198.751	20,3%	837.651	20,0%	8,7%
Madrid	125.070	14,5%	272.766	11,9%	2,8%
España	2.070.650	9,4%	9.656.442	10,0%	100,0%
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE					

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2017 a un total de 4,3 millones de pasajeros procedentes de los Países Bajos, un +13,4% más que en el año anterior y crecimientos en todos los meses de 2017. Esta cifra representa el 4,9% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.

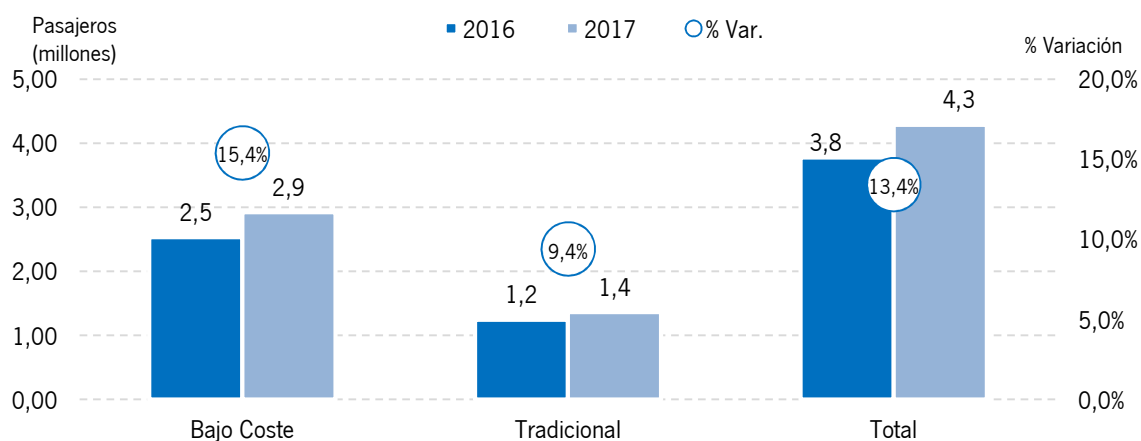
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2017 al 68,2% de los pasajeros procedentes de este mercado. Transavia holland Bv es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 60,7% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Bajos por meses. Años 2016 y 2017



Fuente: AENA

Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Bajos por tipo de compañía. Año 2017



Fuente: AENA

3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

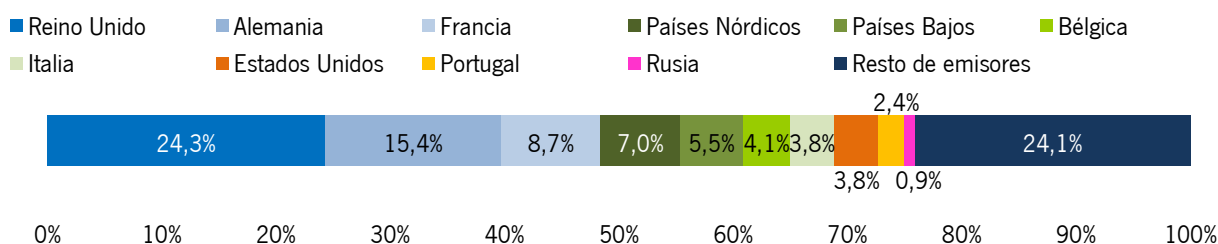
3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2017 a 418 mil viajeros de los Países Bajos, que han realizado 1,6 millones de pernoctaciones, un +12,5% más que en el año

anterior. Tras los fuertes crecimientos de 2010 y sobre todo 2011, las noches realizadas en los establecimientos hoteleros de Andalucía de este emisor se estancaron en 2012 y ralentizado en 2013, siendo descendentes en 2014. A partir de 2015 se vuelve a la senda del crecimiento.

- El neerlandés es el quinto emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el año 2017, sus pernотaciones suponen el 5,5% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región para este periodo.

Distribución porcentual de pernотaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2017

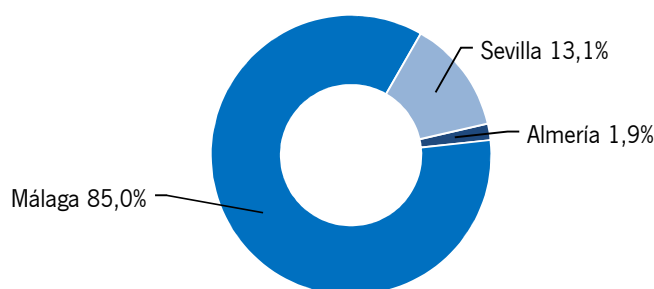


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

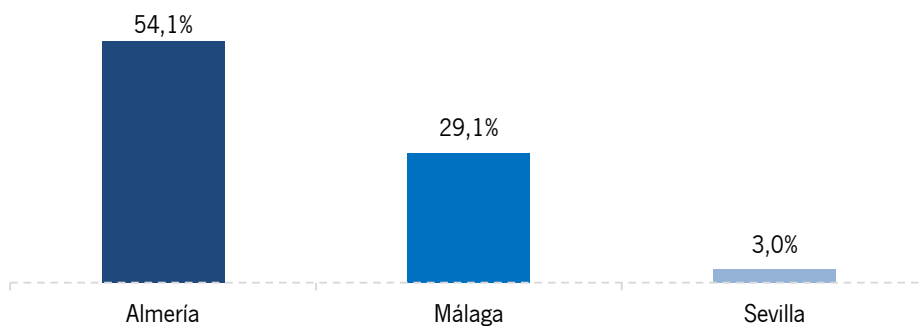
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2017 a 671 mil pasajeros procedentes de aeropuertos de los Países Bajos, un +25,4% más que en el año anterior. El 86,0% utilizó una compañía de bajo coste, siendo Transavia holland Bv la CBC más utilizada, ya que transportó al 66,3% de los pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de los Países Bajos que llegan a la región. Ambos han registrado crecimientos en el año 2017, destacándose 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 fuerte ascenso en 2017 (con una tasa del +54,1%).

Distribución de las llegadas de pasajeros de los Países Bajos a los aeropuertos andaluces. Año 2017



Fuente: AENA

***Evolución de las llegadas de pasajeros de los Países Bajos a los aeropuertos andaluces.
Año 2017***



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO BELGA. AÑO 2017

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 2016 cada habitante del país.

88% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los belgas que ha tenido como destino un país extranjero en 2016. Otro 12% ha realizado su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuente: Eurostat, European Commission

Viajes vacacionales⁶ al extranjero de los residentes en Bélgica. Años 2012-2016

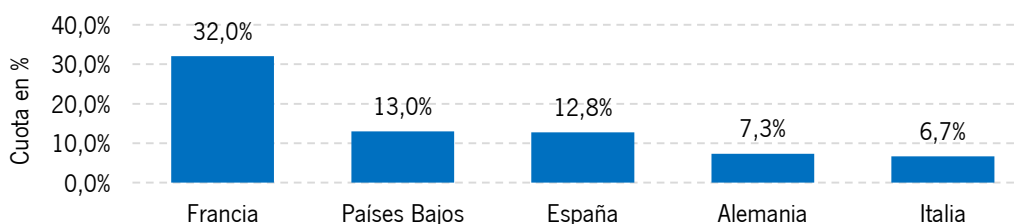
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2012	10.303	-4,4%
2013	11.484	11,5%
2014	12.343	7,5%
2015	11.504	-6,8%
2016	14.434	25,5%

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

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

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

Principales destinos de los viajes vacacionales al extranjero. Año 2016



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

⁶ 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 +4,2% más que el año anterior.

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- El debilitamiento de la situación económica general, así como los efectos de los atentados de marzo de 2016, ya se han superado y la evolución de las principales macromagnitudes vuelven a ser positivas: para 2017 la tasa de crecimiento del PIB ha sido del +1,7%, según el FMI, la tasa de desempleo ha pasado del 7,8% en 2016 al 7,2% en 2017, y aunque la inflación se ha situado por encima de la media europea, se prevé una moderación del crecimiento de los precios para los años venideros. Desde el punto de vista económico, las expectativas para Bélgica son favorables, aunque la mayor incertidumbre se deriva de los efectos que el Brexit podrá tener en la economía belga, ya que una parte importante de sus exportaciones se dirigen al Reino Unido.
- Aún está pendiente que se publiquen los datos turísticos oficiales correspondientes al año 2017. En el año 2016, el mercado emisor belga al extranjero registró un fuerte crecimiento (+25,5%), continuando así su ritmo ascendente, que se había interrumpido en 2015. Francia, el principal receptor de las vacaciones de los belgas, que se vio muy perjudicada por los atentados islamistas ocurridos en suelo francés en 2015, ahora ha recuperado el terreno perdido (+23,9%). También los Países Bajos y España han experimentado un fuerte crecimiento de viajeros belgas, mientras que se han reducido las vacaciones domésticas, volviendo a un nivel más normal para este emisor.
- Los destinos del sur del Mediterráneo comenzarán a recuperarse tras los cambios en los avisos del Ministerio de Asuntos Exteriores belga y por las agresivas ofertas de los touroperadores hacia estos destinos. No obstante, en el mercado touroperado, España seguirá siendo el primer destino de los belgas, con un número de reservas hasta el momento parecido al de la temporada pasada, seguido por Grecia, que adelanta a Francia, y por Turquía (que registra caídas). Los países que más crecerán serán Egipto, Túnez, y Croacia, si bien estos parten de cifras absolutas muy bajas.
- En cuanto a la conectividad aérea, durante la temporada de verano 2017 se abrieron nuevas rutas a Ibiza, Palma de Mallorca, Murcia y Almería, las dos últimas en un intento de los touroperadores de buscar nuevos destinos en España. A medio plazo, habrá que atender a los efectos que puedan tener la adquisición de Brussels Airlines por parte de Lufthansa y la adquisición de Thomas Cook Airlines Belgium por parte de Brussels Airlines, lo que dará un mayor acceso a los destinos españoles al touroperador.
- 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. Los turistas belgas muestran interés por los viajes de corta duración sobre todo de fin de semana orientados principalmente hacia la cultura y la gastronomía. 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.

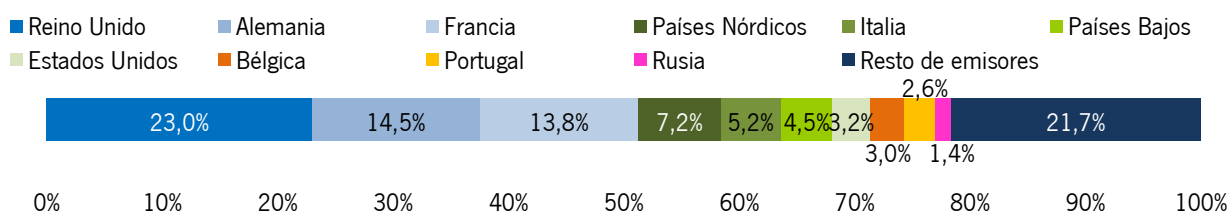
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña, Statistics Belgium, FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 81,8 millones de turistas internacionales en el año 2017, 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 +7,5%.
- Andalucía es el principal receptor de turismo belga en 2017, seguido de cerca por C. Valenciana y Cataluña.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2017



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

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo belga. Año 2017

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Andalucía	21,1%	27,6%
2	C. Valenciana	18,8%	23,2%
3	Cataluña	18,0%	2,5%
4	Canarias	15,8%	-14,4%
5	Baleares	9,7%	5,3%
6	Madrid	6,4%	10,8%
	España	100,0%	7,5%

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

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA BELGA EN ESPAÑA

Año 2017

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	120
Estancia media: (días)	8,6
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	56,5%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	83,8%
Uso de paquete turístico:	22,9%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	85,9%
Fuente: Estadística de movimientos turísticos en frontera (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

2.4 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 56,5% de los turistas belgas que visitaron España en el año 2017 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 -0,6% respecto al año anterior.
- Canarias es el principal destino nacional, presentando un descenso de noches (-2,1%). Andalucía, con una cuota del 18,4%, ocupa la tercera posición en el ranking del movimiento hotelero de España y ha registrado en 2017 el segundo mayor crecimiento de pernoctaciones de belgas de las principales CC.AA. turísticas (+3,6%).

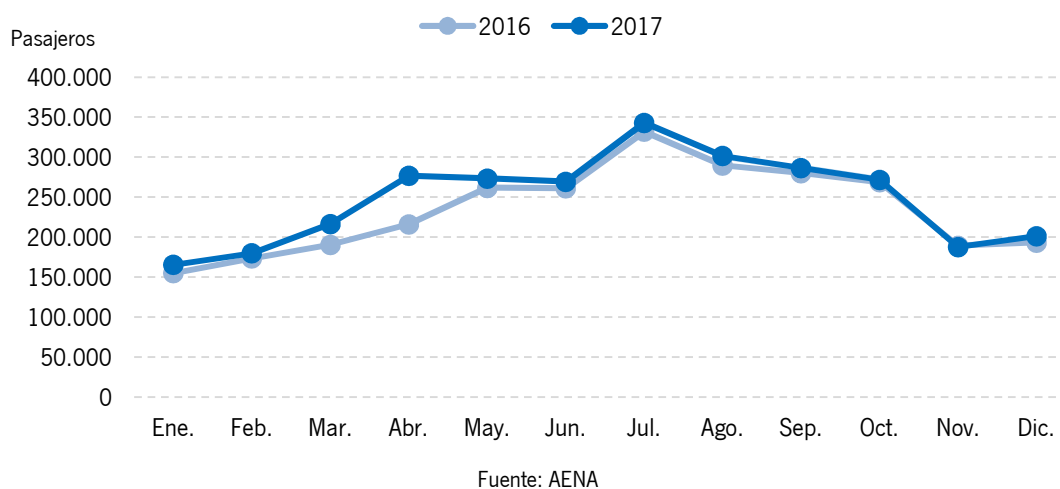
Viajeros y pernoctaciones de belgas en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2017

CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	252.330	-0,3%	2.008.788	-2,1%	30,5%
Cataluña	349.303	3,2%	1.454.096	-1,0%	22,1%
Andalucía	273.946	4,9%	1.213.272	3,6%	18,4%
C. Valenciana	150.405	12,9%	760.898	4,0%	11,5%
Baleares	118.664	0,2%	702.550	-5,8%	10,7%
Madrid	85.797	0,6%	186.557	1,9%	2,8%
España	1.381.758	2,6%	6.593.166	-0,6%	100,0%
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE					

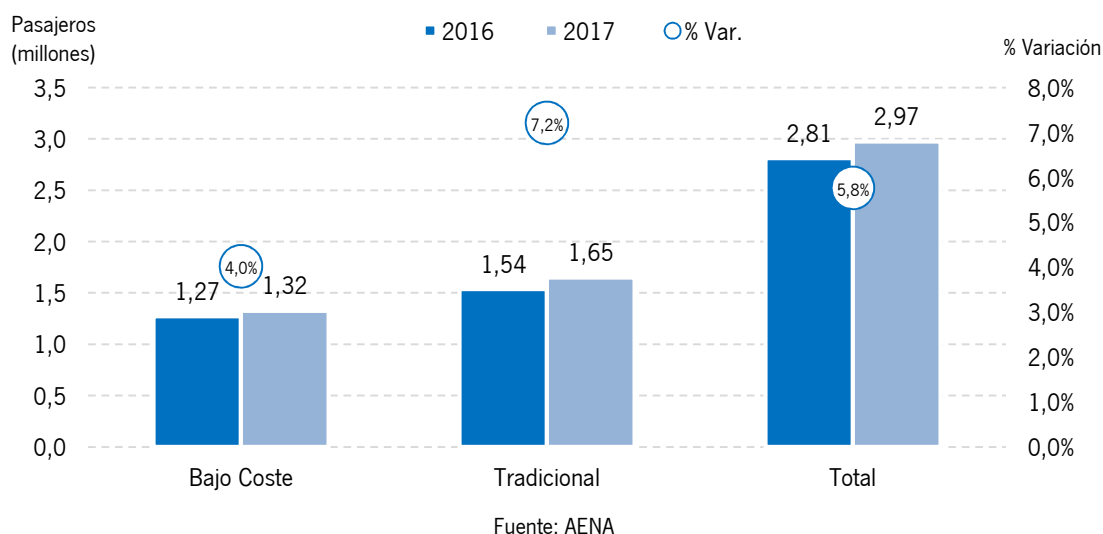
2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2017 a un total de 2,97 millones de pasajeros procedentes de Bélgica, un +5,8% más que en el año anterior, y crecimientos en la mayoría de los meses de 2017. Esta cifra representa el 3,4% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2017 al 44,5% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 81,4% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Bélgica por meses. Años 2016 y 2017



Llegadas de pasajeros a España procedentes de Bélgica por tipo de compañía. Año 2017

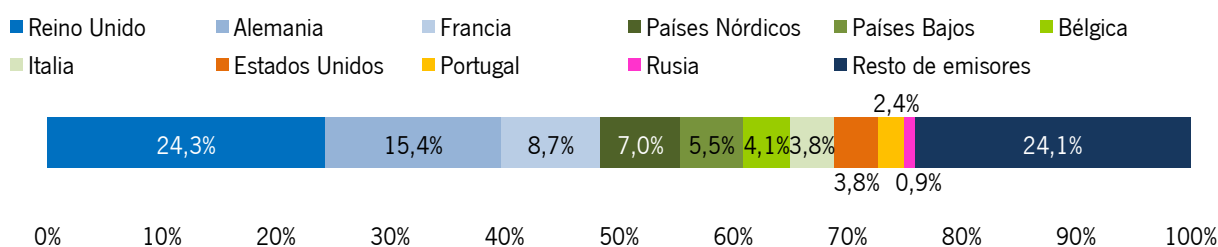


3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2017 a 274 mil viajeros belgas que han realizado 1,2 millones de pernoctaciones, un +3,6% más de noches que en el año anterior.
- El belga es el sexto emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el año 2017, 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 2017

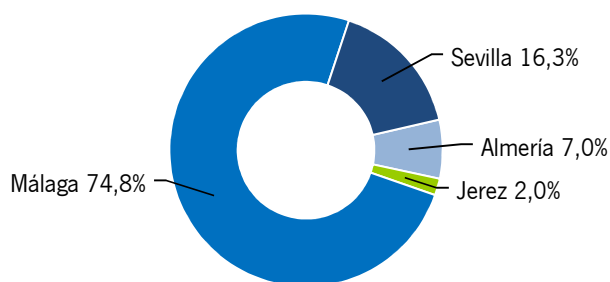


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

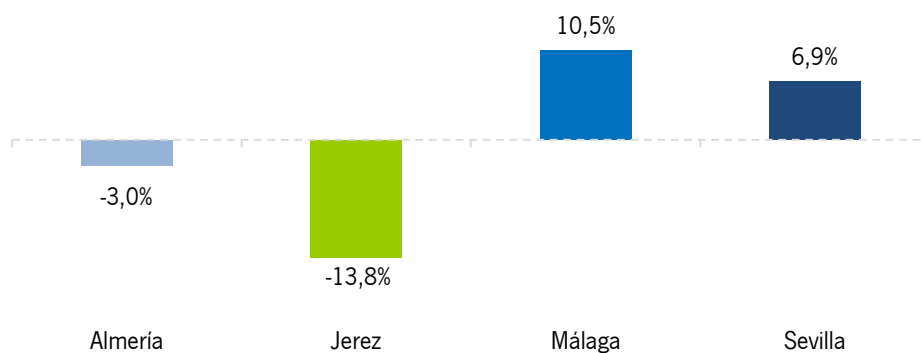
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2017 a 524 mil pasajeros procedentes de Bélgica, un +8,3% más que en el año anterior. El 41,4% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 87,1% de los pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de Bélgica que llegan a la región. Ambos aeropuertos han evolucionado de manera positiva en 2017, destacando Málaga, con un crecimiento del +10,5%, frente al descenso de los aeropuertos andaluces con menos tráfico de pasajeros.

Distribución de las llegadas de pasajeros de Bélgica a los aeropuertos andaluces. Año 2017



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de Bélgica a los aeropuertos andaluces. Año 2017



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ITALIANO. AÑO 2017

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.

24% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los italianos que ha tenido como destino un país extranjero en 2017. El 76% restante realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

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

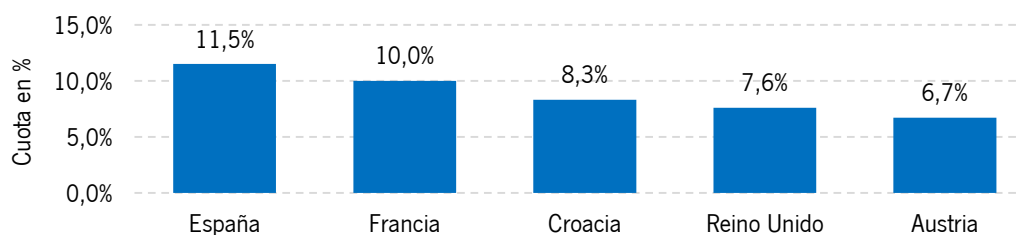
Viajes por motivos personales⁷ al extranjero de los residentes en Italia. Años 2013-2017

AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2013	9.783	..
2014	10.963	12,1%
2015	9.454	-13,8%
2016	9.725	2,9%
2017	11.158	14,7%
Fuente: Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)		

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

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

Principales destinos extranjeros de los viajes por motivos personales al extranjero. Año 2017



Fuente: Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)

⁷ 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

27,1 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2017, un +6,3% más que el año anterior.

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- En 2016, la economía italiana prosiguió su recuperación, cerrando el año con un crecimiento del PIB del +0,9%. Y en 2017, el crecimiento de la economía italiana ha sido aún mayor, superando la previsión inicial del FMI (que se fijó en un +0,8%), elevándose hasta el +1,5%. Este clima económico más favorable ha permitido recuperar la confianza de los consumidores y por lo tanto las ganas de viajar de los italianos (según ISTAT, en 2017 se han realizado un +14,7% de viajes por motivos personales al extranjero).
- El miedo a posibles atentados, así como la sensación de seguridad que sienten en su propio país, potenciaron en 2016 los viajes domésticos de los italianos, que se incrementaron respecto al año anterior un +16,2%, mientras que los viajes al extranjero sólo crecieron un +2,9%. En 2017 este comportamiento se ha invertido, y mientras que los viajes domésticos se han reducido un -1,7%, los viajes internacionales han aumentado un +11%, siendo Francia y España los países más visitados. Francia predomina en las vacaciones cortas y los viajes de trabajo, mientras que España lo hace en las vacaciones de larga duración.
- Italia es el principal destino de los italianos. Pero también se sienten atraídos por la seguridad y la proximidad que ofrece 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.
- Además, existe una demanda creciente por parte de este emisor de viajes relacionados con el turismo urbano y las estancias cortas (son los snap-packer: turismo de viernes a lunes), un tipo de turismo que se puede desarrollar durante todo el año, y que elevaría el gasto medio por persona. Igualmente, se viene observando un aumento del turismo responsable (búsqueda de destinos que sean respetuosos con el territorio y medio ambiente) y una demanda en aumento de viajes relacionados con naturaleza y actividades al aire libre, cruceros o turismo de tiendas.
- Según los últimos datos disponibles de los turoperadores y distribuidores tradicionales, para la temporada de verano 2017 siguen liderando los destinos de mar frente a ciudades o viajes culturales: en primer lugar se sitúan los propios destinos italianos, sobre todo las islas y las zonas de costa, seguidos de España y Grecia como destinos preferidos. Para Túnez y Egipto se evidencian signos de recuperación del mercado italiano, tras un intenso trabajo de promoción (aumento de seguridad, de conexiones, rebajas de precios, etc.), mientras que Turquía continúa fuera del mercado.

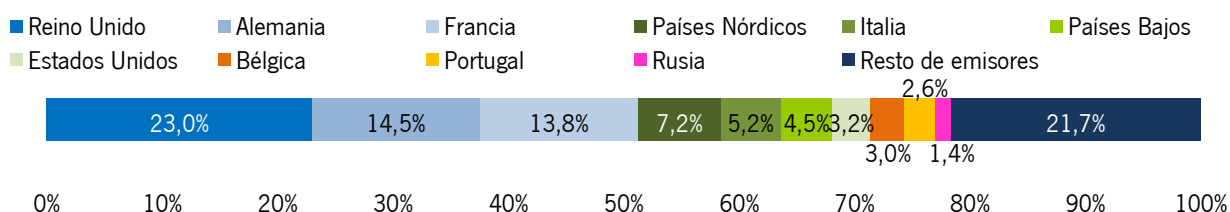
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña, Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT), FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 81,8 millones de turistas internacionales en el año 2017, el 5,2% procedía de Italia (4,2 millones), posicionándose como el quinto emisor extranjero más importante para España. Este mercado ha evolucionado favorablemente a lo largo de este año, registrando una tasa de crecimiento del +6,4%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo italiano en el año 2017, seguido por Madrid y los destinos insulares.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2017



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

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo italiano. Año 2017

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	28,2%	0,0%
2	Baleares	17,8%	9,4%
3	Madrid	13,3%	17,8%
4	Canarias	11,4%	12,0%
5	Andalucía	11,0%	6,9%
6	C. Valenciana	10,6%	11,8%
	España	100,0%	6,4%

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

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ITALIANO EN ESPAÑA

Año 2017

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	116
Estancia media: (días)	6,6
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	68,2%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	91,4%
Uso de paquete turístico:	19,9%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	81,5%
Fuente: Estadística de movimientos turísticos en frontera (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 68,2% de los turistas italianos que visitaron España en el año 2017 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros italianos suponen el 4,1% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año, y han aumentado un +1,0% respecto al año anterior.
- Para el año 2017, Cataluña y las islas Baleares son los destinos nacionales favoritos del viajero italiano y en ambos se han registrado descensos de pernoctaciones de este emisor. Sin embargo, Andalucía registra un crecimiento de noches superior al de la media nacional.

Viajeros y pernoctaciones de italianos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2017

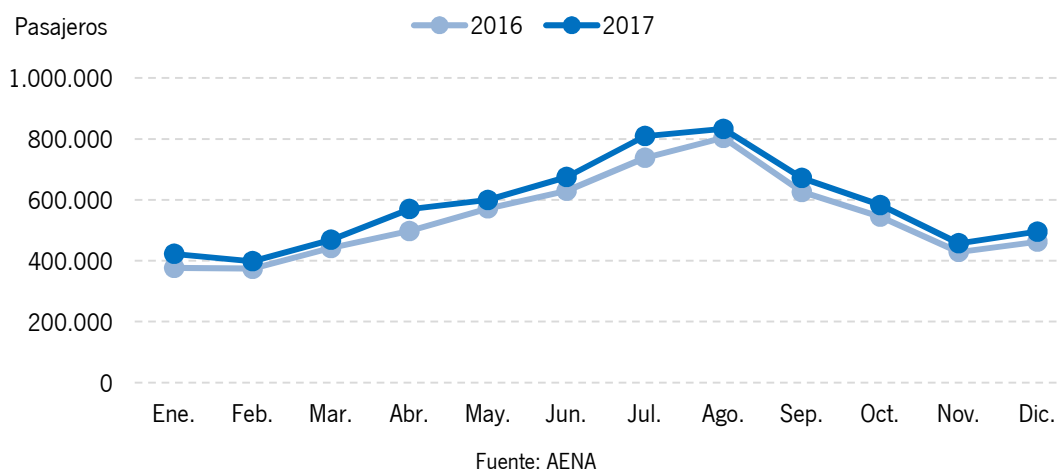
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Cataluña	739.291	1,8%	2.071.033	-0,9%	22,2%
Baleares	377.774	-4,2%	2.007.867	-6,2%	21,5%
Canarias	253.537	8,5%	1.755.890	4,0%	18,8%
Andalucía	500.840	7,6%	1.121.701	5,2%	12,0%
Madrid	393.204	5,3%	921.516	6,2%	9,9%
C. Valenciana	244.662	4,9%	694.437	2,8%	7,5%
España	2.934.342	3,4%	9.320.979	1,0%	100,0%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

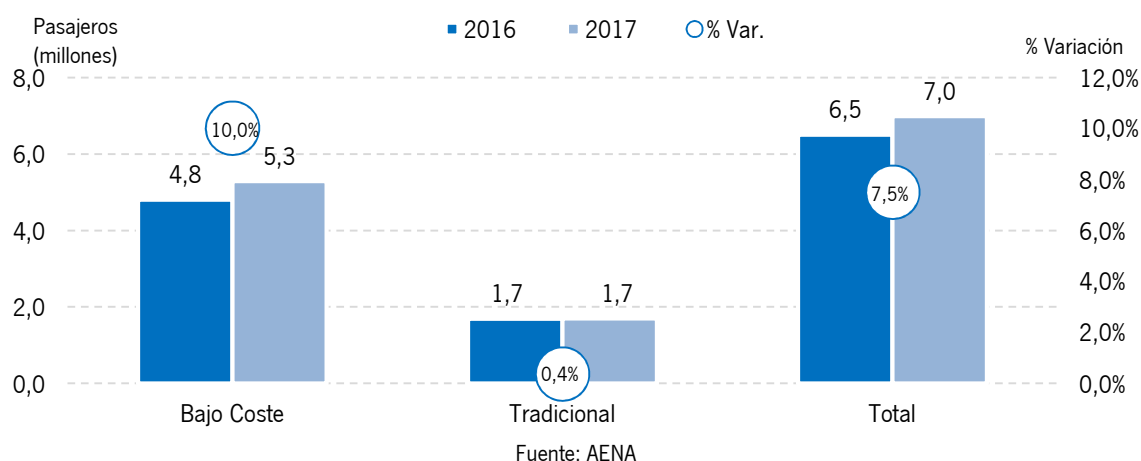
2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2017 a un total de 7 millones de pasajeros procedentes de Italia, un +7,5% más que en el año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2017. Esta cifra representa el 8,0% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el año 2017 al 75,7% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 55,1% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este periodo).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Italia por meses. Años 2016 y 2017



Llegadas de pasajeros a España procedentes de Italia por tipo de compañía. Año 2017

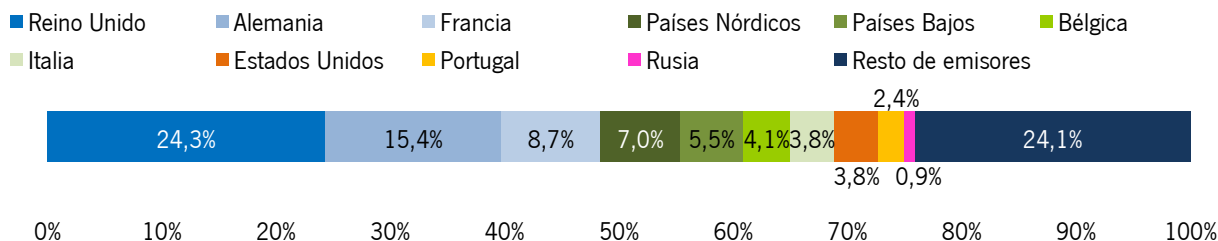


3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2017 a 501 mil viajeros italianos que han realizado 1,1 millón de pernoctaciones, un +5,2% más de noches que en el año anterior, y crecimientos en la mayoría de los meses de 2017.
- El italiano es el séptimo emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el año 2017, sus pernoctaciones suponen el 3,8% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región en dicho año.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2017

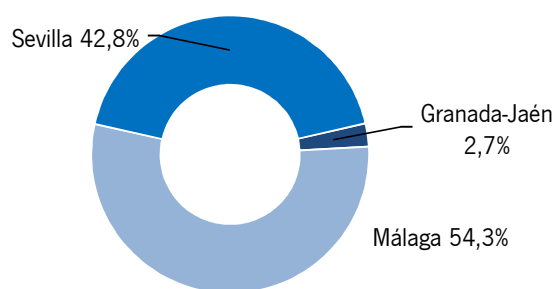


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

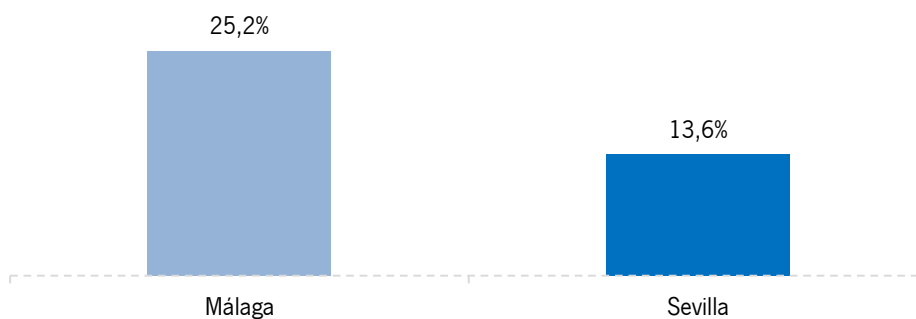
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2017 a 620 mil pasajeros procedentes de Italia, un +23,2% más que en el año anterior. El 88,2% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 63,2% de los pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de Italia que llegaron a la región en este periodo. No obstante, en marzo de 2017 se establece una conexión entre Italia y el aeropuerto de Granada-Jaén, canalizando este aeropuerto hasta un 2,7% de las llegadas a Andalucía de pasajeros de esta procedencia. Tanto el aeropuerto de Málaga como el de Sevilla registran aumentos en las llegadas de pasajeros desde Italia en el año 2017, más intenso en el de Málaga.

Distribución de las llegadas de pasajeros de Italia a los aeropuertos andaluces. Año 2017



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de Italia a los aeropuertos andaluces*. Año 2017



Fuente: AENA

* En este gráfico no se ha incluido al aeropuerto de Granada-Jaén por la magnitud del crecimiento que ha experimentado en 2017. En efecto, en el año 2016 el número de llegadas de pasajeros procedentes de aeropuertos italianos al aeropuerto de Granada-Jaén prácticamente era inexistente, mientras que en 2017 las llegadas ascienden hasta los 16.930 pasajeros.

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, de l'Industrie et du Numérique	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 Annual Anual
Noruega	Statistics Norway	Travel Survey	Trimestral
Finlandia	Statistics Finland	Finnish Travel	Trimestral y Anual
Suecia	Swedish Agency for Economic and Regional Growth (tillväxtverket)	Tourism in Sweden	Anual
Dinamarca	Statistics Denmark	Denmark in figures Statistical Yearbook Statbank Denmark	Anual Anual Trimestral

2. FUENTES INTERNACIONALES

Organismo responsable	Producto de difusión	Periodicidad
Organización Mundial del Turismo (OMT)	Barómetro OMT del Turismo Mundial	Trimestral
European Commission	Preferences of Europeans towards tourism Serie: Flash Eurobarometer, nº432	Anual
Fondo Monetario Internacional (FMI)	World Economic Outlook	Trimestral
Canadean Travel and Tourism	Travel and Tourism Intelligence Center	Mensual, Trimestral y Anual

3. FUENTES NACIONALES

Organismo responsable	Producto de difusión	Periodicidad
Instituto de Turismo de España (Turespaña o Tourspain)	Fichas ejecutivas	Mensual
	Informes de coyuntura turística	Bianual
	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)	