

# Principales cifras mercados turísticos extranjeros en Andalucía

INFORME

## I Semestre 2014

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

Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía



## **ÍNDICE:**

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

## **INTRODUCCIÓN:**

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

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

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

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

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

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

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

# Principales cifras del turismo británico

## Aspectos generales del mercado

### Salidas al extranjero

**76%** es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el país que realizó en 2013 algún viaje turístico.

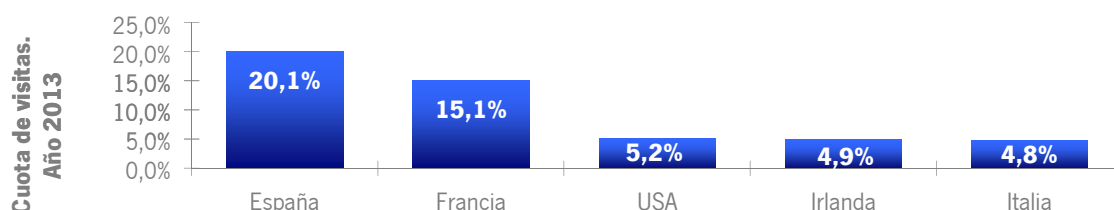
**73%** es la proporción del principal viaje de vacaciones de los británicos que ha tenido como destino un país extranjero en 2013. Otro 26% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

### Total de visitas al extranjero

Años	Datos (en miles)	% Variación
2009	58.614	-15,1%
2010	55.562	-5,2%
2011	56.836	2,3%
2012	56.538	-0,5%
2013	58.507	3,5%

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

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



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

### Gasto por turismo internacional

**52,6** Son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2013, un +2,5% más que el año anterior.

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

**1,2%** es el incremento medio experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

Fuente: OMT

### Tendencias recientes

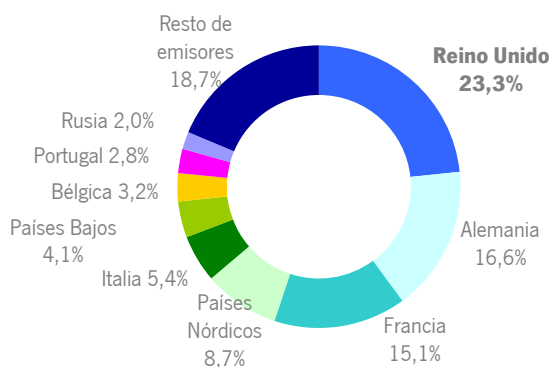
- Las vacaciones son una necesidad y no un lujo para los británicos. Por ello, la vacación principal de verano no se ha visto eliminada por la crisis, sino que dañó al mercado de las vacaciones adicionales.
- Al turismo británico le influye mucho la situación económica del país. En 2013, su economía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

Fuente: TOURSPAIN

## Mercado emisor a España

### Participación en la demanda turística

- En el primer semestre de 2014, España recibió un total de 28 millones de turistas internacionales, el 23,3% procedía del Reino Unido, posicionándose nuevamente como el principal emisor extranjero. Además, este mercado ha evolucionado favorablemente en este periodo, registrando una tasa de crecimiento del +5,8%.
- Los destinos insulares son los principales receptores de turismo británico, seguidos por Andalucía.



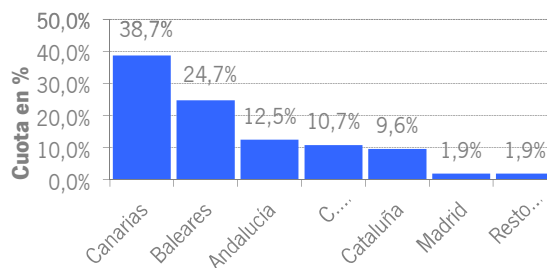
Fuente: IET

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	29,0	12,9
2	Baleares	19,3	1,2
<b>3</b>	<b>Andalucía</b>	<b>16,8</b>	<b>3,1</b>
4	C. Valenciana	15,0	1,7
5	Cataluña	11,2	-0,7
6	Madrid	3,1	11,9
	<i>España</i>	<i>100,0</i>	<i>5,8</i>

### Movimiento Hotelero

- El alojamiento hotelero fue de uso mayoritario entre los turistas británicos que visitaron España en el primer semestre de 2014. Las pernoctaciones de británicos suponen el 24,9% del total de pernoctaciones de extranjeros realizadas en el país en este periodo, y han aumentado un +2,2% respecto al mismo periodo del año anterior. Baleares y Canarias son los principales destinos nacionales.

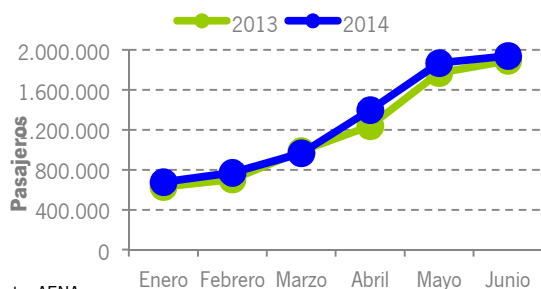
Indicadores	Acum 14	% Var. / Dif.
Viajeros (millones)	3,7	3,1%
Pernoctaciones (millones)	20,0	2,2%
Estancia media (días)	5,45	-0,05



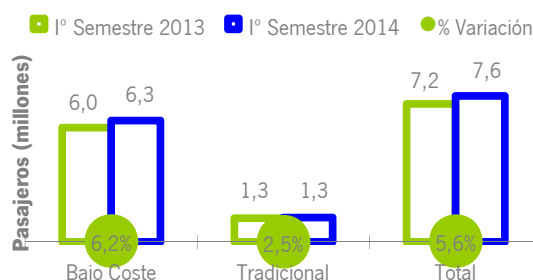
Fuente: INE

### Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2014 un total de 7,6 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido, un +5,6% más y crecimientos en la mayoría de los meses de 2014. Esta cifra representa el 24,9% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles.
- Las compañías de bajo coste transportaron el 83,2% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir y EasyJet Airlines son las CBC más importantes (trajeron a España el 57% de los pasajeros de bajo coste).



Fuente: AENA



## Mercado emisor a Andalucía

### El comportamiento del turista británico en Andalucía

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

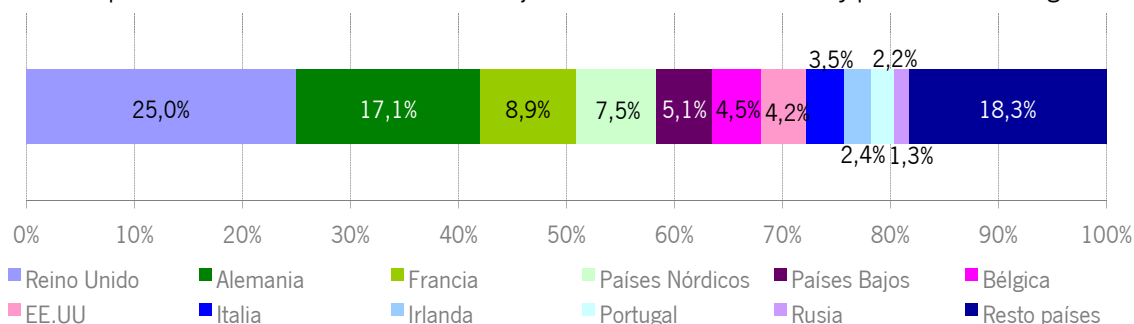
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	51,9%	Gasto medio diario en destino*: (euros)	60,01
Edad: De 45 a 64 años	39,5%	Estancia media: (días)	9,5
Situación laboral: Ocupados	57,9%	Estacionalidad: (concentración en el 3º trimestre)	33,3%
<b>OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA</b>		Principal tipo de alojamiento: Hotelero	52,8%
Valoración del destino: (escala de 1 a 10)	8,3	Principal medio de transporte: Avión	83,0%
Aspectos mejor valorados: (escala 1 a 10)		Uso de intermediarios:	27,3%
- Atención y trato recibidos	8,7	Principales factores de elegir Andalucía:	
- Calidad de las playas y de sus servicios	8,5	- Clima; Visita a monumentos	36,7%; 19,9%
Grado de fidelidad: (% que repite visita)	48,5%	Principal canal de información sobre Andalucía:	
		- Experiencia propia	58,6%
		Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
		- Disfrute/uso de la playa; Visitas a monumento:	53,6%; 36,5%

Fuente: IECA

\* No incluye gastos en origen

### Movimiento Hotelero

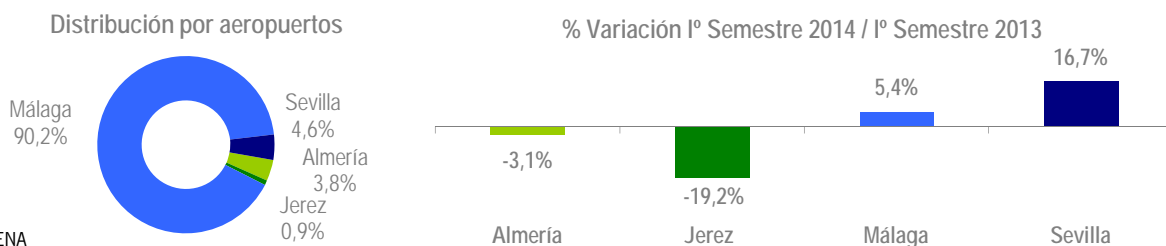
- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2014 a 560 mil viajeros británicos que han realizado 2,5 millones de pernoctaciones, un +1% más de noches que el mismo periodo del año anterior.
- Para este periodo, el británico sigue siendo el principal emisor extranjero para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 25% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región.



Fuente: INE (EOH)

### Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre de 2014 a 1,2 millones de pasajeros del Reino Unido, un +5,7% más que el mismo periodo de 2013. El 92,2% de este pasaje utilizó una compañía de bajo coste, siendo EasyJet y RyanAir las CBC más utilizadas, ya que transportaron al 63,2% del pasaje de este tipo de compañías.
- El aeropuerto de Málaga es el que recibe a la mayoría de los pasajeros del Reino Unido que llegan a la región.



Fuente: AENA

# Principales cifras del turismo alemán

## Aspectos generales del mercado

### Salidas al extranjero

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

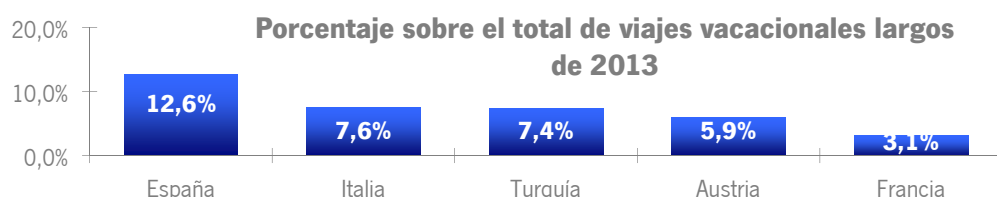
**70%** es la proporción del principal viaje de vacaciones de los alemanes que ha tenido como destino un país extranjero en 2013. Otro 28% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

### Nº de viajes vacacionales largos

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

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

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



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

### Gasto por turismo internacional

**85,9** Son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2013, un +5,7 más que el año anterior.

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

**1,4%** es el incremento medio experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

Fuente: OMT

### Tendencias recientes

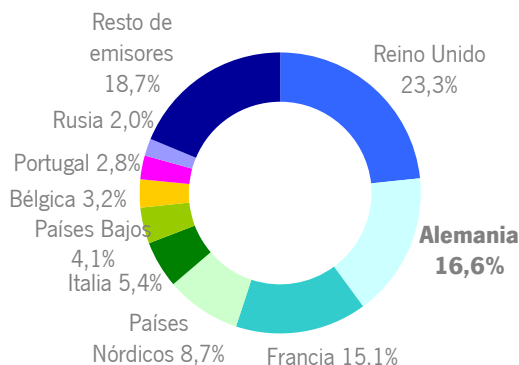
- En 2014 se mantienen los viajes de vacaciones como prioridad de consumo de los alemanes, con poca dependencia de la coyuntura económica. Se espera también un incremento de los viajes de negocios.
- Se mantiene la importancia de turismo de sol y playa, junto a otros segmentos en auge como city-breaks, wellness, turismo activo 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. El paquete tradicional sigue dominando en las vacaciones de sol y playa, en el resto de productos crecen los paquetes dinámicos y la organización individual.

Fuente: FUR y TOURSPAIN

## Mercado emisor a España

### Participación en la demanda turística

- En el primer semestre de 2014, España recibió un total de 28 millones de turistas internacionales, el 16,6% procedía de Alemania, posicionándose como el segundo emisor extranjero más importante. Este mercado ha evolucionado favorablemente en este periodo, registrando una tasa de crecimiento del +8,8%.
- Los destinos insulares son los principales receptores de turismo alemán, seguidos por Cataluña y Andalucía.



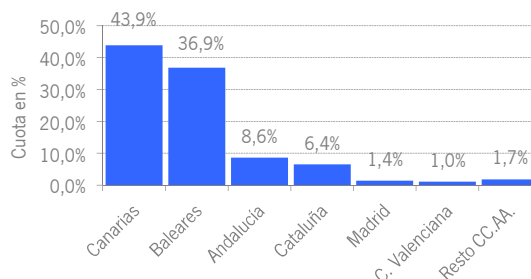
Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Baleares	35,3	-2,1
2	Canarias	28,4	13,7
3	Cataluña	15,5	26,8
<b>4</b>	<b>Andalucía</b>	<b>9,2</b>	<b>8,0</b>
5	C. Valenciana	4,8	19,7
6	C. Madrid	3,6	11,6
	<i>España</i>	<i>100,0</i>	<i>8,8</i>

Fuente: IET

### Movimiento Hotelero

- El alojamiento hotelero fue de uso mayoritario entre los turistas alemanes que visitaron España en el primer semestre de 2014. Las pernoctaciones de alemanes suponen el 24,6% del total de noches de extranjeros realizadas en el país en este periodo, y han aumentado un +3,4% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Baleares y Canarias son con diferencia los principales destinos nacionales.

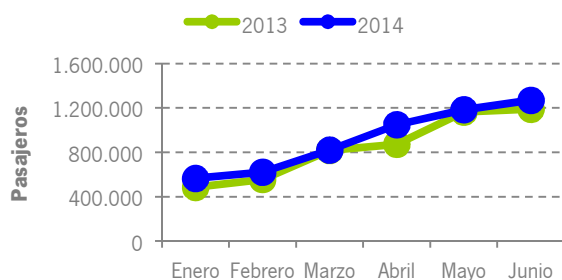
Indicadores	Acum 2014	% Var. / Dif.
Viajeros (millones)	3,2	3,8%
Pernoctaciones (millones)	19,8	3,4%
Estancia media (días)	6,19	-0,02



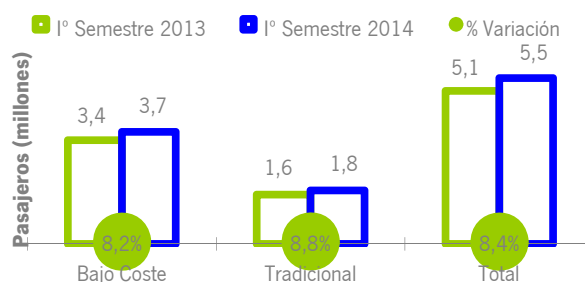
Fuente: INE

### Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2014 un total de 5,5 millones de pasajeros de Alemania, un +8,4% más que el año anterior, 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.
- Las compañías de bajo coste transportaron el 66,8% de los pasajeros procedentes de este mercado. Air Berlin y RyanAir son las CBC más importantes (trajeron a España el 58,0% de los pasajeros de bajo coste).



Fuente: AENA





## Mercado emisor a Andalucía

### El comportamiento del turista alemán en Andalucía

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

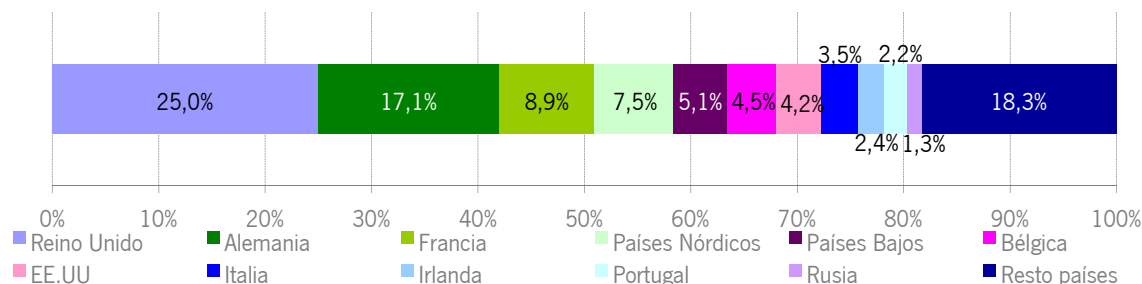
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	53,1%	Gasto medio diario en destino*: (euros)	66,07
Edad: De 45 a 64 años	38,4%	Estancia media: (días)	12,8
Situación laboral: Ocupados	58,0%	Estacionalidad: (concentración en el 3º trimestre)	29,5%
<b>OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA</b>		Principal tipo de alojamiento: Hotelero	66,4%
Valoración del destino: (escala de 1 a 10)	8,2	Principal medio de transporte: Avión	82,5%
Aspectos mejor valorados: (escala 1 a 10)		Uso de intermediarios:	32,0%
- Atención y trato recibidos	8,5	Principales factores de elegir Andalucía:	
- Patrimonio cultural	8,4	- Clima; Visita a monumentos	40,7%; 19,2%
Grado de fidelidad: (% que repite visita)	38,1%	Principal canal de información sobre Andalucía:	
		- Experiencia propia	58,1%
		Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
		- Disfrute/uso de la playa; Observar naturaleza	53,9%; 33,9%

Fuente: IECA

\* No incluye gastos en origen

### Movimiento Hotelero

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2014 a 378 mil viajeros alemanes que han realizado 887 mil pernoctaciones, un +1,3% más de noches que el mismo periodo del 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 para este periodo.

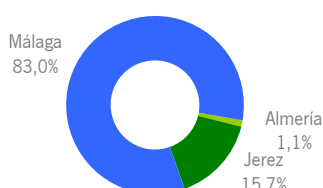


Fuente: INE (EOH)

### Movimiento Aeroportuario

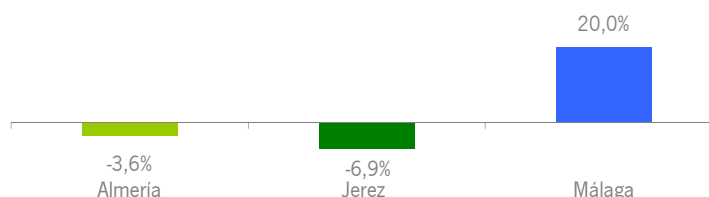
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre de 2014 a 382 mil pasajeros de Alemania, un +11,7% más que el mismo periodo de 2013. El 83,5% de este pasaje usó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir y Air Berlin las CBC más utilizadas, pues transportaron al 65,2% del pasaje de este tipo de cias.
- El aeropuerto de Málaga es el que recibe a la mayoría de los pasajeros de Alemania que llegan a la región.

Distribución por aeropuertos



Fuente: AENA

% Variación Iº Semestre 2014 / Iº Semestre 2013



# Principales cifras del turismo francés

## Aspectos generales del mercado

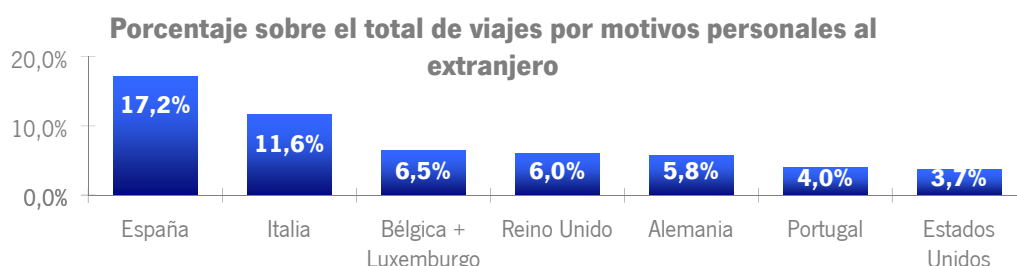
### Salidas al extranjero

- 64%** es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el país que realizó en 2013 algún viaje turístico.
- 41%** es la proporción del principal viaje de vacaciones de los franceses que ha tenido como destino un país extranjero en 2013. Otro 57% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

#### Total de viajes largos por motivos personales al extranjero

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

- 1,6%** es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio experimentado en los últimos cinco años en los viajes de larga duración por motivos personales al extranjero.
- España** es el primer destino extranjero de los turistas franceses desde hace décadas, seguido por Italia.



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

### Gasto por turismo internacional

- 42,4** Son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2013, un +8,4% más que el año anterior.
- 7ª** es la posición que ocupa en el ranking de gasto por turismo internacional.
- 2,5%** es el incremento medio experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

Fuente: OMT

### Tendencias recientes

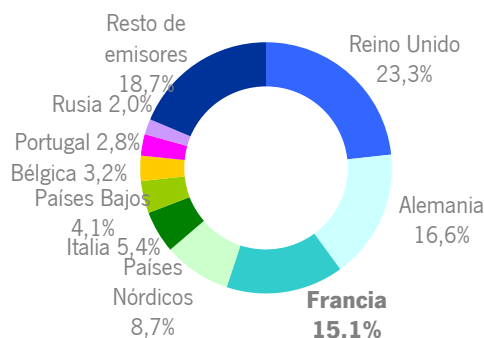
- La mejora de la situación económica de los franceses en 2014 apunta a que el precio pase a ser un factor menos determinante en la elección del destino. La climatología y la seguridad primarán sobre el precio esta temporada, lo que en principio favorecerá a España.
- El turismo urbano y cultural, unidos 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.
- España es considerada por los profesionales como un "valor refugio", al que dirigir sus ventas en caso de problemas en otros destinos (persite la inestabilidad política en los destinos norteafricanos y Turquía).
- Internet se está convirtiendo en un canal dominante para la preparación y reserva de las vacaciones de los franceses (las opiniones de otros viajeros en la Red gana importancia en la decisión de compra).

Fuente: TOURSPAIN

## Mercado emisor a España

### Participación en la demanda turística

- En el primer semestre de 2014, España recibió un total de 28 millones de turistas internacionales, el 15,1% procedía de Francia (4,2 millones), posicionándose como el tercer emisor extranjero. Además, este mercado ha evolucionado favorablemente en este periodo, registrando una tasa de crecimiento del +10,3%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo francés, seguido a bastante distancia por Andalucía.



Fuente: IET(FRONTUR)

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	43,8	9,5
2	Andalucía	10,4	11,9
3	C. Madrid	8,0	6,3
4	C. Valenciana	7,9	7,5
5	Canarias	5,3	38,9
6	Baleares	4,0	7,5
	<i>España</i>	<i>100,0</i>	<i>10,3</i>

### El comportamiento del turista francés en España

#### Primer semestre de 2014

HÁBITOS DE CONSUMO		PERFIL DEMOGRÁFICO	
Gasto medio diario en destino*: (euros)	88	Sexo: Hombre	54,7%
Estancia media: (días)	6,4	Estructura de Edad: Menor de 15 años	4,3%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	55,0%	De 15 a 24	7,6%
Principal medio de transporte: Coche	43,0%	De 25 a 44	39,4%
Uso de paquete turístico:	9,5%	De 45 a 64	32,5%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	75,0%	Mayor de 64 años	16,1%

\* Incluye gastos en origen

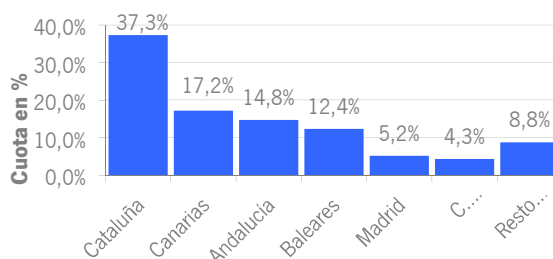
Fuente: IET(FRONTUR y EGATUR)

### Movimiento Hotelero

- El 55% de los turistas franceses que visitaron España en el primer semestre de 2014 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros franceses suponen el 7,5% del total de noches foráneas realizadas en el país durante este periodo.
- Cataluña es, con diferencia, el principal destino nacional. En lo que va de año, la mejor evolución de la variable pernoctaciones en Canarias ha desbancado a Andalucía del segundo puesto en el ranking de CC.AA. turísticas.

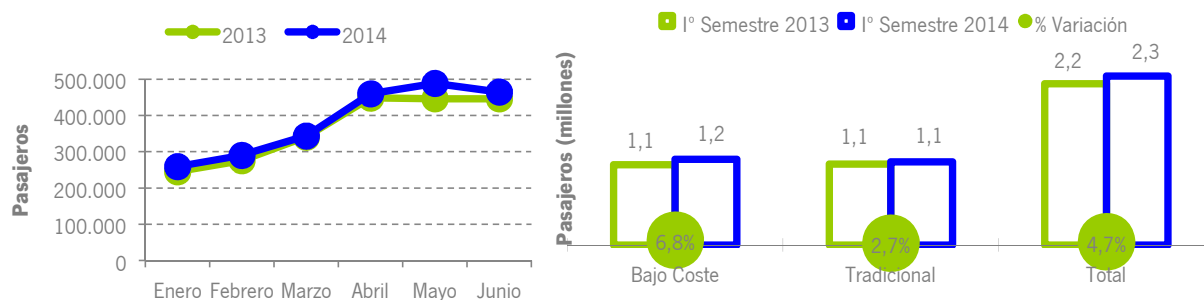
Indicadores	Acum 2014	% Var. / Dif.
Viajeros (millones)	2,0	1,5%
Pernoctaciones (millones)	6,0	4,1%
Estancia media (días)	2,93	0,07

Fuente: INE (EOH)



### Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2014 un total de 2,3 millones de pasajeros de Francia, un +4,7% más que el año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2014. Esta cifra representa el 7,5% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron el 50,8% de los pasajeros procedentes de este mercado. Vueling y EasyJet son las CBC más importantes (ambas trajeron a España el 72,9% de los pasajeros de bajo coste).

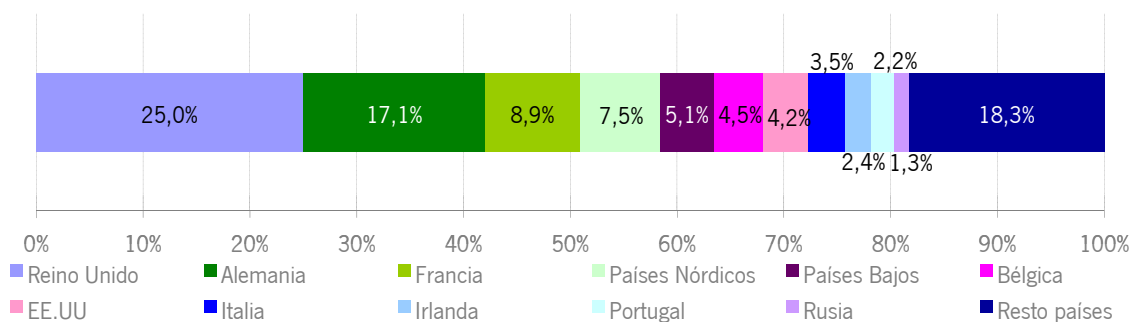


Fuente: AENA

## Mercado emisor a Andalucía

### Movimiento Hotelero

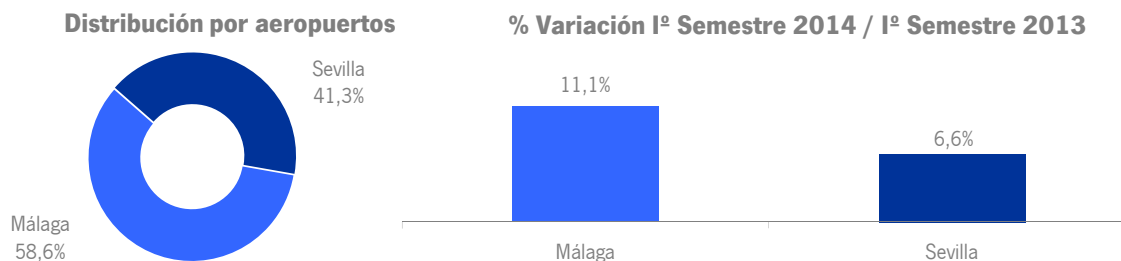
- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2014 a 343 mil viajeros de Francia, que han realizado 887 mil pernoctaciones, un -11,8% menos que en el mismo periodo del año anterior, registrándose descensos en todos los meses de este periodo.
- El francés es el tercer emisor extranjero más importante para el destino andaluz, pues sus pernoctaciones suponen el 8,9% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región para este periodo.



Fuente: INE (EOH)

### Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre de 2014 a 311 mil pasajeros de aeropuertos franceses, un +9,0% más que en el mismo periodo del año anterior. El 61,4% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Vueling y RyanAir las CBC más utilizadas, ya que transportaron al 67,5% del pasaje de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la gran mayoría de los pasajeros de Francia que llegan a la región. El resto de aeropuertos andaluces suponen solo un 0,1% en este periodo.



Fuente: AENA

# Principales cifras del turismo de los Países Nórdicos (agregado Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia)

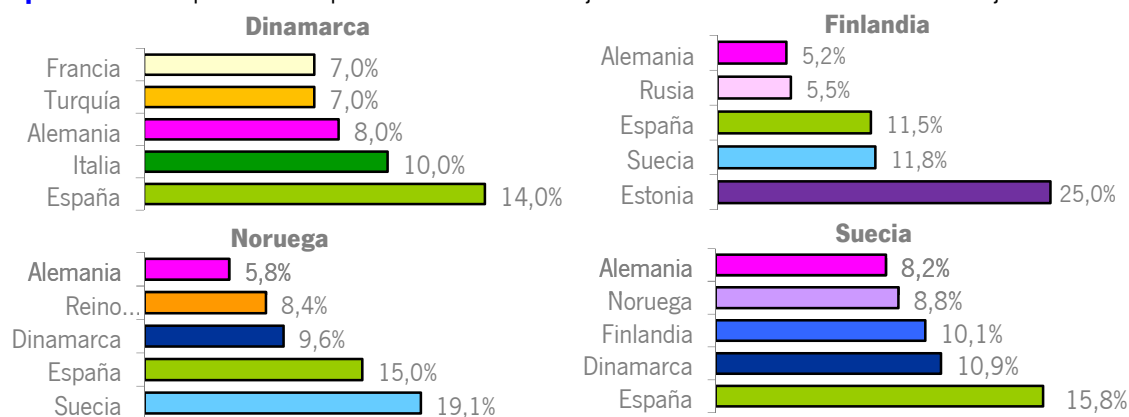
## Aspectos generales del mercado

### Salidas al extranjero

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

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

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



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

### Gasto por turismo internacional

**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 +10% más que el año anterior.

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

**8,4%** es el incremento medio experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

Fuente: OMT

### Tendencias recientes

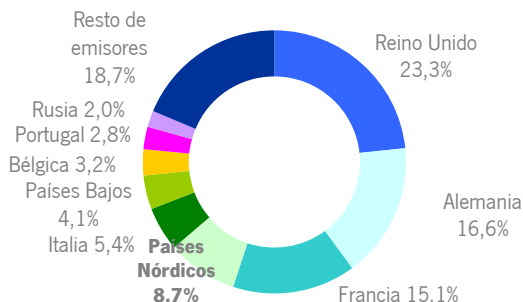
- El consumo de viajes continúa siendo prioridad para los nórdicos. Aumenta la confianza de los consumidores debido a las mejoras en las economías nórdicas impulsando el crecimiento de la demanda de viajes.
- El tradicional paquete chárter cede terreno ante la fortaleza del viaje organizado por cuenta propia: son vacaciones diseñadas a medida impulsadas por el amplio acceso de la población nórdica a Internet, el aumento de conexiones aéreas y la expansión de las aerolíneas de bajo coste.
- Las clásicas vacaciones de sol y playa se combinan con otras actividades. El deseo de cuidarse y de estar en forma les hacen buscar vacaciones más activas: con senderismo, cicloturismo, golf y gastronomía sana. Si bien también surge la tendencia contradictoria: las vacaciones relajantes con desintoxicación digital.
- Los principales competidores de España en el mercado touroperado en verano son Grecia y Turquía.

Fuente: TOURSPAIN

## Mercado emisor a España

### Participación en la demanda turística

- En el primer semestre de 2014, España recibió un total de 28 millones de turistas internacionales, el 8,7% procedente de los Países Nórdicos (2,4 millones), posicionándose como el 4º emisor extranjero más importante para España. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha registrado un crecimiento del +6,7%.
- Canarias es el principal receptor de turismo nórdico. Andalucía capta el 15,8% de los turistas de este mercado.



Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	39,8	9,6
2	<b>Andalucía</b>	<b>15,8</b>	<b>10,9</b>
3	Cataluña	15,0	3,1
4	Baleares	12,4	-6,8
5	C. Valenciana	11,6	7,4
6	Madrid	2,4	28,6
	<i>España</i>	<i>100,0</i>	<i>6,7</i>

Fuente: IET(FRONTUR)

### El comportamiento del turista nórdico en España

#### Primer semestre de 2014

##### HÁBITOS DE CONSUMO

Gasto medio diario en destino*: (euros)	120
Estancia media: (días)	9,6
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	70,8%
Principal medio de transporte: Avión	98,6%
Uso de paquete turístico:	44,8%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	91,1%

\* Incluye gastos en origen

##### PERFIL DEMOGRÁFICO

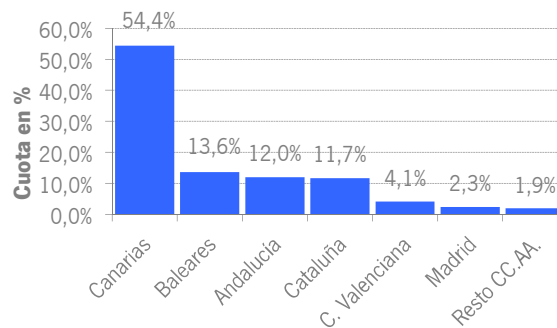
Sexo: Hombre	52,5%
Estructura de Edad Menor de 15 años	6,2%
De 15 a 24	10,1%
De 25 a 44	36,4%
De 45 a 64	36,4%
Mayor de 64 años	11,0%

Fuente: IET(FRONTUR y EGATUR)

### Movimiento Hotelero

- El 70,8% de los turistas de los Países Nórdicos que visitaron España en el primer semestre de 2014 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones de nórdicos suponen el 7,7% del total de noches de extranjeros realizadas en el país en este periodo.
- Canarias es, con diferencia, el principal destino nacional de los nórdicos en este periodo. Baleares, Andalucía y Cataluña le siguen, con cuotas similares.

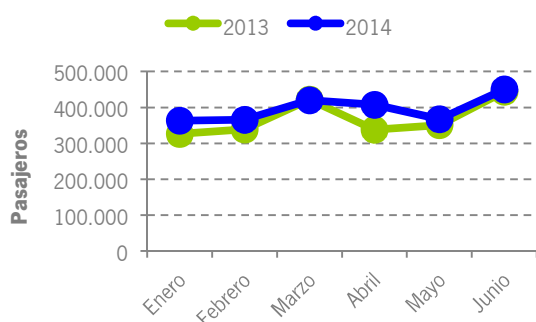
Indicadores	Acum 2014	% Var. / Dif.
Viajeros (millones)	1,2	5,6%
Pernoctaciones (millones)	6,2	6,2%
Estancia media (días)	5,37	0,03



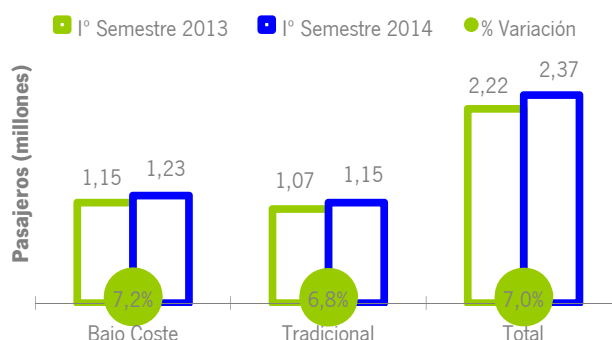
Fuente: INE (EOH)

### Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2014 un total de 2,4 millones de pasajeros de los Países Nórdicos, un +7,0% y crecimientos en la mayoría de 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 el 51,7% de los pasajeros procedentes de este mercado. Norwegian Air Shuttle es la CBC más importante (trajo a España el 64,8% del total de pasajeros de bajo coste).



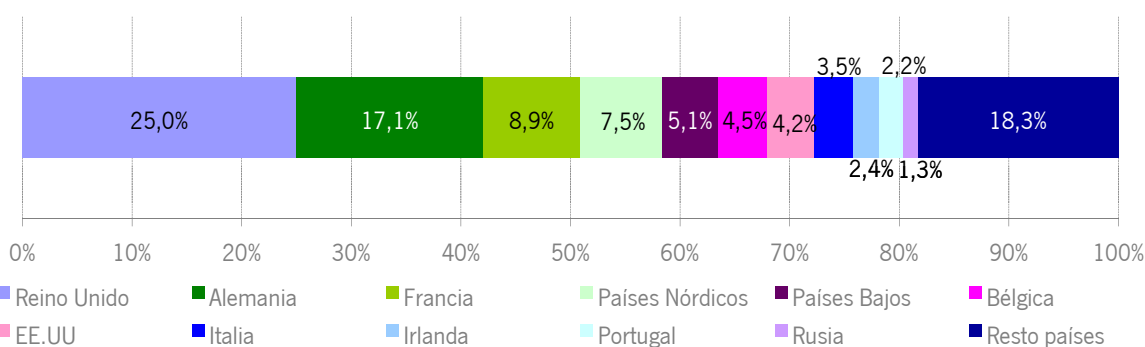
Fuente: AENA



## Mercado emisor a Andalucía

### Movimiento Hotelero

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2014 a 162 mil viajeros de los P. Nórdicos, que han realizado 748 mil pernoctaciones, un +31,5% más que el año anterior registrándose fuertes incrementos en todos los meses de este periodo, 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 7,5% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región para este periodo.

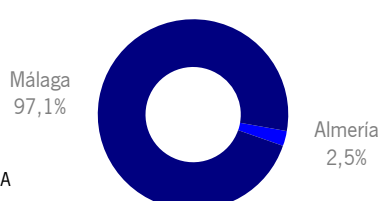


Fuente: INE (EOH)

### Movimiento Aeroportuario

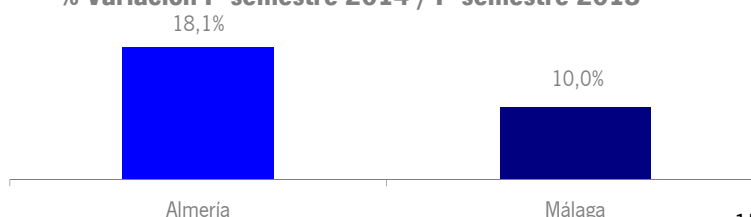
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre de 2014 a 356 mil pasajeros de aeropuertos nórdicos, un +10,4% más que el año anterior. El 76% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Norwegian Air Shuttle la CBC más utilizada, pues transportó al 66% del pasaje de este tipo de compañías.
- El aeropuerto de Málaga recibe a la mayoría de los pasajeros de los Países Nórdicos que llegan a la región. El tráfico en el aeropuerto de Almería, que se multiplicó por 5 en el último año, alcanzando los 20 mil pasajeros en 2013, prosigue su fuerte crecimiento en la primera mitad de 2014.

Distribución por aeropuertos



Fuente: AENA

% Variación Iº semestre 2014 / Iº semestre 2013



# Principales cifras del turismo de los Países Bajos

## Aspectos generales del mercado

### Salidas al extranjero

**80%**

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

**80%**

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

### Total de viajes vacacionales al extranjero

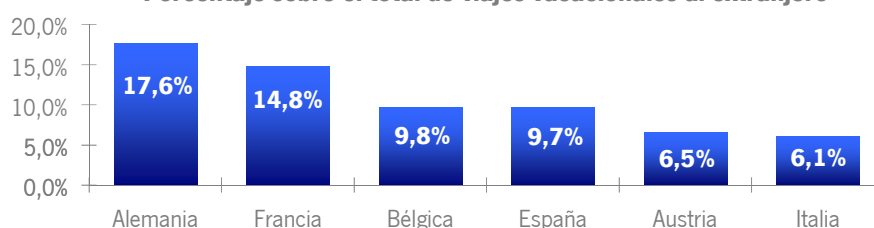
Años	Datos (en miles)	% Variación
2009	18.408	-0,3%
2010	18.430	0,1%
2011	18.560	0,7%
2012	18.628	0,4%
2013	18.093	-2,9%

**-0,4%**

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

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

Porcentaje sobre el total de viajes vacacionales al extranjero



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

### Gasto por turismo internacional

**20,5**

Son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2013, un +1,5% más que el año anterior.

**17<sup>a</sup>**

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

**-0,2%**

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

Fuente: OMT

### Tendencias recientes

- Aunque suele ser un emisor bastante estable, la incertidumbre sobre la situación económica afecta cada año en mayor medida a los comportamientos vacacionales de los neerlandeses: tendencia a elegir vacaciones en países más cercanos y 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. Se espera un mantenimiento o ligero ascenso de viajes a España en 2014.

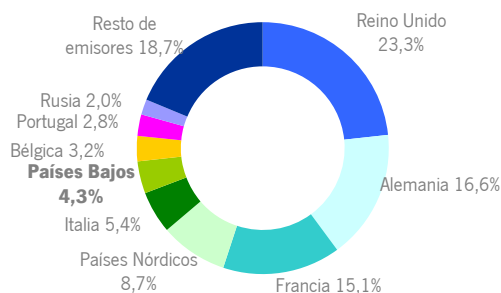
Fuente: TOURSPAIN



## Mercado emisor a España

### Participación en la demanda turística

- En el primer semestre de 2014, España recibió un total de 28 millones de turistas internacionales, el 4,3% procedía de los Países Bajos (1,2 millones), posicionándose como el 5º emisor extranjero individual más importante para España. Respecto al mismo periodo del año anterior, ha registrado una tasa de crecimiento del +5,9%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo neerlandés, seguido por Canarias y Andalucía.



Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	25,2	12,9
2	Canarias	20,2	-1,0
3	<b>Andalucía</b>	<b>16,9</b>	<b>-6,0</b>
4	C. Valenciana	14,3	3,6
5	Baleares	13,4	18,4
6	Madrid	5,6	20,2
	<i>España</i>	<i>100,0</i>	<i>5,9</i>

Fuente: IET(FRONTUR)

### El comportamiento del turista de los Países Bajos en España

#### Primer semestre de 2014

##### HÁBITOS DE CONSUMO

Gasto medio diario en destino*: (euros)	97
Estancia media: (días)	8,8
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	59,2%
Principal medio de transporte: Avión	90,3%
Uso de paquete turístico:	26,7%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	89,3%

\* Incluye gastos en origen

##### PERFIL DEMOGRÁFICO

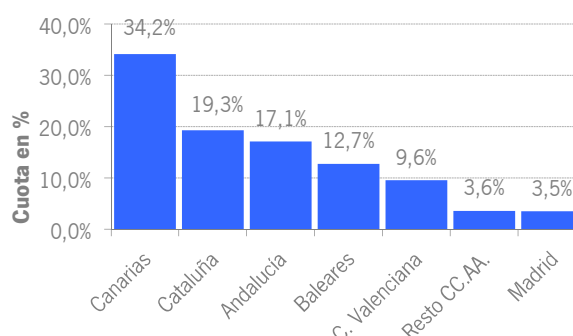
Sexo: Hombre	51,6%
Estructura de Edad: Menor de 15 años	4,8%
De 15 a 24	8,9%
De 25 a 44	36,8%
De 45 a 64	35,6%
Mayor de 64 años	13,8%

Fuente: IET(FRONTUR y EGATUR)

### Movimiento Hotelero

- El 59,2% de los turistas de los Países Bajos que visitaron España en el primer semestre de 2014 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones de neerlandeses suponen el 3,7% del total de noches de extranjeros realizadas en el país en este periodo.
- Canarias y Cataluña son los principales destinos nacionales. Andalucía se posiciona en tercer lugar.

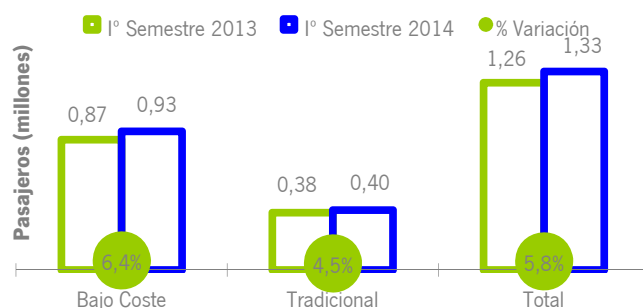
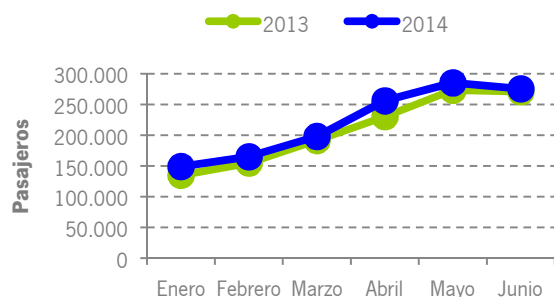
Indicadores	Acum 2014	% Var. / Dif.
Viajeros (millones)	0,7	-1,9%
Pernoctaciones (millones)	3,0	-1,8%
Estancia media (días)	4,46	0,01



Fuente: INE (EOH)

### Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2014 un total de 1,3 millones de pasajeros procedentes de los Países Bajos, un +5,8% más que el año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2014. Esta cifra supone el 4,3% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron el 69,8% de los pasajeros procedentes de este mercado. Transavia holland Bv es la CBC más importante (transportó a España el 67,5% del total de pasajeros de bajo coste).

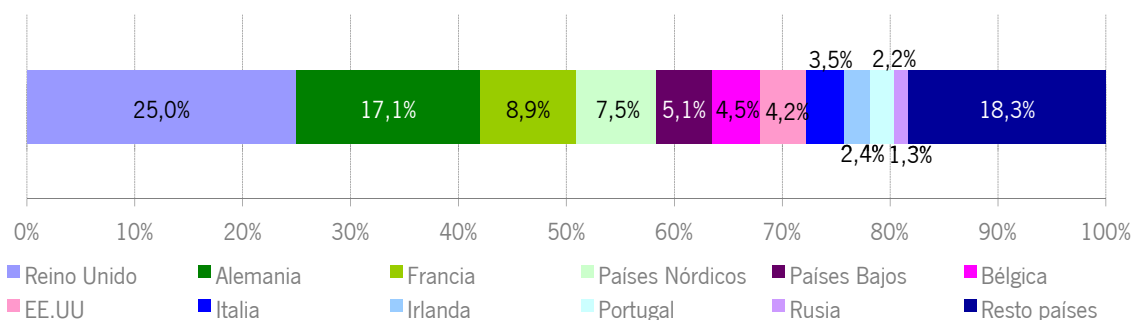


Fuente: AENA

## Mercado emisor a Andalucía

### Movimiento Hotelero

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2014 a 144 mil viajeros procedentes de los Países Bajos que han realizado 510 mil pernoctaciones, un -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 mayoría de los meses de 2014.
- El neerlandés es el quinto emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 5,1% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región para este periodo.

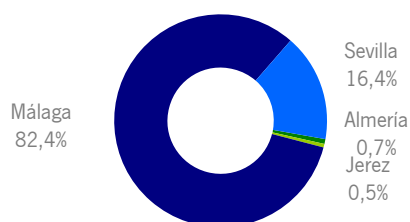


Fuente: INE (EOH)

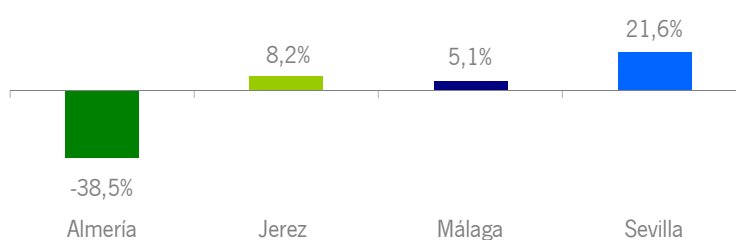
### Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre de 2014 un total de 187 mil pasajeros de aeropuertos neerlandeses, un +7% más que el año anterior. El 97,8% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Transavia holland Bv la CBC más utilizada, pues transportó al 72,2% 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

#### Distribución por aeropuertos



#### % Variación Iº semestre 2014 / Iº semestre 2013



Fuente: AENA

# Principales cifras del turismo belga

## Aspectos generales del mercado



### Salidas al extranjero

**66%** es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el país que realizó en 2013 algún viaje turístico.

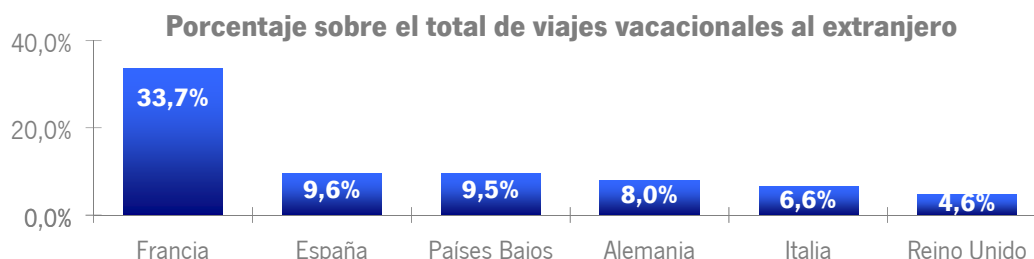
**90%** es la proporción del principal viaje de vacaciones de los belgas que ha tenido como destino un país extranjero en 2013. Otro 6% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

### Total de viajes vacacionales al extranjero

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

**2,0%** es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio experimentado en los últimos cinco años en los viajes vacacionales al extranjero.

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



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



### Gasto por turismo internacional

**21,7** Son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2013, un +7,4% más que el año anterior.

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

**1,6%** es el incremento medio experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

Fuente: OMT



### Tendencias recientes

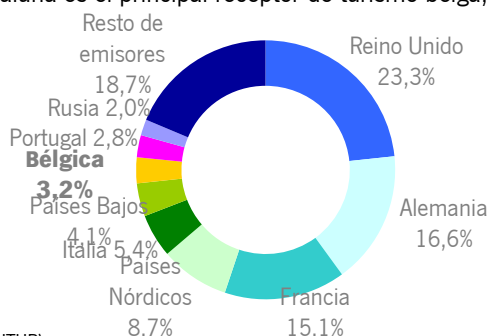
- Las previsiones indican una recuperación gradual de la economía belga y mejoras en el mercado de trabajo, de modo que la situación económica no debería afectar significativamente a los flujos turísticos hacia el extranjero.
- En el medio plazo se espera un mantenimiento de la cuota de los viajes hacia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

Fuente: TOURSPAIN

## Mercado emisor a España

### Participación en la demanda turística

- En el primer semestre de 2014, España recibió un total de 28 millones de turistas internacionales, el 3,2% procedía de Bélgica (904 mil), posicionándose como el 6º emisor extranjero individual más importante para España. Este mercado ha evolucionado muy favorablemente en el periodo, registrando una tasa de crecimiento del +21,0%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo belga, seguido por las Islas Canarias y Andalucía.



Fuente: IET(FRONTUR)

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	27,4	21,6
2	Canarias	18,5	11,2
<b>3</b>	<b>Andalucía</b>	<b>17,2</b>	<b>30,2</b>
4	C. Valenciana	15,6	20,3
5	Madrid	7,6	11,8
6	Baleares	7,2	24,1
	<i>España</i>	<i>100,0</i>	<i>21,0</i>

### El comportamiento del turista belga en España

#### Primer semestre de 2014

##### HÁBITOS DE CONSUMO

Gasto medio diario en destino*: (euros)	93
Estancia media: (días)	9
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	60,9%
Principal medio de transporte: Avión	88,7%
Uso de paquete turístico:	21,4%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	84,4%

\* Incluye gastos en origen

##### PERFIL DEMOGRÁFICO

Sexo: Hombre	52,4%
Estructura de Edad: Menor de 15 años	3,7%
De 15 a 24	8,3%
De 25 a 44	39,5%
De 45 a 64	35,7%
Mayor de 64 años	12,8%

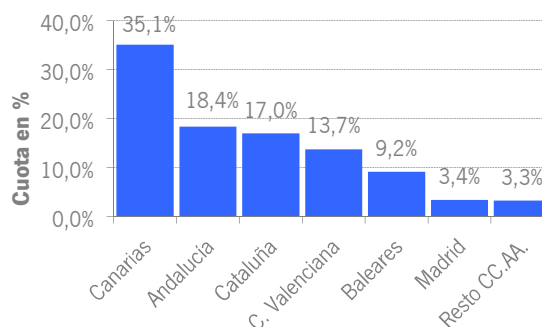
Fuente: IET(FRONTUR y EGATUR)

### Movimiento Hotelero

- El 60,9% de los turistas belgas que visitaron España en el primer semestre de 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 durante este periodo.
- Canarias, seguida de Andalucía y Cataluña, son los principales destinos nacionales.

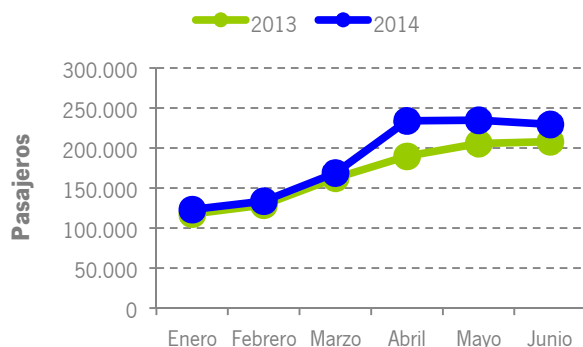
Indicadores	Acum 2014	% Var. / Dif.
Viajeros (millones)	0,5	1,6%
Pernoctaciones (millones)	2,5	1,4%
Estancia media (días)	5,03	-0,01

Fuente: INE (EOH)

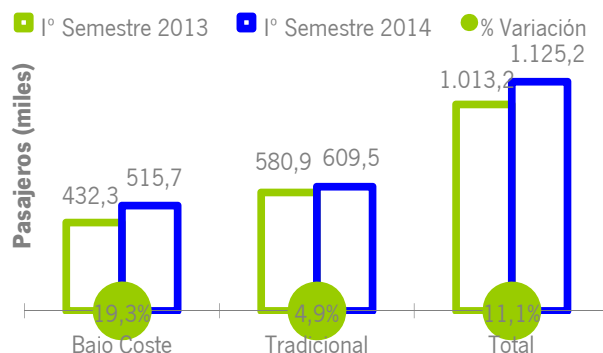


### Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2014 un total de 1,1 millones de pasajeros de Bélgica, un +11,1% más que el año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2014. Esta cifra representa el 5,5% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron el 45,8% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es la CBC más importante (transportó a España el 78,1% del total de pasajeros de bajo coste).



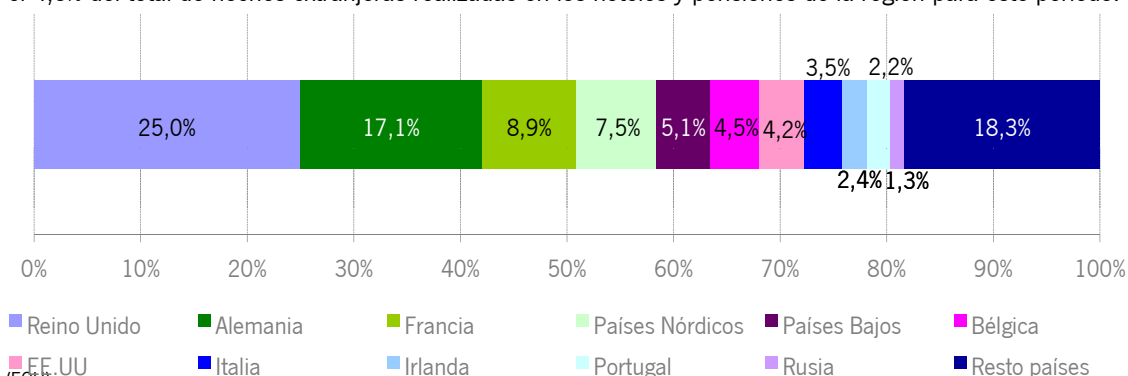
Fuente: AENA



## Mercado emisor a Andalucía

### Movimiento Hotelero

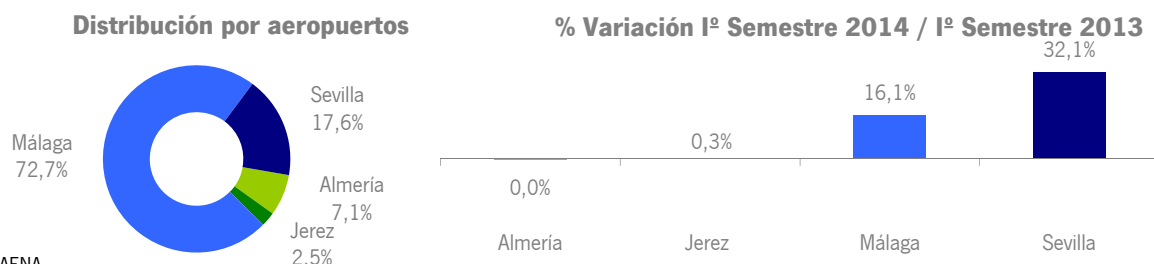
- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2014 a 95 mil viajeros procedentes de Bélgica, que han realizado 455 mil pernoctaciones, un +4,8% más que en el mismo periodo del año anterior, registrándose crecimientos en la mayoría de los meses de este periodo.
- El belga es el sexto emisor extranjero más importante para el destino andaluz, pues sus pernoctaciones suponen el 4,5% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región para este periodo.



Fuente: INE (EOH)

### Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre de 2014 a 178 mil pasajeros de aeropuertos belgas, un +16,8% más que en el mismo periodo del año anterior. El 43,5% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, pues transportó al 81,7% del pasaje de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Sevilla y Málaga reciben a la mayoría de los pasajeros de Bélgica que llegan a la región. También son los aeropuertos andaluces que mejor han evolucionado en este periodo.



Fuente: AENA

# Principales cifras del turismo italiano

## Aspectos generales del mercado

### Salidas al extranjero

**71%** es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el país que realizó en 2013 algún viaje turístico.

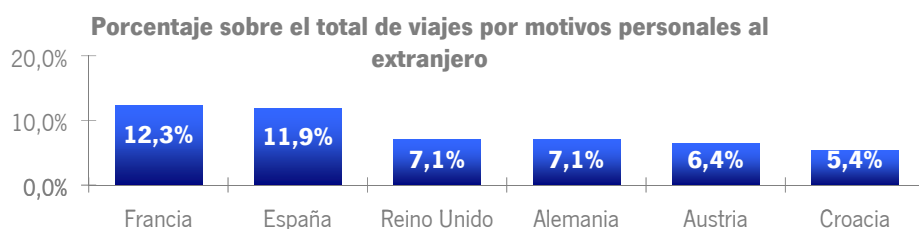
**33%** es la proporción del principal viaje de vacaciones de los italianos que ha tenido como destino un país extranjero en 2013. Otro 66% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

#### Total de viajes por motivos personales al extranjero

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

**-8,8%** es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio experimentado en los últimos cinco años en los viajes por motivos personales al extranjero.

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



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

### Gasto por turismo internacional

**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.

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

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

Fuente: OMT

### Tendencias recientes

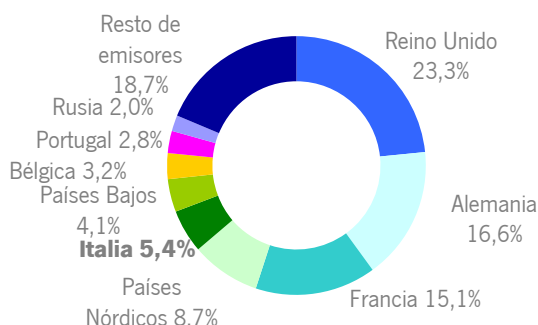
- La continuidad de la crisis económica en Italia en 2013 ha afectado a las salidas turísticas de los italianos. Para 2014 se prevé una mejora de la economía del país, propiciando una recuperación de los flujos turísticos.
- El mercado turístico emisor italiano muestra un fuerte peso del turismo interior y una escasa propensión a viajar al extranjero, en comparación con otros países europeos, convirtiendo a Italia en el principal competidor.
- El viaje independiente sigue siendo el más común entre los turistas italianos que visitan España. 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.
- Aumento de la utilización de Internet como herramienta de información y consulta, y también como medio de reserva y pago. Se consolida la “desintermediación” y la “reintermediación” a través de operadores en la Red.

Fuente: TOURSPAIN

## Mercado emisor a España

### Participación en la demanda turística

- En el primer semestre de 2014, España recibió un total de 28 millones de turistas internacionales, el 5,4% procedía de Italia (1,5 millones), posicionándose como 4º emisor extranjero individual más importante para España. Este mercado ha evolucionado favorablemente en el periodo, registrando una tasa de crecimiento del +13,9%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo italiano, seguido a distancia por Baleares, Madrid y Andalucía.



Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	37,9	16,8
2	Madrid	16,6	5,8
3	Baleares	10,6	3,8
<b>4</b>	<b>Andalucía</b>	<b>10,6</b>	<b>28,4</b>
5	Canarias	10,0	27,9
6	C. Valenciana	8,6	0,9
	<i>España</i>	<i>100,0</i>	<i>13,9</i>

Fuente: IET(FRONTUR)

### El comportamiento del turista italiano en España

#### Primer semestre de 2014

##### HÁBITOS DE CONSUMO

Gasto medio diario en destino*: (euros)	106
Estancia media: (días)	6,4
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	70,8%
Principal medio de transporte: Avión	89,3%
Uso de paquete turístico:	18,7%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	75,6%

##### PERFIL DEMOGRÁFICO

Sexo: Hombre	53,2%
Estructura de Edad: Menor de 15 años	3,1%
De 15 a 24	15,4%
De 25 a 44	54,6%
De 45 a 64	23,5%
Mayor de 64 años	3,5%

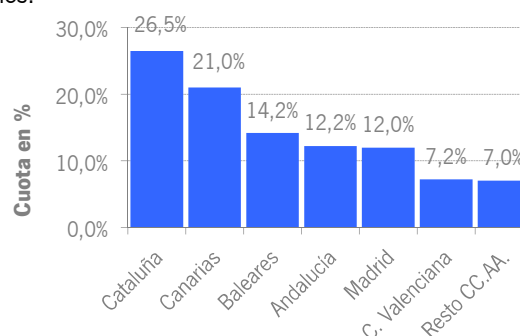
\* Incluye gastos en origen

Fuente: IET(FRONTUR y EGATUR)

### Movimiento Hotelero

- El 70,8% de los turistas italianos que visitaron España en el primer semestre de 2014 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros italianos suponen el 3,6% del total de noches foráneas realizadas en el país durante este periodo.
- Cataluña y Canarias son los principales destinos nacionales.

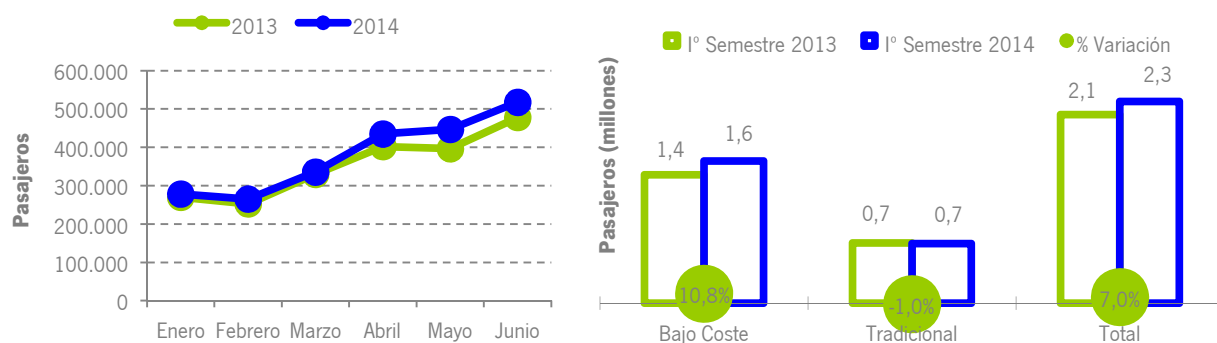
Indicadores	Acum 2014	% Var. / Dif.
Viajeros (millones)	1,0	6,9%
Pernoctaciones (millones)	2,9	7,8%
Estancia media (días)	3,05	0,03



Fuente: INE (EOH)

### Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2014 un total de 2,3 millones de pasajeros de Italia, un +7,0% más que el año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2014. Esta cifra representa el 7,4% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron el 70,5% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es la CBC más importante (transportó a España el 59,6% del total de pasajeros de bajo coste).

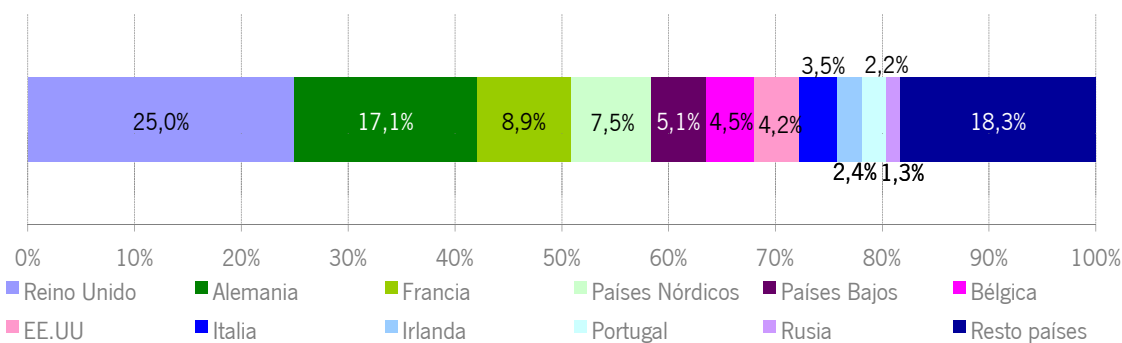


Fuente: AENA

## Mercado emisor a Andalucía

### Movimiento Hotelero

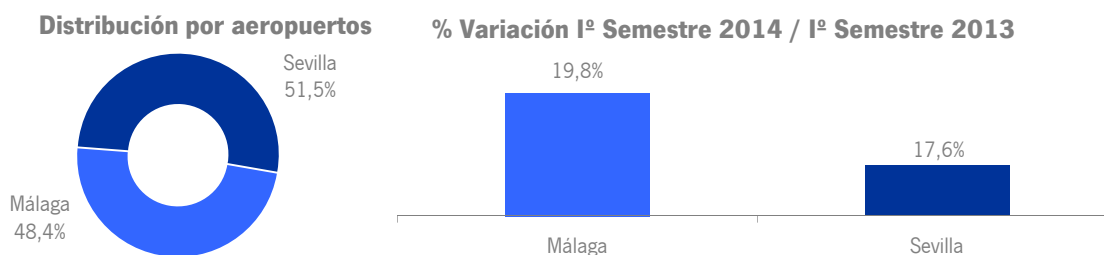
- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2014 a 157 mil viajeros de Italia, que han realizado 355 mil pernoctaciones, un +7,7% más que en el mismo periodo del año anterior, registrándose los incrementos a partir del segundo trimestre del año.
- El italiano es el octavo emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 3,5% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región para este periodo.



Fuente: INE (EOH)

### Movimiento Aeroportuario

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre de 2014 a 188 mil pasajeros de aeropuertos italiano: +18,6% más que en el mismo periodo del año anterior. El 90% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 66,7% del pasaje de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Sevilla y Málaga reciben a la mayoría de los pasajeros de Italia que llegan a la región. El resto de aeropuertos andaluces suponen solo un 0,1% en este periodo.



Fuente: AENA



## FUENTES UTILIZADAS:

### 1. Fuentes propias de cada país:

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

### 2. Fuentes internacionales:

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

### 3. Fuentes nacionales:

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



[www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio](http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio)