

Principales cifras mercados turísticos extranjeros en Andalucía

I Semestre Año 2018

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



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

EDITA

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

ELABORA

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

Publicación electrónica semestral disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Deporte e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones>
Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos siempre que se indique la fuente.

ÍNDICE

▪ Introducción.....	4
▪ Principales cifras del turismo británico.....	5
▪ Principales cifras del turismo alemán.....	12
▪ Principales cifras del turismo francés.....	19
▪ Principales cifras del turismo de los Países Nórdicos.....	26
▪ Principales cifras del turismo de los Países Bajos.....	33
▪ Principales cifras del turismo belga.....	40
▪ Principales cifras del turismo italiano.....	47
▪ Fuentes utilizadas.....	54

INTRODUCCIÓN

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

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

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

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

También se pretende que todos los indicadores y variables hagan referencia al mismo periodo de tiempo, pero al depender en gran medida de fuentes externas (internacionales y propias de cada emisor), en algunos casos no es posible, recogiéndose 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. ACUMULADO ENE-JUN 2018

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1,1 es la propensión a viajar al extranjero por motivos personales o profesionales, es decir, el número de viajes turísticos que realizó en 2017 cada habitante del país.

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

Visitas al extranjero de los residentes en el Reino Unido. Años 2013-2017

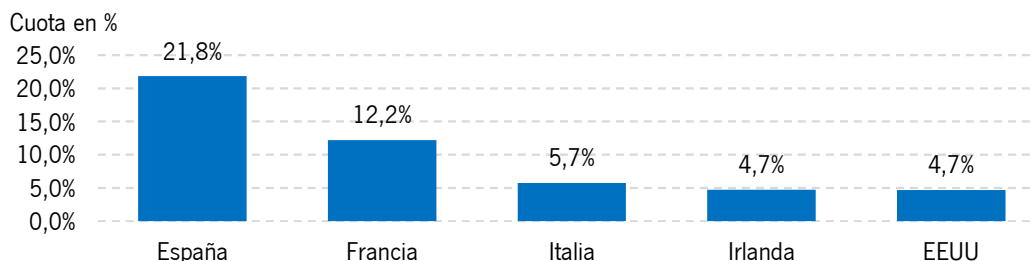
AÑOS	Visitas (miles)	% Variación
2013	57.792	2,2%
2014	60.082	4,0%
2015	65.720	9,4%
2016	70.815	7,8%
2017	72.772	2,8%

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

+5,9% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en las visitas al extranjero.

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

Principales destinos de las visitas al extranjero. Año 2017



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

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

71,5 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2017, un +2,6% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado enero-junio de 2018 (+9,8%).

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- Las mejoras en la economía del Reino Unido en el intervalo 2013-2015, con crecimientos del PIB del +1,7%, +2,9% y +2,2% respectivamente, habían permitido la recuperación de la confianza de los consumidores británicos, traducándose en el aumento de viajes al extranjero en estos años. Pero las condiciones económicas comienzan a cambiar a partir de la celebración del referéndum sobre la salida del Reino Unido de la Unión Europea (**Brexit**) el 23 de junio de 2016, siendo el impacto negativo más inmediato la devaluación de la libra esterlina respecto al euro. Los efectos para la economía británica de una libra débil se han traducido en una ralentización del crecimiento económico: el aumento del PIB del país para 2016 ha sido del +1,8% y del +1,7% para 2017, según datos del FMI.
- La coyuntura económica ejerce una clara influencia tanto en el volumen de turistas que el Reino Unido emite al extranjero así como en el gasto turístico que realizan: sus salidas al extranjero aumentaron un +7,8% en 2016 pero solo un +2,8% en el año 2017, y sus gastos por turismo internacional crecieron un +10,0% en 2016 y un +2,6% en 2017 (según datos OMT), reflejando claramente la evolución de la situación económica del país. Y como la incertidumbre que generan las negociaciones del Brexit aún persiste, las cifras oficiales de salidas de británicos al extranjero ya dan un descenso para el primer semestre de 2018 del -2,3%.
- A pesar de las dificultades, los británicos no van a renunciar fácilmente a sus vacaciones, porque se han convertido en una necesidad y no en un lujo. A ello se une el clima adverso del Reino Unido, que motiva a sus ciudadanos a viajar más al extranjero. Así, las condiciones meteorológicas ejercen una gran influencia en la elección del destino, aumentando las vacaciones domésticas (staycation) si el clima es favorable en el Reino Unido. Y en el verano de 2018 el Reino Unido atravesó la ola de calor más importante desde el año 1976. No obstante, habrá que esperar a las cifras oficiales para comprobar este punto.
- Los británicos valoran la seguridad de los destinos. España y otros destinos europeos se beneficiaron en 2016 de un volumen de turistas británicos desplazados de otros destinos competidores de la cuenca mediterránea (Egipto, Túnez y Turquía) afectados por situaciones de terrorismo o de inestabilidad política y social, y de Francia, igualmente penalizada por los atentados terroristas, teniendo en cuenta que Francia es el segundo destino de las visitas al extranjero del Reino Unido. También se vieron beneficiados destinos más lejanos, ayudados por la reducción del impuesto APD (Air Passenger Duty).
- Pero en 2017 han mejorado las condiciones de seguridad en el norte de África, permitiendo que Turquía y Egipto hayan vuelto al mercado. Túnez también irrumpe con fuerza en el primer semestre de 2018. Estos son destinos tradicionales de sol y playa que además son más baratos, lo que, combinado con la devaluación de la libra frente al euro y el desplome de la lira turca en 2018, pronostica para España una bajada de turistas británicos y de su gasto para los próximos meses.
- Para los británicos el sol y playa sigue siendo su principal motivación para elegir un destino vacacional y el clima un factor clave. España se percibe como un destino Beach Plus, un destino de playa con actividades o experiencias complementarias. Si bien, cada vez más se buscan experiencias deportivas, contacto con la naturaleza, y disfrutar de la gastronomía y vinos del país. También los city-breaks han aumentado su popularidad entre los turistas británicos, relacionado con la tendencia del mercado británico hacia unas vacaciones anuales más cortas combinadas con más “short breaks” a lo largo del año.

- En cuanto a la conectividad aérea, es necesario mencionar que Monarch Airlines, la quinta aerolínea más grande del Reino Unido, cesó sus operaciones a partir de octubre de 2017, al declararse insolvente. La pérdida de rutas aéreas provocada por la quiebra de Monarch, ya sea por su no recuperación o por no hacerlo en su totalidad, ha afectado sobre todo al aeropuerto de Málaga, el aeropuerto andaluz que recibe a la mayoría de los pasajeros procedentes del Reino Unido, con un descenso en las llegadas de esta procedencia del -4,7% en el primer semestre de 2018.

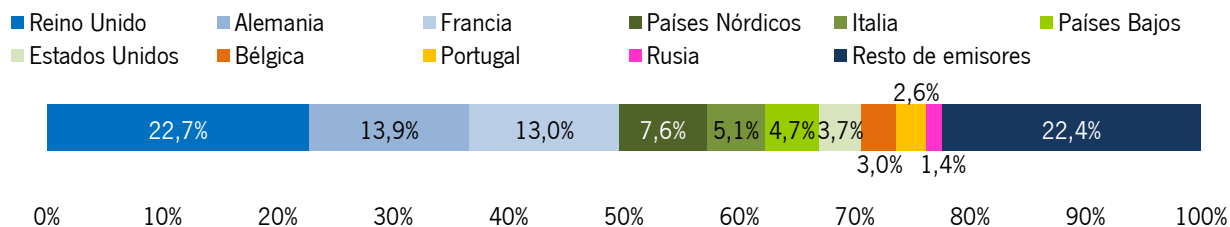
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. Office for National Statistics (ONS), OMT y FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 37,1 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2017, el 22,7% procedía del Reino Unido, posicionándose una vez más como el primer emisor extranjero. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha registrado un descenso del -2,0%.
- Los destinos insulares y Andalucía son los principales receptores de turismo británico.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2018



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo británico. Acumulado enero-junio 2018

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	29,4%	-5,2%
2	Andalucía	17,4%	0,2%
3	Baleares	16,7%	-2,3%
4	C. Valenciana	16,0%	-2,9%
5	Cataluña	11,4%	-4,7%
6	Madrid	3,3%	10,7%
	España	100,0%	-2,0%

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 63,5% de los turistas británicos que visitaron España en el primer semestre de 2018 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones de británicos suponen el 25,3% del total de pernoctaciones de extranjeros realizadas en este periodo, y han descendido respecto al mismo periodo del año anterior a una tasa del -1,6%.
- Canarias y Baleares son los destinos nacionales más importantes. Andalucía se posiciona en el tercer puesto y registra para el primer semestre de 2018 un mantenimiento de pernoctaciones de británicos (-0,1%), una evolución mejor que la media de España.

Viajeros y pernoctaciones de británicos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2018

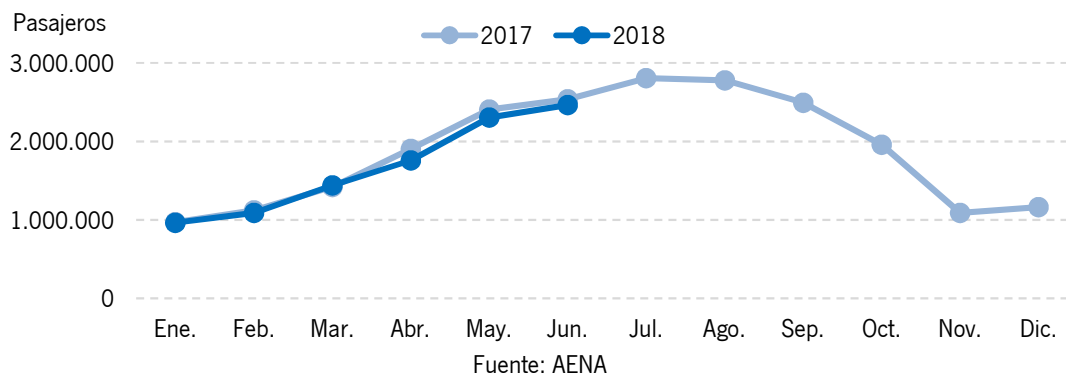
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	1.276.396	-3,6%	9.479.743	-6,3%	38,4%
Baleares	989.773	10,5%	5.579.334	7,4%	22,6%
Andalucía	733.576	-2,0%	3.284.791	-0,1%	13,3%
C. Valenciana	569.155	-0,8%	2.939.490	-2,1%	11,9%
Cataluña	634.663	-3,9%	2.407.935	-3,3%	9,8%
Madrid	190.285	-4,0%	426.430	-4,5%	1,7%
España	4.661.531	0,1%	24.657.559	-1,6%	100,0%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

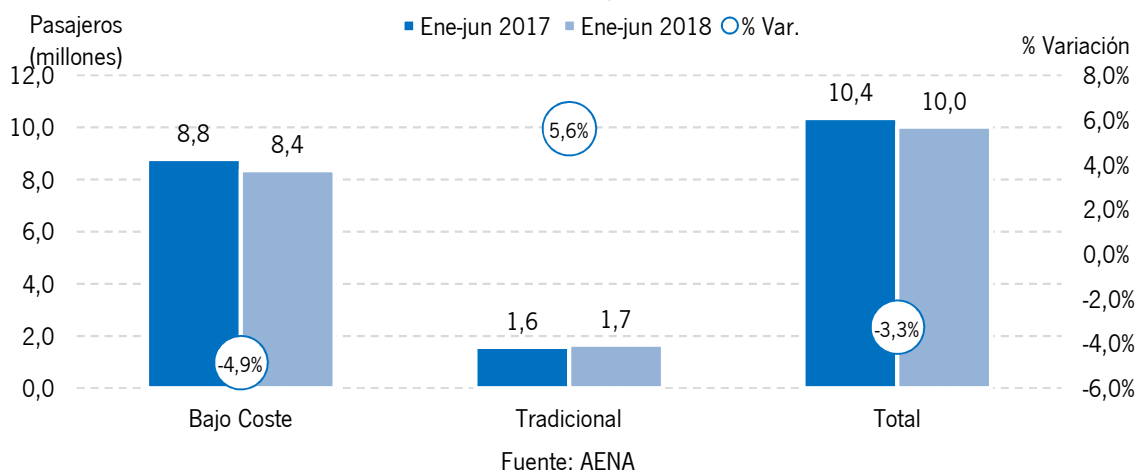
2.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre del año 2018 a un total de 10 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido, un -3,3% menos y descensos en la mayoría de los meses de 2018. Esta cifra representa el 24,0% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el primer semestre de 2018 al 83,4% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir y EasyJet Airlines son las CBC más importantes: trajeron a España al 60,3% de los pasajeros de bajo coste procedentes de aeropuertos británicos.

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



**Llegadas de pasajeros a España procedentes del Reino Unido por tipo de compañía.
Acumulado enero-junio 2018**



3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA BRITÁNICO EN ANDALUCÍA

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

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

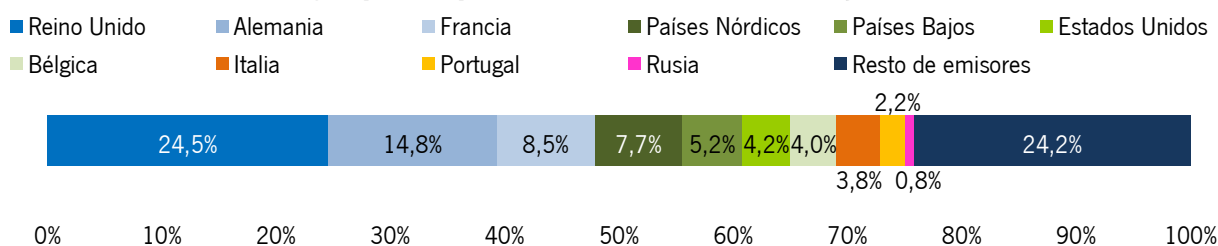
Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). IECA

* No incluye gasto en origen

3.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre del año 2018 a 734 mil viajeros británicos que han realizado 3,3 millones de pernoctaciones, prácticamente el mismo número de noches que en el mismo periodo del año anterior (-0,1%).
- El británico sigue siendo el principal emisor extranjero para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 24,5% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región durante el periodo enero-junio de 2018.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-junio 2018

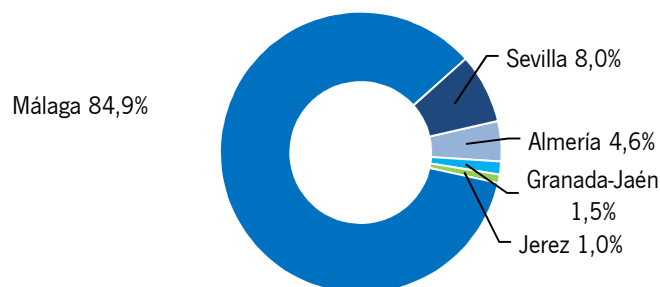


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.3 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

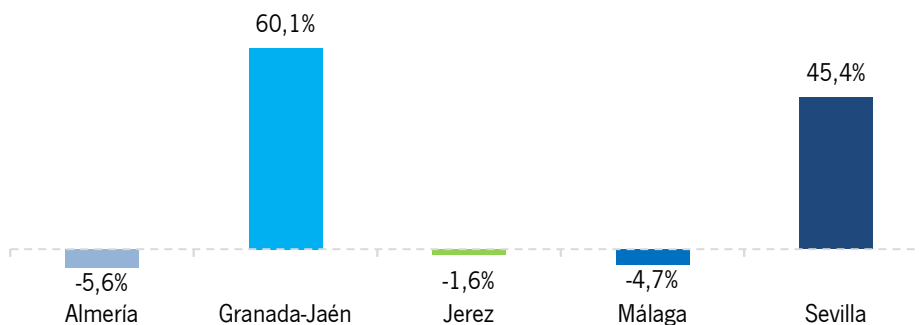
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre del año 2018 a 1,5 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido, un -1,4% menos que en el mismo periodo del año anterior. El 88,3% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo EasyJet Airlines y RyanAir las CBC más utilizadas, ya que transportaron al 70,6% de los pasajeros de este tipo de compañías que procedía del Reino Unido.
- El aeropuerto de Málaga es el que recibe a la mayoría de los pasajeros del Reino Unido que llegan a la región. En el primer semestre de 2018, destaca la evolución de los aeropuertos de Granada-Jaén (+60,1%, gracias a sus recientes conexiones con Londres y Manchester) y Sevilla (+45,4%), si bien no logran compensar el descenso registrado en el aeropuerto de Málaga.

Distribución de las llegadas de pasajeros del Reino Unido a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2018



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros del Reino Unido a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2018



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ALEMÁN. ACUMULADO ENE-JUN 2018

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

1,1 es la propensión a viajar al extranjero por motivos personales o profesionales, es decir, el número de viajes turísticos que realizó en 2017 cada habitante del país.

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

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

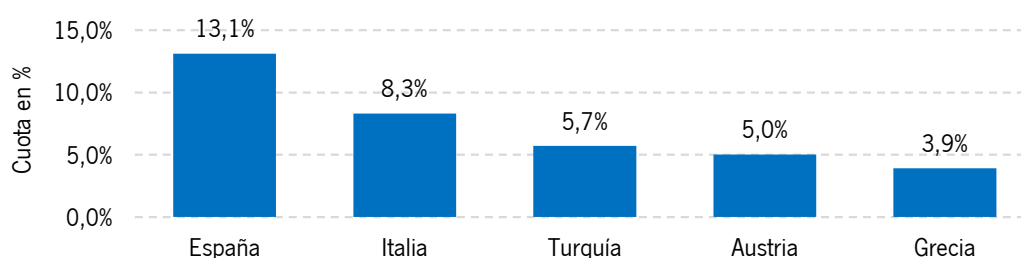
Viajes vacacionales largos¹ de los residentes en Alemania. Años 2013-2017

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

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

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

Principales destinos extranjeros de los viajes vacacionales largos. Año 2017



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

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

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

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

89,1 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2017, un +9,4% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado enero-junio de 2018 (+1,4%).

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- En 2017, la economía alemana creció un +2,5% del PIB, según el FMI, y esta institución ha modificado recientemente a la baja su pronóstico de crecimiento para 2018 del +2,5% al +2,2%, fundamentando este recorte en el incremento de los riesgos e incertidumbres sobre la marcha de la economía mundial, porque las cuentas públicas de Alemania, su mercado de trabajo y el consumo interno mantienen su fortaleza. También en 2018 la confianza del consumidor alemán continua estable dentro de unos niveles elevados.
- Esta coyuntura económica tan favorable unida a la enorme importancia que los alemanes conceden a las vacaciones, pues año tras año permanecen en lo más alto de su escala de prioridades de consumo, pronostican para 2018 que el mercado emisor alemán se mantenga estable dentro de su alto nivel y potencial.
- En efecto, Alemania es un mercado muy estable en cuanto al volumen de turistas que emite al exterior, pero también en cuanto a los destinos vacacionales que visita: desde hace décadas, España permanece como primer destino turístico de los alemanes en sus viajes vacacionales de larga duración al extranjero, con una cuota que ronda el 13% de las salidas, un destino extremadamente conocido y valorado por el turista alemán. También permanece casi inalterable su preferencia por el sol y la playa como motivación principal, seguida por la relajación/descanso y las vacaciones familiares.
- En 2016, España se benefició del traspaso de turistas alemanes procedentes de los destinos competidores del Mediterráneo que ofrecen el mismo producto de sol y playa y que se habían visto afectados por problemas de terrorismo y/o incertidumbre geopolítica (Túnez, Egipto y Turquía), de modo que su cuota se incrementó de forma excepcional hasta el 14,8%.
- En 2017, España vuelve a captar el 13,1% de las salidas. La cuota de Turquía, destino muy penalizado por su situación política y sus complicadas relaciones con Alemania, se estabiliza en 2017 al mismo nivel del año anterior. Y para los destinos del Norte de África ya se ha logrado un cambio de rumbo, con notables crecimientos de la demanda en 2017.
- Según transcurre el año 2018, se materializa la tendencia a la normalización de los flujos turísticos hacia el Mediterráneo oriental (Grecia, Túnez, Turquía y Egipto), y ello se deja notar en el volumen de turistas alemanes que España ha recibido (-5,7% en el primer semestre de 2018), en sus pernoctaciones hoteleras (-5,5%) y en el gasto realizado en este periodo (-3,2%).

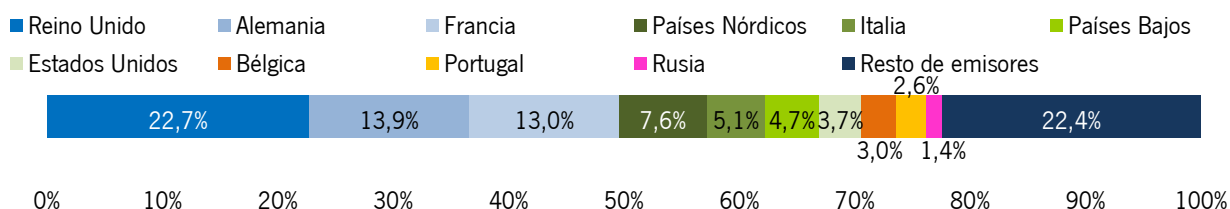
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña, INE, FMI y FUR.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 37,1 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2018, el 13,9% procedía de Alemania, posicionándose como el segundo emisor extranjero más importante. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha registrado un descenso 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. Acumulado enero-junio 2018



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo alemán. Acumulado enero-junio 2018

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Baleares	38,8%	-6,1%
2	Canarias	26,5%	-5,4%
3	Cataluña	12,2%	-12,9%
4	Andalucía	10,0%	-3,3%
5	C. Valenciana	4,7%	3,7%
6	Madrid	3,4%	-4,8%
	España	100,0%	-5,7%

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 66,2% de los turistas alemanes que visitaron España en el primer semestre de 2018 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones de alemanes suponen el 21,1% del total de pernoctaciones de extranjeros realizadas en el país en este periodo, y han descendido un -5,5% respecto al año anterior.
- Canarias y Baleares son los principales destinos nacionales, presentando ambos una evolución negativa respecto al mismo periodo del año anterior. Andalucía se posiciona en el tercer puesto y registra también un descenso de noches, aunque inferior al que registra la media nacional.

Viajeros y pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2018

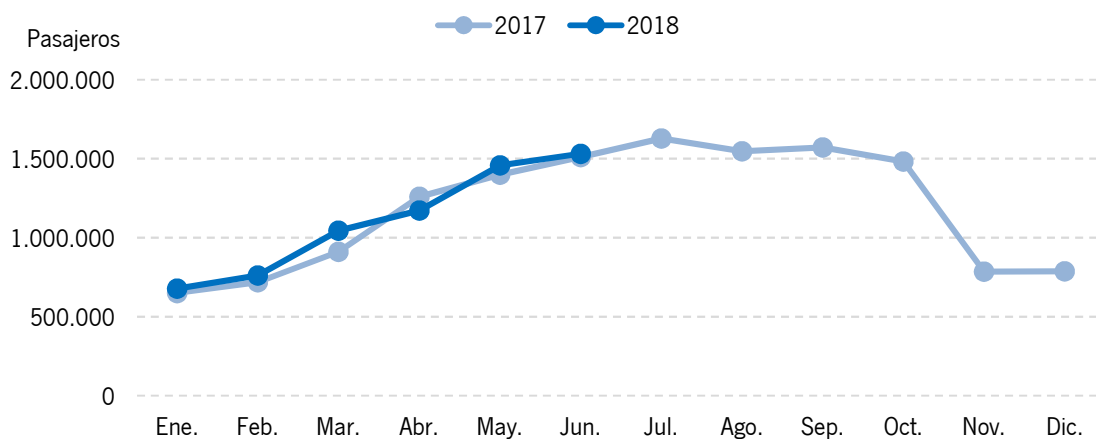
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	935.757	-2,5%	8.339.024	-4,8%	40,6%
Baleares	1.240.778	-6,9%	7.887.963	-7,4%	38,4%
Andalucía	438.038	-2,1%	1.980.644	-2,3%	9,7%
Cataluña	397.421	-3,6%	1.301.321	-7,4%	6,3%
Madrid	142.219	4,8%	319.218	0,0%	1,6%
C. Valenciana	80.949	14,8%	255.842	17,0%	1,2%
España	3.467.789	-3,6%	20.517.134	-5,5%	100,0%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

2.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

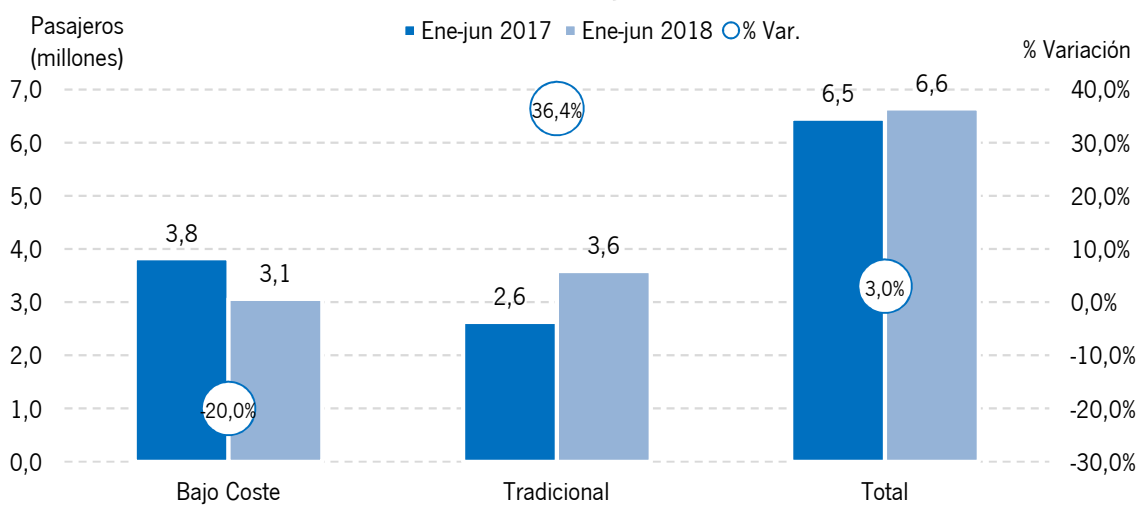
- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre del año 2018 a un total de 6,6 millones de pasajeros procedentes de Alemania, un +3,0% más, registrándose crecimientos en la mayoría de los meses de 2018. Esta cifra representa el 15,9% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el primer semestre de 2018 al 46,0% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir, seguida por TuiFly, son las CBC más importantes (trajeron a España el 65,3% de los pasajeros de bajo coste procedentes de aeropuertos alemanes).

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



Fuente: AENA

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Alemania por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2018



Fuente: AENA

3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ALEMÁN EN ANDALUCÍA

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

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

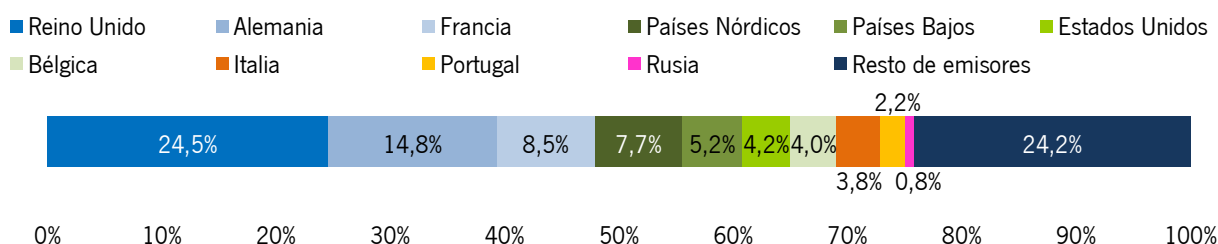
Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). IECA

* No incluye gasto en origen

3.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2018 a 438 mil viajeros alemanes que han realizado 1,98 millones de pernoctaciones, un -2,3% menos de noches que en el mismo periodo del año anterior.
- El alemán es el segundo emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 14,8% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región durante este periodo.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-junio 2018

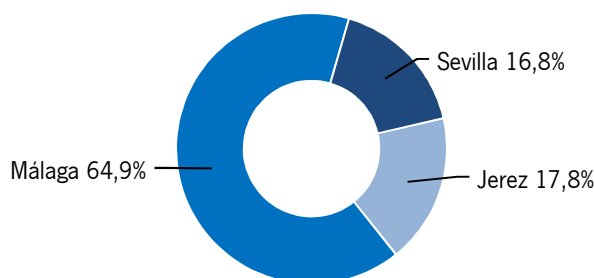


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.3 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

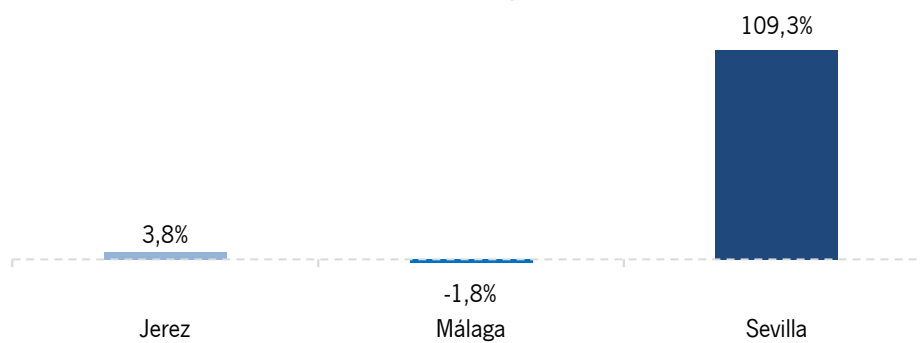
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre del año 2018 a 551 mil pasajeros procedentes de Alemania, un +8,8% más que en el mismo periodo del año anterior. El 66,0% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, pues transportó al 65,8% de los pasajeros de este tipo de compañías que procedía de Alemania.
- El aeropuerto de Málaga es el que recibe a la mayoría de los pasajeros de Alemania que llegan a la región. Las llegadas al aeropuerto de Almería desde Alemania descendieron mucho en 2015, dejando su cuota reducida a un 0,3% en dicho año. En su lugar irrumpió con fuerza el aeropuerto de Sevilla, con fuertes crecimientos que le han permitido pasar de una cuota del 0,1% en 2014 al 9,8% para el año 2017, continuando su rápida expansión en 2018, acercando su cuota a la del aeropuerto de Jerez para el acumulado enero-junio.

Distribución de las llegadas de pasajeros de Alemania a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2018



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de Alemania a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2018



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO FRANCÉS. ACUMULADO ENE-JUN 2018

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

0,4 es la propensión a viajar al extranjero por motivos personales o profesionales, es decir, el número de viajes turísticos que realizó en 2016 cada habitante del país.

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

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

Viajes por motivos personales al extranjero³ de los residentes en Francia. Años 2012-2016

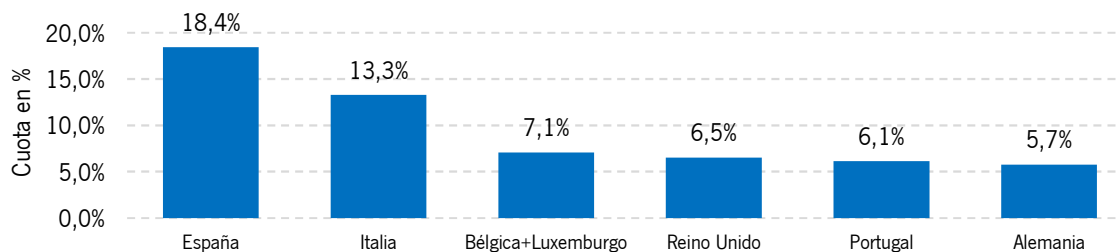
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2012	17.546	-4,3%
2013	17.900	2,8%
2014	19.343	8,1%
2015	18.339	-5,2%
2016	18.450	0,6%

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

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

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

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



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

³ Se trata de viajes personales al extranjero y a los territorios franceses de ultramar de larga duración (cuatro o más noches).

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

41,4 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2017, un +0,8% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado ene-jun de 2018 (+10,8%).

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- En 2017, la economía francesa prosigue su recuperación, cerrando el ejercicio con un crecimiento del PIB del +2,3%, superior al inicialmente previsto por el FMI para ese año, y una reducción de la tasa de paro también superior a la prevista. Este clima económico más favorable permitirá recuperar la confianza de los consumidores y por lo tanto las ganas de viajar de los franceses (aún está pendiente que se publiquen los datos turísticos oficiales correspondientes al año 2017). Para 2018, el FMI ha revisado a la baja sus previsiones iniciales de crecimiento del PIB francés, del +2,1% al +1,8%, después de que la actividad se debilitara más de lo esperado en el primer trimestre.
- El turista francés viaja fundamentalmente dentro de su país, así que la propia Francia se convierte en el principal competidor. España es, desde hace decenios, el destino internacional preferido de los franceses a nivel global, siendo los productos de “sol y playa” y “cultural” los preferidos, con una imagen y una clientela consolidada. La seguridad de España, su proximidad geográfica, fácil acceso, excelente clima, buena relación calidad/precio, variedad de actividades, lo convierten en un destino vacacional ideal para las familias francesas y para las vacaciones de bajo presupuesto.
- Según los datos de reservas, tanto de agencias de viajes tradicionales como de la turoperación, el verano de 2018 se presenta con buenas perspectivas. Se mantienen los destinos que estaban funcionando (como España, Italia, Grecia y Portugal), aunque registrando tasas más moderadas, y se suma la reapertura de Túnez, Marruecos, Turquía y Egipto, que vuelven a contar con el favor de la clientela francesa una vez han mejorado las condiciones de seguridad.
- Se estima que esta recuperación de clientela en el segmento “familias” y “spa” por parte de los países citados pueda perjudicar a las cuotas de mercado de los destinos costeros españoles (Canarias y Baleares, especialmente) a medio y largo plazo, ya que son más caros que los norteafricanos y que Turquía. No obstante, la posible disminución no será muy fuerte ya que en el verano 2017 los TTOO ya ajustaron a la baja las capacidades en los destinos españoles, dada la imposibilidad de encontrar oferta de plazas hoteleras.
- Además, España se consolida como un destino rentable para la turoperación, al comercializar menos paquetes, pero con un precio medio por paquete considerablemente superior, por lo que aparece cada vez menos como una oferta de sustitución de destinos baratos y más como una oferta de una gama superior. El gasto medio por cliente en agencias tradicionales sigue esta misma tendencia.

- Se puede seguir creciendo en el emisor francés si se potencian otros productos con alta demanda en este mercado (como estancias urbanas, turismo cultural, turismo de naturaleza, compras y gastronomía), y otras zonas geográficas de España menos conocidas. Este tipo de productos además tienen más capacidad de generar ingresos y contribuyen a desestacionalizar la demanda, ya que pueden realizarse a lo largo de todo el año.

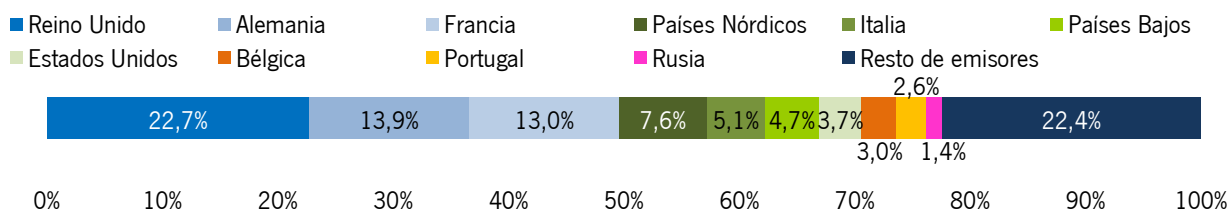
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña; Direction Générale des Entreprises (DGE), Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique; FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 37,1 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2018, el 13,0% procedía de Francia (4,8 millones), posicionándose como el tercer emisor extranjero más importante para España. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha evolucionado favorablemente, registrando una tasa de crecimiento del +1,4%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo francés, seguido a distancia por Andalucía y C. Valenciana.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2018



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo francés. Acumulado enero-junio 2018

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	37,0%	-14,9%
2	Andalucía	11,9%	4,5%
3	C. Valenciana	11,8%	6,2%
4	Canarias	6,4%	13,1%
5	Baleares	6,0%	44,8%
6	Madrid	6,0%	-6,6%
	España	100,0%	1,4%

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA FRANCÉS EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2018

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	94
Estancia media: (días)	6,4
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	46,1%
Principal vía de acceso: Carretera	60,9%
Uso de paquete turístico:	12,1%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	81,4%
Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 46,1% de los turistas franceses que visitaron España en el primer semestre del año 2018 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros franceses suponen el 7,8% del total de noches foráneas realizadas en el país en este periodo y han aumentado un +2,8% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Cataluña es el principal destino nacional, presentando una evolución descendente (-3,5%) en el acumulado enero-junio de 2018. Andalucía, con una cuota del 15,0%, ocupa la tercera posición en el ranking del movimiento hotelero de España y ha registrado un incremento de pernoctaciones en este periodo (+5,5%).

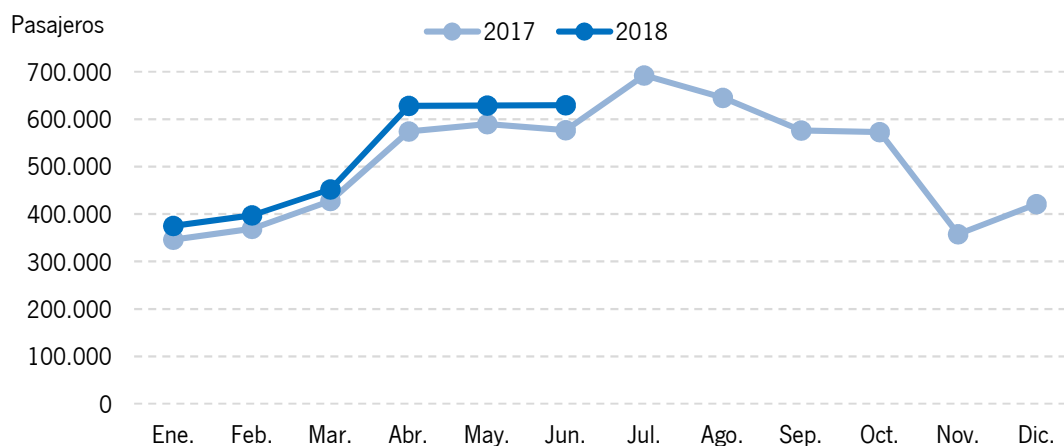
Viajeros y pernoctaciones de franceses en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2018

CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Cataluña	1.073.387	-2,7%	2.732.163	-3,5%	35,9%
Canarias	219.298	5,3%	1.515.446	5,1%	19,9%
Andalucía	421.274	7,0%	1.140.838	5,5%	15,0%
Baleares	176.089	32,2%	848.081	17,2%	11,2%
Madrid	203.311	8,6%	410.598	2,3%	5,4%
C. Valenciana	110.537	8,1%	293.779	2,9%	3,9%
España	2.613.808	3,6%	7.604.666	2,8%	100,0%
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

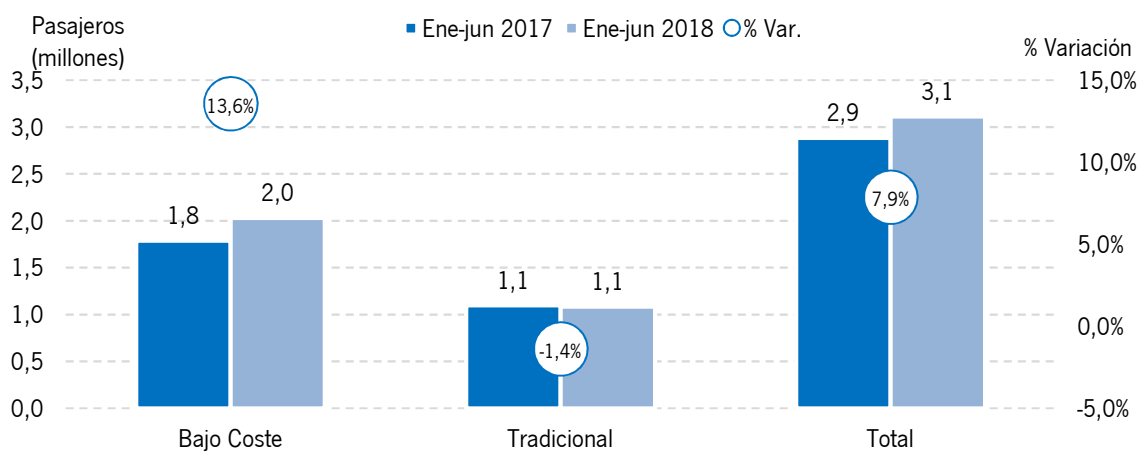
- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre del año 2018 a un total de 3,1 millones de pasajeros procedentes de Francia, un +7,9% más que en el mismo periodo del año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2018. Esta cifra representa el 7,4% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el acumulado enero-junio de 2018 al 65,2% de los pasajeros procedentes de este mercado. Vueling es la CBC más importante (transportó a España el 41,8% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este periodo).

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



Fuente: AENA

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Francia por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2018



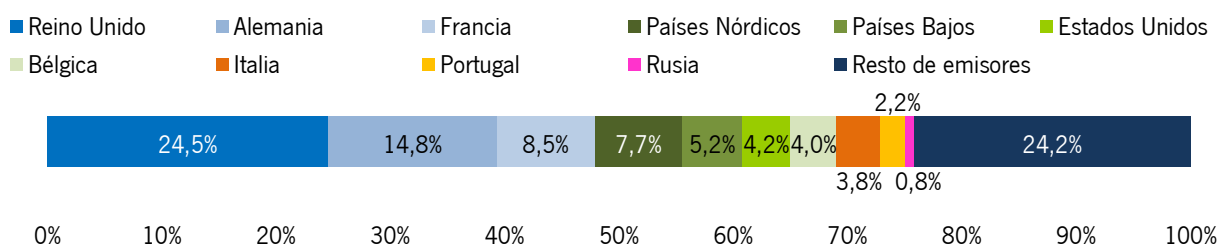
Fuente: AENA

3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre del año 2018 a 421 mil viajeros franceses que han realizado 1,14 millones de pernoctaciones, un +5,5% más de noches que en el mismo periodo del año anterior.
- El mercado francés es el tercer emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el acumulado enero-junio de 2018. Sus pernoctaciones suponen el 8,5% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de Andalucía en dicho año.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-junio 2018

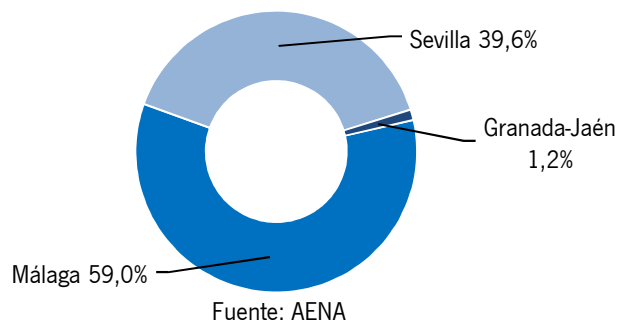


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

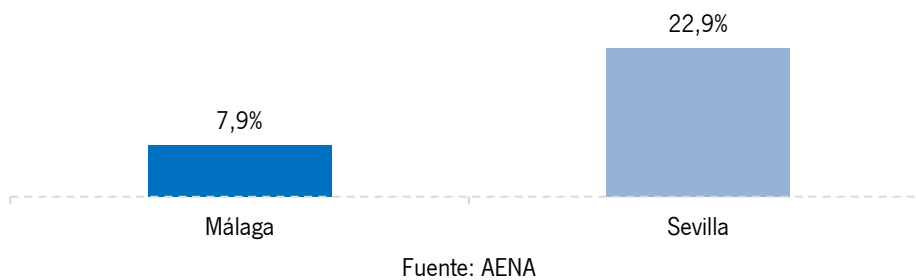
3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre del año 2018 a 436 mil pasajeros procedentes de Francia, un +14,9% más que en el año anterior. El 73,8% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Transavia y Vueling las CBC más utilizadas, con cuotas respectivas del 33,0% sobre el total de pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de Francia que llegan a la región. En diciembre de 2017 se establece una conexión entre París-Charles de Gaulle y el aeropuerto de Granada-Jaén, lo que permite a este aeropuerto canalizar hasta un 1,2% de pasajeros de esta procedencia en el primer semestre de 2018, 5.200 pasajeros más que en el mismo periodo del año anterior. También los aeropuertos de Málaga y Sevilla registran crecimientos en la llegada de pasajeros de esta procedencia.

Distribución de las llegadas de pasajeros de Francia a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2018



Evolución de las llegadas de pasajeros de Francia a los aeropuertos andaluces⁴. Acumulado enero-junio 2018



⁴ En este gráfico no se ha incluido al aeropuerto de Granada-Jaén por la magnitud del crecimiento que ha experimentado en el periodo acumulado enero-junio de 2018. En efecto, en el año 2017 el número de llegadas de pasajeros procedentes de aeropuertos franceses al aeropuerto de Granada-Jaén prácticamente era inexistente, mientras que en el primer semestre de 2018 las llegadas ascienden hasta los 5.200 pasajeros.

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO DE LOS PAÍSES NÓRDICOS. ACUMULADO ENE-JUN 2018

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

- Propensión a viajar al extranjero por motivos personales o profesionales, es decir, el número de viajes turísticos que realizó en 2017 cada habitante de los países nórdicos:

Dinamarca: **1,4**; Finlandia: **1,7**; Noruega: **1,6**; Suecia⁵: **0,9**

Fuente: Eurostat, European Commission y Statistics Norway

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

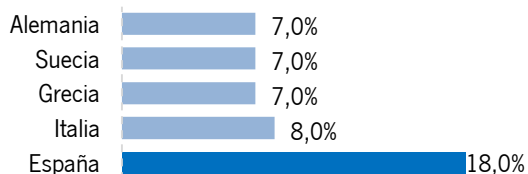
	Extranjero	Propio país
Dinamarca	59%	41%
Finlandia	43%	57%
Noruega	59%	41%
Suecia ⁶	44%	56%

Fuente: Eurostat, European Commission y Statistics Norway

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

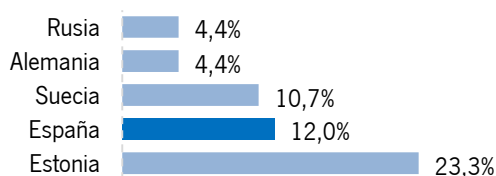
Principales destinos extranjeros de los viajes vacacionales de los nórdicos.

Dinamarca. Año 2017



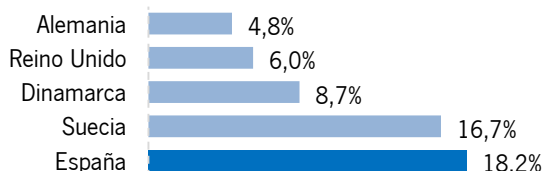
Fuente: Statistics Denmark

Finlandia. Año 2017



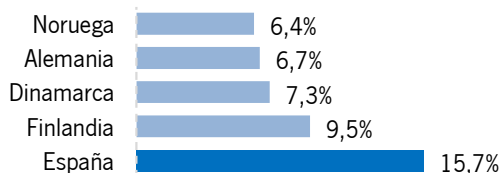
Fuente: Statistics Finland

Noruega. Año 2017



Fuente: Statistics Norway

Suecia. Año 2016



Fuente: Eurostat, European Commission

⁵ No hay datos oficiales disponibles del año 2017 de Suecia. El dato corresponde al año 2016.

⁶ Ídem.

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

48,6 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional del emisor nórdico en 2017. La evolución respecto al año anterior del gasto ha sido positiva en los cuatro países: +4,5% para Dinamarca; +5,3 para Finlandia; +3,4% para Noruega; +14,2% para Suecia. Para el periodo acumulado enero-junio de 2018 se mantienen los crecimientos en todos ellos (Dinamarca +2,4%; Finlandia +8,1%; Noruega +3,5%; Suecia +9,2%).

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- Según el FMI, exceptuando Suecia, el resto de las economías nórdicas han registrado en 2017 crecimientos del PIB por encima de los inicialmente previstos, y también superiores a los registrados en 2016: +2,1% para Dinamarca, +3,0% para Finlandia, +1,8% para Noruega y +2,4% para Suecia. El FMI no espera que las economías nórdicas crezcan por encima del nivel de 2017 en los próximos dos años, pero tampoco se prevé ningún gran inconveniente en la dinámica económica que pueda afectar a corto y medio plazo al consumo de turismo de estos países.
- Los nórdicos conciben las vacaciones como un bien de consumo necesario más que un lujo. Además, la adversa climatología a la que están sometidos durante los meses de invierno, les empuja a viajar buscando destinos más cálidos. No obstante, si el clima se presenta favorable en los meses de verano, muchos nórdicos prefieren las vacaciones domésticas. Y en el comienzo del verano de 2018, los países nórdicos han disfrutado excepcionalmente de unas altas temperaturas, lo que ha incidido en las reservas de verano, de manera que el sol y playa ha cedido espacio a un incremento en los viajes a destinos urbanos, principalmente europeos y a los destinos domésticos.
- El turismo de sol y playa sigue siendo el producto más demandado para las vacaciones largas, pero se tiende a que el clásico paquete vacacional con todo incluido se complementa con otras opciones y actividades (visitar ciudades, probar la gastronomía, actividades al aire libre, etc.), o a combinar más de un destino en un mismo viaje, valorando lo experiencial y genuino. No obstante, y aunque se refuerza la tendencia a la contratación individual, los turoperadores no han disminuido la oferta de este producto, siendo las familias con niños y la población nórdica de la tercera edad sus clientes más fieles.
- El segundo producto más solicitado son las visitas cortas a ciudades (turismo cultural, gastronómico, arte, compras, etc.), que además viene registrando elevadas tasas de crecimiento en los últimos años. También es necesario mencionar el creciente interés del turista nórdico por la práctica de deportes (destacándose el segmento de golf, pero también deportes acuáticos) y por las actividades en contacto con la naturaleza (turismo activo, senderismo, cicloturismo...). La sostenibilidad de los destinos también es un valor en alza.
- Los datos del mercado turoperado para la temporada de verano de 2018 evidencian que España sigue siendo el destino favorito, pero pierde cuota de mercado frente a sus principales competidores estivales: Croacia, Grecia, Portugal, Chipre y Turquía, con unos precios muy

competitivos, que en el caso de Turquía se acompaña de una fuerte devaluación de la lira turca, recuperan parte de sus posiciones. Los turoperadores señalan el aumento de precios como la principal razón por la que están derivando “paquetes de viajes” desde Canarias y otras zonas de España hacia otros destinos más económicos, para mantener sus márgenes.

- España mantiene su liderazgo para el mercado nórdico en el segmento de sol y playa, ya que gran parte de la población nórdica está muy fidelizada con España y se muestra reacia a cambiar de destino. También, está bien posicionada en el turismo de golf, pero no se la asocia suficientemente con el turismo de ciudad ni con la cultura, ni se conocen sus grandes recursos naturales. Se puede seguir creciendo en el mercado nórdico si se trabaja en la diversificación de productos y en la complementariedad de la oferta, lo que permitiría avanzar en la diversificación de destinos nacionales y en la desestacionalización de la demanda nórdica.

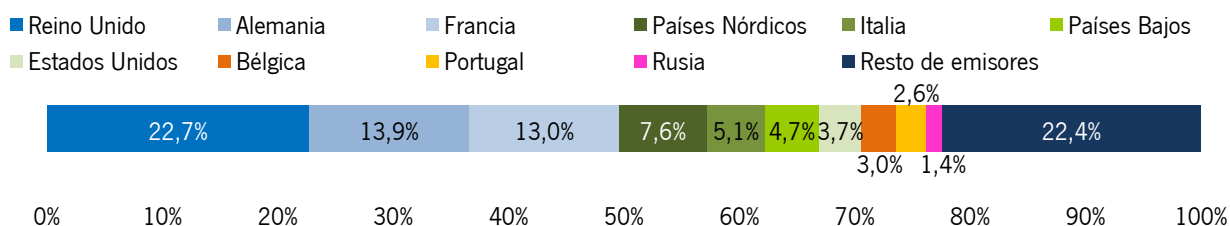
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña, FMI

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 37,1 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2018, el 7,6% procedía de los Países Nórdicos (2,8 millones), posicionándose como el cuarto emisor extranjero más importante para España. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha registrado un incremento del +3,3%.
- Canarias es el principal receptor de turismo nórdico. Andalucía se posiciona en segundo lugar, captando el 22,0% de los turistas de este mercado en el primer semestre del año 2018.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2018



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

**Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo de los Países Nórdicos.
Acumulado enero-junio 2018**

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	34,8%	4,8%
2	Andalucía	22,0%	8,4%
3	Baleares	13,8%	2,6%
4	C. Valenciana	12,9%	3,0%
5	Cataluña	11,7%	-7,0%
6	Madrid	1,9%	1,8%
	España	100,0%	3,3%

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA NÓRDICO EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2018

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	141
Estancia media: (días)	8,4
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	66,2%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	98,3%
Uso de paquete turístico:	40,2%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	88,9%

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

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 66,2% de los turistas nórdicos que visitaron España en el primer semestre del año 2018 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros nórdicos suponen el 7,5% del total de noches foráneas realizadas en el país en este periodo, y han aumentado un +1,0% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Canarias es, con diferencia, el principal destino nacional de los nórdicos en este periodo, seguida por Baleares, con cuotas del 46,9% y el 20,3%, respectivamente. En la mayoría de las principales CC.AA. turísticas ha disminuido el número de pernoctaciones de este emisor respecto al mismo periodo del año anterior, excepto Andalucía (+7,9%) y Canarias (+1,5%).

Viajeros y pernoctaciones de nórdicos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2018

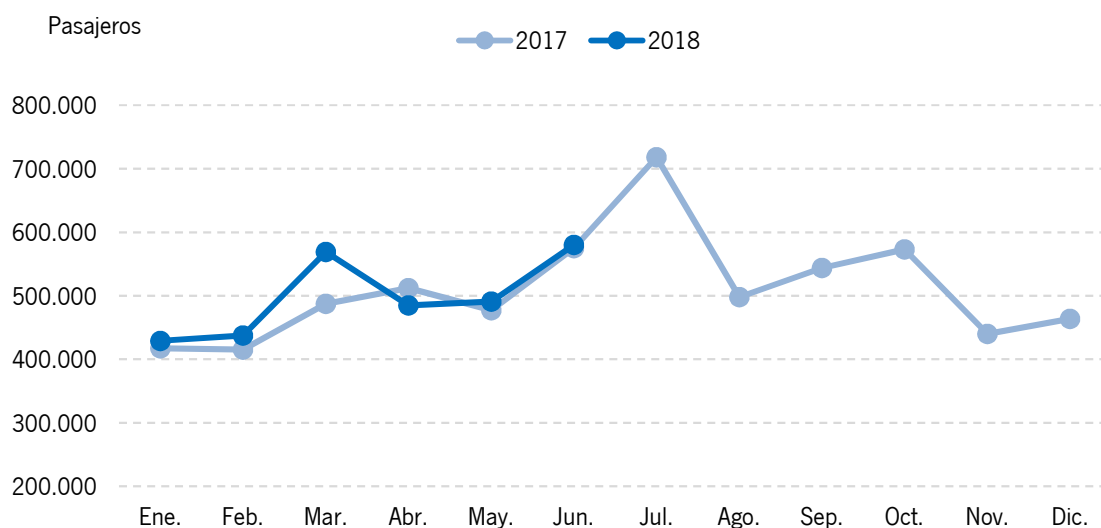
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	440.640	3,0%	3.424.943	1,5%	46,9%
Baleares	257.051	5,6%	1.481.456	-0,1%	20,3%
Andalucía	236.101	6,3%	1.027.336	7,9%	14,1%
Cataluña	226.215	-3,6%	697.970	-3,5%	9,6%
C. Valenciana	85.571	6,1%	329.381	-2,8%	4,5%
Madrid	72.555	-6,3%	181.141	-10,7%	2,5%
España	1.395.197	2,6%	7.294.920	1,0%	100,0%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

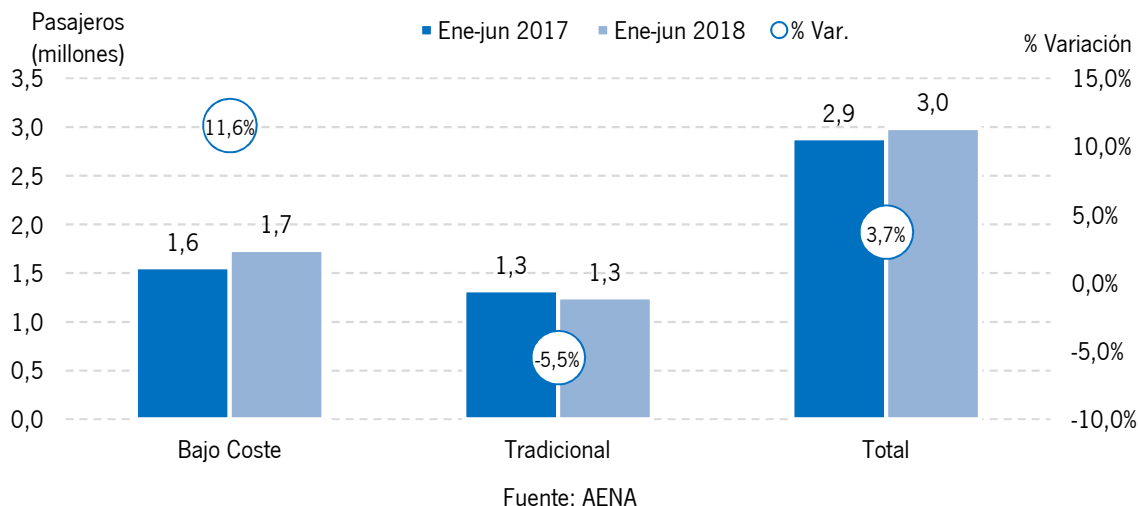
- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre del año 2018 un total de 3,0 millones de pasajeros procedentes de los Países Nórdicos, un +3,7% más que en el mismo periodo del año anterior y crecimientos en la mayoría de los meses de 2018. Esta cifra representa el 7,2% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron al 58,2% de los pasajeros procedentes de este mercado. Norwegian Air International es la CBC más importante (transportó a España el 55,1% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en el acumulado enero-junio de 2018).

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



Fuente: AENA

Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Nórdicos por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2018

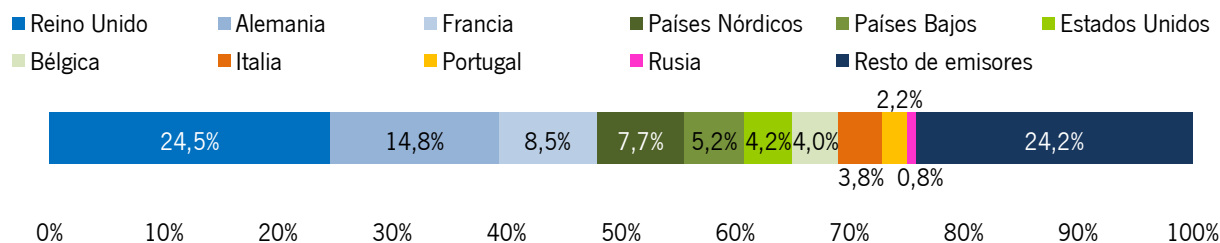


3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre del año 2018 a 236 mil viajeros de los Países Nórdicos, que han realizado un millón de pernoctaciones, un +7,9% más que en el mismo periodo del año anterior, continuando la tendencia de fuerte crecimiento que venía registrándose desde 2010 y que se interrumpió en 2015. El crecimiento ha sido liderado por Dinamarca y Finlandia, si bien los incrementos de noches se han producido en los cuatro países.
- El nórdico es el cuarto emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 7,7% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región en el primer semestre de 2018.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-junio 2018

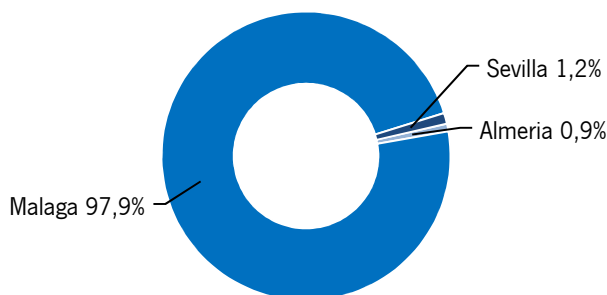


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

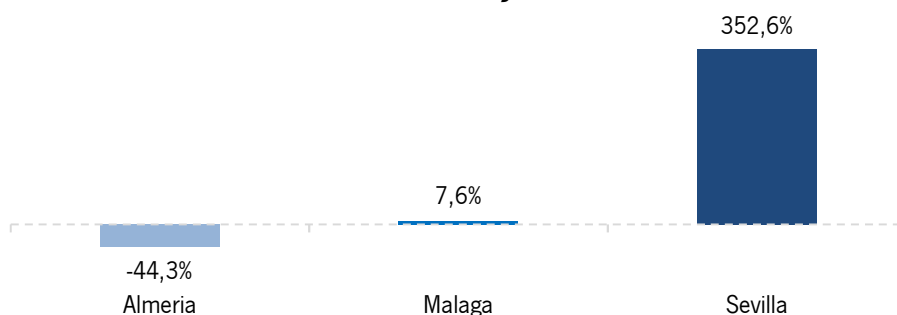
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre del año 2018 a 577 mil pasajeros procedentes de aeropuertos nórdicos, un +7,6% más que en el mismo periodo del año anterior. El 69,6% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Norwegian Air International la CBC más utilizada, ya que transportó al 56,5% de los pasajeros de este tipo de compañías. Le sigue RyanAir con un 22,3% de cuota.
- El aeropuerto de Málaga recibe a la gran mayoría de los pasajeros de los Países Nórdicos que llegan a la región, por lo que su evolución define el comportamiento de la variable en Andalucía. No obstante, hay que mencionar que el aeropuerto de Sevilla es el que ha experimentado un mayor crecimiento en el periodo, multiplicando por cuatro los pasajeros que recibe, lo que le ha permitido pasar de una cuota del 0,3% en el acumulado enero-junio de 2017 a una cuota del 1,2% en el primer semestre de 2018.

Distribución de las llegadas de pasajeros de los Países Nórdicos a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2018



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de los Países Nórdicos a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2018



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO DE LOS PAÍSES BAJOS. ACUMULADO ENE-JUN 2018

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

1,2 es la propensión a viajar al extranjero por motivos personales o profesionales, es decir, el número de viajes turísticos que realizó en 2017 cada habitante del país.

69% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los neerlandeses que se prevé tendrá como destino un país extranjero en 2017. Otro 31% espera realizar su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuentes: Eurostat, European Commission

Viajes vacacionales al extranjero de los residentes en los Países Bajos. Años 2013-2017

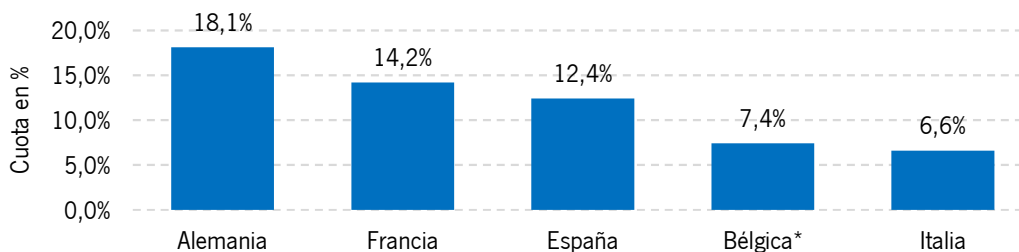
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2013	18.093	-2,9%
2014	17.933	-0,9%
2015	18.070	0,8%
2016	17.938	-0,7%
2017	19.140	6,7%

Fuente: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)

1,4% 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 venía ocupando en los últimos años el cuarto puesto, en 2014 adelanta a Bélgica y se sitúa en tercer lugar.

Principales destinos extranjeros de los viajes vacacionales. Año 2017



Fuente: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)

* El dato de Bélgica corresponde al año 2016.

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

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

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- La economía neerlandesa ya se ha recuperado tras la crisis financiera mundial, acelerándose su crecimiento en 2017: según datos del FMI, el crecimiento económico del país fue del +2,2% del PIB en 2016 y del +3,1% en 2017; No obstante, el pronóstico para 2018 es de un crecimiento más moderado lastrado por los riesgos externos (los vínculos comerciales y financieros con el Reino Unido peligran debido al Brexit y existe bastante incertidumbre sobre la apertura del comercio mundial a raíz de la nueva política de EEUU).
- En el año 2017 los neerlandeses realizaron 36,7 millones de vacaciones, 1,2 millones más que en el año anterior. Este incremento es resultado del aumento del número de vacaciones al extranjero (+6,7%), mientras que las vacaciones domésticas se mantuvieron al mismo nivel del año anterior. Si la situación económica sigue siendo favorable, a lo que hay que sumar la elevada intensidad viajera de la población neerlandesa, con una alta propensión a viajar fuera del país, se espera que los viajes vacacionales al extranjero continúen aumentando en 2018.
- Los datos del mercado turoperado evidencian que en el verano de 2018 España se mantiene como el destino más reservado por los neerlandeses hasta mayo, aunque con un descenso respecto a las reservas del año anterior (-6,7%), seguido por Grecia, que sigue recuperándose (+9,8%) acortando distancias con España y Turquía, que mantiene un importante crecimiento (+59,1%) recuperando cuota. Italia también crece. Los turoperadores están aumentando la oferta en Grecia y Turquía, destinos que ofrecen precios más bajos y permiten un mayor margen, lo que hace prever que en 2018 España no mantendrá el ritmo de crecimiento de los últimos años.
- La principal motivación de los viajes vacacionales al extranjero de este emisor es la visita de ciudades combinada con la cultura (21%) y el destino predilecto es Alemania, seguida de Francia y Bélgica. Le sigue el “sol y playa”, que alcanza el 17% del total de viajes al extranjero, en el que España es líder. Las siguientes motivaciones son turismo activo (9,8% del total de viajes al extranjero) y turismo de naturaleza (con una cuota del 9,4%).

Aunque el clima es una gran baza de España, solo el 52% de los turistas neerlandeses declara venir motivado por las vacaciones en la playa. El 16% son viajes a ciudades, culturales o de circuitos, potentes motivadores de viajes más cortos que se realizan durante todo el año y que se adaptan a los grupos de edad que más están creciendo en este mercado (mayores de 50 años). Sin embargo, en el caso del turismo activo y de naturaleza, turismos muy apreciados por este emisor, en España tiene una menor presencia (7% y 4%, respectivamente).

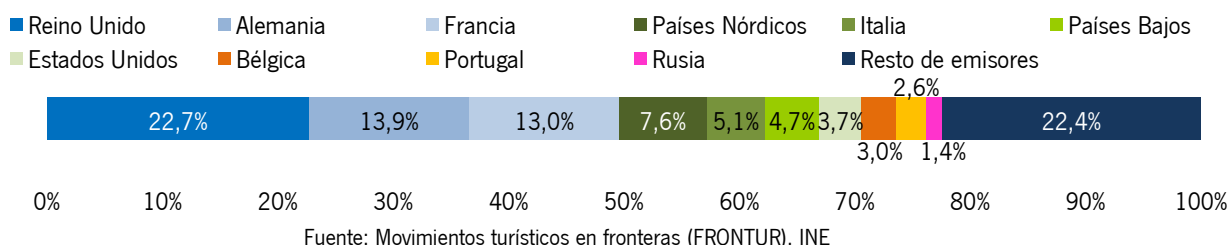
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. INE y FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 37,1 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2018, el 4,7% procedía de los Países Bajos (1,7 millones), posicionándose como el sexto emisor extranjero más importante para España. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha registrado un crecimiento del +10,4%.
- Canarias y C. Valenciana son las principales CC.AA. receptoras del turismo neerlandés que llegó a España en este periodo, alcanzando cuotas próximas al 20%. Andalucía se posiciona en tercer lugar

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2018



Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo de los Países Bajos. Acumulado enero-junio 2018

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	19,5%	7,5%
2	C. Valenciana	18,8%	21,5%
3	Andalucía	17,2%	-1,4%
4	Cataluña	16,2%	5,3%
5	Baleares	16,0%	19,6%
6	Madrid	5,7%	3,0%
	España	100,0%	10,4%

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA DE LOS PAÍSES BAJOS EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2018

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	138
Estancia media: (días)	7,6
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	57,8%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	91,7%
Uso de paquete turístico:	29,5%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	87,7%
Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 57,8% de los turistas neerlandeses que visitaron España en el primer semestre del año 2018 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros neerlandeses suponen el 4,2% del total de noches foráneas realizadas en el país en este periodo, y han aumentado un +3,9% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Canarias es el principal destino nacional con una cuota del 30,9% en este periodo. Andalucía se posicionan en segundo puesto en el ranking del movimiento hotelero de España y ha registrado un descenso de pernoctaciones (-4,0%) frente al crecimiento de la media de España.

Viajeros y pernoctaciones de los Países Bajos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2018

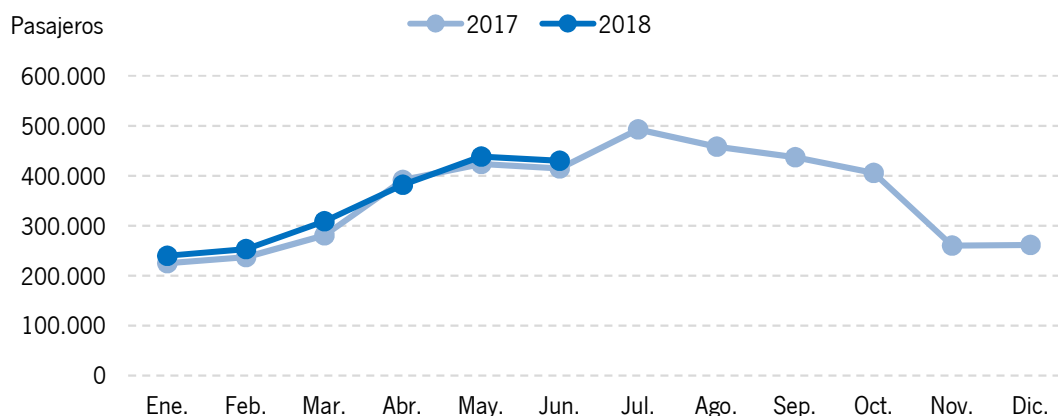
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	164.533	0,9%	1.273.752	-0,7%	30,9%
Andalucía	200.100	0,9%	702.373	-4,0%	17,1%
Cataluña	201.162	10,9%	697.782	10,9%	17,0%
Baleares	119.907	7,8%	657.313	-0,9%	16,0%
C. Valenciana	116.078	28,2%	478.941	25,7%	11,6%
Madrid	68.647	22,5%	141.312	14,8%	3,4%
España	963.876	8,7%	4.115.705	3,9%	100,0%
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre del año 2018 a un total de 2,1 millones de pasajeros procedentes de los Países Bajos, un +4,0% más que en el mismo periodo del año anterior y crecimientos en la mayoría de los meses de 2018. Esta cifra representa el 4,9% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.

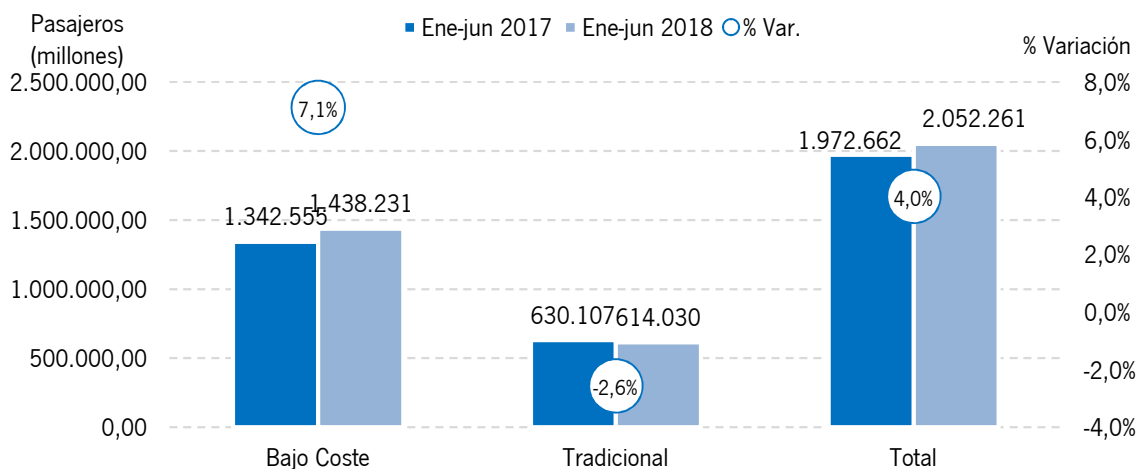
- Las compañías de bajo coste transportaron en el acumulado enero-junio de 2018 al 70,1% de los pasajeros procedentes de este mercado. Transavia holand Bv es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 59,7% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia).

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



Fuente: AENA

Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Bajos por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2018



Fuente: AENA

3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

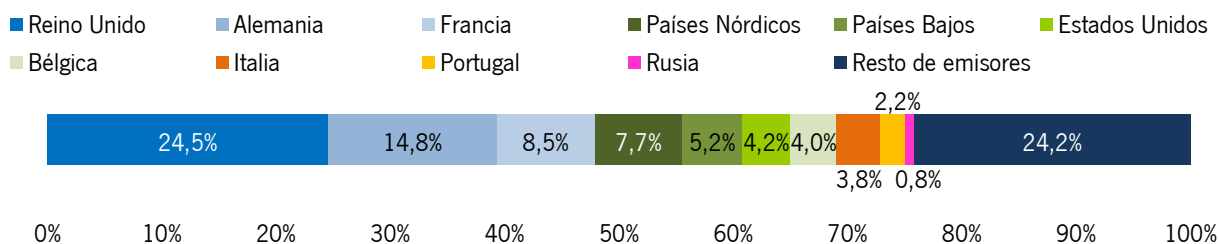
3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre del año 2018 a 200 mil viajeros de los Países Bajos, que han realizado 702 mil pernoctaciones, un -4,0% menos que en el mismo periodo del año anterior. Tras los fuertes crecimientos de 2016 y 2017, las noches

realizadas en los establecimientos hoteleros de Andalucía de este emisor disminuyen a partir del segundo trimestre de 2018.

- El neerlandés es el quinto emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el primer semestre de 2018, sus pernoctaciones suponen el 5,2% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región para este periodo.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-junio 2018

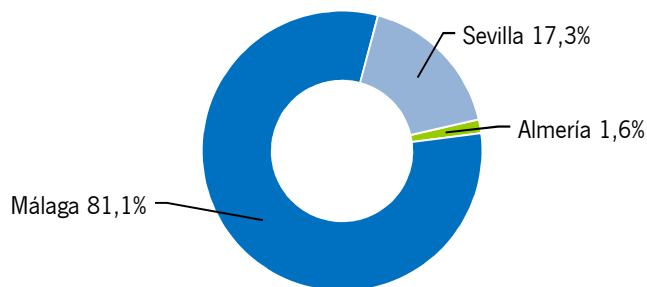


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

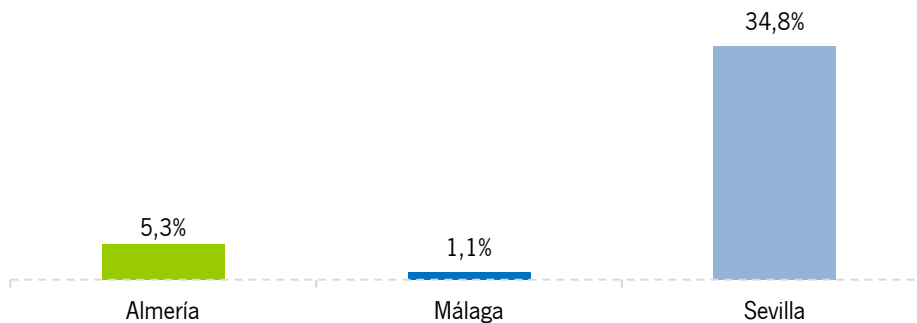
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre del año 2018 a 324 mil pasajeros procedentes de aeropuertos de los Países Bajos, un +5,7% más que en el mismo periodo del año anterior. El 94,8% utilizó una compañía de bajo coste, siendo Transavia holland Bv la CBC más utilizada, ya que transportó al 66,4% de los pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de los Países Bajos que llegan a la región. Ambos han registrado crecimientos en el primer semestre de 2018, destacándose el aeropuerto de Sevilla (+34,8%). El aeropuerto de Almería, que registró importantes descensos en 2014 y 2015, vuelve a la senda de crecimiento en 2016, y continúa su ascenso en 2017 y en la primera mitad de 2018 (con una tasa del +5,3%).

Distribución de las llegadas de pasajeros de los Países Bajos a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2018



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de los Países Bajos a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2018



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO BELGA. ACUMULADO ENE-JUN 2018

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

1,1 es la propensión a viajar al extranjero por motivos personales o profesionales, es decir, el número de viajes turísticos que realizó en 2017 cada habitante del país.

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

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

Viajes vacacionales⁸ al extranjero de los residentes en Bélgica. Años 2012-2017

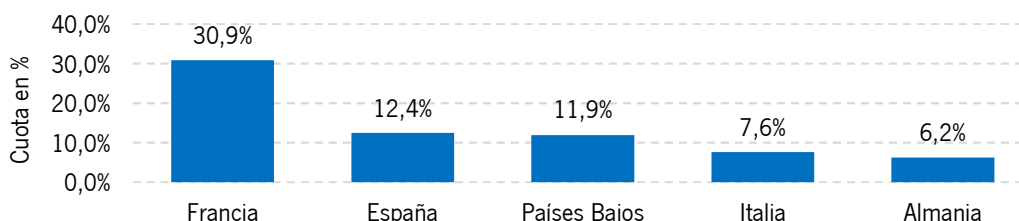
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2013	11.484	11,5%
2014	12.343	7,5%
2015	11.504	-6,8%
2016	14.434	25,5%
2017	13.455	-6,8%

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

+4,0% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en los viajes vacacionales al extranjero.

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

Principales destinos de los viajes vacacionales al extranjero. Año 2017



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

⁸ Los viajes vacacionales son de corta y de larga duración.

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

20,7 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2017, un +4,4% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado enero-junio de 2018 (+3,2%).

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- Desde el punto de vista económico, las expectativas para Bélgica son favorables a corto plazo: según datos del FMI, en el año 2017 la tasa de crecimiento del PIB ha sido del +1,7%, y se prevé que sea del +1,9% para 2018, la tasa de desempleo también se reducirá (del 7,2% en 2017 al 7,0% en 2018) y, aunque la inflación se ha situado por encima de la media europea en 2017, se prevé una moderación del crecimiento de los precios para los años venideros más en línea con la eurozona.
- En el año 2017, el mercado emisor belga al extranjero no ha podido revalidar el fuerte crecimiento que experimentó en 2016 y ha interrumpido de nuevo su ritmo ascendente, registrando una tasa negativa (-6,8%), mientras que han aumentado las vacaciones domésticas (+4,0%). Los tres principales receptores de las vacaciones de los belgas en el extranjero han registrado descensos: Francia -10,2%, España -9,6% y Países Bajos -14,7%.
- Según los últimos datos disponibles de la turoperación, en la temporada de verano 2018 los destinos favoritos de vacaciones han sido Francia, la propia Bélgica y España, al tiempo que se ha observado un fuerte incremento de Turquía, Egipto y sobre todo Túnez, que se han recuperado después de varios años de caídas. Y como los belgas cada vez reservan antes sus vacaciones, los turoperadores ya constatan que las reservas para la temporada de invierno 2018-2019 van a buen ritmo.
- No obstante, debe tenerse en cuenta la excelente climatología que han disfrutado los belgas en los meses de mayo, junio y julio de 2018, con temperaturas superiores a 25 grados y sin lluvia. Este hecho, podría reducir la necesidad de salir del país en esta temporada en busca de sol, una de sus principales motivaciones para viajar al extranjero.
- A pesar de la recuperación de los destinos del mediterráneo, la posición de España continúa siendo muy buena, siendo líder en los paquetes vacacionales, tanto en verano como en invierno. A ello contribuye las excelentes conexiones aéreas entre España y Bélgica, teniendo en cuenta la importancia que los belgas conceden a la facilidad de desplazamiento al país de destino.
- España es elegido principalmente por su clima, sus playas, su entorno y su naturaleza. Otros factores destacables son la gastronomía, las compras, el alojamiento confortable y la reputación del destino. Los turistas belgas muestran interés por los viajes de corta duración sobre todo de fin de semana orientados principalmente hacia la cultura y la gastronomía. España ocupa el tercer lugar en el ranking de destinos y viajes de citytrip. Se demanda principalmente Barcelona, Madrid,

Sevilla, Valencia y Bilbao. Los circuitos que combinan la cultura, la playa y la naturaleza es otra opción fuertemente demandada, y en Andalucía son las ciudades de Sevilla, Granada, Córdoba y la Costa del Sol los productos estrellas.

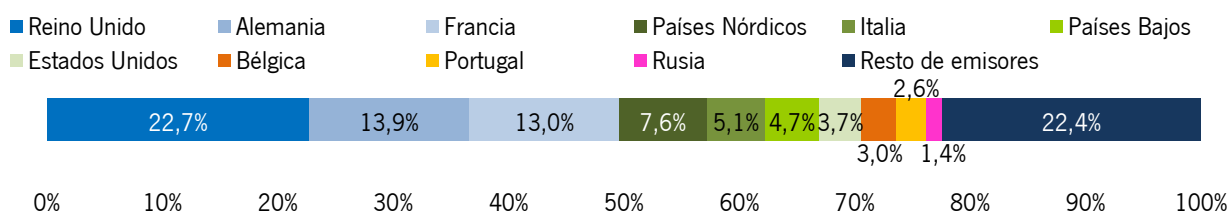
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña, Statistics Belgium y FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 37,1 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2018, el 3,0% procedía de Bélgica (1,1 millones de turistas), posicionándose como el octavo emisor extranjero más importante para España. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha evolucionado favorablemente, registrando una tasa de crecimiento del +8,0%.
- Andalucía es el segundo destino receptor de turismo belga en este periodo, solo superada por C. Valenciana.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2018



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo belga. Acumulado enero-junio 2018

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	C. Valenciana	22,2%	24,5%
2	Andalucía	19,2%	1,3%
3	Canarias	16,0%	-5,8%
4	Cataluña	15,9%	-3,0%
5	Baleares	9,9%	39,0%
6	Madrid	8,4%	36,3%
	España	100,0%	8,0%

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA BELGA EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2018

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	127
Estancia media: (días)	7,9
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	57,1%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	91,9%
Uso de paquete turístico:	24,8%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	86,9%
Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

2.4 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 57,1% de los turistas belgas que visitaron España en el primer semestre del año 2018 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros belgas suponen el 2,8% del total de noches foráneas realizadas en este periodo, y han aumentado un +0,2% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Canarias es el principal destino nacional, presentando un descenso de noches (-2,5%). Andalucía, con una cuota del 19,6%, ocupa la segunda posición en el ranking del movimiento hotelero de España y ha registrado el mayor crecimiento de pernoctaciones de belgas de las principales CC.AA. turísticas (+2,8%), superior al de la media nacional.

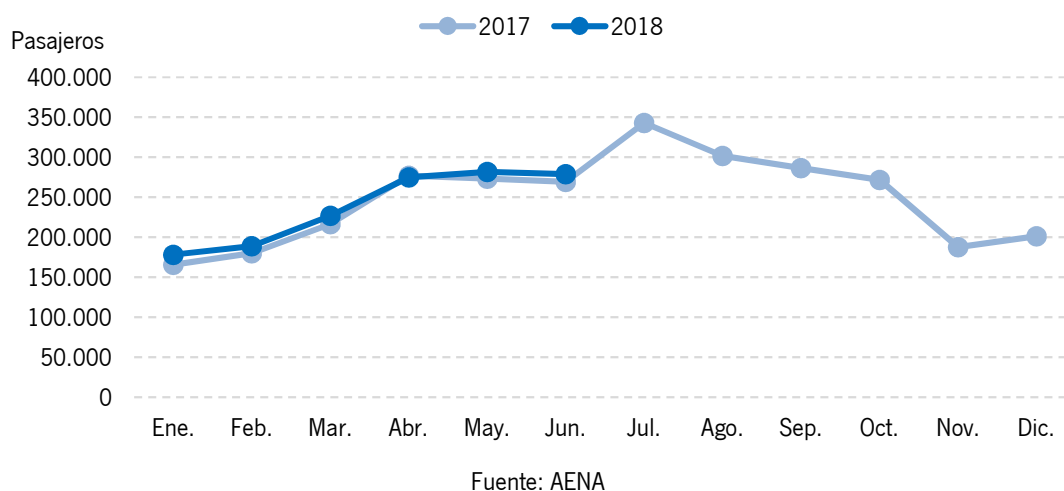
Viajeros y pernoctaciones de belgas en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2018

CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	121.687	1,6%	925.498	-2,5%	33,5%
Andalucía	127.113	5,5%	541.187	2,8%	19,6%
Cataluña	143.907	4,7%	492.287	1,8%	17,8%
C. Valenciana	72.268	5,7%	369.285	0,5%	13,4%
Baleares	44.525	10,7%	237.520	-1,3%	8,6%
Madrid	39.262	-3,8%	84.841	-6,8%	3,1%
España	607.283	4,4%	2.761.643	0,2%	100,0%
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

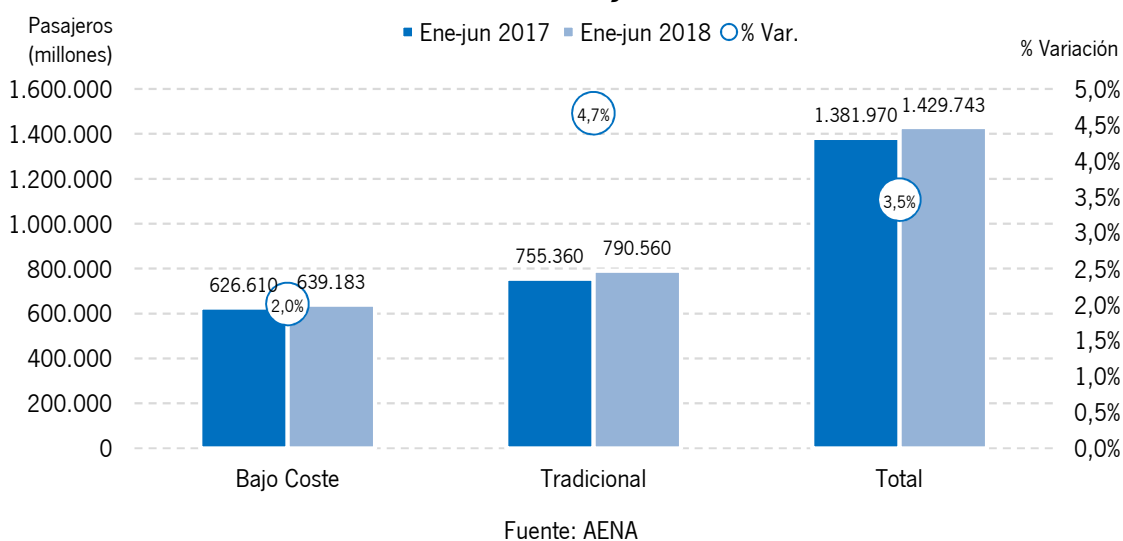
2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre del año 2018 a un total de 1,43 millones de pasajeros procedentes de Bélgica, un +3,5% más que en el mismo periodo del año anterior, y crecimientos en la mayoría de los meses de 2018. Esta cifra representa el 3,4% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el acumulado enero-junio de 2018 al 44,7% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 81,1% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia).

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



Llegadas de pasajeros a España procedentes de Bélgica por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2018

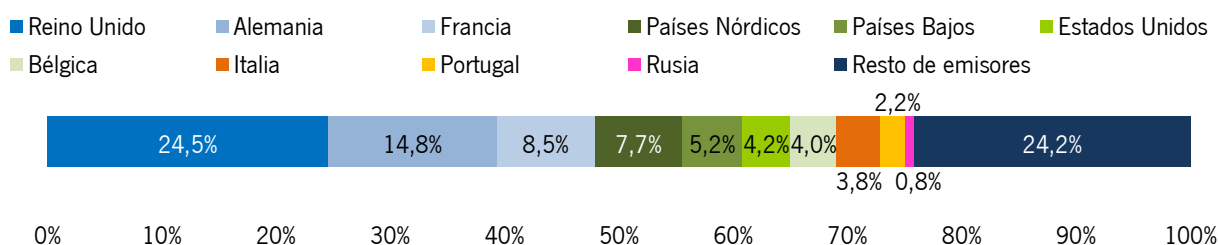


3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre del año 2018 a 127 mil viajeros belgas que han realizado 541 mil pernoctaciones, un +2,8% más de noches que en mismo periodo del año anterior.
- El belga es el séptimo emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el acumulado enero-junio de 2018, sus pernoctaciones suponen el 4,0% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región en dicho periodo.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-junio 2018

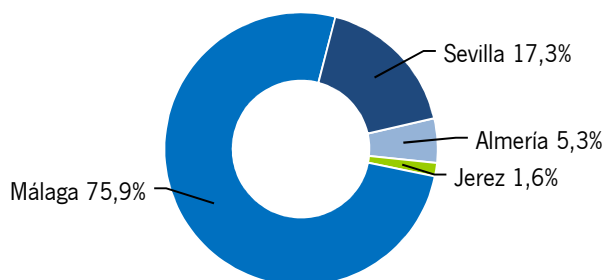


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

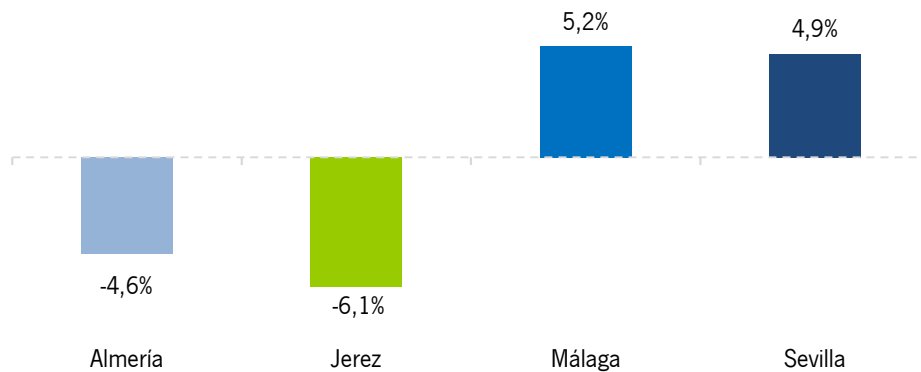
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre del año 2018 a 250 mil pasajeros procedentes de Bélgica, un +4,4% más que en el mismo periodo del año anterior. El 41,4% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 86,3% de los pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de Bélgica que llegan a la región. Ambos aeropuertos han evolucionado de manera positiva en lo que va de 2018, con crecimientos que rondan el +5%, frente al descenso de los aeropuertos andaluces con menos tráfico de pasajeros.

Distribución de las llegadas de pasajeros de Bélgica a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2018



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de Bélgica a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2018



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ITALIANO. ACUMULADO ENE-JUN 2018

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

0,2 es la propensión a viajar al extranjero por motivos personales o profesionales, es decir, el número de viajes turísticos que realizó en 2017 cada habitante del país.

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

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

Viajes por motivos personales⁹ al extranjero de los residentes en Italia. Años 2013-2017

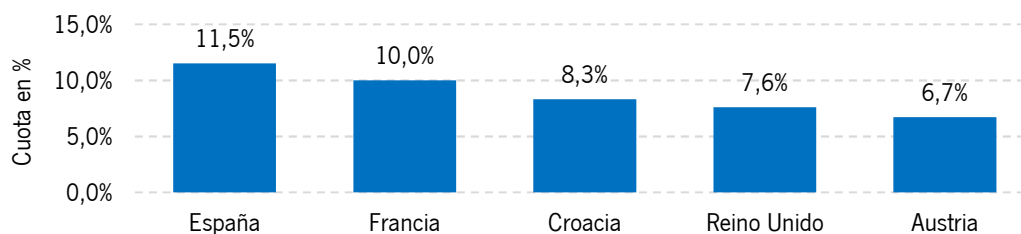
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2013	9.783	..
2014	10.963	12,1%
2015	9.454	-13,8%
2016	9.725	2,9%
2017	11.158	14,7%

Fuente: Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)

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

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

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



Fuente: Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)

⁹ Los viajes por motivos personales comprenden los viajes por motivos de relax, vacaciones, ocio o reposo, las visitas a familiares y amigos, por motivos religiosos/peregrinaciones, para recibir tratamientos de salud o curas termales. En 2014 se ha producido un cambio metodológico importante en la operación estadística "VIAGGI E VACANZE IN ITALIA E ALL'ESTERO" del Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT), y por el momento ISTAT no ha efectuado el enlace de las series, por lo que sólo se pueden comparar los datos de los años 2013 a 2017.

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

27,7 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2017, un +8,9% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado enero-junio de 2018 (+2,1%).

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

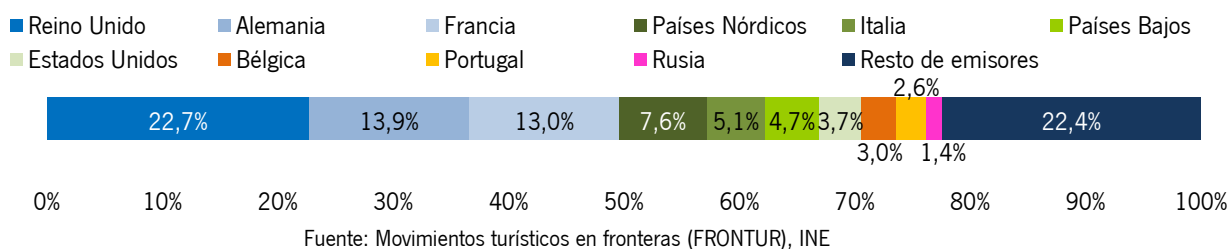
- En 2017, el crecimiento de la economía italiana superó la previsión inicial del FMI (que se fijó en un +0,8%), elevándose hasta el +1,5%. Este clima económico más favorable permitió recuperar la confianza de los consumidores y por lo tanto las ganas de viajar de los italianos (según ISTAT, en 2017 se han realizado un +14,7% de viajes por motivos personales al extranjero). Pero para 2018 el propio FMI ha revisado a la baja sus previsiones iniciales de crecimiento del PIB italiano, del +1,5% al +1,2%, al considerar que el empeoramiento de las condiciones financieras tras la incertidumbre política reciente (han sido necesarios ocho meses de negociaciones para formar el nuevo gobierno italiano) frenarán la demanda interna.
- El destino principal de los italianos para viajar es su propio país, por lo que se convierte en el principal competidor de España y Francia, tradicionalmente los dos países extranjeros más visitados. Francia predomina en las vacaciones cortas y los viajes de trabajo, mientras que España lo hace en las vacaciones de larga duración.
- En 2017 los viajes domésticos se redujeron un -1,7%. Pero según los últimos datos disponibles de los turoperadores y distribuidores tradicionales, para la temporada de verano 2018 señalan un incremento del turismo doméstico que puede ser incluso de dos dígitos. También son buenas las cifras de reservas hacia destinos extranjeros: España, Grecia y Croacia son los destinos más vendidos, y se recuperan Egipto y, en menor medida, Túnez y Turquía.
- De España valoran su clima, sus playas, así como la riqueza de su patrimonio cultural y la amplia oferta de ocio y gastronomía. Si bien es cierto que el producto más popular de España para este emisor sigue siendo el sol y playa, con una fuerte concentración geográfica y estacional, la tendencia es a combinarlo con otros productos.
- Además, existe una demanda creciente por parte de este emisor de viajes relacionados con el turismo urbano y las estancias cortas (son los snap-packer: turismo de viernes a lunes), un tipo de turismo que se puede desarrollar durante todo el año, y que elevaría el gasto medio por persona. Igualmente, se viene observando en el mercado italiano un aumento del turismo responsable (elección de destinos que no dañen el medio ambiente y sean ecosostenibles) y una demanda en aumento de viajes relacionados con naturaleza y actividades al aire libre, cruceros o turismo de tiendas.

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

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 37,1 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2018, el 5,1% procedía de Italia (1,9 millones), posicionándose como el quinto emisor extranjero más importante para España. Este mercado ha evolucionado favorablemente a lo largo de este periodo, registrando una tasa de crecimiento del +1,4%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo italiano en el primer semestre de 2018, seguido por Madrid y Andalucía.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2018



Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo italiano. Acumulado enero-junio 2018

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

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ITALIANO EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2018

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	122
Estancia media: (días)	5,7
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	65,8%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	93,7%
Uso de paquete turístico:	18,0%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	76,7%
Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 65,8% de los turistas italianos que visitaron España en el primer semestre del año 2018 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros italianos suponen el 3,9% del total de noches foráneas realizadas en el país en este periodo, y han descendido un -1,6% respecto al año anterior.
- Para el acumulado enero-junio de 2018, Cataluña y las islas Canarias son los destinos nacionales favoritos del viajero italiano. En ambas CC.AA. se han registrado descensos de pernoctaciones de este emisor, mientras que Andalucía, tercera en el ranking, registra un crecimiento del +2,3%, evolucionando mejor que la media nacional.

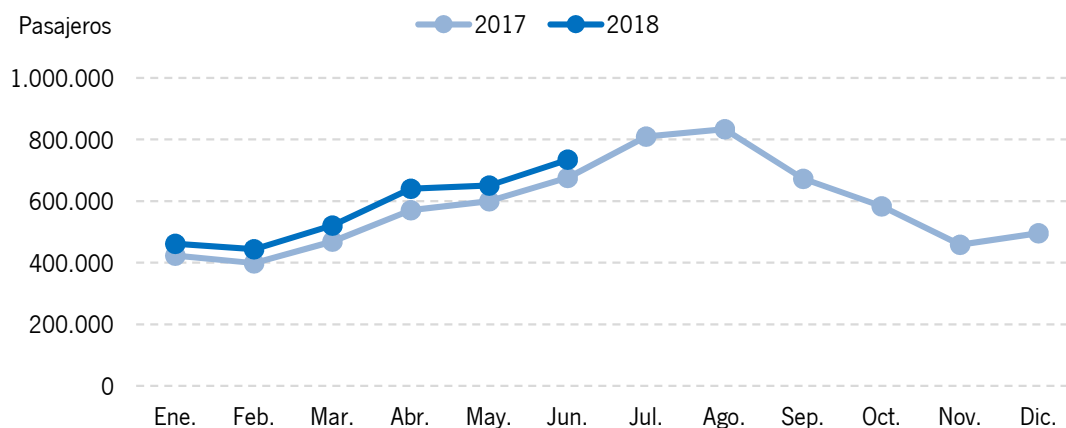
Viajeros y pernoctaciones de italianos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2018

CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Cataluña	358.406	-1,3%	907.719	-6,0%	24,0%
Canarias	115.288	-8,5%	805.172	-9,0%	21,3%
Andalucía	222.964	0,6%	504.048	2,3%	13,3%
Baleares	113.098	8,0%	497.020	6,0%	13,1%
Madrid	186.761	-3,8%	433.375	-4,6%	11,5%
C. Valenciana	126.201	13,6%	348.470	19,9%	9,2%
España	1.267.275	-0,6%	3.779.979	-1,6%	100,0%
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

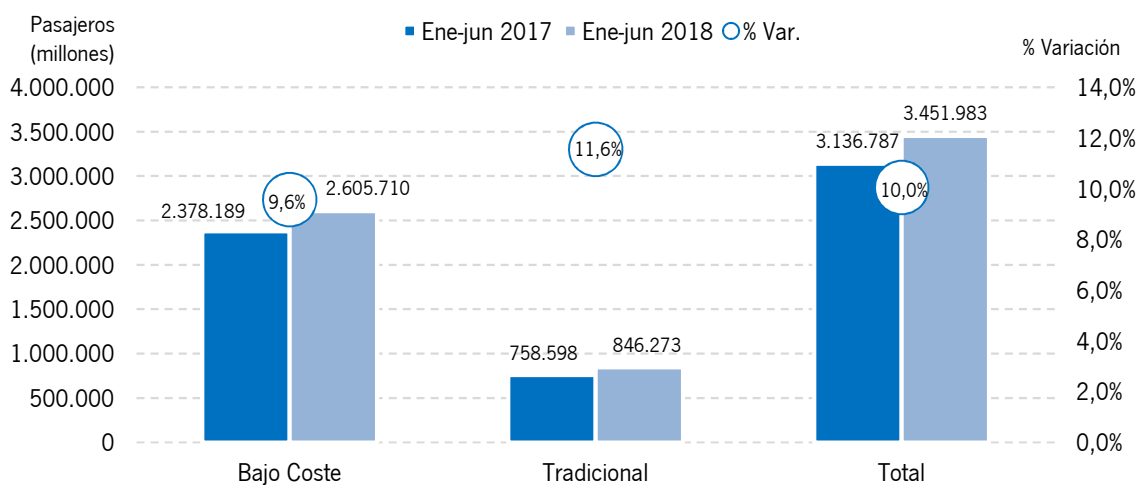
- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre del año 2018 a un total de 3,5 millones de pasajeros procedentes de Italia, un +10,0% más que en el año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2018. Esta cifra representa el 8,3% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el acumulado enero-junio de 2018 al 75,5% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 56,9% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este periodo).

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



Fuente: AENA

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Italia por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2018



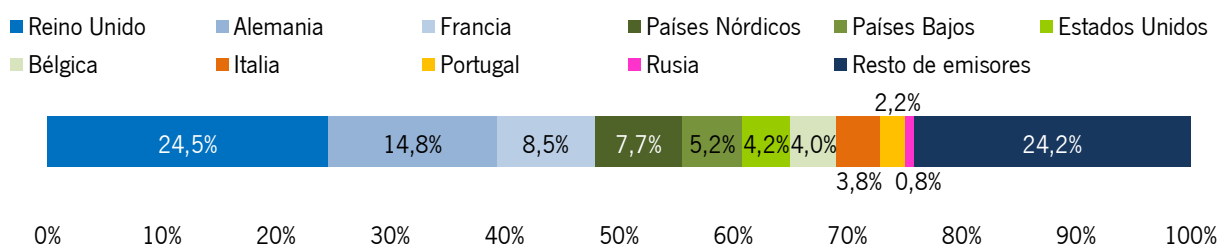
Fuente: AENA

3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre del año 2018 a 223 mil viajeros italianos que han realizado 504 mil pernoctaciones, un +2,3% más de noches que en el mismo periodo del año anterior.
- El italiano es el octavo emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el acumulado enero-junio de 2018, sus pernoctaciones suponen el 3,8% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región en dicho periodo.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-junio 2018

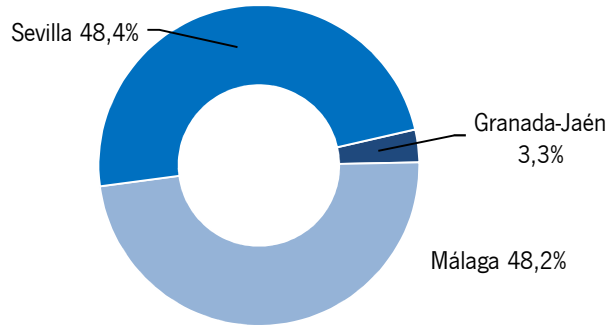


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

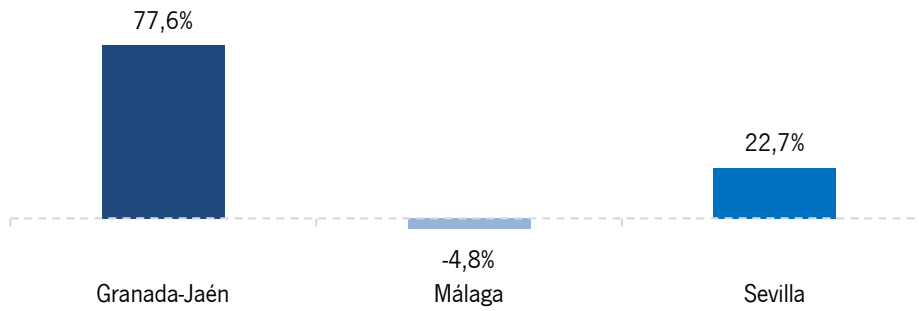
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre del año 2018 a 309 mil pasajeros procedentes de Italia, un +8,4% más que en el mismo periodo del año anterior. El 91,1% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 66,2% de los pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de Italia que llegaron a la región en el primer semestre de 2018, pero mientras el primero desciende, el aeropuerto de Sevilla registra un fuerte aumento (+22,7%). Más elevado es aún el crecimiento registrado en el aeropuerto de Granada-Jaén, gracias a que en marzo de 2017 se estableció una conexión con Italia, que ha permitido a este aeropuerto canalizar hasta un 2,7% de pasajeros de esta procedencia en 2017, y un 3,3% en el primer semestre de 2018.

**Distribución de las llegadas de pasajeros de Italia a los aeropuertos andaluces.
Acumulado enero-junio 2018**



Fuente: AENA

**Evolución de las llegadas de pasajeros de Italia a los aeropuertos andaluces.
Acumulado enero-junio 2018**



Fuente: AENA

FUENTES UTILIZADAS

1. FUENTES PROPIAS DE CADA PAÍS

País	Organismo responsable	Producto de difusión	Periodicidad
Reino Unido	Office for National Statistics (ONS)	Overseas Travel and Tourism Travel Trends	Trimestral Anual
Alemania	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (FUR)	RA Reiseanalyse_First Results	Anual
Francia	Direction Générale des Entreprises (DGE), Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique	Mémento du tourisme Chiffres_clés Bilan du Tourisme	Anual Anual Anual
Italia	Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)	Viaggi e vacanze in Italia e all'estero	Anual
Bélgica	Direction générale Statistique, Statistics Belgium	Enquête sur les vacances et les voyages	Anual
Países Bajos (Holanda)	Central Bureau voor de Statistiek (CBS)	Toerisme en recreatie in cijfers Toerisme in Nederland StatLine	Anual 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, nº432	Anual
Fondo Monetario Internacional (FMI)	World Economic Outlook	Trimestral

3. FUENTES NACIONALES

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