

Andalucía

Principales cifras mercados turísticos
extranjeros en Andalucía
I Semestre Año 2016

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



Unión Europea

Fondo Europeo
de Desarrollo Regional

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.

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO FRANCÉS. ACUMULADO ENE-JUN 2016

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

80% es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el país que realizó en 2015 algún viaje turístico.

34% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los franceses que ha tenido como destino un país extranjero en 2014. Otro 66% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuente: Preferences of europeans towards tourism January 2016, Flash Eurobarometer 432, European Commission

Viajes por motivos personales al extranjero³ de los residentes en Francia. Años 2011-2015

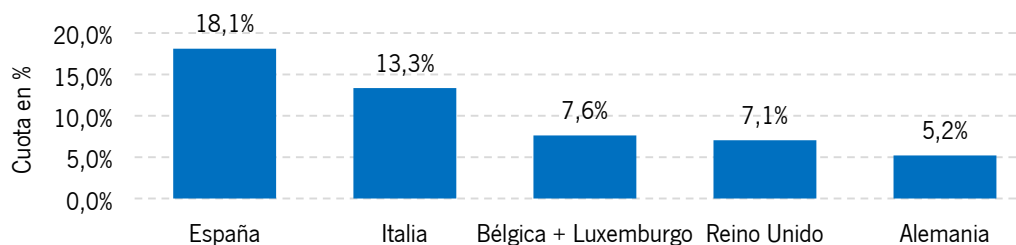
| AÑOS | Viajes (millones) | % Variación |
|------|-------------------|-------------|
| 2011 | 18,3 | 8,3% |
| 2012 | 17,5 | -4,3% |
| 2013 | 18,0 | 2,8% |
| 2014 | 19,3 | 7,0% |
| 2015 | 18,3 | -5,2% |

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

0,04% 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 2015



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

38,4 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2015, un -5,6% menos que el año anterior. Para el acumulado enero-mayo de 2016 se mantiene este comportamiento descendente, al registrar una tasa del -3,0%.

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

- Las perspectivas de evolución de la economía francesa son de mejora general para el conjunto del año 2016, por lo que se espera que su influencia sobre el comportamiento del mercado turístico emisor francés sea positiva. Aunque los indicadores económicos sean favorables, habrá que tener muy en cuenta la repercusión psicológica de los atentados islamistas sobre la población francesa. El de noviembre de 2015 en París ya condicionó a la baja el consumo turístico y de servicios de finales de ese año y es posible que siga haciéndolo a lo largo de todo 2016. Y el atentado de Niza, ocurrió en plena celebración del día nacional de Francia, una fecha emblemática, en un punto turístico por excelencia, y en un lugar simbólico: el “Paseo de los Ingleses”, punto obligatorio de visita para todos los veraneantes en la Costa Azul.
- El principal competidor de España, tanto en invierno como en verano, continúa siendo la propia Francia, donde el turismo doméstico es mayoritario. Este tipo de turismo además se ha visto beneficiado no sólo por la difícil situación que atravesó la economía francesa en los últimos años sino también por una alta promoción por parte de las agencias gubernamentales fomentando el turismo interno. No obstante, se percibe cierto riesgo de retroceso en los destinos domésticos debido al temor de que se repitan las numerosas huelgas que han afectado al país en los primeros meses de 2016.
- El descarte de destinos turísticos musulmanes como Túnez, Marruecos (especialmente relevante al tratarse de un destino francófono), Egipto y Turquía se ha agudizado especialmente en los últimos años debido a los atentados islamistas. Esta inestabilidad ha provocado que los turistas franceses hayan desviado sus preferencias para las vacaciones de verano hacia destinos europeos cercanos, percibidos como más seguros, tendencia que ha favorecido a España, Portugal e Italia.
- 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, su estilo de vida y señas de identidad propias hacen que sea percibido como un destino vacacional ideal para las familias francesas.
- En la temporada de verano de 2016 continuará el auge en el mercado francés del viaje organizado y el alojamiento en “hoteles-club”: hoteles bajo la marca de un turoperador que propone estancias con numerosas actividades deportivas y lúdicas para todas las edades, bajo la fórmula de “todo incluido”, siendo además un producto muy atractivo para el turismo familiar

porque les ayuda a controlar el presupuesto de las vacaciones. Los turoperadores continúan apostando por los hoteles-club, dándoles un valor añadido mediante la búsqueda de “experiencias” y la personalización de servicios.

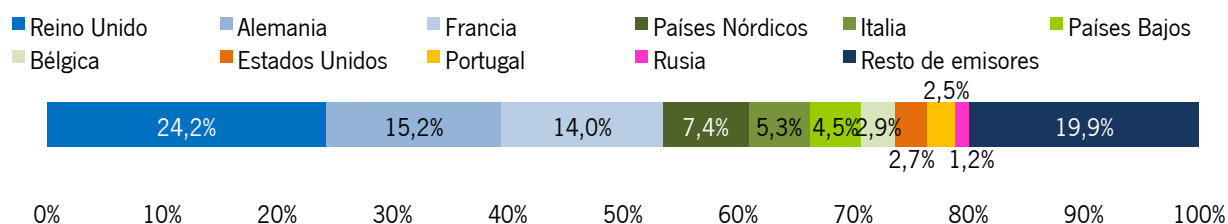
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. Canadean Travel and Tourism.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 32,8 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2016, el 14,0% procedía de Francia (4,6 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 +8,2%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo francés, seguido a distancia por Andalucía.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2016



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo francés. Acumulado enero-junio 2016

| Ranking | CC.AA. Destino | Cuota % |
|----------|------------------|--------------|
| 1 | Cataluña | 42,1% |
| 2 | Andalucía | 11,5% |
| 3 | C. Valenciana | 10,6% |
| 4 | Madrid | 6,1% |
| 5 | Canarias | 5,9% |
| 6 | Baleares | 4,9% |
| | España | 100,0% |

Fuente: SAETA a partir de explotación de los ficheros de microdatos de la estadística Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR), del INE.

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA FRANCÉS EN ESPAÑA

*Acumulado enero-junio 2016**

| HÁBITOS DE CONSUMO | |
|--|-------|
| Gasto medio diario en destino: (euros) | 90 |
| Estancia media: (días) | 6,4 |
| Principal tipo de alojamiento: Hotelero | 50,2% |
| Principal vía de acceso: Carretera | 62,0% |
| Uso de paquete turístico: | 9,7% |
| Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones | 76,4% |

Fuente: SAETA a partir de explotación de los ficheros de microdatos de la estadística Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 50,2% de los turistas franceses que visitaron España en el primer semestre de 2016 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros franceses suponen el 8,1% del total de noches foráneas realizadas en el país en este periodo y han aumentado un +8,3% respecto al año anterior.
- Cataluña es el principal destino nacional, presentando una evolución ascendente (+4,2%) en el primer semestre de 2016. Andalucía, con una cuota del 15,0%, ocupa la tercera posición en el ranking del movimiento hotelero de España y ha registrado un crecimiento de pernoctaciones en este periodo (+7,5%) próximo al de la media nacional.

Viajeros y pernoctaciones de franceses en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2016

| CC.AA. Destino | Viajeros | Variación % | Pernoctaciones | Variación % | Cuota % |
|----------------|------------------|-------------|------------------|-------------|---------------|
| Cataluña | 1.034.311 | 3,3% | 2.749.630 | 4,2% | 36,9% |
| Canarias | 212.342 | 15,6% | 1.534.446 | 15,7% | 20,6% |
| Andalucía | 401.699 | 6,5% | 1.120.069 | 7,5% | 15,0% |
| Baleares | 125.811 | 3,1% | 766.437 | 9,4% | 10,3% |
| Madrid | 175.268 | 8,1% | 372.393 | 11,0% | 5,0% |
| C. Valenciana | 94.482 | -0,1% | 291.199 | 6,6% | 3,9% |
| España | 2.445.053 | 5,8% | 7.460.023 | 8,3% | 100,0% |

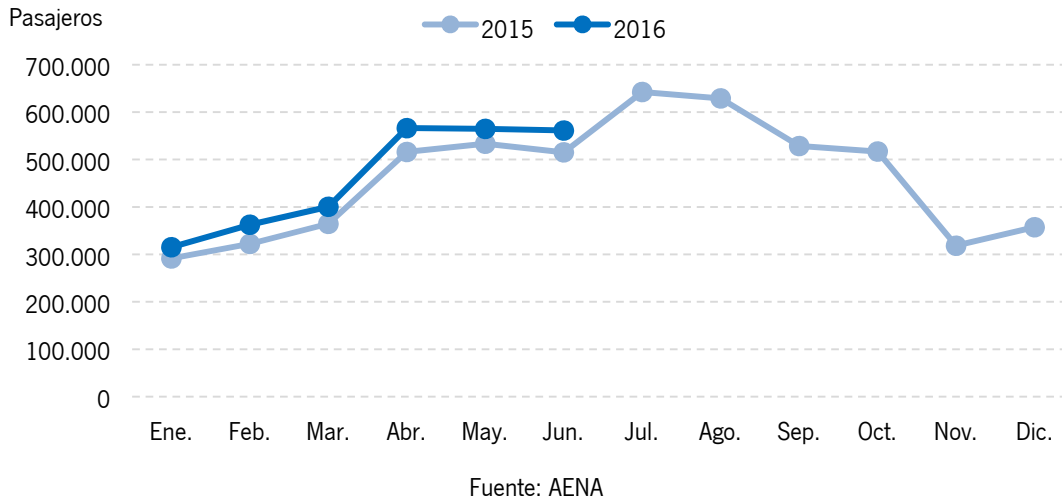
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

* Se ha producido un cambio de titularidad de las operaciones estadísticas "Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR)" y "Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR)", que a partir del mes de octubre de 2015 se transfieren de Turespaña al Instituto Nacional de Estadística. El INE ha llevado a cabo una actualización de la metodología de FRONTUR y EGATUR, por lo que sus resultados no son directamente comparables con los de las series anteriores publicadas por Turespaña. Hasta el momento el INE sólo ha publicado parte de información acumulada y enlazada para el conjunto del año 2016 sobre el cruce de determinadas variables y país de residencia de turista.

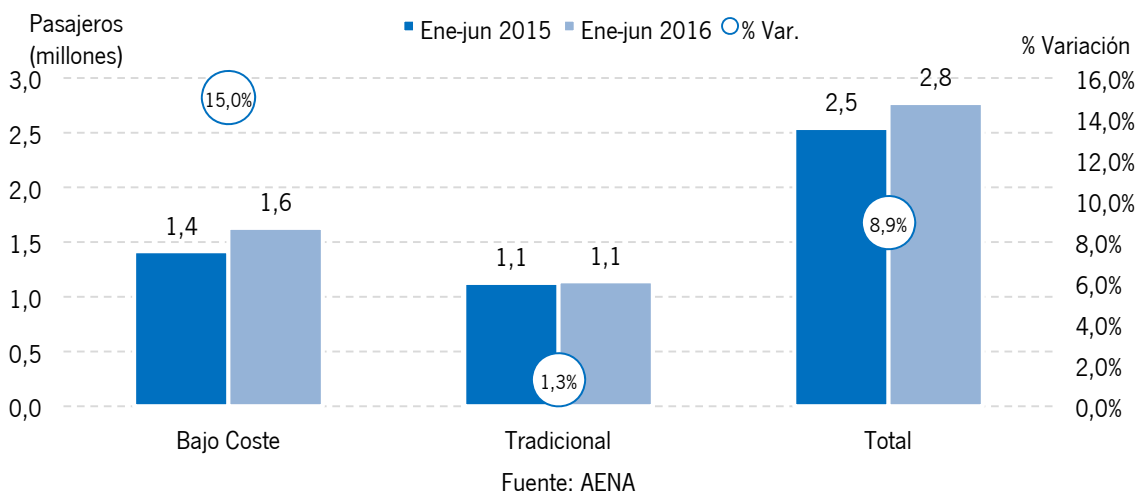
2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2016 a un total de 2,8 millones de pasajeros procedentes de Francia, un +8,9% más que en el mismo periodo del año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2016. Esta cifra representa el 7,7% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el primer semestre de 2016 al 58,8% de los pasajeros procedentes de este mercado. Vueling es la CBC más importante (transportó a España el 45,7% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este periodo).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Francia por meses. Años 2015 y 2016



Llegadas de pasajeros a España procedentes de Francia por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2016

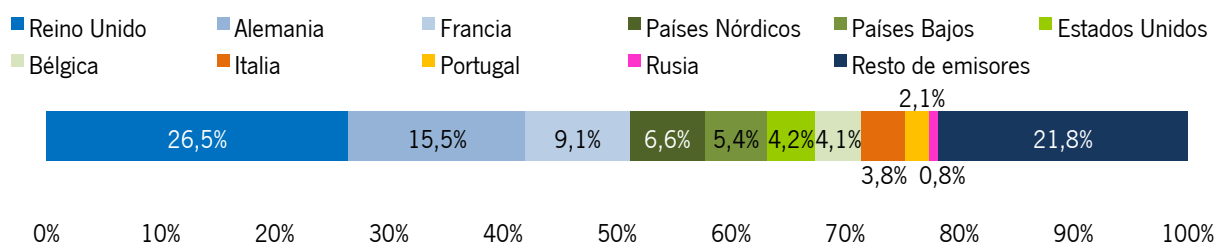


3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2016 a 402 mil viajeros franceses que han realizado 1,1 millones de pernoctaciones, un +7,5% 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 2016. Sus pernoctaciones suponen el 9,1% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de Andalucía en dicho periodo.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-junio 2016

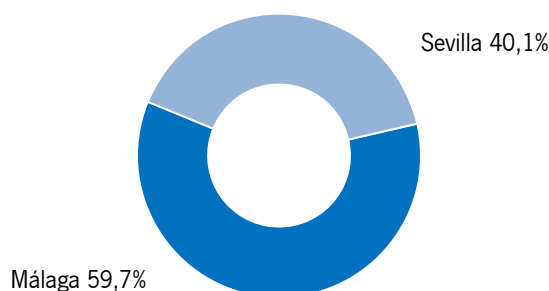


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre de 2016 a 393 mil pasajeros procedentes de Francia, un +16,3% más que en el mismo periodo del año anterior. El 67,4% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Vueling la CBC más utilizada, con una cuota del 38,7% sobre el total de pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de Francia que llegan a la región. El resto de aeropuertos andaluces suponen solamente una cuota del 0,2% en este periodo. En ambos aeropuertos se han registrado crecimientos en la llegada de pasajeros de esta procedencia, si bien en el aeropuerto de Sevilla el incremento ha sido más intenso.

Distribución de las llegadas de pasajeros de Francia a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2016



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de Francia a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2016



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO DE LOS PAÍSES NÓRDICOS. ACUMULADO ENE-JUN 2016

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

- Propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en cada país nórdico que realizó en 2015 algún viaje turístico:

Dinamarca: **84%**; Finlandia: **85%**; Noruega*: **90%**; Suecia: **87%**

- Proporción del principal viaje de vacaciones de los nórdicos que ha tenido como destino un país extranjero o el propio país en 2015.

| | Extranjero | Propio país |
|-----------|------------|-------------|
| Dinamarca | 76,0% | 23,0% |
| Finlandia | 57,0% | 43,0% |
| Noruega* | 71,0% | 27,0% |
| Suecia | 58,0% | 42,0% |

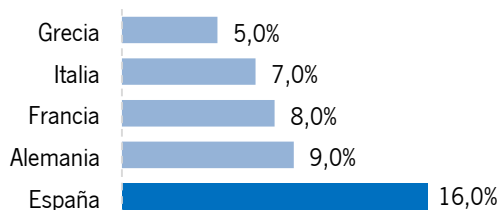
Fuente: Preferences of europeans towards tourism January 2016, Flash Eurobarometer 432, European Commission

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

España permanece entre los primeros destinos extranjeros para las vacaciones de los nórdicos.

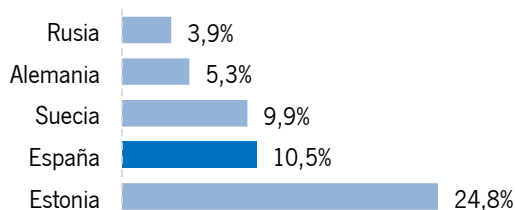
Principales destinos extranjeros de los viajes vacacionales de los nórdicos.

Dinamarca. Año 2015



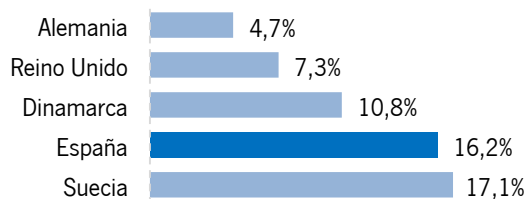
Fuente: Statistics Denmark

Finlandia. Año 2015



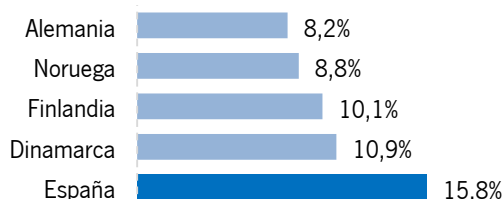
Fuente: Statistics Finland

Noruega. Año 2015



Fuente: Statistics Norway

Suecia. Año 2013



Fuente: Swedish Agency for Economic and Regional Growth

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

46,0 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional del emisor nórdico en 2015. La evolución respecto al año anterior del gasto ha sido positiva en los cuatro países: +2,3% para Dinamarca; +3,4 para Finlandia; +7,9% para Noruega; +12,1% para Suecia. Para el periodo acumulado enero-marzo de 2016 se mantienen los crecimientos en todos ellos.

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

- Las economías de Finlandia y Noruega se enfrentan a dificultades. Después de tres años de dura recesión económica (entre 2012 y 2014), Finlandia vuelve al crecimiento, aunque a un ritmo menor que el resto de las economías nórdicas (+0,4% del PIB en 2015, según el FMI). A pesar de esta mejoría, las políticas económicas de austeridad auguran para el corto y medio plazo una reducción en la emisión al extranjero de turistas finlandeses. Por su parte, el crecimiento de la economía Noruega también se ha desacelerado, por la caída de los precios del petróleo, lo que se ha traducido en un aumento del desempleo, y no se esperan signos de recuperación hasta el año 2017. Los viajes al extranjero de Noruega se frenarán mientras persistan las dificultades económicas, además la debilidad de la corona noruega frente al euro añade otro factor que dificulta los viajes a destinos internacionales.
- No obstante, la intensidad viajera de la población nórdica es muy elevada: viajar es algo inherente a su estilo de vida y no van a renunciar a ello fácilmente. El nórdico es pues un viajero experimentado, con un alto índice de fidelidad.
- El turismo de sol y playa sigue siendo el producto más demandado con gran diferencia para los periodos vacacionales largos. El segundo producto más solicitado son las visitas cortas a ciudades (turismo cultural, gastronómico y etnológico) que además viene registrando elevadas tasas de crecimiento en los últimos años. También es necesario mencionar el creciente interés por la práctica de deportes (destacándose el segmento de golf) y por las actividades en contacto con la naturaleza (turismo activo, senderismo, cicloturismo...). La sostenibilidad de los destinos también es un valor en alza.
- España permanece entre los primeros destinos extranjeros de los turistas nórdicos en sus viajes vacacionales. Está bien posicionada para el mercado nórdico en el segmento de sol y playa y en el segmento de golf, en cambio no se la asocia suficientemente con el turismo de ciudad ni con la cultura, ni se conocen sus grandes recursos naturales. Se puede seguir creciendo en el mercado nórdico si se trabaja en la diversificación de productos y en la complementariedad de la oferta, ampliando la visión que tienen los emisores nórdicos sobre España como destino turístico. De este modo no solo se conseguiría avanzar en la diversificación de destinos nacionales y en la desestacionalización de la demanda, sino también como alternativa viable al progresivo declive del mercado de paquetes y sol y playa.

- Con carácter general, los principales competidores de España son los propios países del entorno nórdico, y Reino Unido, Alemania y Francia, que por razones de proximidad geográfica y cultural y por motivación viajera (negocios, visita a amigos o familiares) son visitados frecuentemente por los viajeros nórdicos. En el mercado turoperado, la cancelación de Egipto y Túnez y la caída de reservas en Turquía por problemas de inestabilidad y amenaza terrorista, han incrementado la demanda en España, Italia y sobre todo Grecia. Ante la escasez de plazas de sol y playa en los destinos clásicos, los turoperadores buscan alternativas por destino (Bulgaria, Croacia) y producto (cruceiros).
- El amplio acceso de la población nórdica a Internet, la mayor confianza en el consumo online, el aumento de las conexiones aéreas directas y la expansión de las aerolíneas de bajo coste están cambiando los hábitos en la organización de viajes. De modo que el tradicional paquete chárter con todo incluido a los destinos de sol y playa cede terreno ante el viaje organizado por cuenta propia, que además permite personalizar los viajes incluyendo opciones, experiencias y destinos alternativos, muy del gusto de los viajeros nórdicos, ya que prefieren moverse por diferentes destinos o países durante un mismo viaje, viajar por su cuenta al llegar a su destino y alojarse en diferentes lugares durante sus vacaciones.

En los paquetes chárter también se impone una mayor flexibilidad a la hora de diseñar el viaje. Además, la nueva normativa sobre paquetes de viajes recién aprobada por el Parlamento Europeo, supone una mayor protección de las reservas en canales online cuando se contemple la adquisición de varios servicios turísticos en un mismo portal. Así, este modo de reserva se equipara a los paquetes de viajes adquiridos a través de una agencia tradicional.

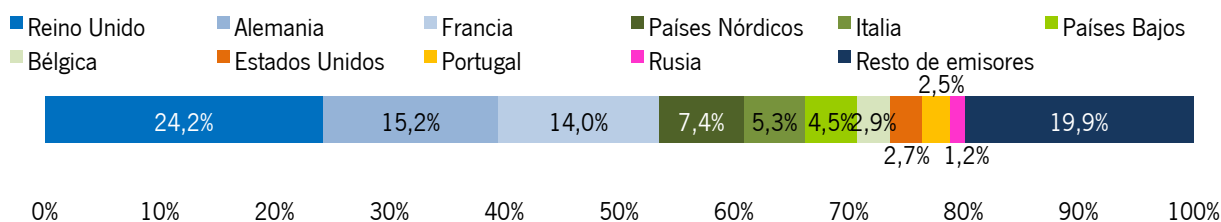
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 32,8 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2016, el 7,4% procedía de los Países Nórdicos (2,44 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 +11,7%.
- Canarias es el principal receptor de turismo nórdico. Andalucía se posiciona en segundo lugar, captando el 19,3% de los turistas de este mercado en el periodo acumulado enero-junio de 2016.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2016



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo de los Países Nórdicos. Acumulado enero-junio 2016

| Ranking | CC.AA. Destino | Cuota % |
|----------|------------------|--------------|
| 1 | Canarias | 37,3% |
| 2 | Andalucía | 19,3% |
| 3 | Cataluña | 13,8% |
| 4 | C Valenciana | 12,7% |
| 5 | Baleares | 12,1% |
| 6 | Madrid | 2,0% |
| | España | 100,0% |

Fuente: SAETA a partir de explotación de los ficheros de microdatos de la estadística Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR), del INE.

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA NÓRDICO EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2016⁵

| HÁBITOS DE CONSUMO | |
|--|-------|
| Gasto medio diario en destino: (euros) | 134 |
| Estancia media: (días) | 8,6 |
| Principal tipo de alojamiento: Hotelero | 68,5% |
| Principal vía de acceso: Aeropuerto | 97,4% |
| Uso de paquete turístico: | 44,5% |
| Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones | 86,9% |

Fuente: SAETA a partir de explotación de los ficheros de microdatos de la estadística Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE

⁵ Se ha producido un cambio de titularidad de las operaciones estadísticas "Movimientos turísticos en frontera (FRONTUR) y "Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR)", que a partir del mes de octubre de 2015 se transfieren de Turespaña al Instituto Nacional de Estadística. El INE ha llevado a cabo una actualización de la metodología de FRONTUR y EGATUR, por lo que sus resultados no son directamente comparables con los de las series anteriores publicadas por Turespaña. Hasta el momento el INE sólo ha publicado parte de información acumulada y enlazada para el conjunto del año 2016 sobre el cruce de determinadas variables y país de residencia de turista.

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 68,5% de los turistas nórdicos que visitaron España en el primer semestre de 2016 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros nórdicos suponen el 6,9% del total de noches foráneas realizadas en el país en el acumulado enero-junio de 2016, y han aumentado un +10,9% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Canarias es, con diferencia, el principal destino nacional de los nórdicos en este periodo, seguida por Baleares y Andalucía, con cuotas del 16% y el 12,6%, respectivamente. En todas ellas ha aumentado el número de pernoctaciones de este emisor, si bien los crecimientos han sido mucho más intensos en las dos últimas.

Viajeros y pernoctaciones de nórdicos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2016

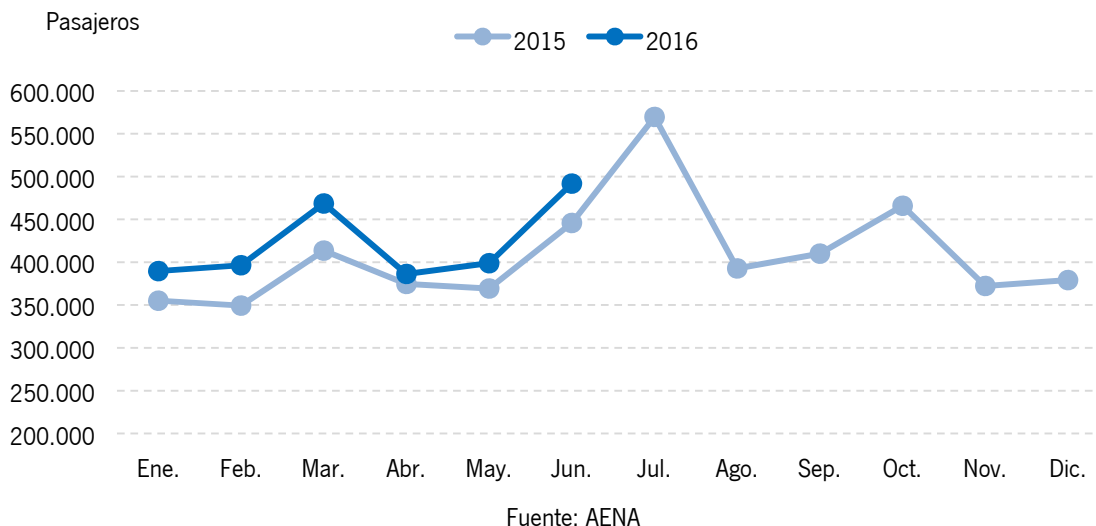
| CC.AA. Destino | Viajeros | Variación % | Pernoctaciones | Variación % | Cuota % |
|------------------|------------------|--------------|------------------|--------------|---------------|
| Canarias | 422.060 | 9,8% | 3.281.330 | 7,2% | 51,3% |
| Baleares | 170.945 | 21,7% | 1.023.179 | 23,7% | 16,0% |
| Andalucía | 191.789 | 16,0% | 805.844 | 20,4% | 12,6% |
| Cataluña | 217.825 | 5,5% | 687.159 | 2,7% | 10,7% |
| C. Valenciana | 68.031 | 13,8% | 274.963 | 26,1% | 4,3% |
| Madrid | 72.944 | -5,1% | 183.525 | -0,8% | 2,9% |
| España | 1.219.774 | 10,9% | 6.398.313 | 10,9% | 100,0% |

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

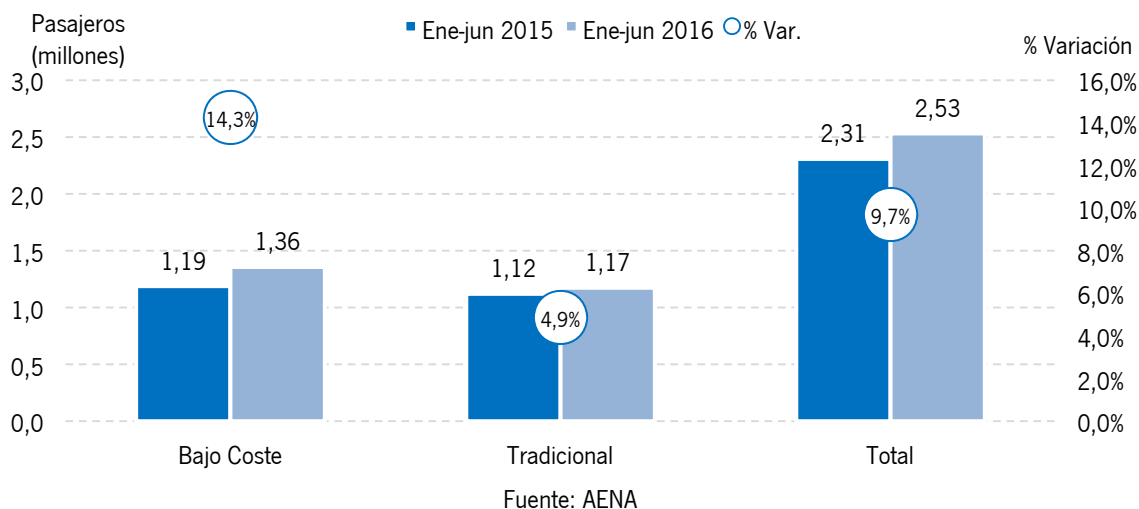
2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre del año 2016 un total de 2,5 millones de pasajeros procedentes de los Países Nórdicos, un +9,7% más que en el mismo periodo del año anterior y crecimientos en todos los meses de 2016. Esta cifra representa el 7,0% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron al 53,6% de los pasajeros procedentes de este mercado. Norwegian Air International es la CBC más importante (transportó a España el 44,1% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en el primer semestre de 2016).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Nórdicos por meses. Años 2015 y 2016



Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Nórdicos por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2016



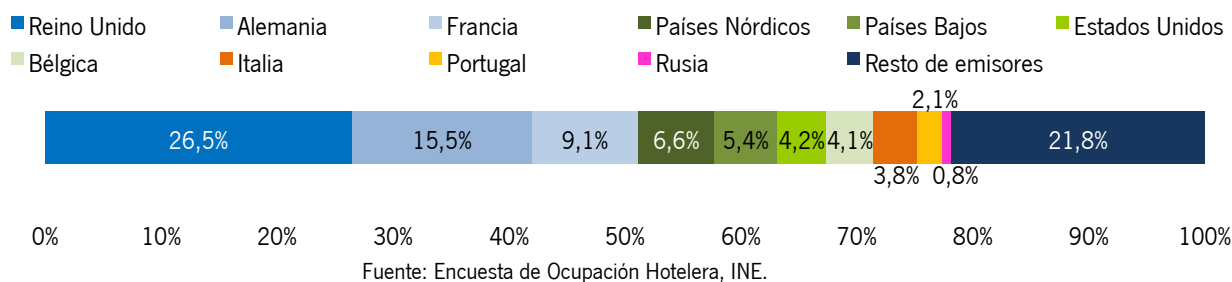
3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2016 a 192 mil viajeros de los Países Nórdicos, que han realizado 806 mil pernoctaciones, un +20,4% 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 Suecia, y solo Finlandia ha disminuido sus pernoctaciones en este periodo (-7,6%).

- El nórdico es el cuarto emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 6,6% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región en el primer semestre de 2016.

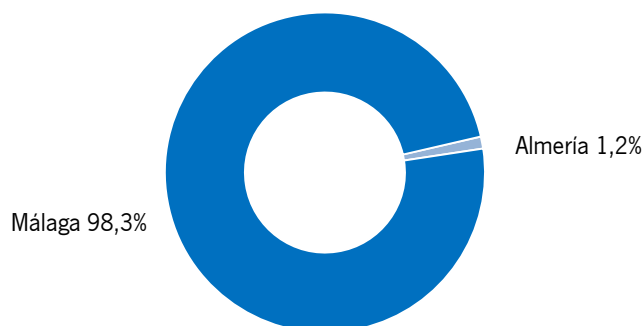
Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-junio 2016



3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

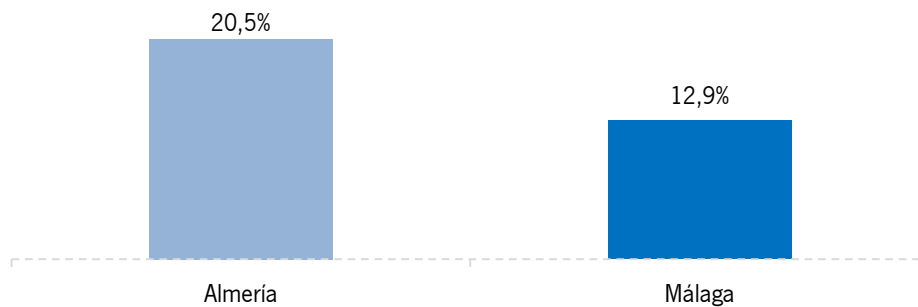
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre de 2016 a 444 mil pasajeros procedentes de aeropuertos nórdicos, un +13,1% más que en el año anterior. El 72,4% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Norwegian Air International la CBC más utilizada, ya que transportó al 49,1% de los pasajeros de este tipo de compañías. Le sigue RyanAir con un 25,8% de cuota.
- El aeropuerto de Málaga recibe a la gran mayoría de los pasajeros de los Países Nórdicos que llegan a la región. El tráfico en el aeropuerto de Almería, que se multiplicó por cinco en 2013 hasta alcanzar los 20 mil pasajeros, continuó creciendo en 2014 (+7,7%), y registró en 2015 un fuerte descenso, ha vuelto a la senda del crecimiento (+20,5% en el primer semestre de 2016).

Distribución de las llegadas de pasajeros de los Países Nórdicos a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2016



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de los Países Nórdicos a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2016



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO DE LOS PAÍSES BAJOS. ACUMULADO ENE-JUN 2016

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

80% es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en los Países Bajos que realizó en 2015 algún viaje turístico.

75% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los neerlandeses que ha tenido como destino un país extranjero en 2015. Otro 25% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuente: Preferences of europeans towards tourism January 2016, Flash Eurobarometer, European Commission

Viajes vacacionales al extranjero de los residentes en los Países Bajos. Años 2011-2015

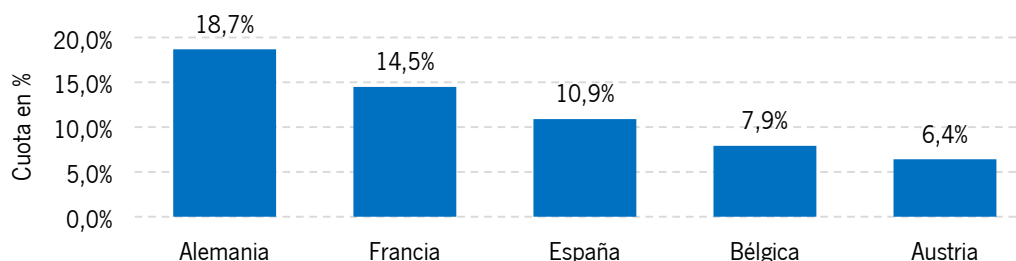
| AÑOS | Viajes (miles) | % Variación |
|------|----------------|-------------|
| 2011 | 18.560 | 0,7% |
| 2012 | 18.628 | 0,4% |
| 2013 | 18.093 | -2,9% |
| 2014 | 17.933 | -0,9% |
| 2015 | 18.070 | 0,8% |

Fuente: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)

-0,7% 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 2015



Fuente: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

17,9 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2015, un +1,5% más que el año anterior. La evolución positiva se mantiene para el acumulado enero-marzo 2016 (+4,9%).

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 de los Países Bajos ha mejorado de forma continua en los dos últimos años: en 2015, y según datos del FMI, registró un crecimiento del +1,9% del PIB, una inflación general suave (+0,2%) y una baja tasa de paro (6,9%). Esta mejora se espera que se mantenga en los próximos años (se prevén crecimientos del PIB del +1,8% y del +1,9% para los años 2016 y 2017), lo que aumentará el poder adquisitivo y la confianza de los consumidores neerlandeses.
- A las mejoras de la situación económica se le suma la elevada intensidad viajera de la población neerlandesa: en 2015 cada habitante de los Países Bajos realizó 1,1 viajes fuera de su país, una propensión a viajar al extranjero muy elevada, solo superada por los países nórdicos, Suiza y Austria. Viajar en vacaciones es pues un hábito de consumo muy arraigado, lo que permite ser optimistas en cuanto a la evolución futura de los viajes vacacionales al extranjero de este emisor (las cifras oficiales de CBS para el año 2015 arrojaron un crecimiento de los viajes al extranjero del +0,8%, el primer crecimiento desde 2012).
- La principal motivación de los viajes vacacionales al extranjero es la visita de ciudades combinada con la cultura (21%) y el destino predilecto es Alemania, seguida de Francia y Bélgica. Le sigue el “sol y playa”, que alcanza el 17% del total de viajes al extranjero, en el que España es líder con una cuota del 30%. Las siguientes motivaciones son naturaleza, y turismo activo, liderazgo que también ostenta Alemania (a excepción de los deportes de invierno, cuyo destino principal es Austria).

Aunque el clima es una gran baza de España, solo el 52% de los turistas neerlandeses declaró venir motivado por las vacaciones en la playa en 2015. El 25% 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).

- Según el último informe de NIPO-NBTC sobre los planes vacacionales de los neerlandeses, para el verano de 2016 aumentará el número de viajes vacacionales al extranjero respecto al año anterior, siendo España, Italia y Portugal los destinos que muestran los mayores crecimientos, mientras que descienden los viajes a Turquía y Grecia, percibidos como destinos menos seguros, afectados por situaciones de inestabilidad política y/o económica.
- El amplio acceso de la población a Internet (del 93,2% en 2015), el elevado uso de reservas online para viajes al extranjero (87% en 2015), el elevado número de conexiones aéreas directas,

la expansión de las aerolíneas de bajo coste y el alto grado de experiencia viajera de este país están definiendo un nuevo modelo de organización de viajes más independiente, en el que la compra de paquetes combinados supone el 39% frente al 61% de productos comprados de forma individual.

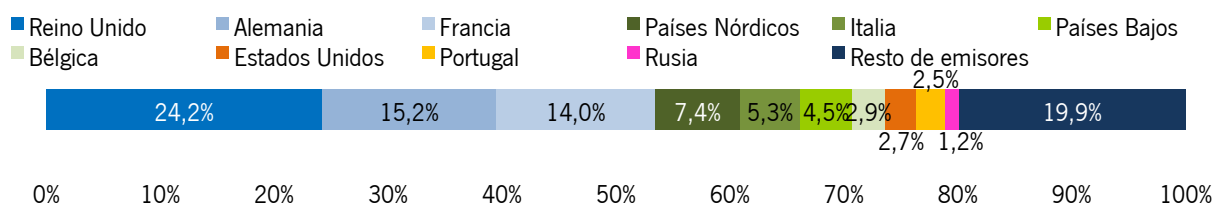
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. Canadean Travel and Tourism y FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 32,8 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2016, el 4,5% procedía de los Países Bajos (1,48 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 +17,0%.
- Canarias, Cataluña y Andalucía son las principales CC.AA. receptoras del turismo neerlandés que llegó a España en este periodo acumulado, alcanzando cuotas que rozan el 20%.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2016



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE.

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo de los Países Bajos. Acumulado enero-junio 2016

| Ranking | CC.AA. Destino | Cuota % |
|----------|------------------|--------------|
| 1 | Canarias | 19,7% |
| 2 | Cataluña | 19,5% |
| 3 | Andalucía | 19,2% |
| 4 | Baleares | 15,6% |
| 5 | C. Valenciana | 14,2% |
| 6 | Madrid | 4,5% |
| | España | 100,0% |

Fuente: SAETA a partir de explotación de los ficheros de microdatos de la estadística Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR), del INE.

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA DE LOS PAÍSES BAJOS EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2016

| HÁBITOS DE CONSUMO | |
|---|-------|
| Gasto medio diario en destino: (euros) | 127 |
| Estancia media: (días) | 8,1 |
| Principal tipo de alojamiento: Hotelero | 61,7% |
| Principal vía de acceso: Aeropuerto | 87,4% |
| Uso de paquete turístico: | 35,5% |
| Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones | 85,3% |
| Fuente: SAETA a partir de explotación de los ficheros de microdatos de la estadística Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE | |

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 61,7% de los turistas neerlandeses que visitaron España en el primer semestre de 2016 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros neerlandeses suponen el 4,0% del total de noches foráneas realizadas en el país en este periodo, y han aumentado un +16,8% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Canarias es el principal destino nacional con una cuota del 34,1% en este periodo. Andalucía se posicionan en segundo puesto en el ranking del movimiento hotelero de España y ha registrado el segundo mayor crecimiento de pernoctaciones de este emisor (+24,5%).

Viajeros y pernoctaciones de los Países Bajos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2016

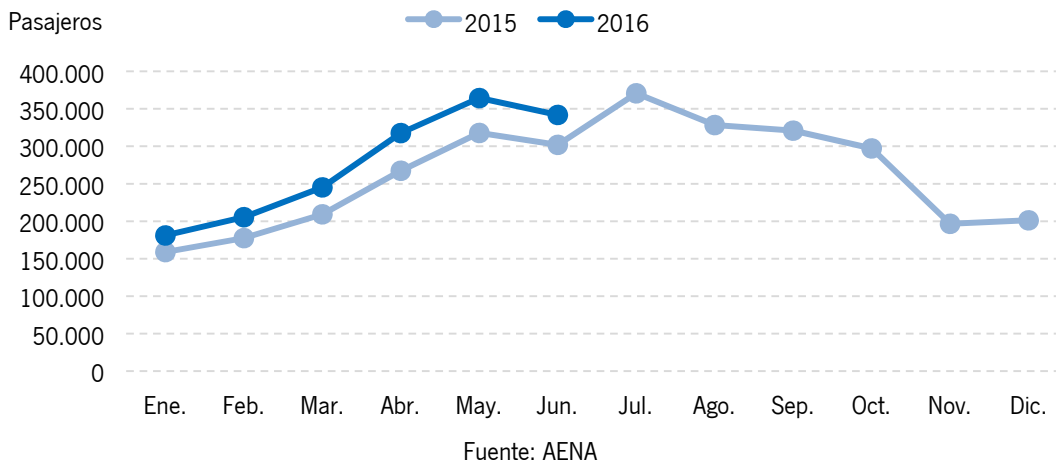
| CC.AA. Destino | Viajeros | Variación % | Pernoctaciones | Variación % | Cuota % |
|--|-----------------|--------------------|-----------------------|--------------------|----------------|
| Canarias | 155.273 | 20,3% | 1.250.756 | 19,9% | 34,1% |
| Andalucía | 191.138 | 24,2% | 663.488 | 24,5% | 18,1% |
| Baleares | 97.277 | 29,0% | 601.187 | 37,1% | 16,4% |
| Cataluña | 165.031 | -5,8% | 555.713 | -6,2% | 15,2% |
| C. Valenciana | 77.888 | 26,0% | 331.055 | 19,8% | 9,0% |
| Madrid | 52.021 | -3,6% | 118.673 | -5,3% | 3,2% |
| España | 819.373 | 13,1% | 3.662.783 | 16,8% | 100,0% |
| Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE | | | | | |

Se ha producido un cambio de titularidad de las operaciones estadísticas "Movimientos turísticos en frontera (FRONTUR) y "Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR)", que a partir del mes de octubre de 2015 se transfieren de Turespaña al Instituto Nacional de Estadística. El INE ha llevado a cabo una actualización de la metodología de FRONTUR y EGATUR, por lo que sus resultados no son directamente comparables con los de las series anteriores publicadas por Turespaña. Hasta el momento el INE sólo ha publicado parte de información acumulada y enlazada para el conjunto del año 2016 sobre el cruce de determinadas variables y país de residencia de turista.

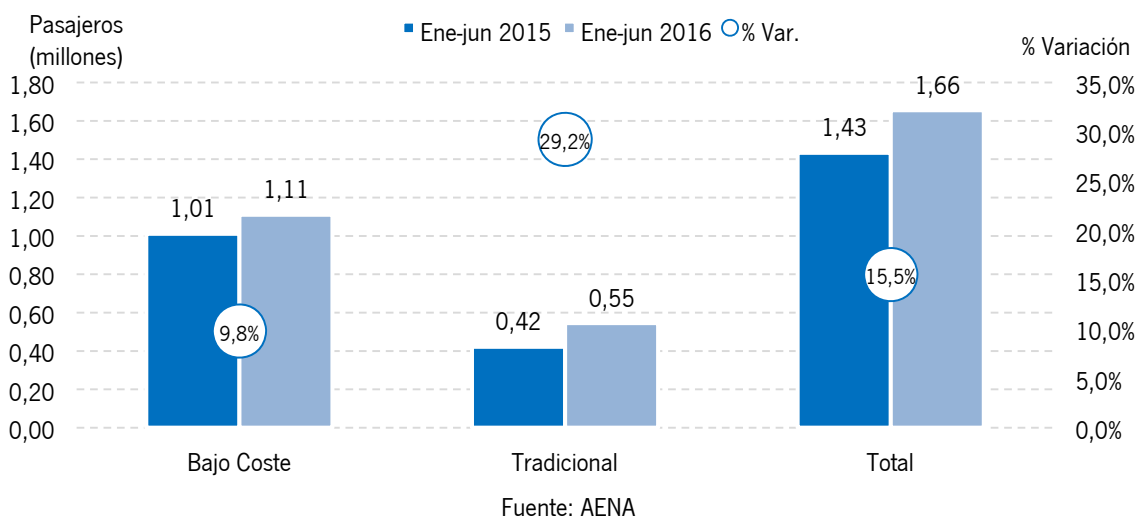
2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2016 a un total de 1,66 millones de pasajeros procedentes de los Países Bajos, un +15,5% más que en el mismo periodo del año anterior y crecimientos en todos los meses de 2016. Esta cifra representa el 4,6% 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 2016 al 67,0% de los pasajeros procedentes de este mercado. Transavia holland Bv es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 62,5% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Bajos por meses. Años 2015 y 2016



Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Bajos por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2016

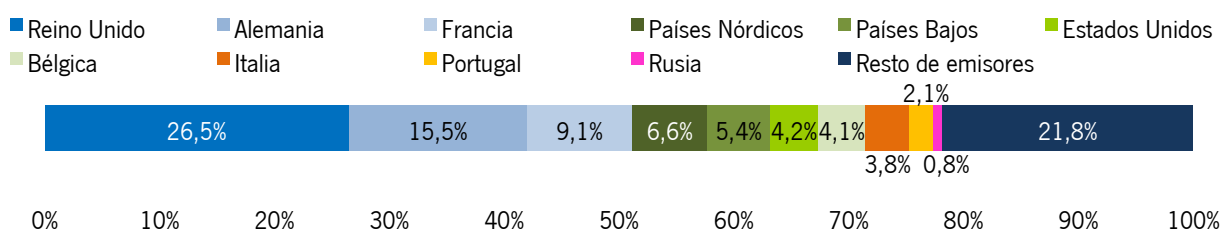


3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2016 a 191 mil viajeros de los Países Bajos, que han realizado 663 mil pernoctaciones, un +24,5% más que en el mismo periodo del año anterior. Tras los fuertes crecimientos de 2010 y sobre todo 2011, las noches realizadas en los establecimientos hoteleros de Andalucía de este emisor se estancaron en 2012 y ralentizado en 2013, siendo descendentes en 2014. A partir de 2015 se vuelve a la senda del crecimiento.
- El neerlandés es el quinto emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el primer semestre de 2016, sus pernoctaciones suponen el 5,4% 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 2016

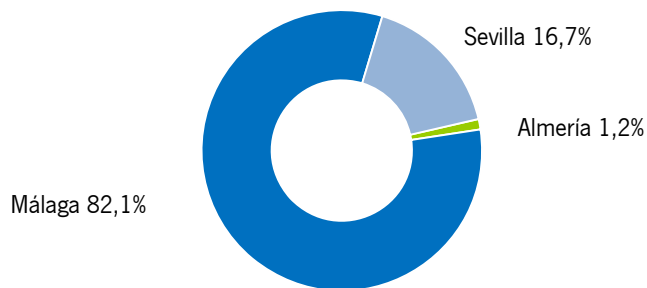


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

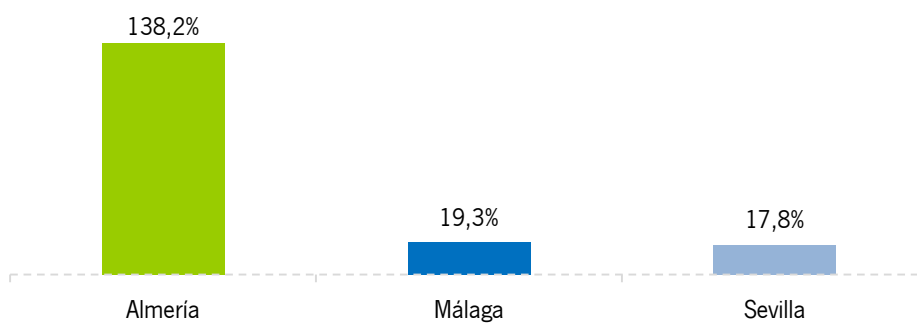
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre de 2016 a 242 mil pasajeros procedentes de aeropuertos de los Países Bajos, un +19,7% más que en el mismo periodo del año anterior. El 89,9% utilizó una compañía de bajo coste, siendo Transavia holland Bv la CBC más utilizada, ya que transportó al 71,9% 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 2016, con tasas a dos dígitos. El aeropuerto de Almería que registró importantes descensos en 2014 y 2015, vuelve a la senda de crecimiento en la primera mitad de 2016.

**Distribución de las llegadas de pasajeros de los Países Bajos a los aeropuertos andaluces.
Acumulado enero-junio 2016**



Fuente: AENA

**Evolución de las llegadas de pasajeros de los Países Bajos a los aeropuertos andaluces.
Acumulado enero-junio 2016**



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO BELGA. ACUMULADO ENE-JUN 2016

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 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 2015 algún viaje turístico.

87% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los belgas que ha tenido como destino un país extranjero en 2015. Otro 12% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuente: Preferences of europeans towards tourism January 2016, Flash Eurobarometer 432, European Commission.

Viajes vacacionales al extranjero de los residentes en Bélgica. Años 2011-2015

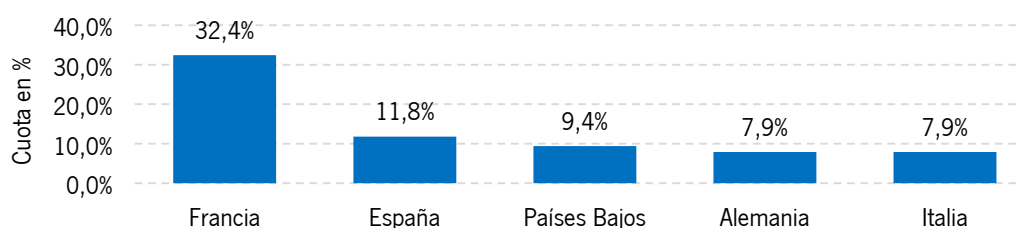
| AÑOS | Viajes (miles) | % Variación |
|------|----------------|-------------|
| 2011 | 10.774 | 9,9% |
| 2012 | 10.303 | -4,4% |
| 2013 | 11.484 | 11,5% |
| 2014 | 12.343 | 7,5% |
| 2015 | 11.504 | -6,8% |

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

+1,7% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en los viajes vacacionales al extranjero.

Francia es el principal destino extranjero de los turistas belgas. España le sigue a distancia.

Principales destinos de los viajes vacacionales al extranjero. Año 2015



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

⁷ Los viajes vacacionales son de corta y de larga duración.

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

18,7 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2015, un -5,8% menos que el año anterior. Esta evolución negativa se mantiene para el acumulado ene-mar de 2016, pues para este periodo se registra un descenso del -4,7%.

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- El debilitamiento de la situación económica general, así como los efectos de los atentados de marzo de 2016, afectarán en el corto plazo a la economía de Bélgica, que se prevé crezca un +1,2% en 2016. Esta ralentización vendrá provocada principalmente por la caída de la actividad turística (receptiva) y por una caída del consumo, aunque el efecto de éste último será menor. Para 2017 se espera volver a una situación normalizada, siendo la tasa prevista del crecimiento del PIB del +1,4% según el FMI.
- El mercado emisor belga al extranjero ha registrado en 2015 un retroceso del -6,8%, interrumpiendo así su ritmo de crecimiento, que había sido muy elevado en los últimos años. Francia, el principal receptor de las vacaciones de los belgas, se ha visto muy perjudicada por los atentados islamistas ocurridos en suelo francés en 2015, de modo que los viajes turísticos a este destino se han reducido considerablemente (-12,4%). También los Países Bajos han experimentado un descenso de viajeros belgas en 2015 importante, mientras que la evolución de los destinos españoles ha sido en conjunto positiva aunque moderada (+1,1%). Por el contrario, han aumentado las vacaciones domésticas de forma significativa (+41,1%).
- España, segundo destino de los viajes de los belgas al extranjero tras Francia, 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. Francia es el destino elegido por sus recursos naturales y su gran diversificación 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.

- Los datos para España para la temporada de verano muestran un comportamiento mucho mejor que la del conjunto de destinos de corta y media distancia: en el mercado touroperado, como consecuencia del desvío de viajeros belgas desde los países del sur y este del Mediterráneo (Túnez, Egipto, Marruecos y Turquía) afectados por situaciones de inseguridad; debido al mantenimiento de las capacidades aéreas y aperturas de nuevas rutas; a la moderación de los precios de los destinos españoles; y al incremento de las segundas residencias de belgas en España.

- Entre los destinos españoles, Andalucía se sitúa en segunda posición tras Cataluña, y viene evolucionando en los últimos años mejor que el conjunto del país. 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. Desde el punto de vista de la conectividad aérea, destaca durante la temporada de verano la apertura de la nueva ruta Bruselas-Jerez de la Frontera por parte de Brussels Airlines.
- Los circuitos que combinan la cultura, la playa y la naturaleza es otra opción fuertemente demandada, siendo las ciudades de Sevilla, Granada, Córdoba y la Costa del Sol los productos estrellas.

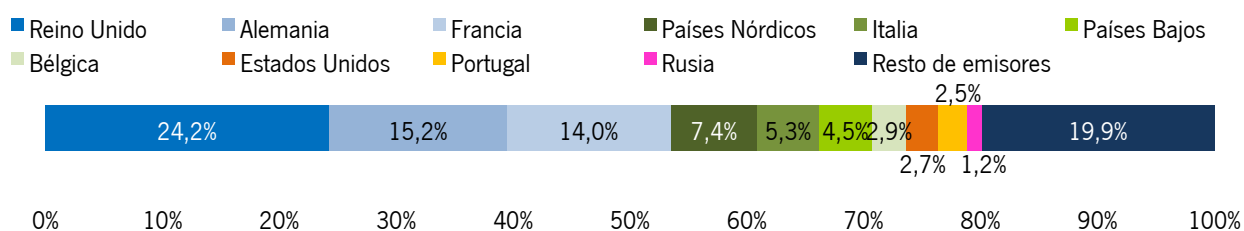
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. Canadean Travel and Tourism, FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 32,8 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2016, el 2,9% procedía de Bélgica (959 mil turistas), posicionándose como el séptimo emisor extranjero más importante para España. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha evolucionado favorablemente, registrando una tasa de crecimiento del +3,6%.
- Canarias es el principal receptor de turismo belga en el periodo acumulado enero-junio de 2016, seguido por Andalucía.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2016



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo belga. Acumulado enero-junio 2016

| Ranking | CC.AA. Destino | Cuota % |
|---------|------------------|--------------|
| 1 | Canarias | 23,9% |
| 2 | Andalucía | 20,3% |
| 3 | Cataluña | 15,7% |
| 4 | C. Valenciana | 15,4% |
| 5 | Baleares | 8,0% |
| 6 | Madrid | 6,9% |
| | España | 100,0% |

Fuente: SAETA a partir de explotación de los ficheros de microdatos de la estadística Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR), del INE.

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA BELGA EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2016

| HÁBITOS DE CONSUMO | |
|---|-------|
| Gasto medio diario en destino: (euros) | 116 |
| Estancia media: (días) | 8,4 |
| Principal tipo de alojamiento: Hotelero | 59,6% |
| Principal vía de acceso: Aeropuerto | 90,6% |
| Uso de paquete turístico: | 28,5% |
| Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones | 82,1% |
| Fuente: SAETA a partir de explotación de los ficheros de microdatos de la estadística Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE | |

2.4 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 59,6% de los turistas belgas que visitaron España en el primer semestre de 2016 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernотaciones en hoteles de los viajeros belgas suponen el 2,9% del total de noches foráneas realizadas en este periodo, y han aumentado un +1,8% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Canarias es el principal destino nacional, presentando un moderado ascenso de noches (+1,5%) en el primer semestre de 2016. Andalucía, con una cuota del 18,6%, ocupa la segunda posición en el ranking del movimiento hotelero de España y ha registrado el mayor crecimiento de pernотaciones de belgas de las principales CC.AA. turísticas (+8,0%).

Viajeros y pernотaciones de belgas en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2016

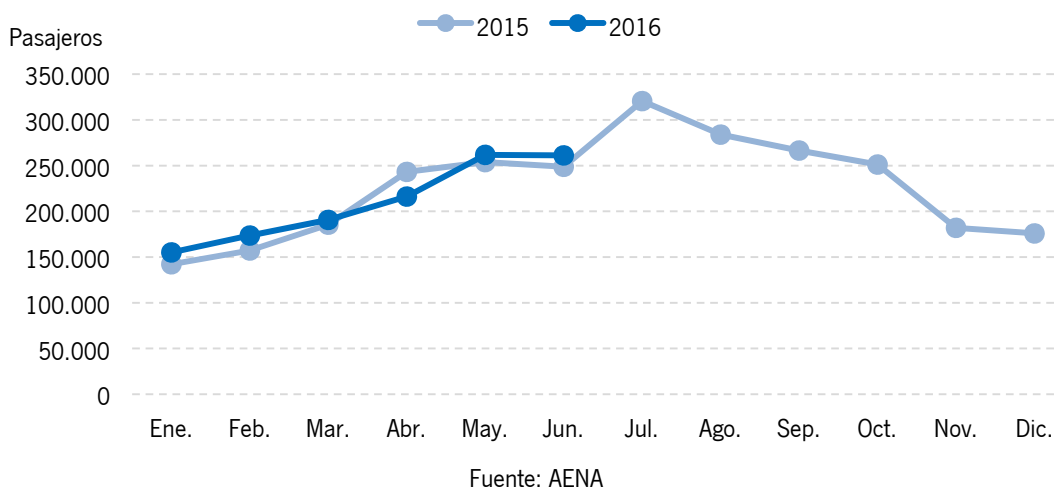
| CC.AA. Destino | Viajeros | Variación % | Pernотaciones | Variación % | Cuota % |
|--|----------------|-------------|------------------|-------------|---------------|
| Canarias | 118.875 | 6,1% | 929.386 | 1,5% | 34,6% |
| Andalucía | 111.921 | 4,3% | 498.655 | 8,0% | 18,6% |
| Cataluña | 124.559 | -1,2% | 462.040 | -3,6% | 17,2% |
| C. Valenciana | 60.119 | 6,6% | 354.011 | -0,4% | 13,2% |
| Baleares | 41.563 | -6,8% | 254.537 | 2,6% | 9,5% |
| Madrid | 40.754 | -0,5% | 87.782 | -5,9% | 3,3% |
| España | 553.813 | 3,3% | 2.685.041 | 1,8% | 100,0% |
| Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE | | | | | |

⁸ Se ha producido un cambio de titularidad de las operaciones estadísticas "Movimientos turísticos en frontera (FRONTUR) y "Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR)", que a partir del mes de octubre de 2015 se transfieren de Turespaña al Instituto Nacional de Estadística. El INE ha llevado a cabo una actualización de la metodología de FRONTUR y EGATUR, por lo que sus resultados no son directamente comparables con los de las series anteriores publicadas por Turespaña. Hasta el momento el INE sólo ha publicado parte de información acumulada y enlazada para el conjunto del año 2016 sobre el cruce de determinadas variables y país de residencia de turista.

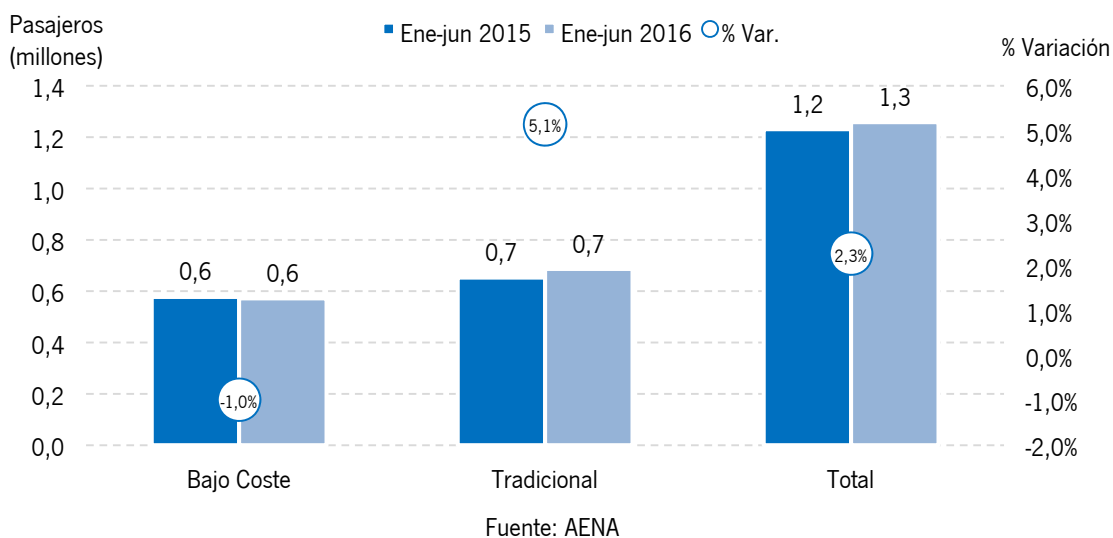
2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2016 a un total de 1,3 millones de pasajeros procedentes de Bélgica, un +2,3% más que en el mismo periodo del año anterior, y crecimientos en la mayoría de los meses de 2016. Esta cifra representa el 3,5% 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 2016 al 45,4% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 81,6% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Bélgica por meses. Años 2015 y 2016



Llegadas de pasajeros a España procedentes de Bélgica por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2016

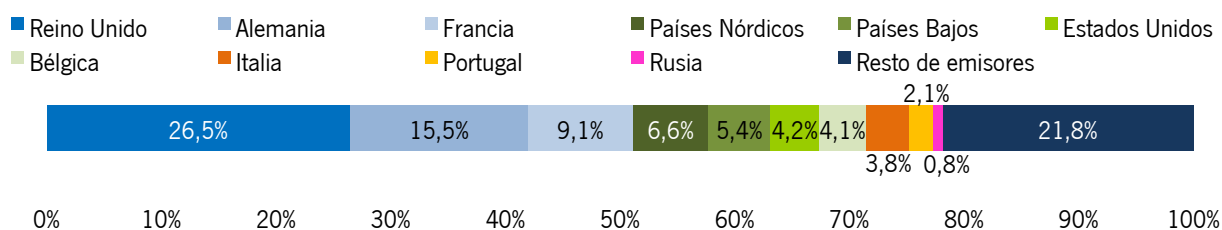


3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2016 a 112 mil viajeros belgas que han realizado cerca de medio millón de pernoctaciones, un +8,0% más de noches que en el mismo periodo del año anterior.
- El belga es el séptimo emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el acumulado enero-junio de 2016, sus pernoctaciones suponen el 4,1% 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 2016

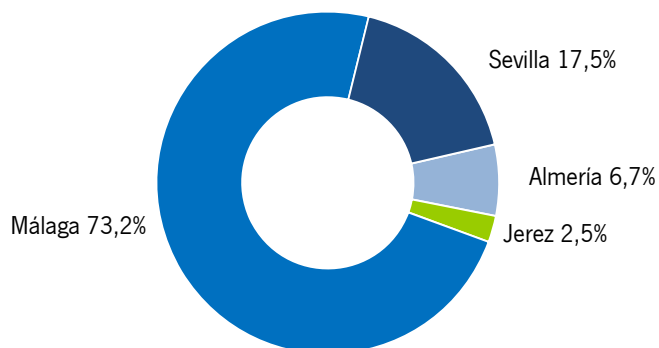


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

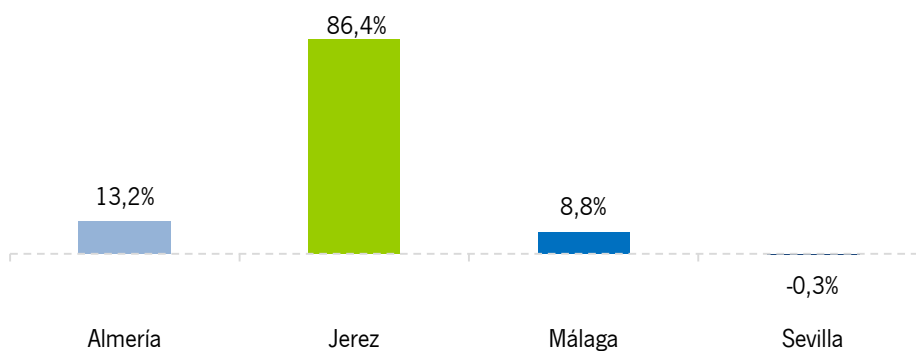
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre de 2016 a 212 mil pasajeros procedentes de Bélgica, un +8,3% más que en el mismo periodo del año anterior. El 45,0% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 88,5% de los 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. Exceptuando el aeropuerto de Sevilla, el resto de aeropuertos andaluces han evolucionado de manera muy positiva en el primer semestre de 2016, destacando Jerez, con un crecimiento que le permite recuperar la cuota perdida en 2015, gracias a la apertura por parte de Brussels Airlines de la ruta Bruselas-Jerez para la temporada de verano.

**Distribución de las llegadas de pasajeros de Bélgica a los aeropuertos andaluces.
Acumulado enero-junio 2016**



Fuente: AENA

**Evolución de las llegadas de pasajeros de Bélgica a los aeropuertos andaluces.
Acumulado enero-junio 2016**



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ITALIANO. ACUMULADO ENE-JUN 2016

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

68% es la propensión a viajar por motivos personales o profesionales, es decir, el porcentaje de población de 15 y más años residente en el país que realizó en 2015 algún viaje turístico.

31% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los italianos que ha tenido como destino un país extranjero en 2015. Otro 66% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuente: Preferences of europeans towards tourism January 2016, Flash Eurobarometer, European Commission

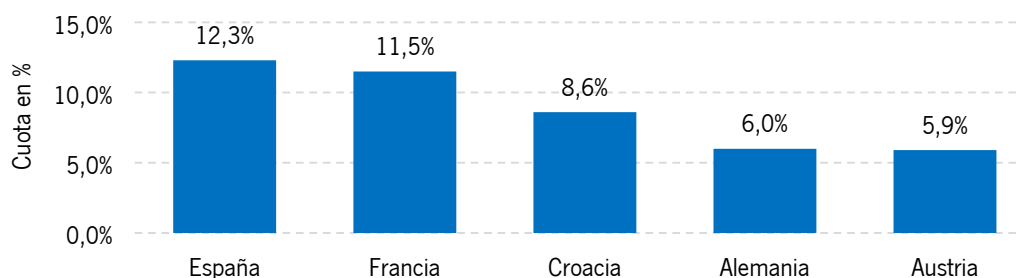
Viajes por motivos personales⁹ al extranjero de los residentes en Italia. Años 2013-2015

| AÑOS | Viajes (miles) | % Variación |
|------|----------------|-------------|
| 2013 | 9.783 | .. |
| 2014 | 10.963 | 12,1% |
| 2015 | 9.454 | -13,8% |

Fuente: Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)

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 2015



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 2015.

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

24,4 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2015, un +1,4% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado ene-abr de 2016, pues para este periodo se registra un aumento del +1,2%.

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- El comportamiento emisor del mercado italiano seguirá estrechamente vinculado a la evolución de los indicadores macroeconómicos, no obstante, las previsiones económicas indican una recuperación lenta pero gradual para los dos próximos años (crecimiento del +1% del PIB en 2016 y del +1,1% en 2017, y reducción de la tasa de paro, que pasaría del 11,9% en 2015 al 10,9% en 2017, según el FMI). La inestabilidad internacional también les afecta a la hora de decidirse a viajar y en la elección del destino visitado.
- España, en primera posición, seguida por Francia, continuaron siendo en 2015 los destinos preferidos de los italianos que viajan al extranjero. Francia predomina en las vacaciones cortas, mientras que en España lo hacen las de larga duración. Alemania es el país más visitado por motivos de negocios seguido de España. Fuera de la Unión Europea, Marruecos y EE.UU han sido destinos elegidos para disfrutar del ocio y del descanso. En este contexto, también comienzan a despuntar destinos emergentes como Malta, Croacia, Rumania y Albania.
- Los factores de inestabilidad geo-políticos y económicos han cambiado la geografía de los flujos turísticos de los italianos, penalizando algunos de los destinos más populares (Túnez, Egipto, Turquía e incluso Grecia) y beneficiando a otros, particularmente a los de larga distancia (EEUU, Cuba, Dubái y destinos asiáticos como Tailandia y Japón).
- Para la temporada de verano 2016, España se refuerza aún más como destino alternativo a Oriente Medio, así lo ponen de manifiesto la apuesta de las compañías aéreas por incrementar su oferta de plazas entre Italia y España para esta temporada, y el crecimiento de las reservas del mercado turoperado en España, sobre todo en las islas, frente al descenso de reservas del mercado global.
- España es para los italianos un destino fundamentalmente de sol y playa. Sin embargo, está preparada para dar respuesta a un producto turístico alejado de este modelo clásico. Es necesario mostrar el amplio abanico existente en la oferta turística del destino (cultura, gastronomía, compras, cruceros, parques temáticos, actividades en la naturaleza, etc...), máxime cuando existe una demanda creciente por parte de los turistas italianos de viajes relacionados con estas propuestas turísticas. Ello permitiría fidelizar al turista italiano que antes optaba por otros destinos competidores del área Mediterránea y disminuir la fuerte estacionalidad de este emisor asociada al turismo de sol y playa.

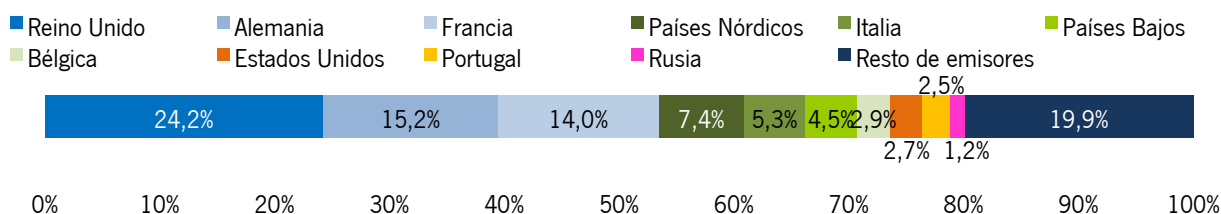
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. Canadean Travel and Tourism, FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 32,8 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2016, el 5,3% procedía de Italia (1,7 millones), posicionándose como el quinto emisor extranjero más importante para España. Este mercado ha evolucionado favorablemente a lo largo del año 2016, registrando una tasa de crecimiento del +8,6% en este periodo.
- Cataluña es el principal receptor de turismo italiano en el primer semestre de 2016, seguido por Madrid y Andalucía.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2016



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo italiano. Acumulado enero-junio 2016

| Ranking | CC.AA. Destino | Cuota % |
|----------|------------------|--------------|
| 1 | Cataluña | 31,2% |
| 2 | Madrid | 13,5% |
| 3 | Andalucía | 12,2% |
| 4 | Canarias | 11,6% |
| 5 | Baleares | 11,2% |
| 6 | C.Valenciana | 10,9% |
| | España | 100,0% |

Fuente: SAETA a partir de explotación de los ficheros de microdatos de la estadística Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR), del INE.

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ITALIANO EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2016¹⁰

| HÁBITOS DE CONSUMO | |
|---|-------|
| Gasto medio diario en destino: (euros) | 111 |
| Estancia media: (días) | 6,1 |
| Principal tipo de alojamiento: Hotelero | 62,4% |
| Principal vía de acceso: Aeropuerto | 92,1% |
| Uso de paquete turístico: | 18,8% |
| Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones | 75,6% |
| Fuente: SAETA a partir de explotación de los ficheros de microdatos de la estadística Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE | |

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 62,4% de los turistas italianos que visitaron España en el primer semestre de 2016 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros italianos suponen el 4,0% del total de noches foráneas realizadas en el país en este periodo, y han aumentado un +11,7% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Para el acumulado enero-junio de 2016, Cataluña y las islas son los destinos nacionales favoritos del viajero italiano. En la mayoría de las principales CC.AA. turísticas (salvo Madrid) se han registrado incrementos de pernoctaciones de este emisor, siendo el crecimiento de Andalucía superior al de la media nacional.

Viajeros y pernoctaciones de italianos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2016

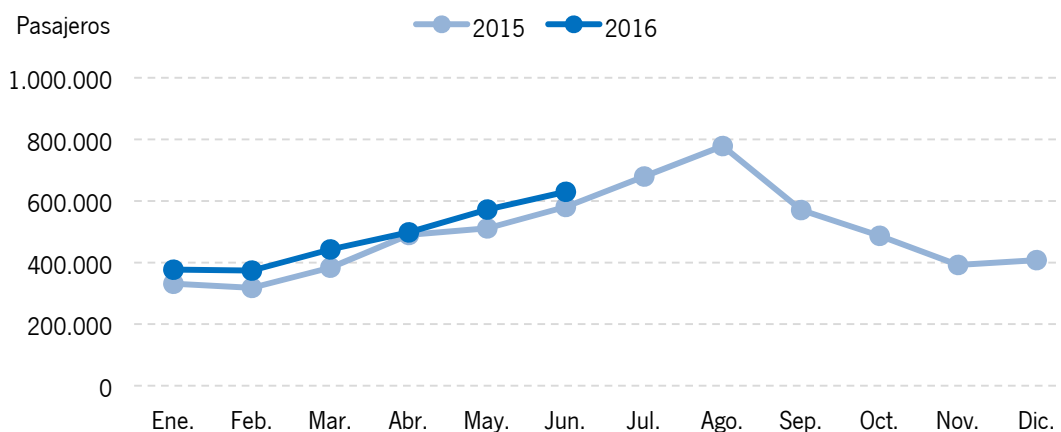
| CC.AA. Destino | Viajeros | Variación % | Pernoctaciones | Variación % | Cuota % |
|--|------------------|--------------|------------------|--------------|---------------|
| Cataluña | 343.045 | 11,3% | 931.182 | 10,9% | 25,5% |
| Canarias | 109.853 | 17,9% | 804.874 | 18,8% | 22,0% |
| Baleares | 107.854 | 12,2% | 481.451 | 7,2% | 13,2% |
| Andalucía | 205.774 | 16,6% | 465.857 | 15,6% | 12,7% |
| Madrid | 186.294 | 3,8% | 437.635 | -0,4% | 12,0% |
| C. Valenciana | 98.778 | 18,2% | 275.312 | 28,1% | 7,5% |
| España | 1.199.488 | 11,4% | 3.655.443 | 11,7% | 100,0% |
| Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE | | | | | |

¹⁰ Se ha producido un cambio de titularidad de las operaciones estadísticas "Movimientos turísticos en frontera (FRONTUR) y "Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR)", que a partir del mes de octubre de 2015 se transfieren de Turespaña al Instituto Nacional de Estadística. El INE ha llevado a cabo una actualización de la metodología de FRONTUR y EGATUR, por lo que sus resultados no son directamente comparables con los de las series anteriores publicadas por Turespaña. Hasta el momento el INE sólo ha publicado parte de información acumulada y enlazada para el conjunto del año 2016 sobre el cruce de determinadas variables y país de residencia de turista.

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

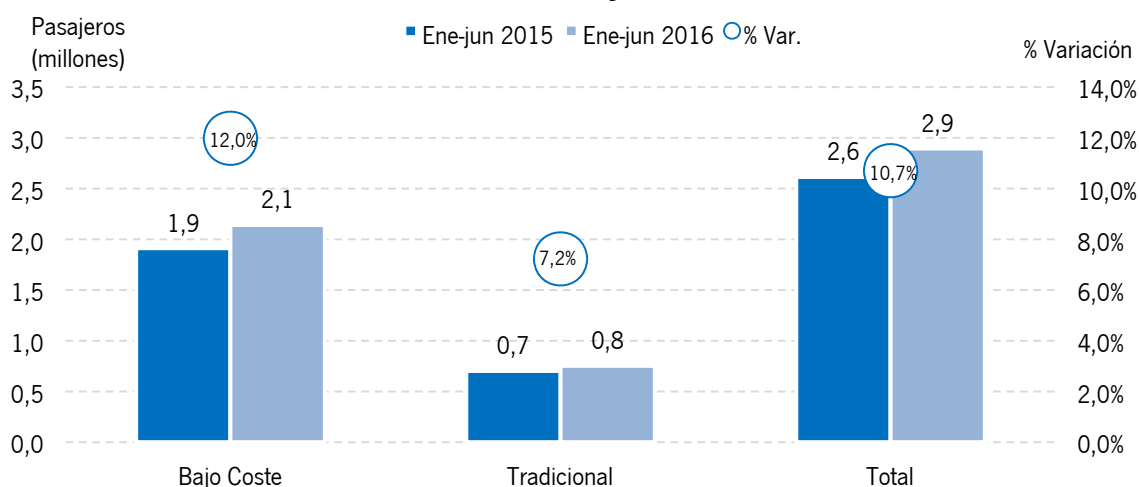
- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2016 a un total de 2,9 millones de pasajeros procedentes de Italia, un +10,7% más que en el mismo periodo del año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2016. Esta cifra representa el 8,0% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el primer semestre de 2016 al 74,0% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 58,8% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este periodo).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Italia por meses. Años 2015 y 2016



Fuente: AENA

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Italia por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2016



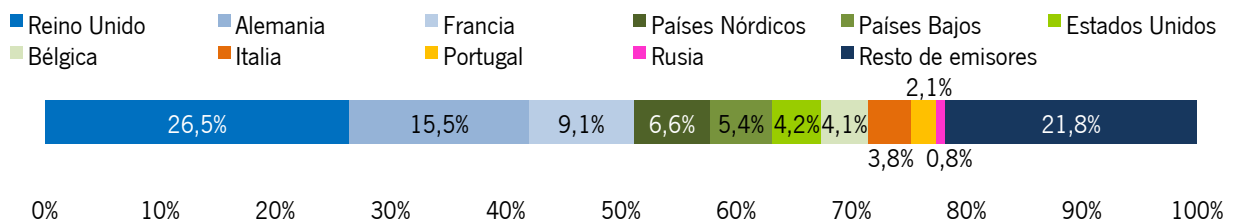
Fuente: AENA

3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2016 a 206 mil viajeros italianos que han realizado 466 mil pernoctaciones, un +15,6% más de noches que en el mismo periodo del año anterior, y crecimientos en la mayoría de los meses de 2016.
- El italiano es el octavo emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el acumulado enero-junio de 2016, 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 2016

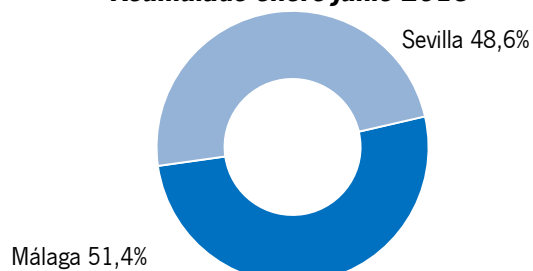


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

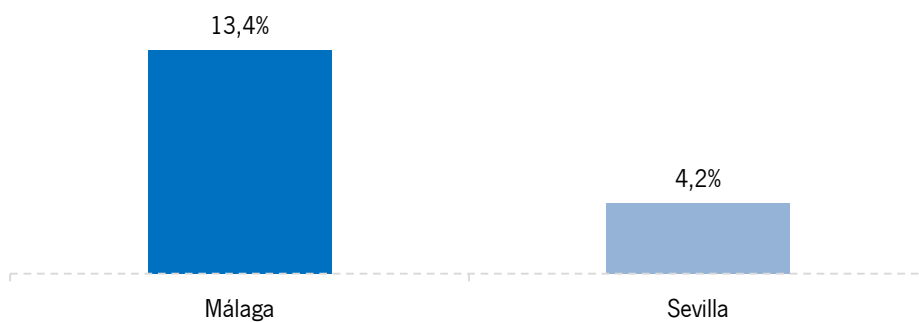
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre de 2016 a 231 mil pasajeros procedentes de Italia, un +8,4% más que en el mismo periodo del año anterior. El 91,7% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 66,8% de los 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 2016, con un reparto bastante equitativo entre ambos aeropuertos. Respecto al mismo periodo del año anterior, los dos aeropuertos registran crecimientos en las llegadas de esta procedencia, más intenso en el de Málaga.

Distribución de las llegadas de pasajeros de Italia a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2016



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de Italia a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2016



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 |
| Canadean Travel and Tourism | Travel and Tourism Intelligence Center | Mensual, Trimestral y Anual |

3. FUENTES NACIONALES

| Organismo responsable | Producto de difusión | Periodicidad |
|--|---|--------------|
| Instituto de Turismo de España (Turespaña o Tourspain), Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos | Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) | Mensual |
| | Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) (Hasta septiembre de 2015) | Mensual |
| Instituto de Turismo de España (Turespaña o Tourspain) | Informes de coyuntura turística; Fichas ejecutivas; Estudios de mercados | Bianual |
| | | Anual |
| Instituto Nacional de Estadística (INE) | Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) | Mensual |
| | Movimientos turísticos en fronteras (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 (Explotación propia realizada por SAETA) | Mensual |