

Principales cifras mercados turísticos  
extranjeros en Andalucía  
Año 2014

**Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos**



JUNTA DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA DE TURISMO Y COMERCIO

PRINCIPALES CIFRAS MERCADOS TURÍSTICOS EXTRANJEROS EN ANDALUCÍA  
Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Comercio

EDITA

Consejería de Turismo y Comercio  
C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n  
41092 Sevilla  
correo-e: publicaciones.ctc@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 Comercio e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones

<http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio/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.....	11
Principales cifras del turismo francés.....	17
Principales cifras del turismo de los Países Nórdicos.....	23
Principales cifras del turismo de los Países Bajos.....	29
Principales cifras del turismo belga.....	35
Principales cifras del turismo italiano.....	41
Fuentes utilizadas.....	47

## 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 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 2014

### 1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

#### 1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

**74%** es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el país que realizó en 2014 algún viaje turístico.

**76%** es la proporción del principal viaje de vacaciones de los británicos que ha tenido como destino un país extranjero en 2014. Otro 24% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuente: Preferences of Europeans towards tourism 2014, European Commission

#### *Visitas al extranjero de los residentes en el Reino Unido. Años 2010-2014*

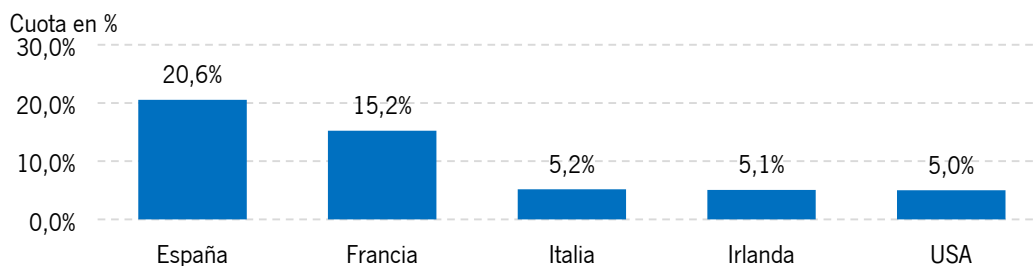
AÑOS	Visitas (miles)	% Variación
2010	55.562	-5,2%
2011	56.836	2,3%
2012	56.538	-0,5%
2013	58.507	3,5%
2014	60.935	4,2%

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

**+2,3%** 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 de cerca por Francia.

#### *Principales destinos de las visitas al extranjero. Año 2014*



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

#### 1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

**52,7** son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2013, un +2,3% más que el año anterior. La evolución positiva se mantiene para el acumulado ene-sep 2014.

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

**+1,3%** es el incremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

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

### 1.3 TENDENCIAS RECIENTES

- Los británicos viajarán ocurra lo que ocurra: podrán gastar menos, viajar menos veces en el año, acortar las estancias, visitar otros destinos, etc., pero no van a renunciar a sus vacaciones, porque para ellos se ha convertido en una necesidad y no en un lujo.
- La situación económica ejerce gran influencia sobre el comportamiento turístico de los británicos. En 2013 su economía salió de la recesión y ha seguido creciendo en 2014 (+2,6%), lo que ha aumentado la confianza de los consumidores y se ha reflejado en el aumento de viajes de los británicos.
- España aparece habitualmente como un destino asequible y económico en el barómetro de Post Office (Worldwide Holiday Costs Barometer), uno de los más baratos de los de playa. Además, la depreciación del euro frente a la libra a lo largo de todo el año 2014 beneficia al flujo de turistas a España, al reducir el coste del viaje.
- La meteorología ejerce una gran influencia en la elección del destino, de modo que los años en los que el verano es más caluroso y seco en el Reino Unido propician un aumento de las vacaciones domésticas, y al contrario.
- Se mantiene el paquete turístico tradicional y aumenta la organización independiente. Ambas fórmulas se consideran más seguras a la hora de organizar sus salidas en épocas de incertidumbre, en parte debido a la figura del seguro de viaje ATOL (Air Travel Organiser's Licensing), que ahora también cubre los paquetes dinámicos. En España, la península ha pasado a ser fundamentalmente un destino de turismo independiente y de turismo residencial, mientras que la mayoría de los británicos que viajan a las islas contratan un paquete tradicional.
- España se percibe cada vez más como un destino seguro, reforzado por la coyuntura internacional, que ha evolucionado hacia un destino Beach Plus (un destino de playa con actividades o experiencias complementarias: gastronomía, deportes, visitas culturales, etc.).

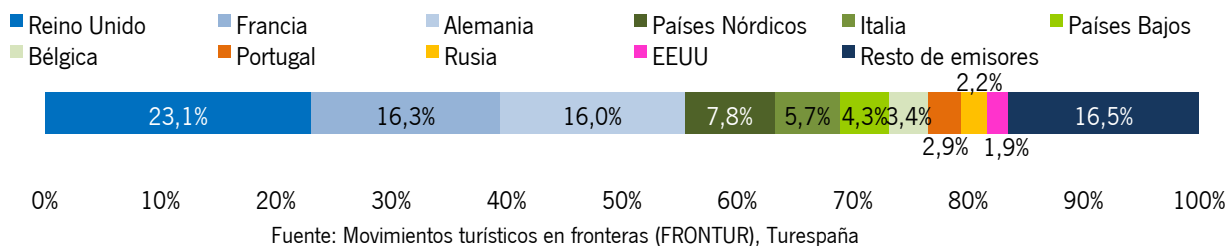
Fuente: Informes de Coyuntura Turística, Turespaña

## 2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### 2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 65 millones de turistas internacionales en 2014, el 23,1% procedía del Reino Unido, posicionándose un año más como el primer emisor extranjero. Además, este mercado ha evolucionado favorablemente en 2014, registrando una tasa de crecimiento del +4,7%.
- Los destinos insulares son los principales receptores de turismo británico, seguido por Andalucía.

### Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2014



### Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo británico. Año 2014

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	26,5	10,9
2	Baleares	22,6	1,3
<b>3</b>	<b>Andalucía</b>	<b>16,7</b>	<b>3,5</b>
4	C. Valenciana	13,9	-5,5
5	Cataluña	11,9	5,7
6	Madrid	2,5	0,0
	España	100,0	4,7

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), Turespaña

## 2.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- El alojamiento hotelero fue de uso mayoritario entre los turistas británicos que visitaron España en 2014. Las pernoctaciones de británicos suponen el 25,1% del total de pernoctaciones de extranjeros realizadas en el país en este periodo, y han registrado un crecimiento moderado respecto al año anterior (tasa del +0,9%).
- Canarias y Baleares son los principales destinos nacionales, si bien presentan una evolución desigual en el año 2014. Andalucía se posiciona en el tercer puesto.

### Viajeros y pernoctaciones de británicos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2014

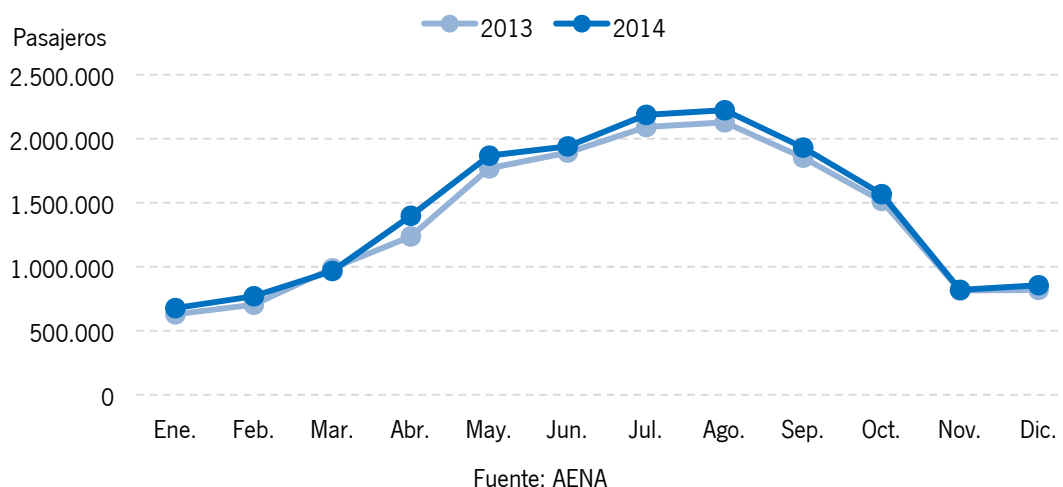
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	2.042.862	11,6%	16.546.207	10,2%	34,6%
Baleares	2.235.932	-3,2%	14.474.023	-9,1%	30,3%
Andalucía	1.185.123	3,9%	5.520.016	2,3%	11,6%
Cataluña	1.241.201	2,8%	4.938.737	1,6%	10,3%
C. Valenciana	847.037	0,0%	4.638.734	1,6%	9,7%
Madrid	346.743	11,5%	747.903	10,1%	1,6%
<b>España</b>	<b>8.369.710</b>	<b>3,3%</b>	<b>47.758.402</b>	<b>0,9%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

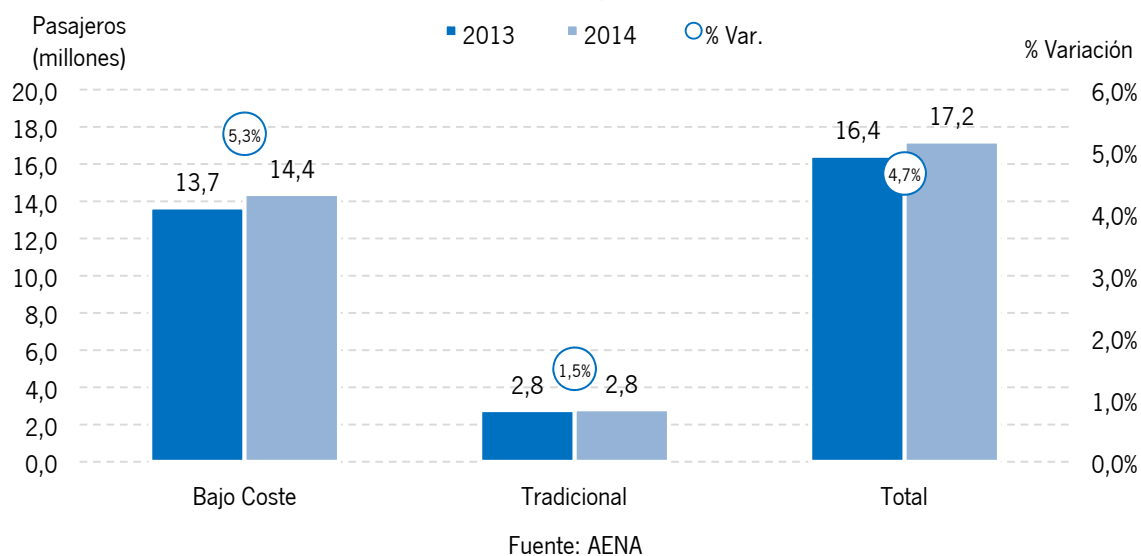
## 2.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en 2014 un total de 17,2 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido, un +4,7% más y crecimientos en la mayoría de los meses de 2014. Esta cifra representa el 25,3% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en 2014 al 83,6% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir y EasyJet Airlines son las CBC más importantes (trajeron a España el 56,0% de los pasajeros de bajo coste).

### Llegadas de pasajeros a España procedentes del Reino Unido por meses. Años 2013 y 2014



### Llegadas de pasajeros a España procedentes del Reino Unido por tipo de compañía. Años 2013 y 2014





### 3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

#### 3.1 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA BRITÁNICO EN ANDALUCÍA

- Se estima en 2,16 millones los turistas británicos que visitaron Andalucía en 2014, que representan el 24,9% del turismo extranjero y el 9,0% del total de turistas recibidos en la región durante este año. Respecto al año anterior el turismo británico ha aumentado un +4,5%.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	52,1%	Gasto medio diario en destino*: (euros)	65,91
Edad: De 45 a 64 años	40,0%	Estancia media: (días)	9,9
Situación laboral: Ocupados	54,0%	Estacionalidad: (concentración en el 3º trim.)	33,5%
<b>OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA</b>		Principal tipo de alojamiento: Hotelero	56,3%
		Principal medio de transporte: Avión	87,7%
Valoración del destino: (escala de 1 a 10)	8,3	Uso de intermediarios:	28,0%
Aspectos mejor valorados: (escala 1 a 10)		Principales factores de elegir Andalucía:	
- Atención y trato recibidos	8,7	- Clima; Visita a monumentos	43,4%; 20,3%
- Patrimonio cultural	8,6	Principal canal de información sobre Andalucía:	
Grado de fidelidad: (% que repite visita)	46,4%	- Experiencia propia	53,4%
		Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
		- Disfrute/uso de la playa; Visitas a monumentos	56,4%; 39,1%

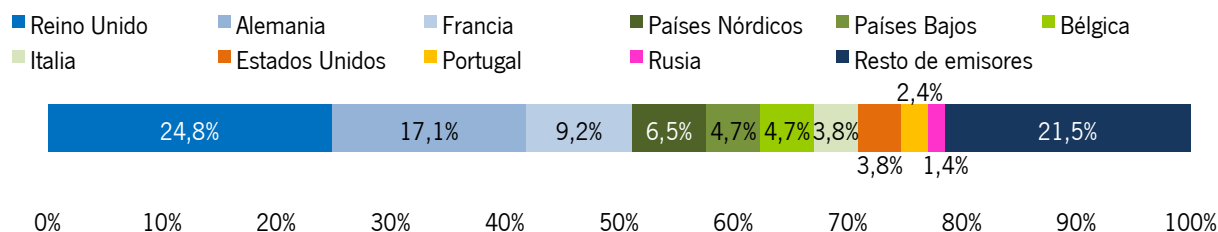
Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). IECA

\* No incluye gasto en origen

#### 3.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en 2014 a 1,2 millones de viajeros británicos que han realizado 5,5 millones de pernoctaciones, un +2,3% más de noches que en el año anterior.
- El británico sigue siendo el principal emisor extranjero para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 24,8% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región.

#### **Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2014**

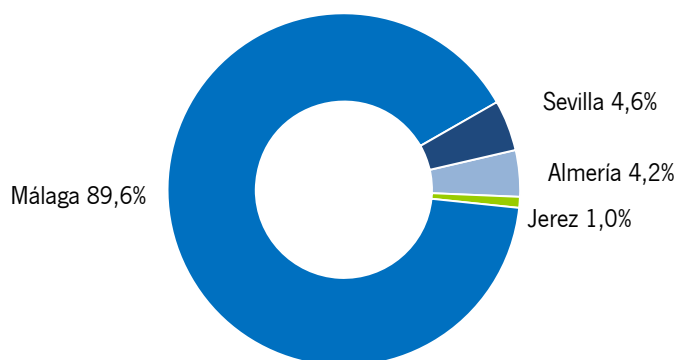


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

### 3.3 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

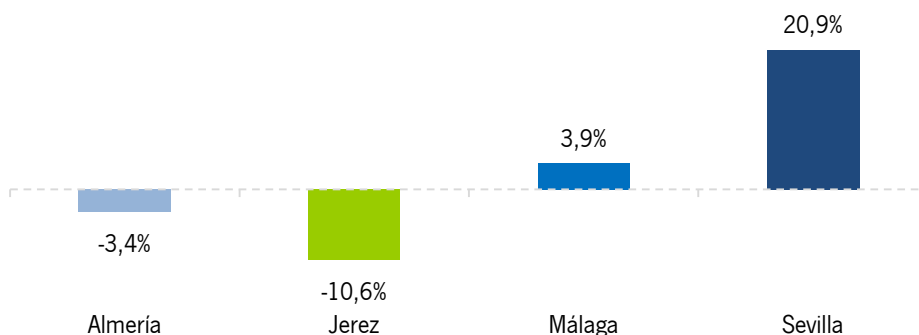
- Los aeropuertos andaluces recibieron en 2014 a 2,6 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido, un +4,3% más que en el año anterior. El 92,4% de este pasaje utilizó una compañía de bajo coste, siendo EasyJet y RyanAir las CBC más utilizadas, ya que transportaron al 63,0% del pasaje de este tipo de compañías.
- El aeropuerto de Málaga es el que recibe a la mayoría de los pasajeros del Reino Unido que llegan a la región, y junto con el aeropuerto de Sevilla, muestra crecimiento en las llegadas de esta procedencia para el año 2014.

#### ***Distribución de las llegadas de pasajeros del Reino Unido a los aeropuertos andaluces. Año 2014***



Fuente: AENA

#### ***Evolución de las llegadas de pasajeros del Reino Unido a los aeropuertos andaluces. Año 2014***



Fuente: AENA

## PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ALEMÁN. AÑO 2014

### 1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

#### 1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

**79%** es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el país que realizó en 2014 algún viaje turístico.

**73%** es la proporción del principal viaje de vacaciones de los alemanes que ha tenido como destino un país extranjero en 2014. Otro 26% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuente: Preferences of europeans towards tourism 2014, European Commission

#### *Viajes vacacionales largos<sup>1</sup> de los residentes en Alemania. Años 2010-2014*

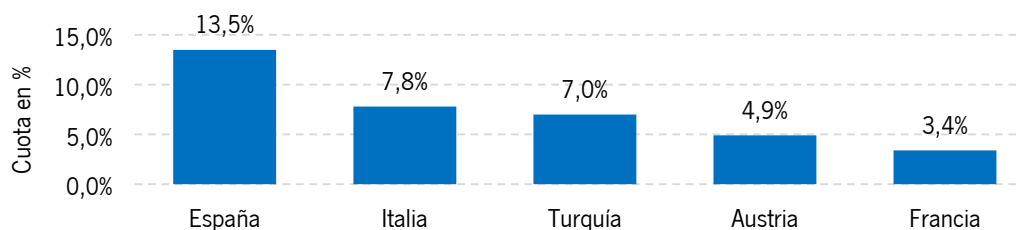
AÑOS	Visitas (millones)	% Variación
2010	69,5	7,3%
2011	69,5	0,0%
2012	69,3	-0,3%
2013	70,7	2,0%
2014	70,3	-0,6%

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

**+0,3%** es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en los viajes vacacionales de larga duración.

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

#### *Principales destinos extranjeros de los viajes vacacionales largos. Año 2014*



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

#### 1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

**91,4** son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2013, un +12,4% más que el año anterior. La evolución positiva se mantiene para el acumulado ene-sep 2014.

<sup>1</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.

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

**+3,0%** es el incremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

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

### 1.3 TENDENCIAS RECIENTES

- En 2014 se mantienen los viajes de vacaciones como prioridad de consumo de los alemanes, apoyándose este consumo en unos indicadores económicos positivos. A comienzos de 2015 la situación macroeconómica del país se ha enfriado y se entra en un periodo más inestable para viajar, aunque por el momento esta situación aún no se ha reflejado en las reservas.
- Los principales destinos vacacionales de los alemanes pueden agruparse en tres grandes categorías con cuotas similares: viajes dentro de Alemania, viajes a las costas mediterráneas y viajes al resto del mundo. Dentro del Mediterráneo, España es el destino líder, seguido de Turquía, Italia y Grecia (en verano) y de Turquía y Egipto (en invierno). Se suavizan las tensiones geopolíticas en el Mediterráneo oriental con un cambio de escenario más proclive a Turquía y Egipto. La reentrada en el destino egipcio es un hecho y afectará sobre todo a Canarias.
- Se mantiene la importancia de turismo de sol y playa, junto a otros segmentos en auge como city-breaks, wellness, turismo activo, eventos culturales y cruceros. El alemán es un turista exigente, que considera las ofertas y los precios bajos, pero con interés por explorar nuevos destinos (Norte América y Asia) y nuevas formas de turismo.
- Para organizar el viaje, las agencias presenciales mantienen su peso, si bien Internet experimenta un gran crecimiento, tanto para reservas por agencias online como en reservas directas. Internet sí se mantiene como uno de los principales canales de información turística.
- El paquete turístico, en su versión tradicional o flexible, sigue teniendo un peso importante como forma de organización del viaje, sobre todo domina en las vacaciones de sol y playa, en el resto de productos crecen los paquetes dinámicos y la organización individual.

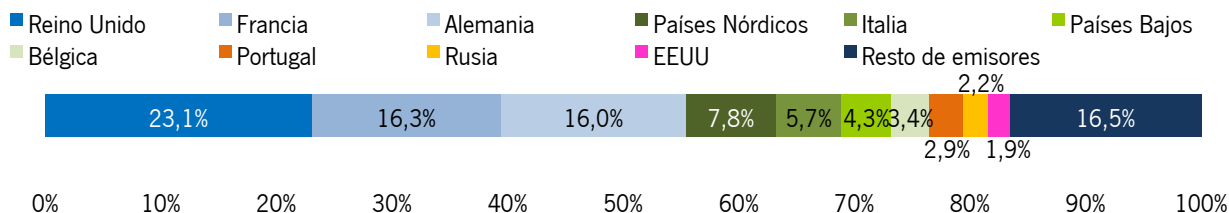
Fuente: Informes de Coyuntura Turística, Turespaña

## 2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### 2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 65 millones de turistas internacionales en 2014, el 16,0% procedía de Alemania, posicionándose como el tercer emisor extranjero más importante. Además, este mercado ha evolucionado favorablemente en 2014, registrando una tasa de crecimiento del +5,7%.
- 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 2014



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), Turespaña

### Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo alemán. Año 2014

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Baleares	39,8	1,4
2	Canarias	26,1	8,8
3	Cataluña	13,7	11,7
<b>4</b>	<b>Andalucía</b>	<b>8,8</b>	<b>0,1</b>
5	C. Valenciana	5,1	17,2
6	Madrid	3,3	23,5
	España	100,0	5,7

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), Turespaña

## 2.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- El alojamiento hotelero fue de uso mayoritario entre los turistas alemanes que visitaron España en 2014. Las pernoctaciones de alemanes suponen el 24,5% del total de pernoctaciones de extranjeros realizadas en el país en este periodo, y han aumentado un +1,8% respecto al año anterior.
- Baleares y Canarias son los principales destinos nacionales, si bien presentan una evolución desigual en el año 2014. Andalucía se posiciona en el tercer puesto.

### Viajeros y pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2014

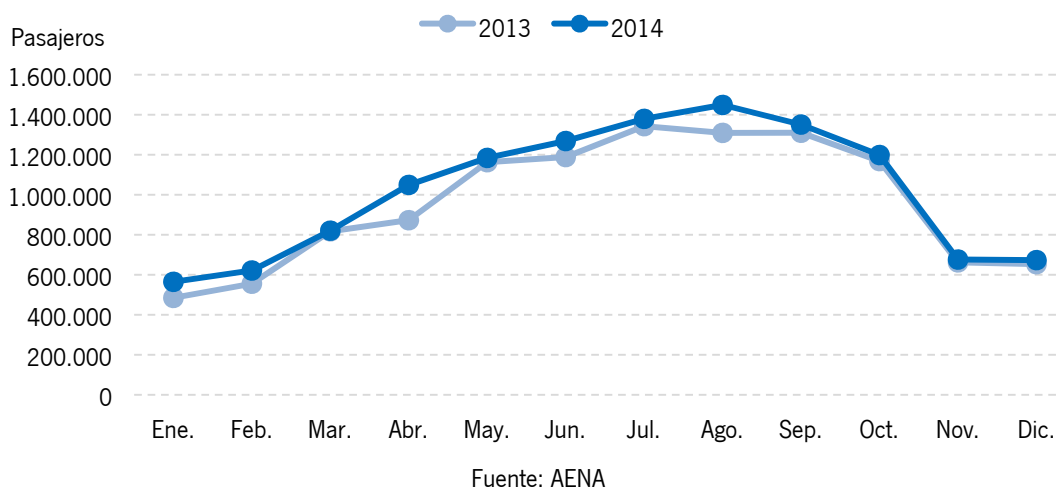
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Baleares	2.905.728	-0,7%	19.860.453	-2,3%	42,6%
Canarias	1.896.782	9,8%	17.891.889	7,6%	38,3%
Andalucía	776.229	-1,7%	3.793.023	-0,6%	8,1%
Cataluña	846.978	0,4%	3.370.426	-1,4%	7,2%
Madrid	249.586	20,3%	566.220	22,3%	1,2%
C. Valenciana	132.174	6,1%	430.051	5,9%	0,9%
<b>España</b>	<b>7.239.462</b>	<b>2,9%</b>	<b>46.661.820</b>	<b>1,8%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

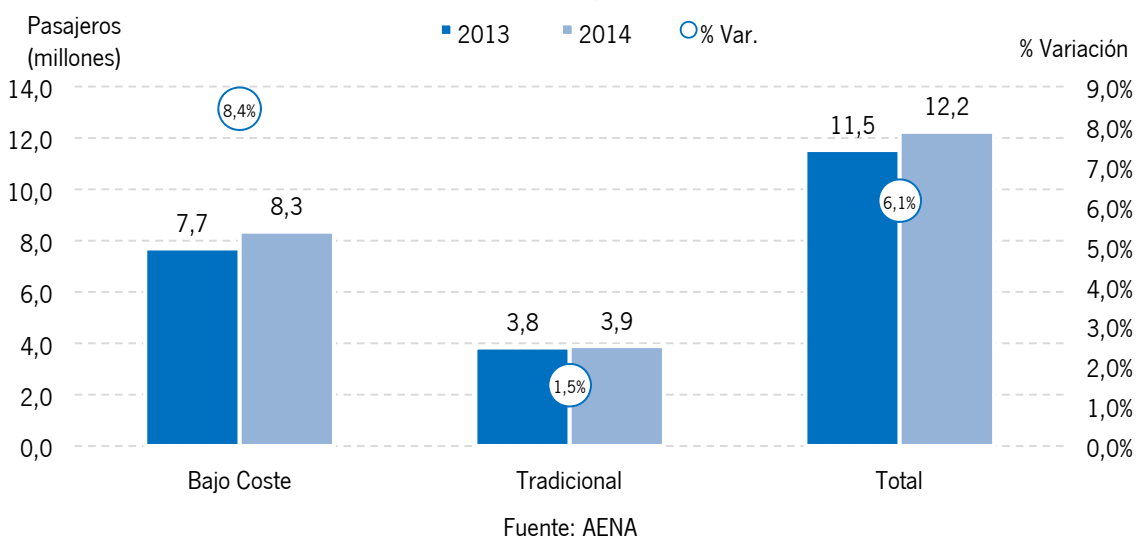
## 2.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en 2014 un total de 12,2 millones de pasajeros procedentes de Alemania, un +6,1% más y crecimientos en todos los meses de 2014. Esta cifra representa el 18,0% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en 2014 al 68,2% de los pasajeros procedentes de este mercado. Air Berlin, seguida a distancia por RyanAir, son las CBC más importantes (trajeron a España el 58,2% de los pasajeros de bajo coste).

### Llegadas de pasajeros a España procedentes de Alemania por meses. Años 2013 y 2014



### Llegadas de pasajeros a España procedentes de Alemania por tipo de compañía. Años 2013 y 2014



### 3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

#### 3.1 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ALEMÁN EN ANDALUCÍA

- Se estima en 1,1 millón los turistas alemanes que visitaron Andalucía en 2014, que representan el 12,3% del turismo extranjero y el 4,5% del total de turistas recibidos en la región durante este año. Respecto al año anterior, el turismo alemán ha aumentado un +1,7%.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Sexo: Varón	51,3%	Gasto medio diario en destino*: (euros)	63,33
Edad: De 45 a 64 años	46,1%	Estancia media: (días)	11,3
Situación laboral: Ocupados	64,4%	Estacionalidad: (concentración en el 3º trim.)	29,0%
<b>OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA</b>		Principal tipo de alojamiento: Hotelero	69,2%
		Principal medio de transporte: Avión	83,0%
Valoración del destino: (escala de 1 a 10)	8,2	Uso de intermediarios:	28,6%
Aspectos mejor valorados: (escala 1 a 10)		Principales factores de elegir Andalucía:	
- Atención y trato recibidos	8,6	- Clima; Visita a monumentos	44,0%; 15,1%
- Información turística	8,6	Principal canal de información sobre Andalucía:	
Grado de fidelidad: (% que repite visita)	41,5%	- Experiencia propia	52,4%
		Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
		- Disfrute/uso de la playa; Visitas a monumentos	58,2%; 40,0%

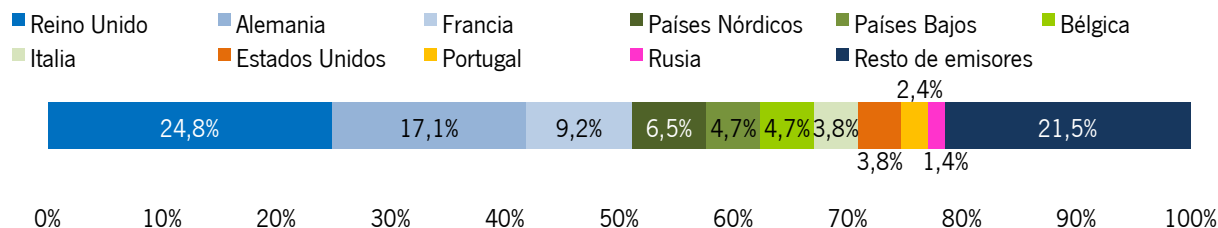
Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). IECA

\* No incluye gasto en origen

#### 3.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en 2014 a 776 mil viajeros alemanes que han realizado 3,8 millones de pernoctaciones, un -0,6% menos de noches que en el año anterior.
- El alemán es el segundo emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 17,1% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región.

#### **Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2014**

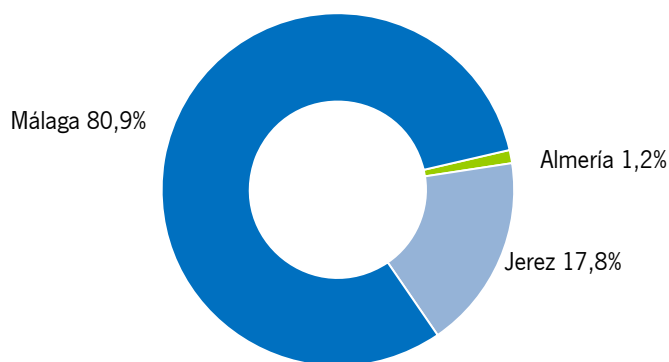


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

### 3.3 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

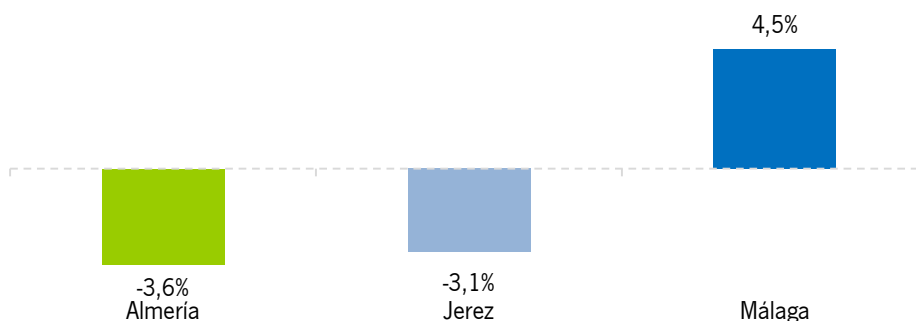
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2014 a 831 mil pasajeros procedentes de Alemania, un +1,1% más que en el año anterior. El 81,8% de este pasaje utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir y Air Berlin las CBC más utilizadas, ya que transportaron al 65,0% del pasaje de este tipo de compañías.
- El aeropuerto de Málaga es el que recibe a la mayoría de los pasajeros de Alemania que llegan a la región, y el único que muestra crecimiento en las llegadas de esta procedencia para el año 2014.

#### ***Distribución de las llegadas de pasajeros de Alemania a los aeropuertos andaluces. Año 2014***



Fuente: AENA

#### ***Evolución de las llegadas de pasajeros de Alemania a los aeropuertos andaluces. Año 2014***



Fuente: AENA



## PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO FRANCÉS. AÑO 2014

### 1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

#### 1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

**78%** es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el país que realizó en 2014 algún viaje turístico.

**40%** es la proporción del principal viaje de vacaciones de los franceses que ha tenido como destino un país extranjero en 2014. Otro 60% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuente: Preferences of europeans towards tourism 2014, European Commission

#### *Viajes por motivos personales al extranjero<sup>2</sup> de los residentes en Francia. Años 2009-2013*

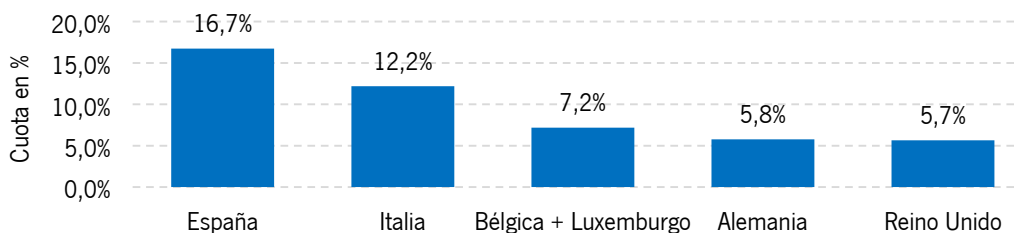
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2009	16.666	1,2%
2010	16.919	1,5%
2011	18.331	8,3%
2012	17.546	-4,3%
2013	18.044	2,8%

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

**+2,0%** 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 2013*



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

<sup>2</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

**42,9** son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2013, un +7,3% más que el año anterior. La evolución positiva se mantiene para el acumulado ene-sep 2014.

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

**+2,8%** es el incremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

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

## 1.3 TENDENCIAS RECIENTES

- La preponderancia del turismo doméstico mantiene a Francia como el principal competidor de España, y caracteriza su comportamiento turístico: recurren con más frecuencia a alojamientos no comerciales, usa principalmente el coche en sus desplazamientos turísticos y destaca por la organización particular de sus viajes.
- La cercanía geográfica con España eleva el peso de los excursionistas de este mercado: en el año 2014 se recibieron un total de 24,5 millones de excursionistas que representaron el 70% del total de visitantes galos recibidos en el país.
- La economía francesa se ha estancado durante 2014, el crecimiento se ha situado sólo en un +0,4% del PIB. Las perspectivas económicas para 2015 tampoco son buenas, lo que resiente el clima político y social del país. No obstante, las vacaciones se han convertido en una “necesidad vital” para los franceses, y para no renunciar a ellas, reducen los gastos en destino, acortan las estancias, se decide a última hora y se buscan ofertas. También se bajan costes eliminando la intermediación tradicional (agencias y TTOO off y online) a la hora de organizar el viaje.
- En la elección del destino se aplican igualmente medidas anti-crisis: ya no sólo prima el precio, sino que se buscarán aquellos destinos con la mejor relación calidad/precio. El clima, la proximidad, el descubrimiento de otras culturas y la seguridad, otros factores determinantes en la elección del destino, pasan a un segundo plano.
- España es considerada por los profesionales como un “valor refugio”, al que dirigir sus ventas en caso de problemas en otros destinos, y durante 2014 y principios de 2015 persisten los problemas de seguridad en algunos destinos claves del mercado francés (Marruecos, Túnez, Egipto y Turquía). La seguridad de España, su proximidad geográfica, la buena relación calidad/precio de sus infraestructuras de hostelería y su buen clima juegan a su favor.
- El turismo urbano y cultural, unido a la gastronomía en España tienen un gran atractivo para el mercado francés, a nivel similar que el sol y playa, al que favorece el escalonamiento de las vacaciones escolares.

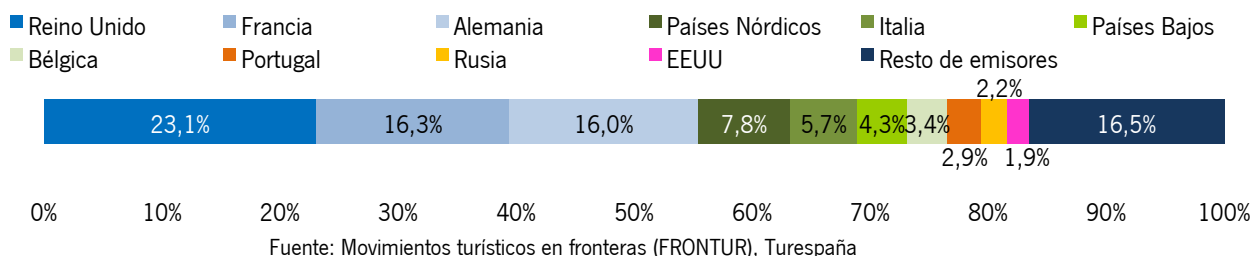
Fuente: Informes de Coyuntura Turística, Turespaña

## 2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### 2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 65 millones de turistas internacionales en 2014, el 16,3% procedía de Francia (10,6 millones), posicionándose como el segundo emisor extranjero más importante para España. Este mercado ha evolucionado favorablemente en 2014, registrando una tasa de crecimiento del +11,3%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo francés, seguido a distancia por Andalucía y la C. Valenciana.

#### *Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2014*



#### *Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo francés. Año 2014*

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	43,4	10,3
<b>2</b>	<b>Andalucía</b>	<b>10,0</b>	<b>13,7</b>
3	C. Valenciana	8,9	11,2
4	Madrid	5,9	6,2
5	Baleares	4,6	5,5
6	Canarias	4,2	32,4
	España	100,0	11,3

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), Turespaña

### 2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA FRANCÉS EN ESPAÑA

#### *Año 2014*

HÁBITOS DE CONSUMO	PERFIL DEMOGRÁFICO
Gasto medio diario en destino*: (euros)	81,71 Sexo: Hombre 54,2%
Estancia media: (días)	7,6 Edad: Menor de 15 años 5,9%
Principal tipo de alojamiento: Extrahotelero	50,2% De 15 a 24 8,6%
Principal medio de transporte: Coche	48,0% De 25 a 44 38,3%
Uso de paquete turístico:	7,2% De 45 a 64 32,2%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	78,7% Mayor de 64 años 15,0%

Fuente: Encuesta de gasto turístico (EGATUR), Instituto de Turismo de España

## 2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 49,8% de los turistas franceses que visitaron España en el año 2014 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros franceses suponen el 7,7% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año, y han aumentado un +7,9% respecto al año anterior.
- Cataluña es el principal destino nacional, presentando una evolución ascendente en el año 2014. Baleares, Andalucía y Canarias con cuotas entre el 14%-15% se disputan el segundo puesto, pero mientras los crecimientos de pernoctaciones en los destinos insulares han sido de dos dígitos, Andalucía ha registrado un descenso de noches del -6,4% respecto al año anterior.

### ***Viajeros y pernoctaciones de franceses en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2014***

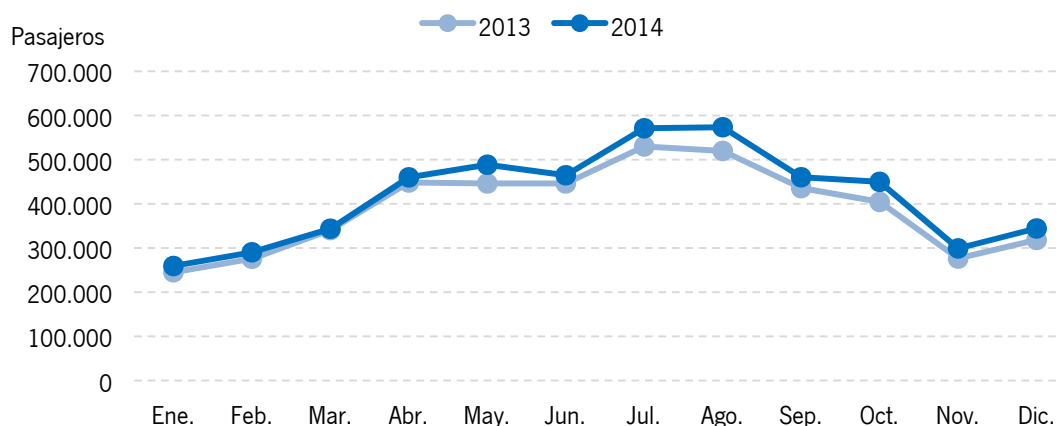
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Cataluña	1.985.142	7,5%	5.536.793	7,1%	38,0%
Canarias	305.567	15,1%	2.170.282	18,3%	14,9%
Baleares	313.567	13,6%	2.052.146	22,1%	14,1%
Andalucía	721.132	-5,4%	2.049.292	-6,4%	14,1%
C. Valenciana	245.114	-1,5%	691.420	-2,7%	4,7%
Madrid	313.365	5,5%	676.977	9,8%	4,6%
<b>España</b>	<b>4.793.632</b>	<b>5,4%</b>	<b>14.560.762</b>	<b>7,9%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

## 2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

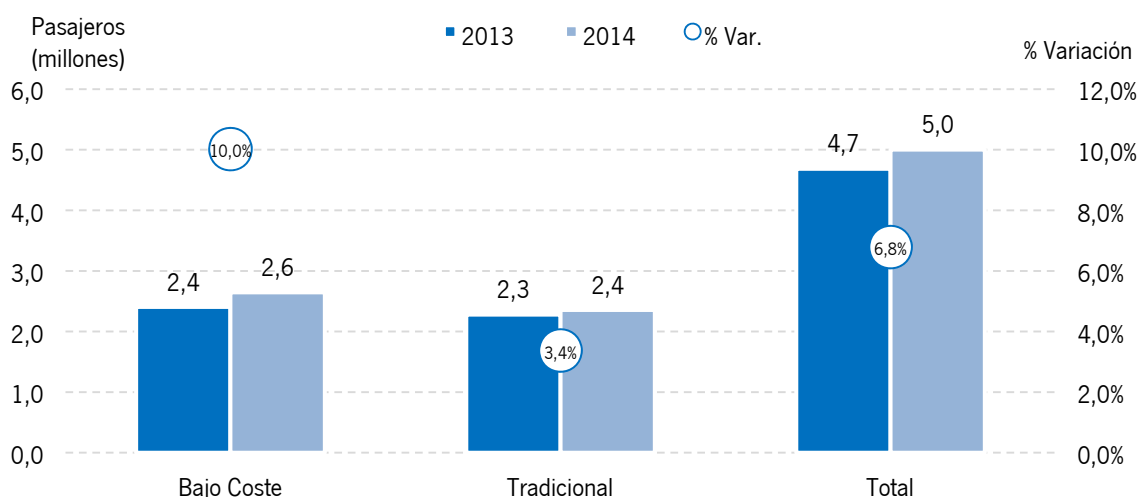
- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2014 un total de 5 millones de pasajeros procedentes de Francia, un +6,8% más que en el año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2014. Esta cifra representa el 7,3% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en 2014 al 52,9% de los pasajeros procedentes de este mercado. Vueling es la CBC más importante (transportó a España el 51,3 de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este año). Le siguen RyanAir y Easyjet, que en conjunto transportaron otro 36,4%.

## Llegadas de pasajeros a España procedentes de Francia por meses. Años 2013 y 2014



Fuente: AENA

## Llegadas de pasajeros a España procedentes de Francia por tipo de compañía. Años 2013 y 2014



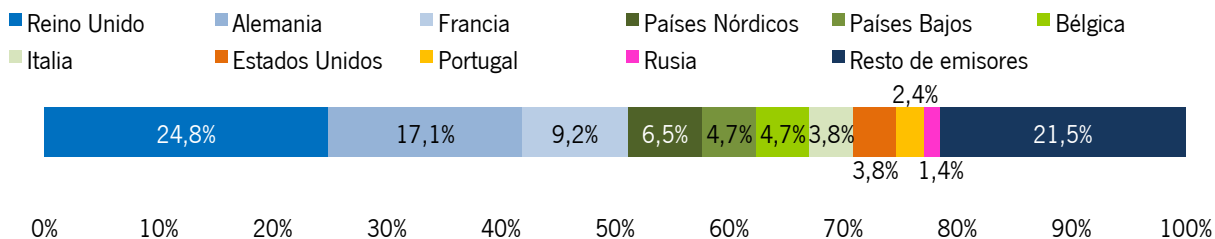
Fuente: AENA

## 3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

### 3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2014 a 721 mil viajeros franceses que han realizado 2,0 millones pernoctaciones, un -6,4% menos de noches que en el año anterior, siendo los descensos más acusados en la primera mitad del año.
- El mercado francés es el tercer emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 9,2% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región.

**Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2014**

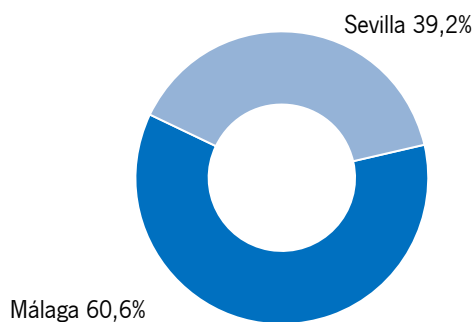


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

### 3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2014 a 677 mil pasajeros procedentes de Francia, un +11,9% más que en el año 2013. El 62,6% de este pasaje utilizó una compañía de bajo coste, siendo Vueling la CBC más utilizada, ya que transportó al 42,4% del pasaje 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 un cuota del 0,1% en este año. En ambos aeropuertos se han registrado crecimientos en la llegada de pasajeros de esta procedencia.

**Distribución de las llegadas de pasajeros de Francia a los aeropuertos andaluces. Año 2014**



Fuente: AENA

**Evolución de las llegadas de pasajeros de Francia a los aeropuertos andaluces. Año 2014**



Fuente: AENA

## PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO DE LOS PAÍSES NÓRDICOS. AÑO 2014

### 1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

#### 1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

- Propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en cada país nórdico que realizó en 2014 algún viaje turístico:

Dinamarca: **76%**; Finlandia: **80%**; Noruega\*: **90%**; Suecia: **87%**

- Proporción del principal viaje de vacaciones de los nórdicos que ha tenido como destino un país extranjero o el propio país en 2014.

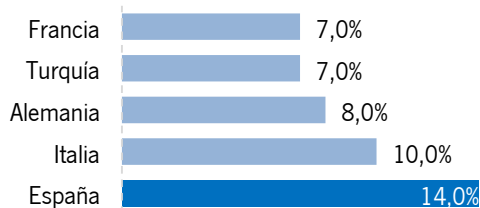
	Extranjero	Propio país
Dinamarca	82,0%	17,0%
Finlandia	69,0%	31,0%
Noruega*	71,0%	27,0%
Suecia	65,0%	34,0%
Fuente: Preferences of europeans towards tourism 2014, European Commission		

\* Noruega no ha sido incluido en el estudio de la Comisión Europea del año 2014, los datos corresponden al estudio de 2013.

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

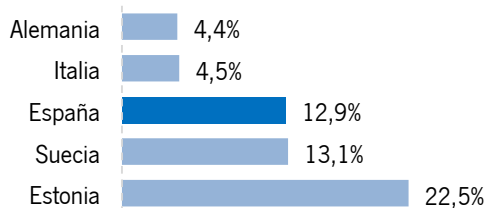
#### *Principales destinos extranjeros de los viajes vacacionales de los nórdicos. Años 2013 y 2014*

##### Dinamarca. Año 2013



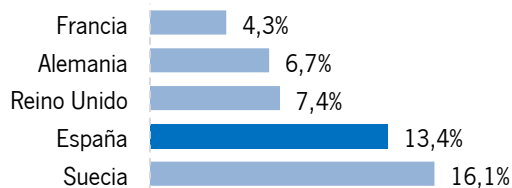
Fuente: Statistics Denmark

##### Finlandia. Año 2014



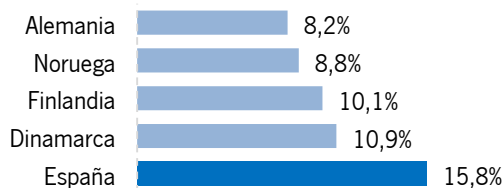
Fuente: Statistics Finland

##### Noruega. Año 2014



Fuente: Statistics Norway

##### Suecia. Año 2013



Fuente: Swedish Agency for Economic and Regional Growth

## 1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

**51,5** son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional del emisor nórdico en 2013, un +9,3% más que el año anterior. La evolución positiva se mantiene para el acumulado ene-sep 2014.

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

**+8,3%** es el incremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

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

## 1.3 TENDENCIAS RECIENTES

- Los países nórdicos cuentan con unas economías muy saneadas. Esta circunstancia combinada con una dura climatología y factores culturales, se traduce en una alta intensidad viajera de su población, de modo que el consumo de viajes turísticos continúa siendo prioridad para los nórdicos.
- El turismo de sol y playa sigue siendo el producto más demandado con gran diferencia para los periodos vacacionales largos. La posibilidad que tiene España de ofrecerlo durante todo el año explica en gran medida que se mantenga como destino favorito año tras año. El segundo producto más demandado son las visitas cortas a ciudades (turismo cultural, gastronómico y etnológico) que además viene registrando elevadas tasas de crecimiento en los últimos años. También es necesario mencionar el creciente interés por la práctica de deportes (destacándose el segmento de golf) y por las actividades en contacto con la naturaleza (turismo activo, senderismo,...).
- El amplio acceso de la población nórdica a Internet, la mayor confianza en el consumo online, el aumento de las conexiones aéreas directas y la expansión de las aerolíneas de bajo coste están cambiando los hábitos en la compra de viajes. De modo que el tradicional paquete chárter cede terreno ante la fortaleza del viaje organizado por cuenta propia, que además permite individualizar los viajes incluyendo opciones, flexibilidad o experiencias.
- Los principales competidores de España en el mercado touroperado en verano son Grecia y Turquía. En invierno, el principal competidor es Tailandia, seguida de los destinos en el Caribe y México. Superados los problemas de inestabilidad política, Egipto vuelve a escena en la temporada de invierno 2014-2015, aunque por el momento las ventas son aún muy reducidas.

Fuente: Informes de Coyuntura Turística, Turespaña

## 2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### 2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

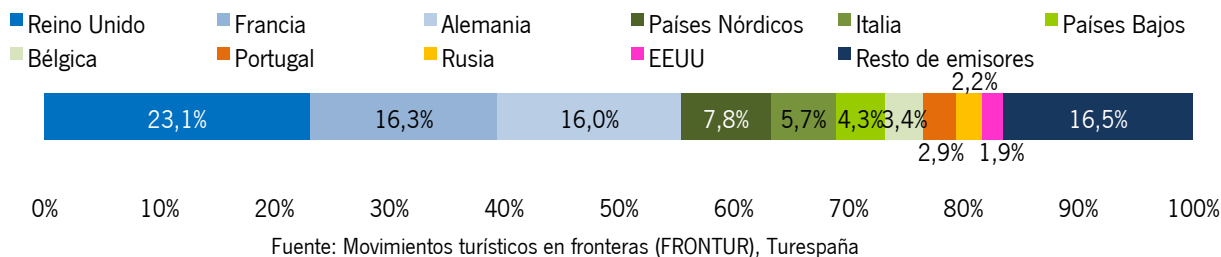
- España recibió un total de 65 millones de turistas internacionales en 2014, el 7,8% procedía de los Países Nórdicos (5,0 millones), posicionándose como el cuarto emisor extranjero más



importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado un crecimiento del +3,5%.

- Canarias es el principal receptor de turismo nórdico. Andalucía se posiciona en segundo lugar, captando el 16,9% de los turistas de este mercado en 2014, y evolucionando mejor que Baleares, lo que le ha permitido aventajarla este año.

## Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2014



## Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo de los Países Nórdicos. Año 2014

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	34,3	1,0
<b>2</b>	<b>Andalucía</b>	<b>16,9</b>	<b>8,3</b>
3	Baleares	15,8	0,8
4	Cataluña	15,0	0,8
5	C. Valenciana	12,5	2,5
6	Madrid	2,3	41,9
	España	100,0	3,5

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), Turespaña

## 2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA NÓRDICO EN ESPAÑA

### Año 2014

HÁBITOS DE CONSUMO	PERFIL DEMOGRÁFICO
Gasto medio diario en destino*: (euros)	119,64 Sexo: Hombre 52,2%
Estancia media: (días)	9,6 Edad: Menor de 15 años 7,2%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	67,9% De 15 a 24 11,0%
Principal medio de transporte: Avión	98,2% De 25 a 44 37,2%
Uso de paquete turístico:	41,6% De 45 a 64 34,4%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	92,0% Mayor de 64 años 10,1%

Fuente: Encuesta de gasto turístico (EGATUR), Instituto de Turismo de España

## 2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 67,9% de los turistas nórdicos que visitaron España en el año 2014 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros nórdicos suponen el 6,7% del total de noches foráneas realizadas en este año, y han aumentado un +3,9% respecto al año anterior.

- Canarias es, con diferencia, el principal destino nacional de los nórdicos en este periodo, seguida por Baleares.

#### ***Viajeros y pernoctaciones de nórdicos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2014***

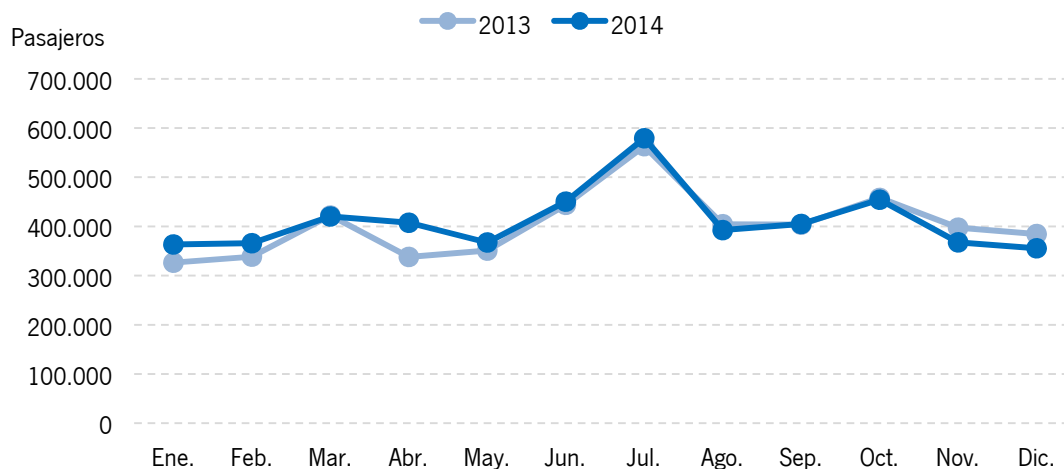
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	757.035	5,4%	5.865.155	5,0%	46,0%
Baleares	401.999	-5,1%	2.535.220	-8,8%	19,9%
Cataluña	492.883	-1,7%	1.672.962	-0,8%	13,1%
Andalucía	328.756	9,7%	1.452.434	22,4%	11,4%
C. Valenciana	148.971	3,5%	574.390	11,2%	4,5%
Madrid	134.030	22,8%	324.229	25,4%	2,5%
<b>España</b>	<b>2.429.993</b>	<b>4,0%</b>	<b>12.761.273</b>	<b>3,9%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

## 2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

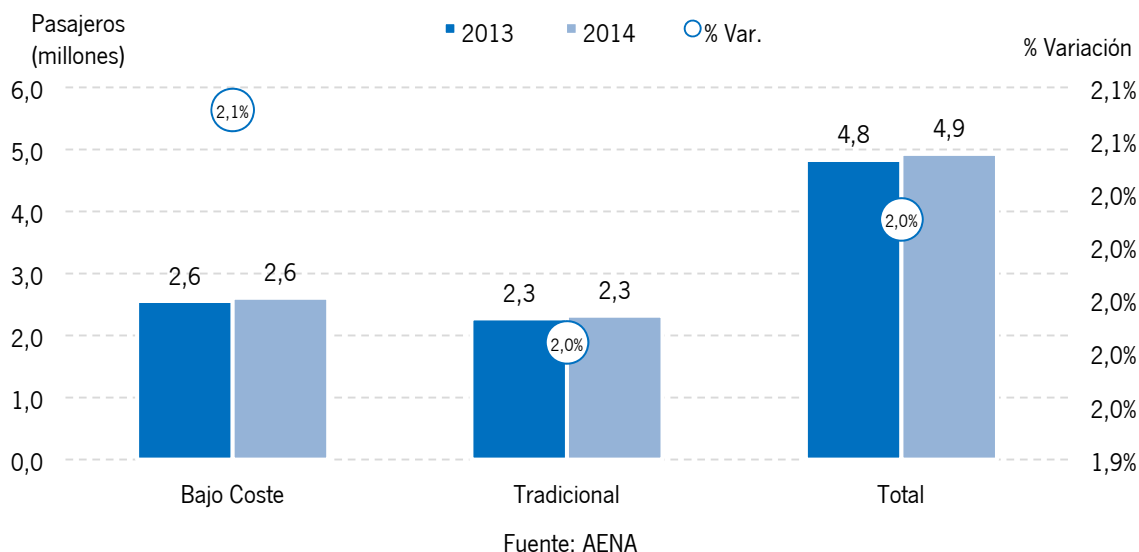
- Los aeropuertos españoles recibieron en 2014 un total de 4,9 millones de pasajeros procedentes de los Países Nórdicos, un +2,0% más que en el año anterior, y crecimientos en la mayoría de los meses de 2014. Esta cifra representa el 5,5% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en 2014 al 52,9% de los pasajeros procedentes de este mercado. Norwegian Air Shuttle es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 63,4% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia). RyanAir le sigue con una cuota del 22,3%.

#### ***Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Nórdicos por meses. Años 2013 y 2014***



Fuente: AENA

**Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Nórdicos por tipo de compañía.  
Año 2014**

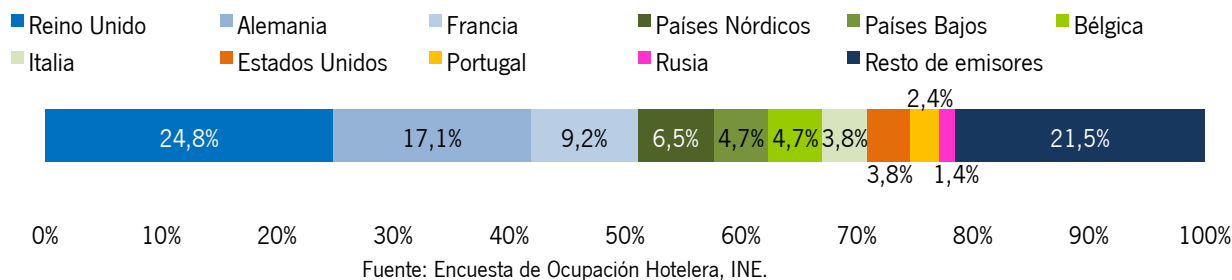


### 3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

#### 3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2014 a 329 mil viajeros de los Países Nórdicos, que han realizado 1,45 millones de pernoctaciones, un +22,4 más que el año anterior, registrándose fuertes incrementos en la mayoría de los meses de este año (excepto agosto), continuando la senda de crecimiento que se inició en 2010.
- El nórdico es el cuarto emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 6,5% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región para este año.

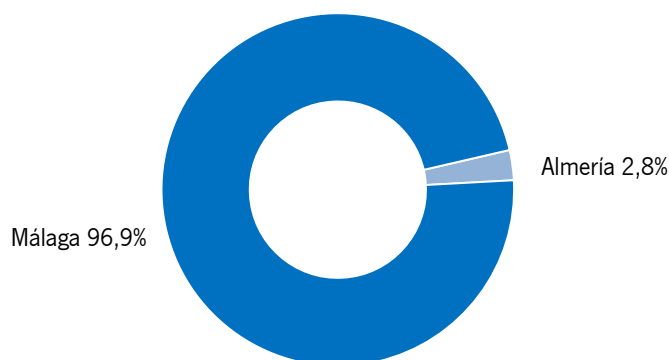
**Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2014**



### 3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

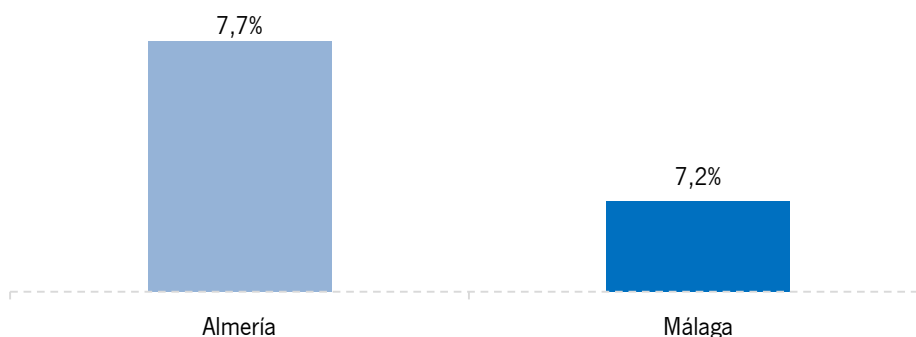
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2014 a 781 mil pasajeros procedentes de aeropuertos nórdicos, un +7,3% más que en el año 2013. El 74,0% de este pasaje utilizó una compañía de bajo coste, siendo Norwegian Air Shuttle la CBC más utilizada, ya que transportó al 65,7% del pasaje de este tipo de compañías. Le sigue RyanAir con otro 29,2%.
- El aeropuerto de Málaga recibe a la mayoría de los pasajeros de los Países Nórdicos que llegan a la región. El tráfico en el aeropuerto de Almería, que se multiplicó por cinco en el último año, hasta alcanzar los 20 mil pasajeros en 2013, prosigue su crecimiento en 2014.

#### ***Distribución de las llegadas de pasajeros de los Países Nórdicos a los aeropuertos andaluces. Año 2014***



Fuente: AENA

#### ***Evolución de las llegadas de pasajeros de los Países Nórdicos a los aeropuertos andaluces. Año 2014***



Fuente: AENA

## PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO DE LOS PAÍSES BAJOS. AÑO 2014

### 1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

#### 1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

**80%** es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en los Países Bajos que realizó en 2014 algún viaje turístico.

**84%** es la proporción del principal viaje de vacaciones de los neerlandeses que ha tenido como destino un país extranjero en 2014. Otro 15% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuente: Preferences of europeans towards tourism 2014, European Commission

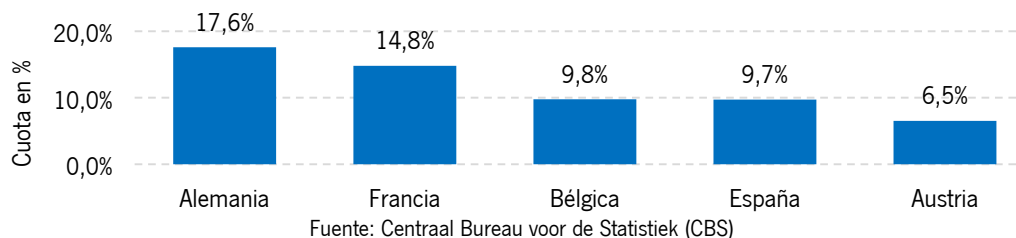
#### *Viajes vacacionales al extranjero de los residentes en los Países Bajos. Años 2009-2013*

AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2009	18.408	-0,3%
2010	18.430	0,1%
2011	18.560	0,7%
2012	18.628	0,4%
2013	18.093	-2,9%
Fuente: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)		

**-0,4%** 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 viene ocupando en los últimos años el cuarto puesto.

#### *Principales destinos extranjeros de los viajes vacacionales. Año 2013*



#### 1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

**20,1** son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2013, un +3,1% más que el año anterior. La evolución positiva se mantiene para el acumulado ene-sep 2014.

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

**-0,7%** es el decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

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

### 1.3 TENDENCIAS RECIENTES

- A lo largo de 2014, la economía de los Países Bajos ha comenzado a recuperarse registrando un moderado crecimiento +0,9% del PIB, que se espera se consolide en los próximos años (las previsiones del FMI auguran crecimientos de la economía del país del +1,6% para el bienio 2015-2016). Habrá que esperar a la publicación de las estadísticas turísticas oficiales del país correspondientes al año 2014 para cuantificar el impacto de la mejora de la situación económica en los viajes de vacaciones de los neerlandeses.
- Aunque es un emisor turístico bastante estable (sólo en 2013, y tras varios años de crisis, registró un descenso apreciable de sus viajes vacacionales al extranjero del -2,3%), la incertidumbre sobre la situación económica sí ha terminado afectando a los comportamientos vacacionales de los neerlandeses: tendencia a elegir vacaciones en países más cercanos y baratos, reducir la estancia, renunciar a algún viaje y reservar a última hora.
- España sale beneficiada con el cambio de hábitos, pues es vista como un destino cercano y con buena relación calidad-precio. Además, es un destino mediterráneo seguro y estable, demandado tanto en verano como en invierno, que ofrece buenas opciones de camping (un tipo de vacación creciente en este mercado).
- La cultura y visitar ciudades motivan el 21% de sus vacaciones en el extranjero, el 19% son vacaciones de sol y playa, y otro 10% busca la naturaleza. España es líder en sol y playa, Alemania en viajes de ciudad (junto a Francia) y disfrute de la naturaleza. A la espera de confirmar por fuentes estadísticas oficiales del país, la agencia privada neerlandesa NBTC\_NIPO Research ha registrado un ascenso de viajes a España en 2014, que le ha permitido ganar cuota de mercado y adelantar a Bélgica, ganando un puesto en el ranking de destinos.

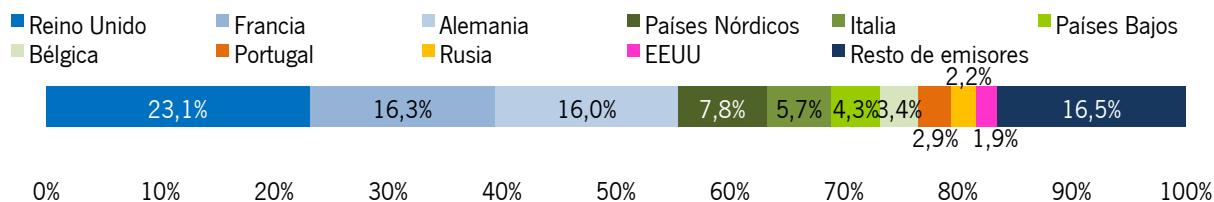
Fuente: Informes de Coyuntura Turística, Turespaña

## 2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### 2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 65 millones de turistas internacionales en 2014, el 4,3% procedía de los Países Bajos (2,8 millones), posicionándose como el sexto emisor extranjero más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado un crecimiento del +5,7%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo neerlandés que llega a España, alcanzando una cuota del 29,4% en 2014. Le siguen Canarias y Andalucía con cuotas entre el 16% y el 18%.

## Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2014



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), Turespaña

## Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo de los Países Bajos. Año 2014

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	29,4	17,2
2	Canarias	17,7	-1,7
<b>3</b>	<b>Andalucía</b>	<b>15,9</b>	<b>-0,1</b>
4	Baleares	13,8	2,9
5	C. Valenciana	13,8	-0,3
6	Madrid	4,6	9,3
	España	100	5,7

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), Turespaña

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

### Año 2014

HÁBITOS DE CONSUMO	PERFIL DEMOGRÁFICO
Gasto medio diario en destino*: (euros)	90,25 Sexo: Hombre 50,8%
Estancia media: (días)	9,7 Edad: Menor de 15 años 5,6%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	54,8% De 15 a 24 11,3%
Principal medio de transporte: Avión	83,6% De 25 a 44 39,0%
Uso de paquete turístico:	25,5% De 45 a 64 32,7%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	90,8% Mayor de 64 años 11,4%

Fuente: Encuesta de gasto turístico (EGATUR), Instituto de Turismo de España

## 2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 54,8% de los turistas de los Países Bajos que visitaron España en el año 2014 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros neerlandeses suponen el 3,7% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año, y han disminuido un -0,9% respecto al año anterior.
- Canarias y Cataluña son los principales destinos nacionales, si bien presentan una evolución desigual en el año 2014. Andalucía se posiciona el cuarto lugar, con una cuota del 14,9%.

### ***Viajeros y pernoctaciones de los Países Bajos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2014***

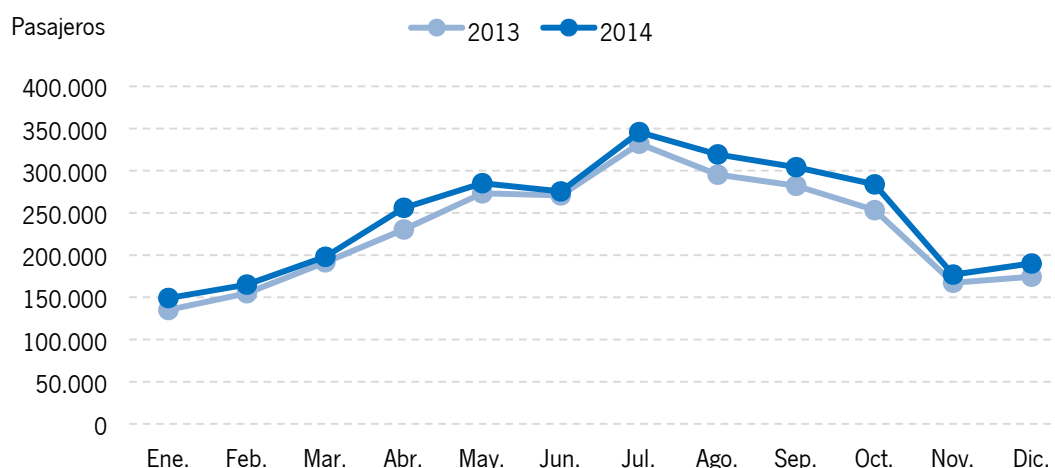
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	258.443	1,9%	2.155.164	0,0%	30,7%
Cataluña	400.810	-2,5%	1.620.040	-9,5%	23,0%
Baleares	186.554	13,5%	1.148.677	12,0%	16,3%
Andalucía	291.304	-4,7%	1.050.471	-3,5%	14,9%
C. Valenciana	128.620	0,5%	575.224	-1,9%	8,2%
Madrid	97.039	7,7%	219.626	5,3%	3,1%
<b>España</b>	<b>1.516.392</b>	<b>1,3%</b>	<b>7.030.926</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 2014 un total de 2,9 millones de pasajeros procedentes de los Países Bajos, un +6,8% más que en el año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2014. Esta cifra representa el 4,3% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en 2014 al 70,9% de los pasajeros procedentes de este mercado. Transavia holland Bv es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 64,6% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia).

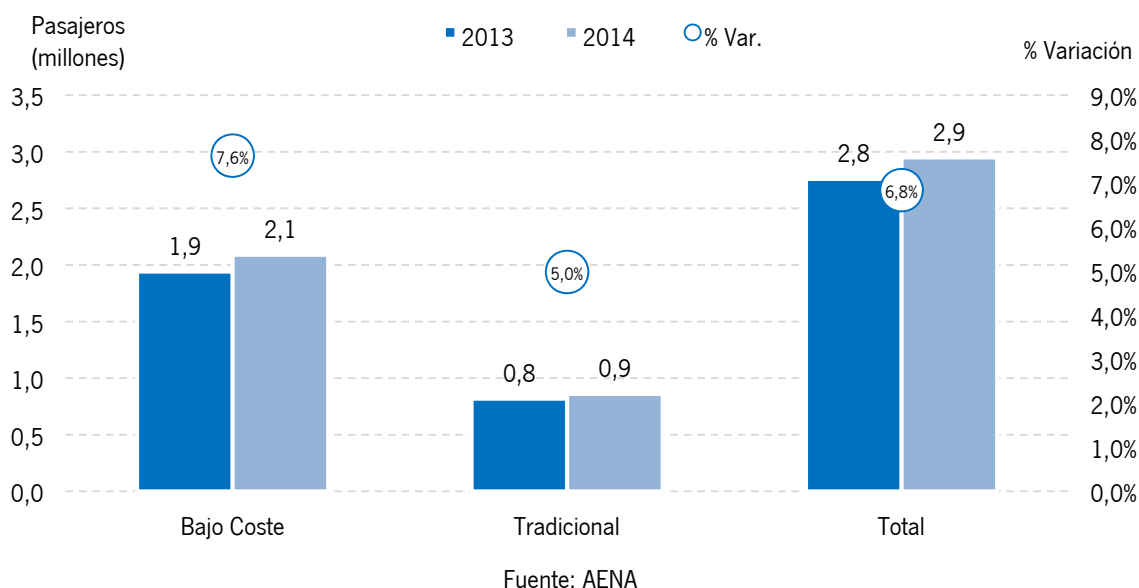
### ***Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Bajos por meses. Años 2013 y 2014***



Fuente: AENA



## Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Bajos por tipo de compañía. Año 2014

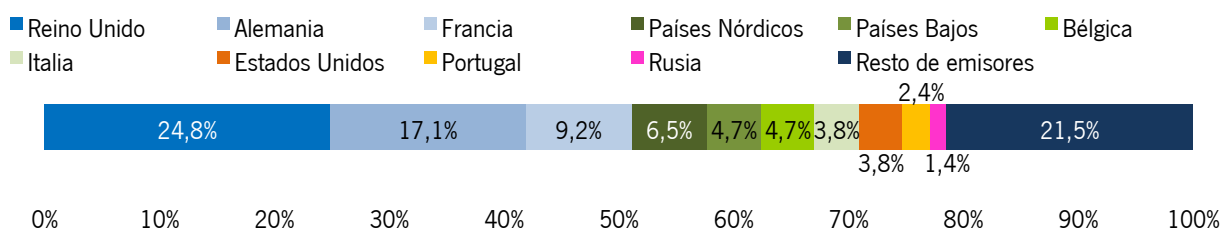


### 3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

#### 3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2014 a 291 mil viajeros de los Países Bajos, que han realizado algo más de un millón de pernoctaciones, un -3,5% menos que el año anterior. Tras los fuertes crecimientos de 2010 y sobre todo 2011, las estancias en Andalucía de este emisor se estancan en 2012 y se ralentizan en 2013, siendo descendentes en la mitad de los meses de 2014.
- El neerlandés es el quinto emisor extranjero más importante para el destino andaluz en 2014, sus pernoctaciones suponen el 4,7% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región para este año.

#### Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2014

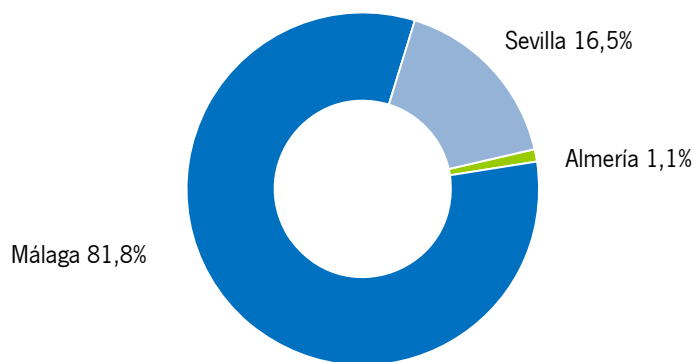


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

### 3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

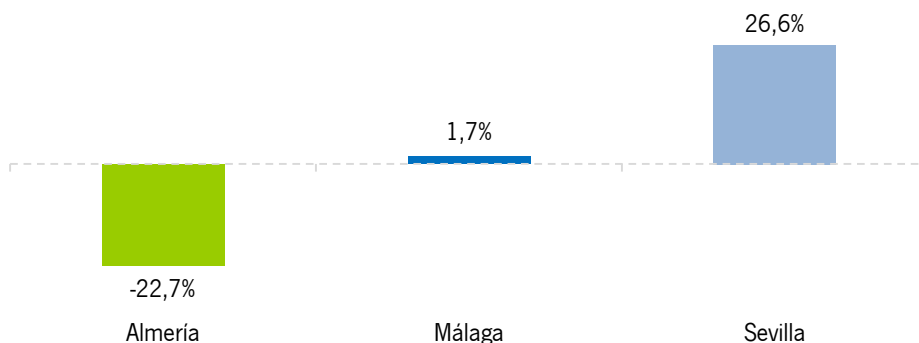
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2014 a 390 mil pasajeros procedentes de aeropuertos de los Países Bajos, un +4,7% más que en el año 2013. El 97,7% de este pasaje utilizó una compañía de bajo coste, siendo Transavia holland Bv la CBC más utilizada, ya que transportó al 71,1% del pasaje de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de los Países Bajos que llegan a la región. Ambos han registrado crecimientos en 2014, destacándose el aeropuerto de Sevilla con una tasa a dos dígitos (+26,6%). El aeropuerto de Almería sin embargo presenta descensos en este año, por lo que no mantiene los fuertes crecimientos que registró en 2012 y 2013.

#### ***Distribución de las llegadas de pasajeros de los Países Bajos a los aeropuertos andaluces. Año 2014***



Fuente: AENA

#### ***Evolución de las llegadas de pasajeros de los Países Bajos a los aeropuertos andaluces. Año 2014***



Fuente: AENA

## PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO BELGA. AÑO 2014

### 1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

#### 1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

**69%** es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el país que realizó en 2014 algún viaje turístico.

**92%** es la proporción del principal viaje de vacaciones de los belgas que ha tenido como destino un país extranjero en 2014. Otro 8% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuente: Preferences of europeans towards tourism 2014, European Commission

#### *Viajes vacacionales<sup>3</sup> al extranjero de los residentes en Bélgica. Años 2009-2013*

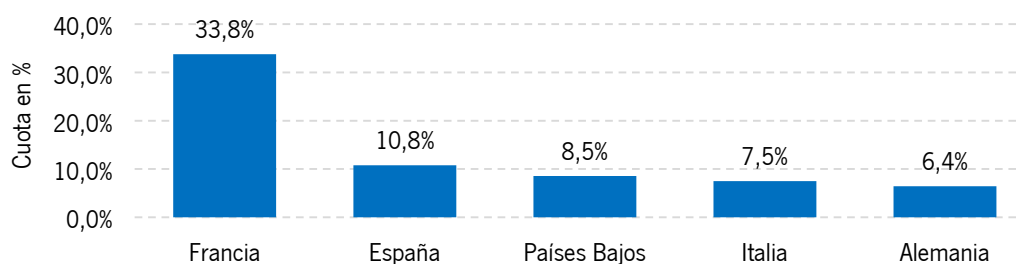
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2009	9.508	-0,3%
2010	9.808	3,2%
2011	10.774	9,9%
2012	10.303	-4,4%
2013	11.484	+11,5%

Fuente: SPF Economie, PME, Classes moyennes et Energie. Direction générale Statistique et Information économique.

**+4,8%** 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. España le sigue a distancia.

#### *Principales destinos de los viajes vacacionales al extranjero. Año 2013*



Fuente: SPF Economie, PME, Classes moyennes et Energie. Direction générale Statistique et Information économique.

<sup>3</sup> Los viajes vacacionales son de corta y de larga duración.

## 1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

**21,9** son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2013, un +7,9% más que el año anterior. La evolución positiva se mantiene para el acumulado ene-sep 2014.

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

**+1,8%** es el incremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

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

## 1.3 TENDENCIAS RECIENTES

- En 2014, la economía belga comienza a recuperarse aunque a un ritmo más lento de lo que se preveía: el crecimiento del PIB se ha situado sólo en el +1,0%, lastrado por la reducción del consumo interno (debido a la contención de los salarios y del gasto público) así como por una menor contribución de las exportaciones. Sin embargo, las previsiones para los dos próximos años sobre la situación económica son más halagüeñas, por lo que los viajes turísticos hacia el extranjero de este emisor tendrán un buen comportamiento.
- Los flujos hacia España se han visto favorecidos en 2014 por la apertura de nuevas conexiones aéreas, la inestabilidad e incertidumbre de países como Turquía o Egipto, la moderación de los precios de los destinos españoles, la búsqueda de buen clima y el aumento de las 2ª residencias de belgas en nuestro país.
- Se prevé que el sector de la tour operación en España obtenga resultados positivos también en 2015, aunque no se registrarán los crecimientos de 2014, debido a la recuperación de las ventas en Turquía y Egipto, una vez que se han reducido las tensiones en dichos destinos.
- En las vacaciones principales de los belgas los elementos más valorados son el clima, el sol y las playas. Francia es el destino elegido por sus recursos naturales y los países del área mediterránea por su clima.
- España ocupa el tercer lugar en el ranking de destinos y viajes de citytrip. Se demanda principalmente Barcelona, Madrid, Sevilla, Valencia y Bilbao.

Fuente: Informes de Coyuntura Turística, Turespaña

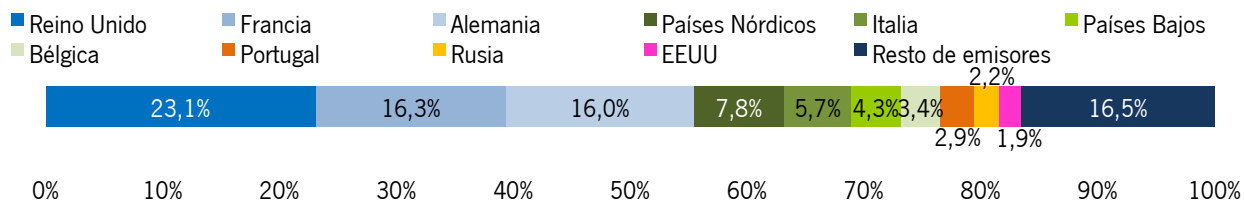
## 2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### 2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 65 millones de turistas internacionales en 2014, el 3,4% procedía de Bélgica (2,2 millones), posicionándose como el séptimo emisor extranjero más importante para España. Este mercado ha evolucionado favorablemente en el periodo, registrando una tasa de crecimiento del +16,4%.

- Cataluña es el principal receptor de turismo belga, seguido por Andalucía y la C. Valenciana.

## **Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2014**



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), Turespaña

## **Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo belga. Año 2014**

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	27,2	5,4
<b>2</b>	<b>Andalucía</b>	<b>17,5</b>	<b>23,5</b>
2	C. Valenciana	16,3	24,5
4	Canarias	15,8	7,1
5	Baleares	8,6	35,2
6	Madrid	6,9	18,2
	España	100,0	16,4

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), Turespaña

## **2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA BELGA EN ESPAÑA**

### **Año 2014**

HÁBITOS DE CONSUMO		PERFIL DEMOGRÁFICO	
Gasto medio diario en destino*: (euros)	88,96	Sexo: Hombre	52,0%
Estancia media: (días)	9,7	Edad: Menor de 15 años	5,2%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	55,8%	De 15 a 24	10,5%
Principal medio de transporte: Avión	82,8%	De 25 a 44	39,3%
Uso de paquete turístico:	21,0%	De 45 a 64	33,3%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	87,9%	Mayor de 64 años	11,7%
Fuente: Encuesta de gasto turístico (EGATUR). Instituto de Turismo de España			

Fuente: Encuesta de gasto turístico (EGATUR), Instituto de Turismo de España

## **2.4 MOVIMIENTO HOTELERO**

- El 55,8% de los turistas belgas que visitaron España en el año 2014 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros belgas suponen el 3,1% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año, y han aumentado un +2,8% respecto al mismo periodo del año anterior.

- Canarias y Cataluña son los principales destinos nacionales en 2014, presentando una evolución desigual en este año. Andalucía se posiciona en tercer lugar, con un incremento de noches del +7,5%.

### ***Viajeros y pernoctaciones de belgas en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2014***

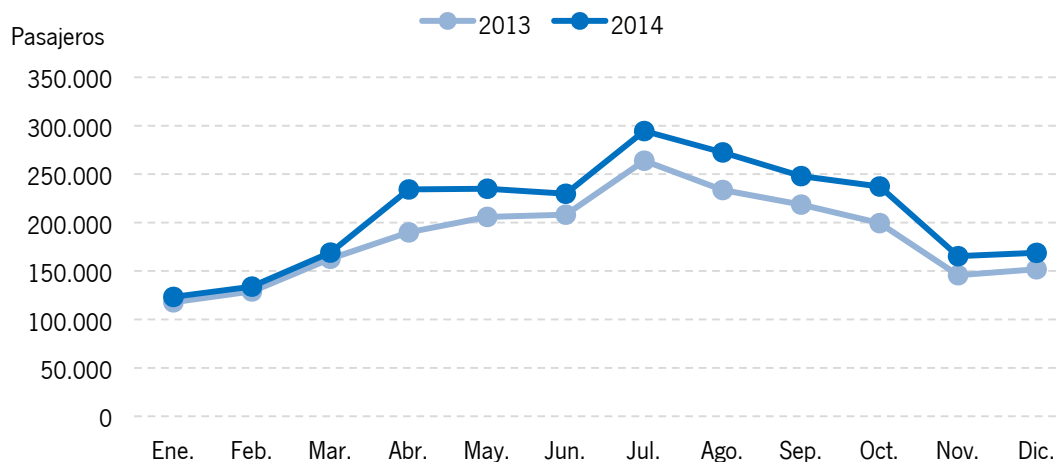
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	224.469	2,1%	1.870.158	1,4%	31,3%
Cataluña	300.642	-3,4%	1.331.228	-4,0%	22,2%
Andalucía	219.214	9,5%	1.036.320	7,5%	17,3%
Baleares	113.200	12,4%	683.101	1,3%	11,4%
C. Valenciana	119.110	13,0%	681.637	16,1%	11,4%
Madrid	71.946	3,3%	158.870	1,3%	2,7%
<b>España</b>	<b>1.172.439</b>	<b>4,6%</b>	<b>5.983.283</b>	<b>2,8%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

## **2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO**

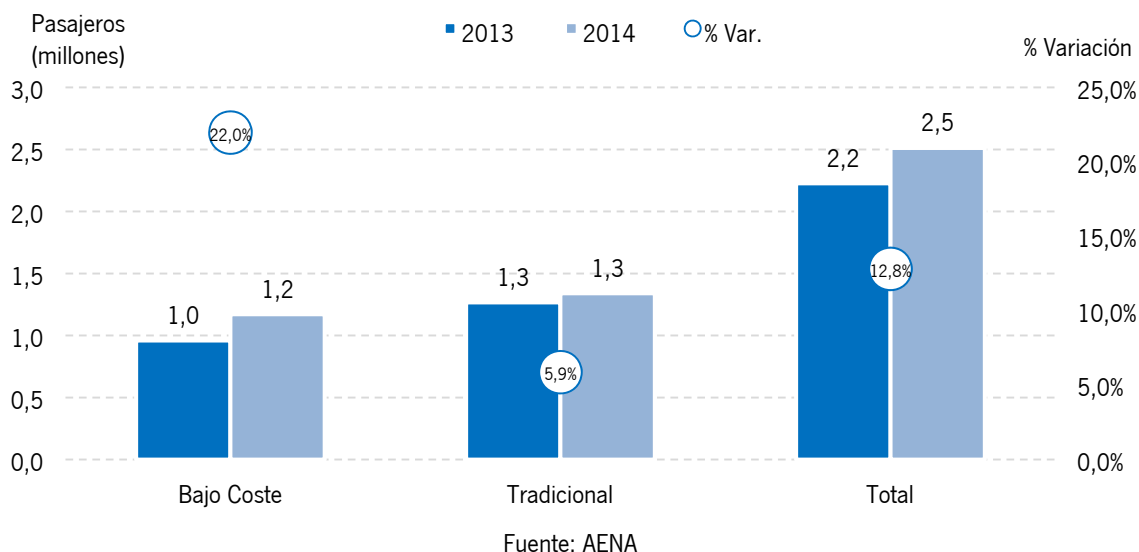
- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2014 un total de 2,5 millones de pasajeros procedentes de Bélgica, un +12,8% más que en el mismo periodo del año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2014. Esta cifra representa el 3,7% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron en 2014 al 46,6% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 77,3% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia).

### ***Llegadas de pasajeros a España procedentes de Bélgica por meses. Años 2013 y 2014***



Fuente: AENA

**Llegadas de pasajeros a España procedentes de Bélgica por tipo de compañía.  
Año 2014**

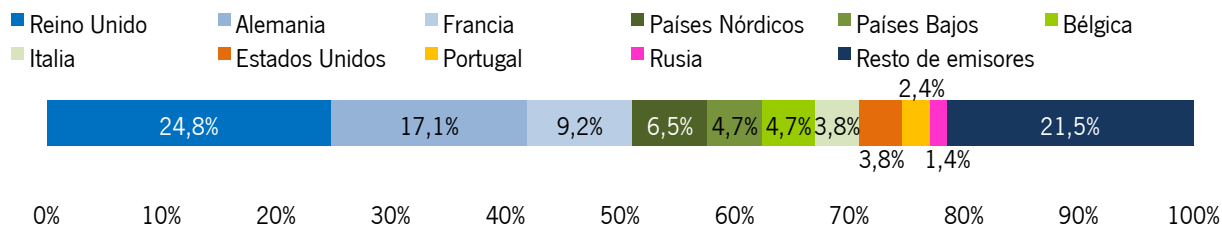


### 3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

#### 3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en 2014 a 219 mil viajeros belgas que han realizado un millón de pernoctaciones, un +7,5% más de noches que en el año anterior.
- El belga es el sexto emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 4,7% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región.

**Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2014**

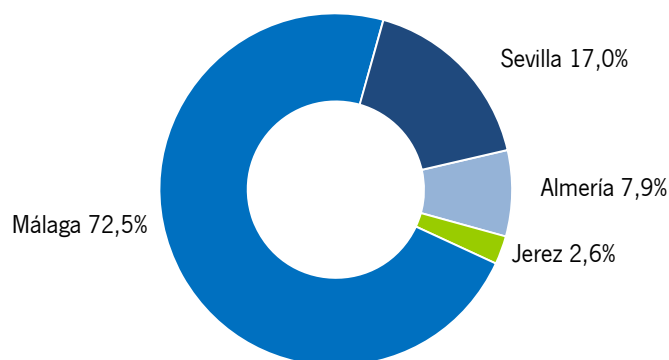


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

### 3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

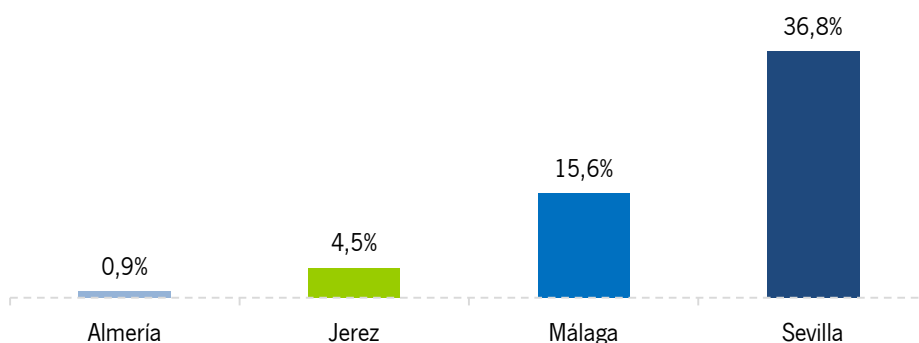
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2014 a 402 mil pasajeros procedentes de Bélgica, un +17,0% más que en el año anterior. El 44,4% de este pasaje utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 81,8% del pasaje de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de Bélgica que llegan a la región. También son los aeropuertos andaluces que mejor han evolucionado en 2014. No obstante, los aeropuertos de Almería y de Jerez también han registrado crecimientos de pasajeros de esta procedencia.

#### ***Distribución de las llegadas de pasajeros de Bélgica a los aeropuertos andaluces. Año 2014***



Fuente: AENA

#### ***Evolución de las llegadas de pasajeros de Bélgica a los aeropuertos andaluces. Año 2014***



Fuente: AENA



## PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ITALIANO. AÑO 2014

### 1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

#### 1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

**68%** es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el país que realizó en 2014 algún viaje turístico.

**39%** es la proporción del principal viaje de vacaciones de los italianos que ha tenido como destino un país extranjero en 2014. Otro 61% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuente: Preferences of europeans towards tourism 2014, European Commission

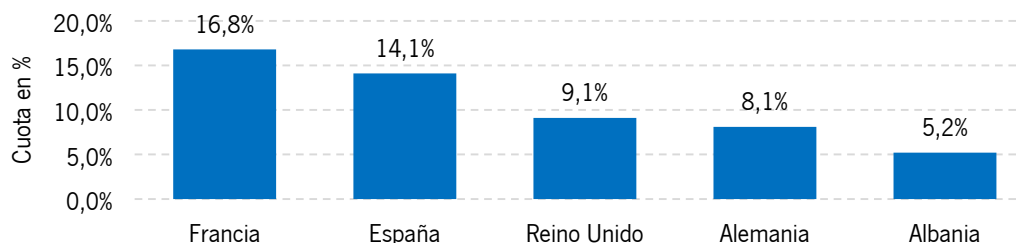
#### *Viajes por motivos personales<sup>4</sup> al extranjero de los residentes en Italia. Años 2013-2014*

AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2013	9.871	..
2014	11.643	18,0%

Fuente: Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)

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

#### *Principales destinos extranjeros de los viajes por motivos personales al extranjero. Año 2014*



Fuente: Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)

#### 1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

**27,0** son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2013, un +2,3% más que el año anterior. La evolución positiva se mantiene para el acumulado ene-sep 2014.

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

<sup>4</sup> 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 termaleas. En 2014 se ha producido un cambio metodológico importante en la operación estadística "VIAGGI E VACANZE IN ITALIA E ALL'ESTERO", y por el momento ISTAT no ha efectuado el enlace de las series, por lo que sólo se pueden comparar los datos de 2014 con los de 2013.

**-0,8%** es el decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

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

### 1.3 TENDENCIAS RECIENTES

- Italia no ha salido aún de la recesión económica (según el FMI la evolución del PIB en 2014 ha sido de un -0,4%), aunque no todo han sido datos negativos: el consumo de las familias ha visto un ligero aumento en 2014 después de tres años de descensos. El comportamiento emisor del mercado italiano a corto plazo estará estrechamente vinculado a la evolución de los indicadores macroeconómicos, no obstante, las previsiones económicas indican una recuperación lenta y gradual de la economía italiana para los dos próximos años.
- Al igual que otros emisores, los italianos han cambiado sus hábitos turísticos en los últimos años como consecuencia de la crisis: han reducido en número de estancias breves para no tener que renunciar a las vacaciones principales, planifican con más antelación para asegurarse precios más económicos, cuando salen al extranjero eligen destinos más próximos, el precio pasa a ser un factor primordial en la elección del destino, del tipo de alojamiento e incluso en la duración del viaje.
- Aunque Italia sigue siendo el principal destino de vacaciones para los italianos, en 2014 se reduce el número de turistas italianos que han realizado las vacaciones en el propio país. En ello ha tenido mucho que ver la adversa meteorología del verano 2014 en Italia, mal tiempo precisamente en el principal periodo de vacaciones de los italianos, obligando a muchos a cambiar sus planes de vacaciones.
- El viaje independiente sigue siendo el más común entre los turistas italianos que visitan España. La cercanía geográfica y cultural, la facilidad de acceso e incremento de conexiones aéreas de bajo coste, así como el conocimiento y valoración del destino benefician a este tipo de turismo.
- Se mantienen como principales destinos españoles para el turista italiano en la temporada de invierno Canarias (como novedad destaca la oferta de cruceros a este destino) y las grandes ciudades, principalmente Barcelona, Madrid y Valencia durante navidades, así como Sevilla, Málaga y otras ciudades andaluzas para los periodos próximos a la Semana Santa.

Fuente: Informes de Coyuntura Turística, Turespaña

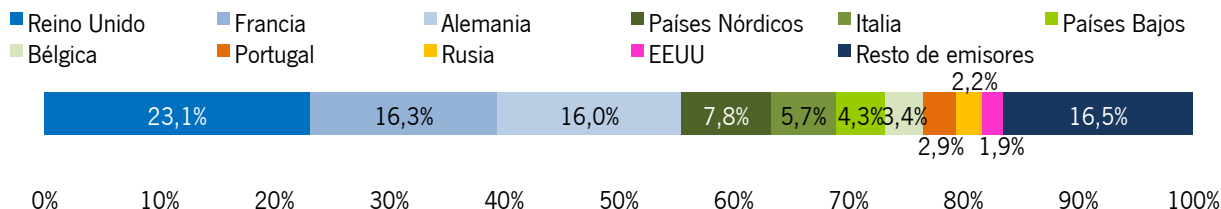
## 2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### 2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 65 millones de turistas internacionales en 2014, el 5,7% procedía de Italia (3,7 millones), posicionándose como el quinto emisor extranjero más importante para España. Este mercado ha evolucionado favorablemente en el año 2014, registrando una tasa de crecimiento del +14,7%.

- Cataluña es el principal receptor de turismo italiano, seguido por Baleares.

### ***Cuota de participación en la demanda turística de España. Año 2014***



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), Turespaña

### ***Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo italiano. Año 2014***

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	36,4	20,6
2	Baleares	17,0	11,3
3	Madrid	13,2	7,0
<b>4</b>	<b>Andalucía</b>	<b>10,4</b>	<b>15,4</b>
5	Canarias	9,2	16,3
6	C. Valenciana	8,1	5,2
	España	100,0	14,7

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), Turespaña

## **2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ITALIANO EN ESPAÑA**

### ***Año 2014***

HÁBITOS DE CONSUMO	PERFIL DEMOGRÁFICO
Gasto medio diario en destino*: (euros)	105,09 Sexo: Hombre 53,0%
Estancia media: (días)	7,0 Edad: Menor de 15 años 3,3%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	67,3% De 15 a 24 16,4%
Principal medio de transporte: Avión	87,2% De 25 a 44 55,7%
Uso de paquete turístico:	19,0% De 45 a 64 21,2%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	80,6% Mayor de 64 años 3,5%

Fuente: Encuesta de gasto turístico (EGATUR), Instituto de Turismo de España

## **2.3 MOVIMIENTO HOTELERO**

- El 67,3% de los turistas italianos que visitaron España en el año 2014 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros italianos suponen el 4,0% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año, y han aumentado un +5,4% respecto al año anterior.

- Baleares y Cataluña son los principales destinos nacionales, si bien presentan una evolución desigual en el periodo.

#### ***Viajeros y pernoctaciones de italianos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Año 2014***

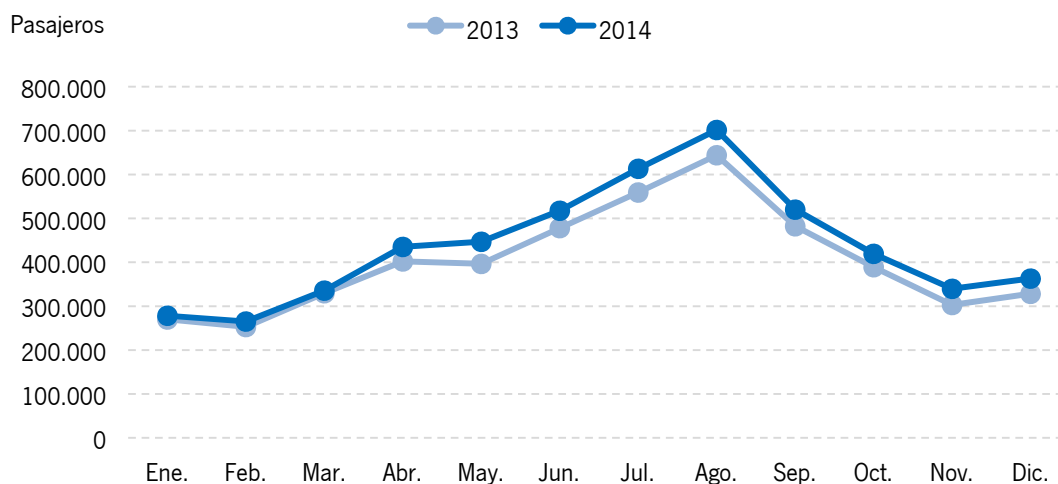
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Baleares	323.479	-4,3%	1.896.683	-5,9%	24,8%
Cataluña	610.261	5,6%	1.789.333	9,0%	23,4%
Canarias	173.866	16,4%	1.283.187	19,0%	16,8%
Andalucía	373.249	8,4%	853.212	10,2%	11,1%
Madrid	312.069	11,9%	739.251	9,7%	9,7%
C. Valenciana	192.633	-7,4%	525.731	-8,0%	6,9%
<b>España</b>	<b>2.320.102</b>	<b>5,7%</b>	<b>7.660.147</b>	<b>5,4%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

## **2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO**

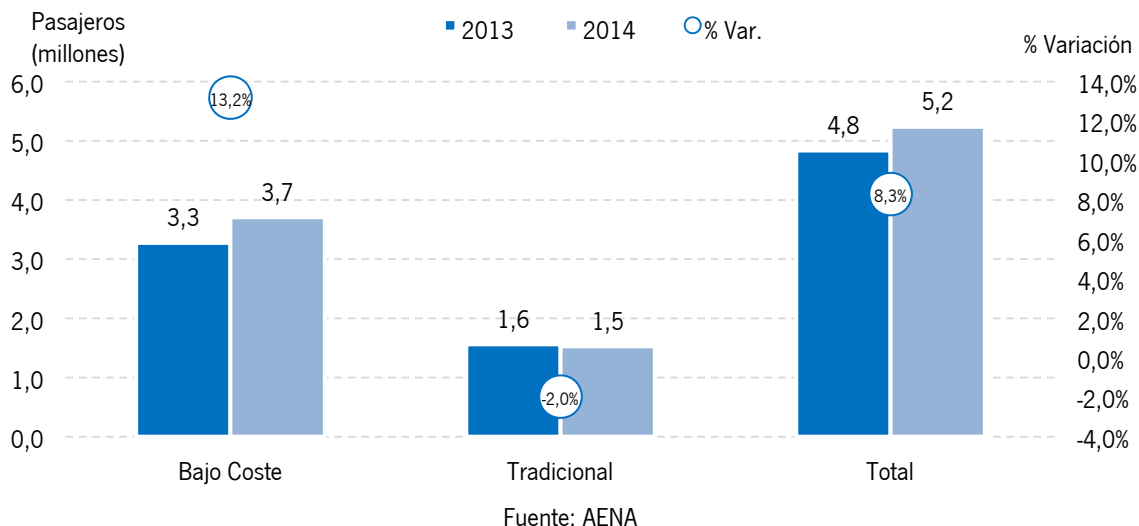
- Los aeropuertos españoles recibieron en el año 2014 un total de 5,2 millones de pasajeros procedentes de Italia, un +8,3% más que en el año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2014. Esta cifra representa el 7,7% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron en 2014 al 70,8% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 58,1% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia).

#### ***Llegadas de pasajeros a España procedentes de Italia por meses. Años 2013 y 2014***



Fuente: AENA

**Llegadas de pasajeros a España procedentes de Italia por tipo de compañía.  
Año 2014**

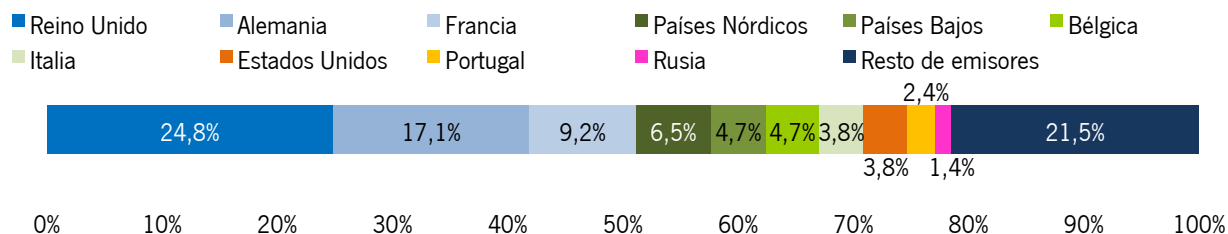


### 3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

#### 3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el año 2014 a 373 mil viajeros italianos que han realizado 853 mil pernoctaciones, un +10,2% más de noches que en el año anterior, registrándose los incrementos a partir del segundo trimestre del año.
- El italiano es el séptimo emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 3,8% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región.

**Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Año 2014**

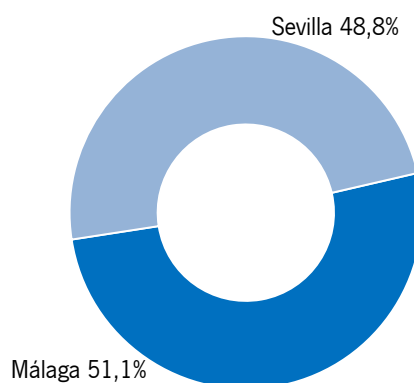


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

### 3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

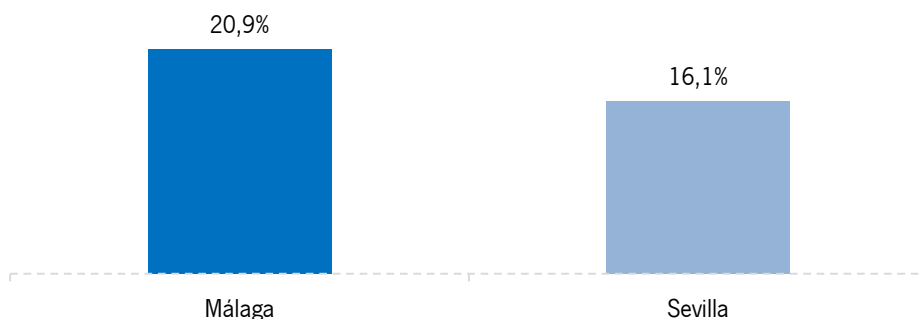
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2014 a 407 mil pasajeros procedentes de Italia, un +18,6% más que en el año 2013. El 89,0% de este pasaje utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 65,8% del pasaje de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de Italia que llegan a la región, el resto de aeropuertos andaluces suponen sólo un 0,1% en este año. Ambos aeropuertos muestran importantes crecimientos en las llegadas de esta procedencia para el año 2014.

#### ***Distribución de las llegadas de pasajeros de Italia a los aeropuertos andaluces. Año 2014***



Fuente: AENA

#### ***Evolución de las llegadas de pasajeros de Italia a los aeropuertos andaluces. Año 2014***



Fuente: AENA

## FUENTES UTILIZADAS

### 1. FUENTES PROPIAS DE CADA PAÍS

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

### 2. FUENTES INTERNACIONALES

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

### 3. FUENTES NACIONALES

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