

Principales cifras mercados turísticos extranjeros en Andalucía

I Semestre Año 2019

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



PRINCIPALES CIFRAS MERCADOS TURÍSTICOS EXTRANJEROS EN ANDALUCÍA

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

COLECCIÓN

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos

EDITA

Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n

41092 Sevilla

Formulario de contacto:

http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/opencms/ciudadania/servicio-atencion-ciudadania/peticion/index.html?cat_servicio_id=22

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, Regeneración, Justicia y Administración Local e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones

<https://www.juntadeandalucia.es/cultura/idea/opacidea/abnetcl.cgi?SUBC=210701>

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
▪ Principales cifras del turismo portugués.....	54
▪ Fuentes utilizadas.....	61

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, Italia y Portugal), aprovechando toda la información oficial disponible publicada sobre los mismos y consensuada con el principal usuario de este tipo de información (área de marketing).

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

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

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

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

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

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

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO BRITÁNICO. ACUMULADO ENE-JUN 2019

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 2018 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 2014-2018

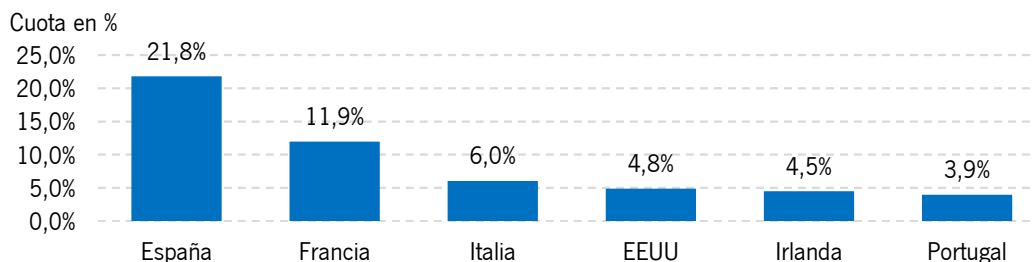
AÑOS	Visitas (miles)	% Variación
2014	60.082	4,0%
2015	65.720	9,4%
2016	70.815	7,8%
2017	72.772	2,8%
2018	71.733	-1,4%

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

+4,5% 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 2018



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

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

75,8 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2018, un +3,4% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado enero-marzo de 2019 (+3,5%).

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

- Continúa la incertidumbre sobre las condiciones de acceso que finalmente tendrá el Reino Unido al mercado único europeo, porque sigue pendiente su salida de la UE. Esta incertidumbre está frenando la inversión y ralentizando la economía británica: el crecimiento del PIB del país para 2016 y 2017 fue del +1,8%, pero solo del +1,4% para 2018, lo supone el dato más bajo desde 2012, según informes del FMI. A ello hay que sumar el efecto negativo del Brexit sobre la cotización de la libra, devaluándose frente al euro desde la fecha de celebración del referéndum. El FMI ha revisado a la baja el pronóstico de crecimiento de la economía británica en 2019 y lo cifra en un +1,2%.
- Este clima económico no es favorable para la emisión de turistas británicos al extranjero, de modo que en 2018 se ha registrado un descenso del -1,4%. Y como aún persisten los temores sobre un Brexit sin acuerdo, ello continúa afectado negativamente a las salidas de británicos al extranjero, registrándose un ligero descenso para el primer semestre de 2019 del -0,2%, según cifras oficiales de ONS.
- No obstante, los británicos conciben las vacaciones como una necesidad y no van a renunciar a ellas, aunque su situación económica les obligue a hacer ciertos ajustes. Además, el clima adverso del Reino Unido 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.
- Los británicos valoran mucho la seguridad de los destinos, de modo que en 2016 dejaron de visitar aquellos que estaban afectados por situaciones de terrorismo o de inestabilidad política y social (competidores del área del Mediterráneo, Francia y Bélgica) y se trasladaron a destinos más seguros. España y otros países europeos se beneficiaron de estos desplazamientos. También se vieron favorecidos destinos más lejanos, ayudados por la reducción del impuesto APD (Air Passenger Duty) en combinación con la curiosidad de los británicos por conocer destinos exóticos.
- Pero a partir de 2017 mejoran las condiciones de seguridad en el área del Mediterráneo, permitiendo a estos competidores su vuelta al mercado. 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, los han vuelto muy atractivos, por lo que han evolucionado en 2018 mejor que España, que registra un pequeño descenso. Este comportamiento se repite en el primer semestre de 2019, donde los principales destinos registran descensos (excepto Irlanda y Portugal que se mantienen), mientras que crecen con fuerza la mayoría de los destinos competidores mediterráneos.
- 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 conectividad aérea, destacar que el cese de operaciones de Monarch Airlines, la quinta aerolínea más grande del Reino Unido, en octubre de 2017, supuso una pérdida de rutas aéreas, ya

sea por su no recuperación o por no hacerlo en su totalidad, afectando en Andalucía sobre todo al aeropuerto de Málaga, con un descenso en las llegadas de esta procedencia del -3,8% en 2018.

- La red de conexiones aéreas es un factor clave para mantener la posición de fortaleza en este emisor. Y en el cierre del ejercicio 2019 habrá que tener en cuenta los efectos sobre la conectividad que va a provocar la **quiebra del turoperador** británico **Thomas Cook** (23-09-2019), el segundo mayor del mundo y el más antiguo. A través de su compañía aérea **“Thomas Cook Airlines”**, el turoperador ha sido responsable de transportar, en el periodo enero-junio de 2019, a 11.200 pasajeros procedentes de Reino Unido, operando exclusivamente con el aeropuerto de Almería.

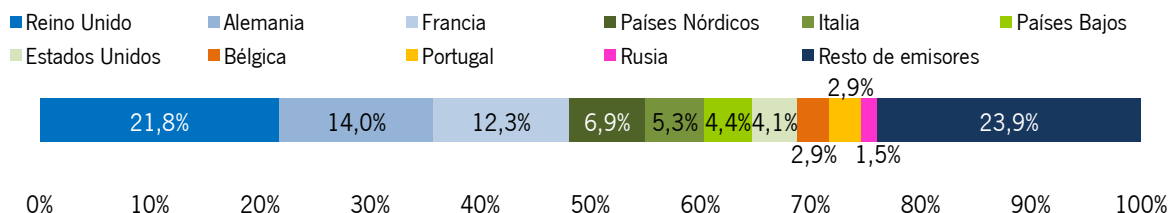
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de Prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. Office for National Statistics (ONS), FMI, INE y AENA.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 38,2 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2018, el 21,8% 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 -1,4%.
- Los destinos insulares y Andalucía son los principales receptores de turismo británico.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2019



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

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo británico. Acumulado enero-junio 2019

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	28,6%	-3,4%
2	Andalucía	17,8%	1,3%
3	Baleares	17,5%	3,6%
4	C. Valenciana	15,8%	-2,4%
5	Cataluña	10,9%	-6,0%
6	Madrid	3,7%	8,0%
	España	100,0%	-1,4%

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

2.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 65,7% de los turistas británicos que visitaron España en el primer semestre de 2019 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones de británicos suponen el 25,1% del total de pernoctaciones de extranjeros realizadas en este periodo, y han aumentado muy levemente respecto al mismo periodo del año anterior (+0,3%).
- Canarias y Baleares son los destinos nacionales más importantes. Andalucía se posiciona en el tercer puesto. En el primer semestre de 2019, la mayoría de las principales CC.AA. turísticas (excepto C. Valenciana), presentan una evolución positiva.

Viajeros y pernoctaciones de británicos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2019

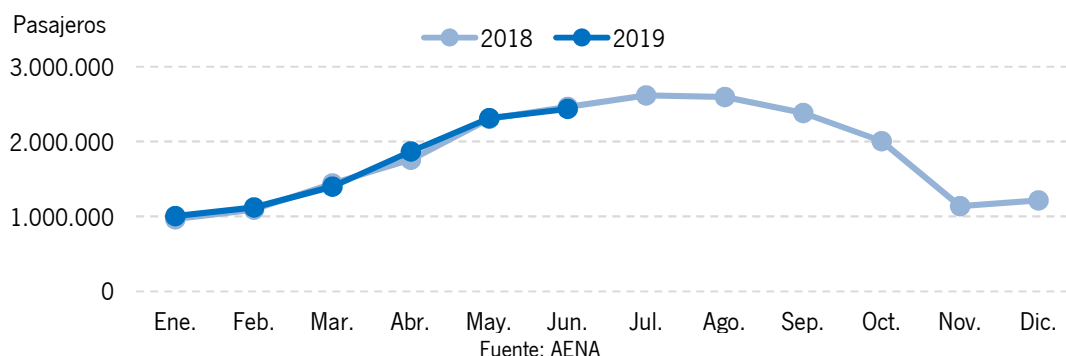
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	1.300.936	2,1%	9.520.389	0,6%	38,7%
Baleares	1.018.519	3,5%	5.679.760	3,6%	23,1%
Andalucía	762.934	4,0%	3.297.888	0,9%	13,4%
C. Valenciana	546.167	-3,4%	2.724.779	-6,6%	11,1%
Cataluña	658.297	3,5%	2.425.808	1,3%	9,9%
Madrid	199.407	4,9%	429.953	1,0%	1,7%
España	4.741.503	1,9%	24.570.356	0,3%	100,0%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

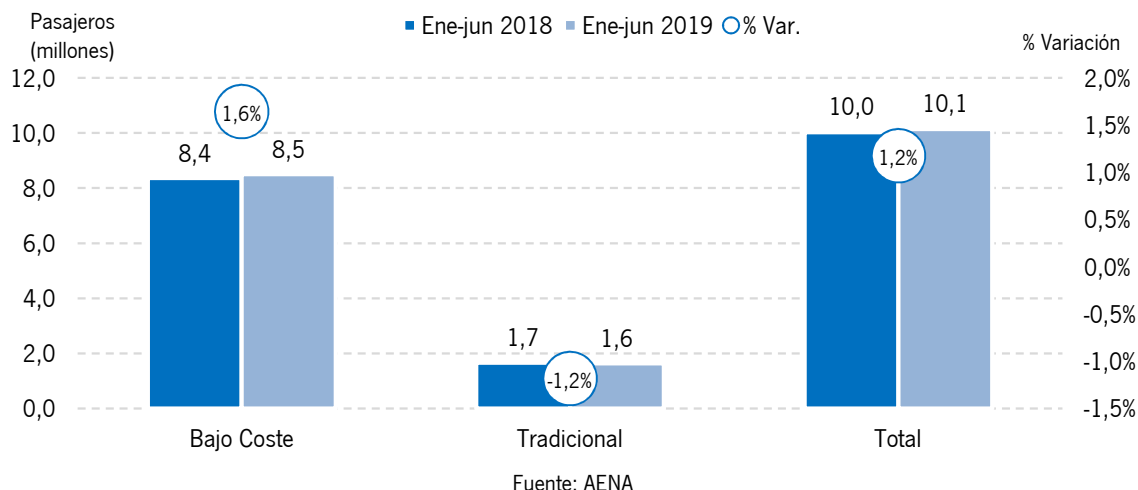
2.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre del año 2019 a un total de 10,1 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido, un +1,2% más y aumentos en la mayoría de los meses de 2019. Esta cifra representa el 23,3% 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 2019 al 83,8% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir y EasyJet (Airlines Co. Ltd. + Europe Airline) son las CBC más importantes: trajeron a España al 60,2% de los pasajeros de bajo coste procedentes de aeropuertos británicos.

Llegadas de pasajeros a España procedentes del Reino Unido por meses. Años 2018 y 2019



Llegadas de pasajeros a España procedentes del Reino Unido por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2019



3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA BRITÁNICO EN ANDALUCÍA

- Se estima en 2,87 millones los turistas británicos que visitaron Andalucía en 2018, que representan el 23,7% del turismo extranjero y el 9,4% del total de turistas recibidos en la región durante este año. Respecto al año anterior, el turismo británico ha disminuido un -0,2%.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Sexo: Hombre	50,4%	Gasto medio diario en destino*: (euros)	69,50
Edad: De 45 a 64 años	37,1%	Estancia media: (días)	9,0
Situación laboral: Ocupados	51,8%	Estacionalidad: (concentración en el 3º trim.)	35,8%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA		Principal tipo de alojamiento: Hotelero	60,8%
		Principal medio de transporte: Avión	92,9%
		Uso de intermediarios:	45,4%
Valoración del destino: (escala de 1 a 10)	8,7	Principales factores de elegir Andalucía:	
Aspectos mejor valorados: (escala 1 a 10)		- Clima; Playa	68,7%; 8,5%
- Atención y trato recibidos	9,0	Principal canal de información sobre Andalucía:	
- Seguridad ciudadana	9,0	- Experiencia propia	61,6%
- Entornos urbanos	9,0	Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
		- Disfrute/uso de la playa; Visitar monumentos	77,6%; 27,0%

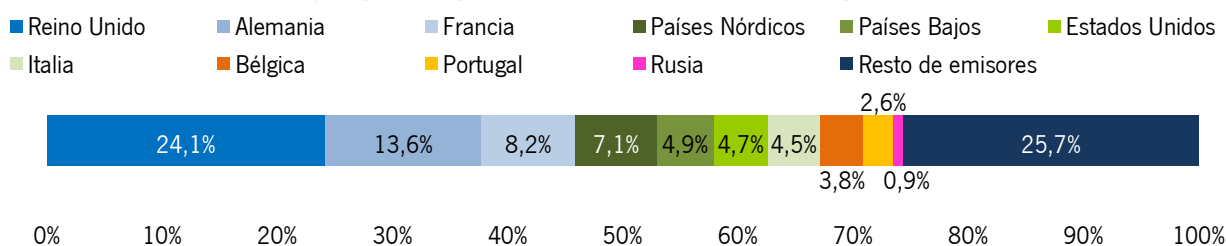
Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). IECA

* No incluye gasto en origen

3.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre del año 2019 a 763 mil viajeros británicos que han realizado 3,3 millones de pernoctaciones, un +0,9% más de noches que en el mismo periodo del año anterior.
- El británico sigue siendo el principal emisor extranjero para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 24,1% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región durante el periodo enero-junio de 2019.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-junio 2019

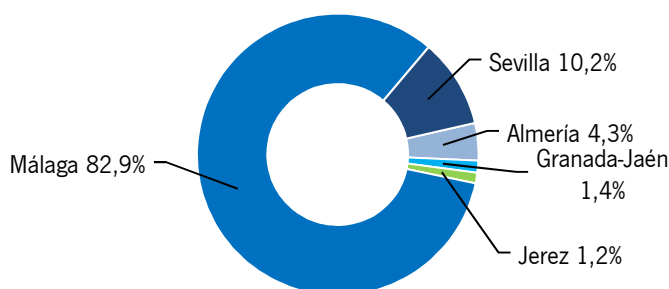


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.3 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

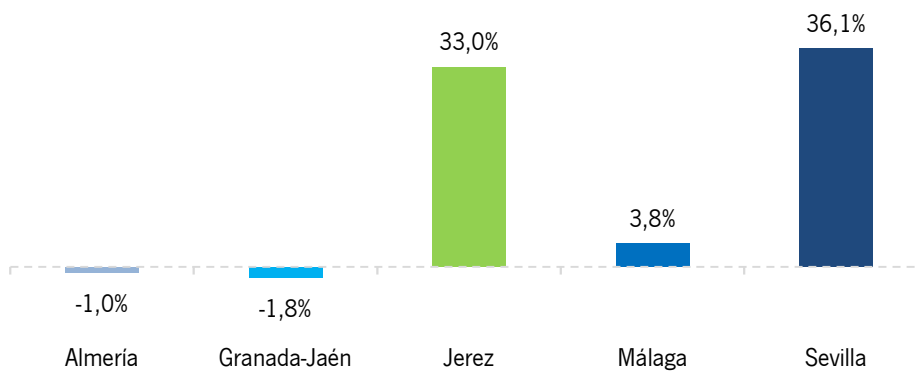
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre del año 2019 a 1,6 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido, un +6,4% más que en el mismo periodo del año anterior. El 89,5% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir y EasyJet Airlines las CBC más utilizadas, ya que transportaron al 71,8% 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 2019, destaca la evolución de los aeropuertos de Jerez (+33,0%, gracias a su reciente conexión con Londres-Gatwick a través de EasyJet Airlines) y Sevilla (+36,1%).

Distribución de las llegadas de pasajeros del Reino Unido a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2019



Fuente: AENA

**Evolución de las llegadas de pasajeros del Reino Unido a los aeropuertos andaluces.
Acumulado enero-junio 2019**



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ALEMÁN. ACUMULADO ENE-JUN 2019

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.

73% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los alemanes que ha tenido como destino un país extranjero en 2018. Otro 27% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

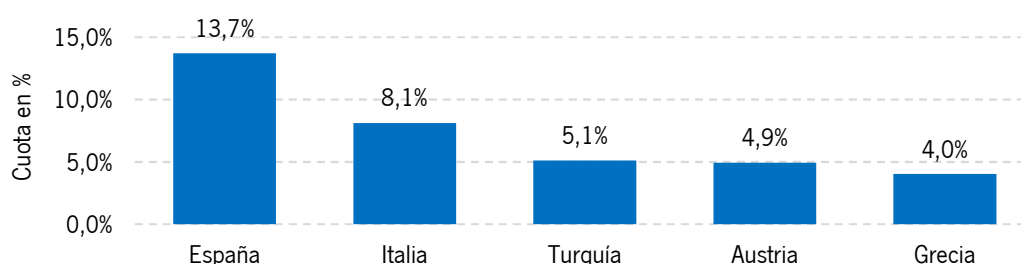
Fuentes: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) y Eurostat, European Commission

Viajes vacacionales largos¹ de los residentes en Alemania. Años 2013-2018

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%
2018	70,1	0,7%
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 2018



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

95,6 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2018, un +2,7% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado enero-junio de 2019 (+2,5%).

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

- El FMI ha revisado recientemente a la baja su pronóstico de crecimiento para Alemania en el año 2019, del +0,8% al +0,5%. El ajuste en la producción automovilística asociado a la implementación de nuevas normas sobre las emisiones de los automotores en Europa, así como la caída de la demanda externa, están detrás de la desaceleración de la economía alemana. No obstante, las cuentas públicas de Alemania están saneadas y dispone de margen para aplicar una política fiscal más laxa que anime el crecimiento de la economía germana a medio plazo.
- La principal característica de la demanda turística de este emisor es su estabilidad: las vacaciones se mantienen en lo más alto de sus prioridades de consumo desde hace décadas; muestra una significativa concentración temporal de sus viajes en los meses de verano desde hace años; el propio país, con una cuota en torno al 30%, permanece como primer destino turístico de los alemanes en sus viajes vacacionales de larga duración, seguida de España (con una cuota que ronda el 13%); su principal motivación para viajar continúa siendo la búsqueda de relajación y descanso, prefiriendo destinos con buen tiempo y mar; la duración de sus viajes en el extranjero se va acortando poco a poco; sus pautas de comportamiento en las reservas de viajes están igualmente consolidadas.
- Un aspecto interesante y relevante para la evolución futura de este emisor es el incremento de la intensidad viajera de las cohortes de mayor edad: casi dos de cada tres alemanes mayores de 65 años muestra una clara inclinación al viaje.
- España se benefició en los últimos años del traspaso de turistas alemanes procedentes de los destinos competidores del Mediterráneo que se habían visto afectados por problemas de terrorismo y/o incertidumbre geopolítica (Grecia, Túnez, Egipto y Turquía), al considerar que España era un destino bien conocido, más seguro y con unas características geográficas y meteorológicas similares.
- La coyuntura apuntada en 2018 se confirma en 2019, de manera que los destinos competidores del Mediterráneo oriental y norte de África, destinos de sol y playa a precios muy competitivos, están recuperando rápidamente sus cuotas de mercado perdidas, registrando importantes crecimientos, sobre todo en el caso turco.
- Los bajos costes y precios de los destinos competidores del Mediterráneo imponen la necesidad de que España compita centrándose en sus elementos diferenciadores, buscando nuevos nichos de mercado con potencial en la demanda alemana: se puede aprovechar su tendencia creciente

a explorar nuevos destinos, a combinar tipos de viajes y a disfrutar de destinos “verdes”, para promocionar los paisajes y la naturaleza española menos conocida e intacta, ofreciendo productos que sean medioambientalmente sostenibles, ya que también valoran de forma creciente este aspecto de la oferta turística de los destinos a la hora de decidir dónde viajar.

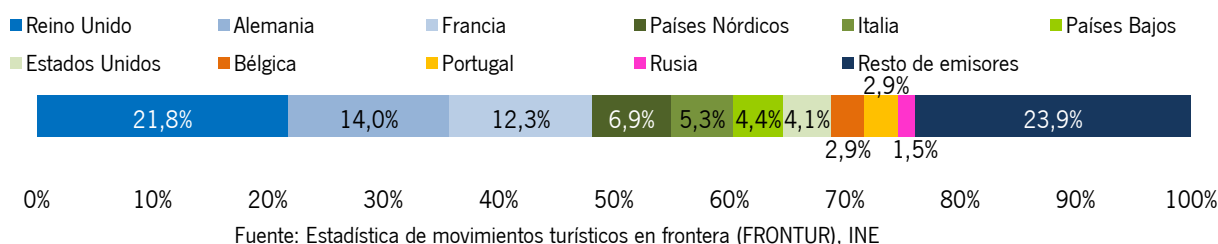
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de Prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña, FMI y FUR.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 38,2 millones de turistas internacionales en el primer semestre del año 2019, el 14,0% procedía de Alemania, posicionándose como el segundo emisor extranjero más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha registrado un incremento del +3,4%.
- 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 de 2019



Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo alemán. Acumulado enero-junio de 2019

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Baleares	38,1%	1,9%
2	Canarias	24,1%	-6,2%
3	Cataluña	12,8%	7,1%
4	Andalucía	10,5%	9,2%
5	C. Valenciana	5,5%	22,0%
6	Madrid	4,0%	19,6%
	España	100,0%	3,4%

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

2.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 63,7% de los turistas alemanes que visitaron España en el primer semestre de 2019 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones de alemanes suponen el 19,4% del total de pernoctaciones de extranjeros realizadas en el país en este periodo, y han disminuido un -7,4% respecto al año anterior.
- Canarias y Baleares son los principales destinos nacionales, presentando ambas una evolución negativa respecto al año anterior. Andalucía se posiciona en el tercer puesto y registra también un descenso en línea con el comportamiento de la media nacional.

Viajeros y pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2019

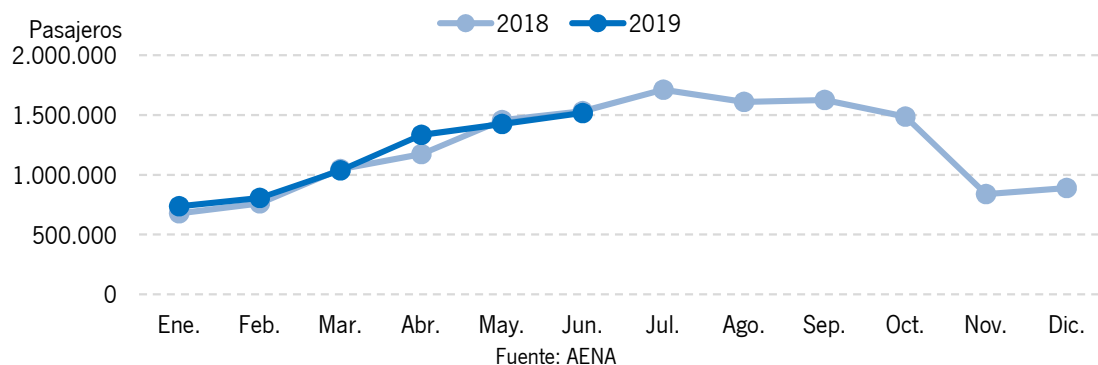
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	841.591	-10,2%	7.528.533	-10,0%	39,7%
Baleares	1.226.480	-1,0%	7.134.610	-8,4%	37,6%
Andalucía	425.918	-3,5%	1.858.146	-6,8%	9,8%
Cataluña	422.443	2,9%	1.409.875	4,9%	7,4%
Madrid	150.382	6,5%	332.016	4,6%	1,7%
C. Valenciana	88.254	9,2%	268.726	4,8%	1,4%
España	3.392.888	-2,6%	18.974.767	-7,4%	100,0%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE

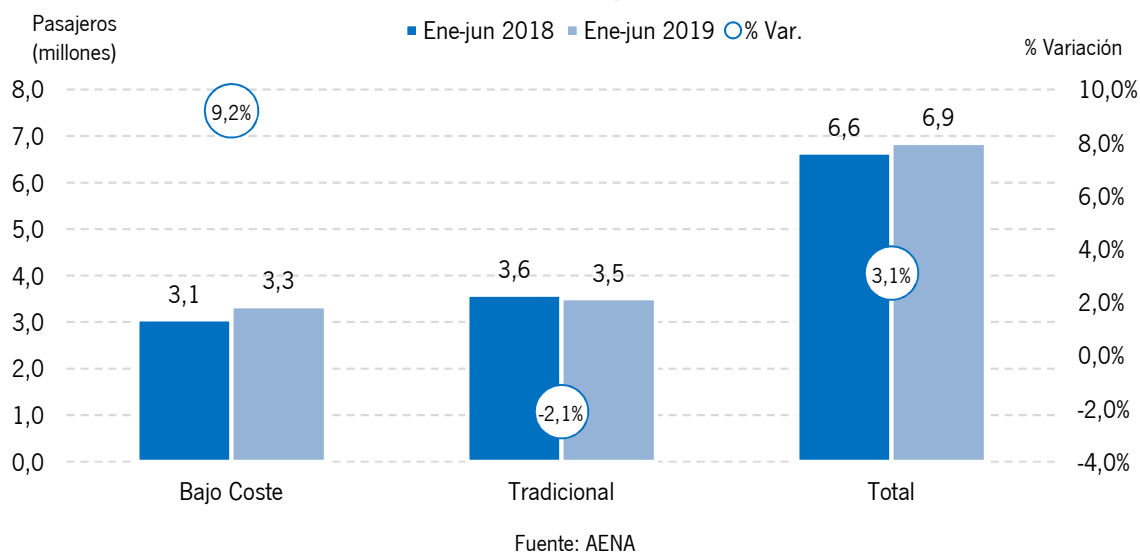
2.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2019 a un total de 6,9 millones de pasajeros procedentes de Alemania, un +3,1% más, registrándose crecimientos solo en la mitad de estos meses de 2019. Esta cifra representa el 15,7% 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 2019 al 48,8% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir, seguida por Tuifly, son las CBC más importantes (trajeron a España el 61,3% de los pasajeros de bajo coste procedentes de aeropuertos alemanes).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Alemania por meses. Años 2018 y 2019



Llegadas de pasajeros a España procedentes de Alemania por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2019



3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ALEMÁN EN ANDALUCÍA

- Se estima en 1,3 millones los turistas alemanes que visitaron Andalucía en 2018, que representan el 10,7% del turismo extranjero y el 4,2% del total de turistas recibidos en la región durante este año. Respecto al año anterior, el turismo alemán ha descendido un -3,4%.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	50,9%	Gasto medio diario en destino*: (euros)	74,9
Edad: De 45 a 64 años	39,9%	Estancia media: (días)	9,2
Situación laboral: Ocupados	60,6%	Estacionalidad: (concentración en el 3º trim.)	34,5%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA		Principal tipo de alojamiento: Hotelero	65,8%
		Principal medio de transporte: Avión	88,6%
Valoración del destino: (escala de 1 a 10)	8,6	Principales factores de elegir Andalucía:	
Aspectos mejor valorados: (escala 1 a 10)		- Clima	41,9%
- Patrimonio cultural	8,9	- Visita a monumentos	38,5%
- Paisajes y parques naturales	8,8	Principal canal de información sobre Andalucía:	
Grado de fidelidad: (% que repite visita)	48,3%	- Experiencia propia	52,5%
		Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
		- Disfrute/uso de la playa; Visitas a monumentos	55,3%; 55,0%

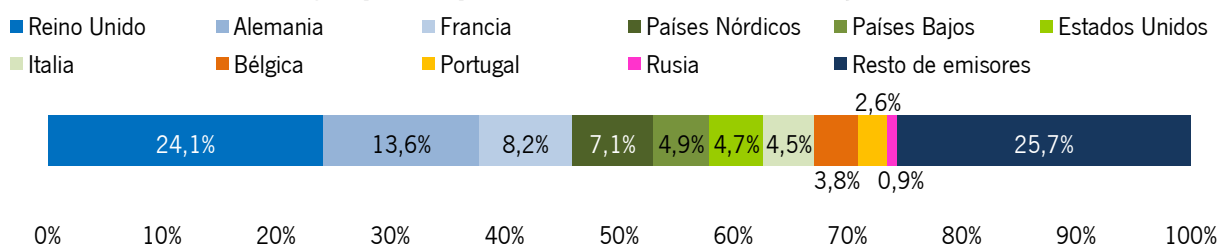
Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). IECA

* No incluye gasto en origen

3.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2019 a 426 mil viajeros alemanes que han realizado 1,9 millones de pernoctaciones, un -6,8% 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 13,6% 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 2019

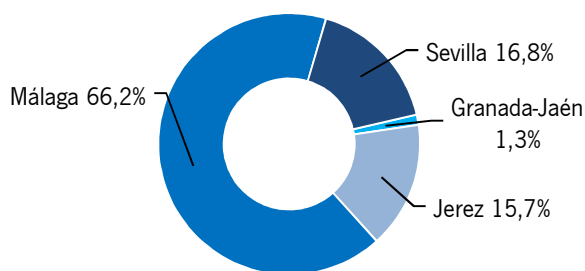


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.3 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

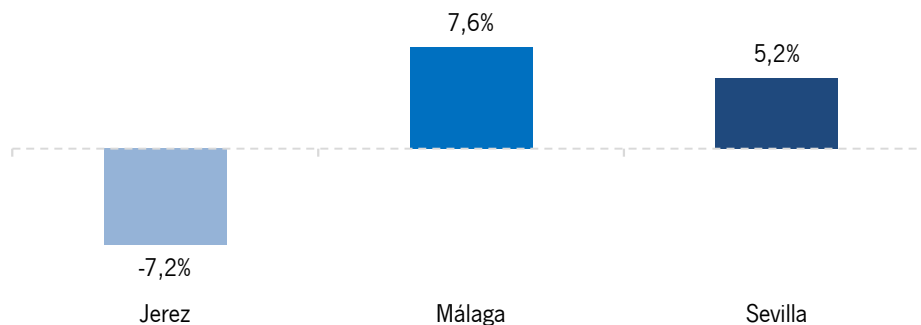
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre del año 2019 a 581 mil pasajeros procedentes de Alemania, un +5,5% más que en el mismo periodo del año anterior. El 67,7% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, pues transportó al 62,1% de 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 16,8% para el primer semestre de 2019. También, en septiembre 2018 se abrió una nueva conexión entre el aeropuerto de Berlín Tegel y el aeropuerto de Granada-Jaén, pasando su cuota de 0% en el primer semestre de 2018 a la actual 1,3% en 2019.

Distribución de las llegadas de pasajeros de Alemania a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2019



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de Alemania a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2019³



Fuente: AENA

³ En este gráfico no se ha incluido al aeropuerto de Granada-Jaén porque no se ha podido calcular el crecimiento que ha experimentado en el primer semestre del año 2019, ya que el número de llegadas de pasajeros procedentes de aeropuertos alemanes al aeropuerto de Granada-Jaén era inexistente en ese mismo periodo del año anterior.

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO FRANCÉS. ACUMULADO ENE-JUN 2019

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 2018 cada habitante del país.

26% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los franceses que ha tenido como destino un país extranjero en 2018. El 74% restante realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuentes: Eurostat, European Commission

Viajes por motivos personales al extranjero⁴ de los residentes en Francia. Años 2013-2017

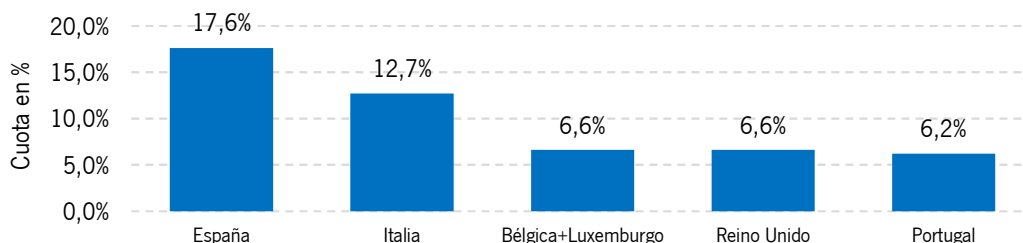
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2013	17.900	2,0%
2014	19.343	8,1%
2015	18.201	-5,9%
2016	18.354	0,8%
2017	18.897	3,0%

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

+1,4% 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 2017



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

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

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

47,9 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2018, un +7,0% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado ene-jun de 2019 (+8,0%).

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

- La economía francesa se ha recuperado de la crisis más tardíamente que otros países europeos, y cierra el ejercicio 2018 con un crecimiento del PIB del +1,5%. Para 2019, el FMI ha revisado ligeramente a la baja sus previsiones iniciales de crecimiento del PIB francés, del +1,3% al +1,2%, debido a una demanda externa más débil de lo esperado en el primer semestre del año.
- Francia es un mercado turístico maduro en el que predomina el turismo doméstico: en 2017, aunque se ha reducido el nº de viajes domésticos largos un -2,2%, aún suponen cerca del 80% del total de estos viajes. Después de la propia Francia, España es, desde hace decenios, el destino favorito 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.
- Los franceses prefieren la organización individual de sus viajes, pues sólo alrededor de un 7% de reservas son realizadas a través de turoperadores o agencias de viajes. No obstante, los datos de sus reservas para el verano 2019 consolidan la reactivación de Túnez, Marruecos, Turquía y Egipto, una vez han mejorado las condiciones de seguridad en estos destinos, en detrimento de los países del sur del Mediterráneo (España, Italia y Grecia), así como a Portugal, destinos “refugio” en periodos de incertidumbre.
- Las previsiones de capacidades aéreas parecen confirmar que la recuperación de la clientela francesa por parte de los citados destinos del Norte de África y Turquía puede estar perjudicando especialmente a Canarias, pues es un destino que se vende mayoritariamente a través de intermediarios y más sensible a la competencia por precio.
- Sin embargo, Baleares, Comunidad Valencia y Andalucía, son destinos con un producto fuerte de “sol y playa”, aunque también han potenciado otros productos con alta demanda entre los turistas franceses: estancias urbanas, turismo cultural, turismo de naturaleza, compras y gastronomía. Son productos que propician circuitos, contribuyen a desestacionalizar la demanda, ya que pueden realizarse a lo largo de todo el año. Este tipo de productos además tienen más capacidad de generar ingresos y están menos turoperados.

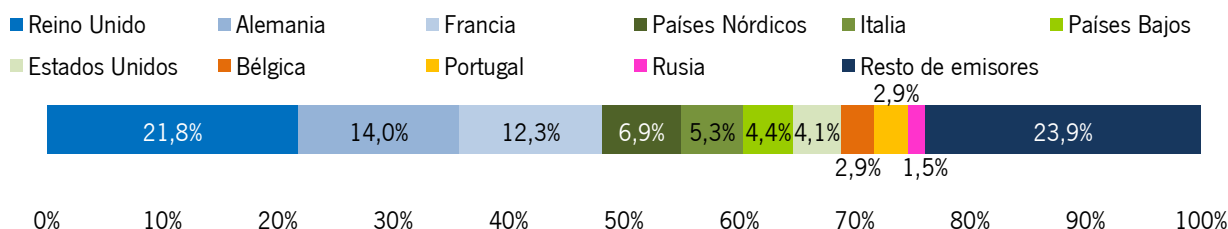
Fuente: Ficha ejecutiva, Estudios de Prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña; Direction Générale des Entreprises (DGE), Ministère de l'Économie et des Finances; FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 38,2 millones de turistas internacionales en el primer semestre del año 2019, el 12,3% procedía de Francia (4,7 millones), posicionándose como el tercer emisor extranjero más importante para España. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha registrado una tasa de descenso del -2,2%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo francés, seguido a distancia por C. Valenciana y Andalucía.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2019



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

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo francés. Acumulado enero-junio 2019

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

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

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA FRANCÉS EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2019

HÁBITOS DE CONSUMO

Gasto medio diario en destino: (euros)	100
Estancia media: (días)	6,3
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	50,3%
Principal vía de acceso: Carretera	61,1%
Uso de paquete turístico:	11,5%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	82,4%

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

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 50,3% de los turistas franceses que visitaron España en el primer semestre de 2019 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros franceses suponen el 7,7% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año y han disminuido un -0,8% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Cataluña es el principal destino nacional, presentando una evolución descendente (-4,1%) en el acumulado enero-junio de 2019. Andalucía, con una cuota del 14,9%, ocupa la tercera posición en el ranking del movimiento hotelero de España y ha registrado un decremento de pernoctaciones en este periodo (-2,6%).

Viajeros y pernoctaciones de franceses en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2019

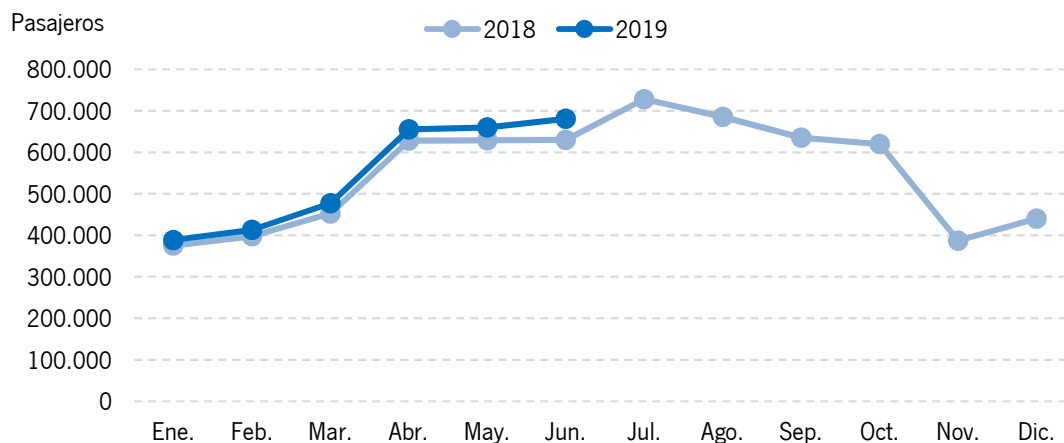
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Cataluña	1.049.835	-1,6%	2.599.660	-4,1%	34,7%
Canarias	207.362	-5,0%	1.394.912	-7,5%	18,6%
Andalucía	420.971	-0,5%	1.114.569	-2,6%	14,9%
Baleares	197.043	12,9%	973.170	18,6%	13,0%
Madrid	196.152	-3,0%	403.810	-1,3%	5,4%
C. Valenciana	119.317	8,4%	346.246	17,9%	4,6%
España	2.598.735	-0,3%	7.491.269	-0,8%	100,0%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

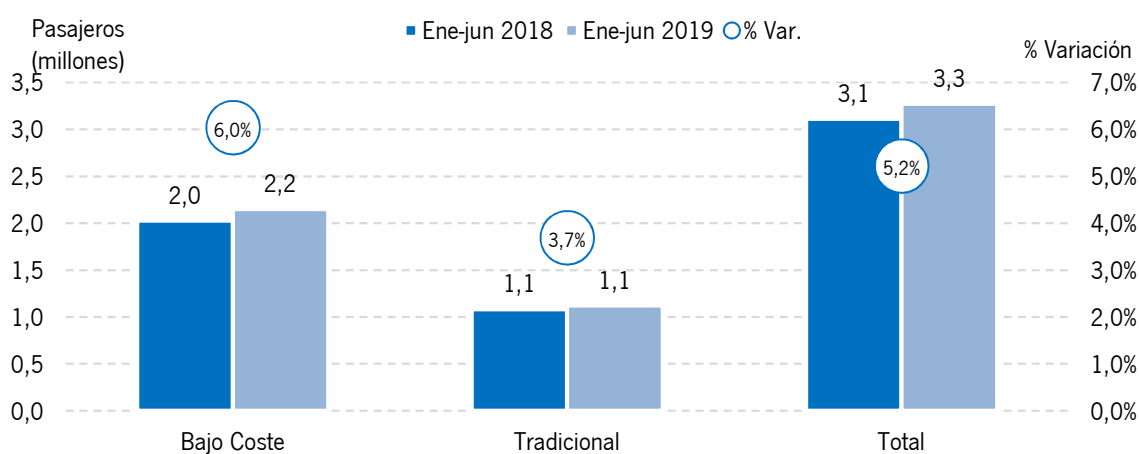
- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2019 a un total de 3,3 millones de pasajeros procedentes de Francia, un +5,2% más que en el mismo periodo del año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2019. Esta cifra representa el 7,5% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este año.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el primer semestre de 2019 al 65,7% de los pasajeros procedentes de este mercado. Vueling es la CBC más importante (transportó a España el 40,8% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este periodo).

**Llegadas de pasajeros a España procedentes de Francia por meses.
Años 2018 y 2019**



Fuente: AENA

**Llegadas de pasajeros a España procedentes de Francia por tipo de compañía.
Acumulado enero-junio 2019**



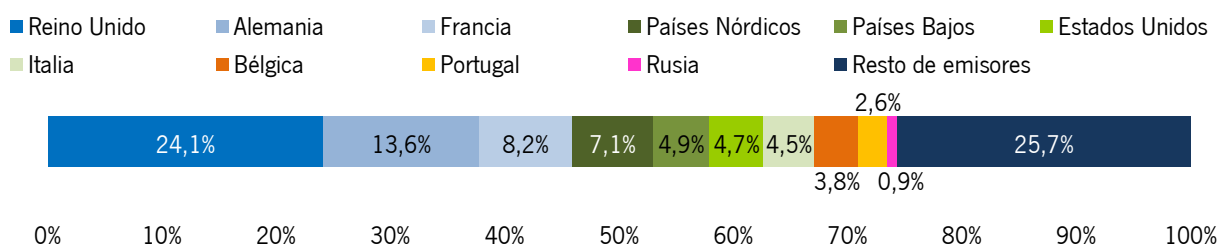
Fuente: AENA

3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2019 a 421 mil viajeros franceses que han realizado 1,1 millones de pernoctaciones, un -2,6% menos 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 primer semestre de 2019. Sus pernoctaciones suponen el 8,2% 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 2019

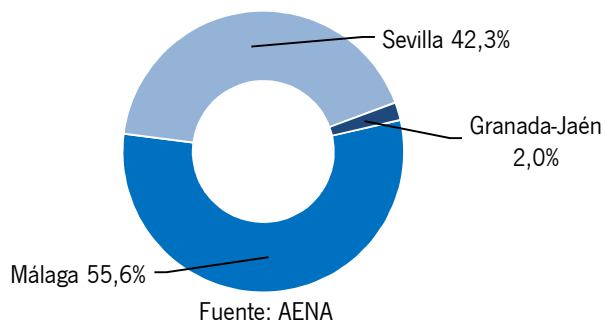


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

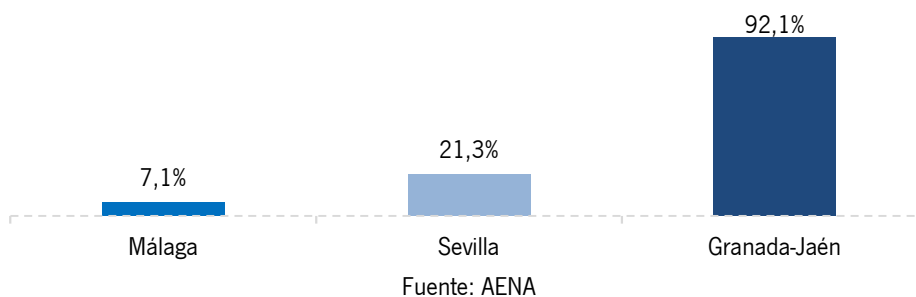
3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre de 2019 a 496 mil pasajeros procedentes de Francia, un +13,7% más que en el mismo periodo del año anterior. El 77,7% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Vueling y Transavia las CBC más utilizadas, con cuotas respectivas del 31,9% y 28,3% sobre el total de pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros procedentes de Francia que llegan a la región. Todos los aeropuertos andaluces han registrado crecimiento en el primer semestre de 2019, destacándose el aeropuerto de Granada-Jaén, que gracias las recientes conexiones con los aeropuertos de París-Charles de Gaulle y Nantes, casi ha duplicado el número de pasajeros de esta procedencia en este periodo.

**Distribución de las llegadas de pasajeros de Francia a los aeropuertos andaluces.
Acumulado enero-junio 2019**



**Evolución de las llegadas de pasajeros de Francia a los aeropuertos andaluces.
Acumulado enero-junio 2019**



PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO DE LOS PAÍSES NÓRDICOS. ACUMULADO ENE-JUN 2019

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 o en 2018 cada habitante de los países nórdicos:

Dinamarca: **1,2**; Finlandia: **1,7**; Noruega: **1,5**; Suecia*: **2,1**

Fuente: Eurostat, European Commission

- Proporción del principal viaje de vacaciones de los nórdicos que ha tenido como destino un país extranjero o el propio país en 2017 o 2018:

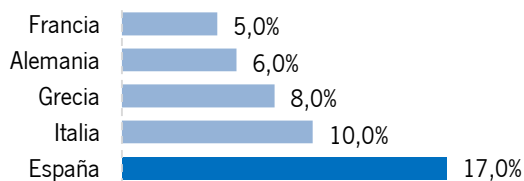
	Extranjero	Propio país
Dinamarca	58%	42%
Finlandia	43%	57%
Noruega	58%	42%
Suecia*	57%	43%
Fuente: Eurostat, European Commission		

* Los datos de Suecia son de 2017

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

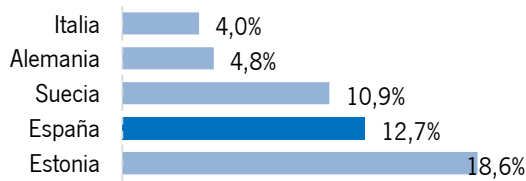
Principales destinos extranjeros de los viajes vacacionales de los nórdicos.

Dinamarca. Año 2018



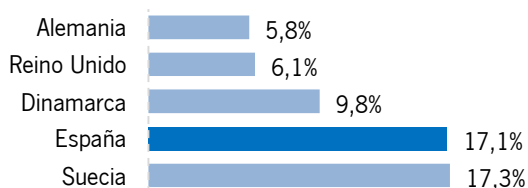
Fuente: Statistics Denmark

Finlandia. Año 2018



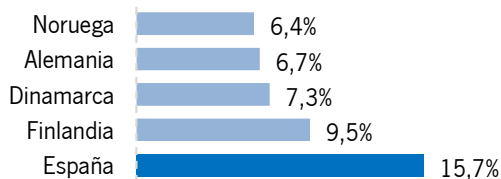
Fuente: Statistics Finland

Noruega. Año 2018



Fuente: Statistics Norway

Suecia. Año 2017



Fuente: Eurostat, European Commission

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

51,7 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional del emisor nórdico en 2018. La evolución respecto al año anterior del gasto ha sido positiva en los cuatro países: +2,8% para Dinamarca; +4,2 para Finlandia; +3,3% para Noruega; +7,9% para Suecia. Para el periodo acumulado enero-marzo de 2019 se mantiene la tendencia positiva solo en dos de ellos (Finlandia +1,4% y Noruega +3,5%; descienden Suecia -1,0% y Dinamarca -2,4%).

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

- El FMI prevé para 2019 crecimientos del PIB de los Países Nórdicos, en la mayoría de los casos por encima del crecimiento medio de las economías avanzadas de Europa (+1,2%), pero también por debajo: +1,7% para Dinamarca, +1,2% para Finlandia, +1,9% para Noruega y +0,9% para Suecia. Estos pronósticos de crecimiento son inferiores a los registrados en 2018, una desaceleración en línea con el enfriamiento generalizado de la actividad económica a nivel mundial. Y, si bien no parece que la situación económica suponga un gran impedimento para que los nórdicos continúen viajando en los próximos años, el ritmo de emisión de turistas nórdicos será más moderado, tal y como corresponde a un mercado maduro.
- Hay que tener presente que viajar es para la sociedad nórdica algo inherente a su estilo de vida, y lo mantienen en lo más alto de sus prioridades de consumo, con una elevada propensión a visitar países extranjeros, buscando destinos más cálidos, ya que sus inviernos son extremadamente fríos y con escasas horas de luz. No obstante, si el clima se presenta favorable, muchos nórdicos prefieren las vacaciones domésticas, o visitar países vecinos por proximidad geográfica y cultural, y por motivación viajera (visitar amigos y familiares), lo que convierte a los propios países nórdicos en los principales competidores de España.
- España mantiene su liderazgo para el mercado nórdico en el segmento de sol y playa, que sigue siendo el producto más demandado para las vacaciones largas, y 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.
- Los datos del mercado turoperado para la temporada de verano de 2019 confirman la tendencia de cambio apuntada en 2018, y es que España vuelve a perder cuota de mercado frente a sus tradicionales competidores estivales (Croacia, Grecia, Portugal, Chipre y Turquía), y frente a destinos que han vuelto al mercado (como Egipto y Túnez). Sus precios son muy competitivos, y en el caso de Turquía se acompañan de una fuerte devaluación de la lira turca. Los turoperadores señalan el aumento de precios como la principal razón por la que están derivando “paquetes de viajes” desde las islas Canarias y Baleares y desde otras zonas de España hacia destinos más económicos, para mantener sus márgenes.
- Las tendencias están cambiando, y aunque se sigue demandando el clásico paquete de vacaciones de sol y playa con todo incluido, siendo las familias con niños y la población nórdica

de más edad sus principales clientes, se tiende a combinarlo con otras opciones y actividades (visitar ciudades, probar la gastronomía, actividades al aire libre, etc), o a visitar más de un destino en un mismo viaje, valorando lo experiencial y genuino. Crece también el interés por las visitas cortas a ciudades y por los viajes activos, enfocados a la práctica de deportes (destacándose el segmento de golf, pero también deportes acuáticos) o a la práctica de actividades en contacto con la naturaleza (senderismo, cicloturismo, etc...). La flexibilidad de los viajes y su sostenibilidad se valoran cada vez más.

- En cuanto a la conectividad aérea, es necesario mencionar las dificultades financieras que atraviesa la compañía Norwegian Airlines, una de las líderes en el sector de bajo coste y con una presencia muy destacada en toda Escandinavia. La compañía está inmersa en una reestructuración interna, que le ha llevado a cerrar tres bases operacionales en España (Gran Canaria, Tenerife y Palma de Mallorca) y a reducir plantilla. Por el momento mantienen las mismas rutas hacia España que el año anterior.

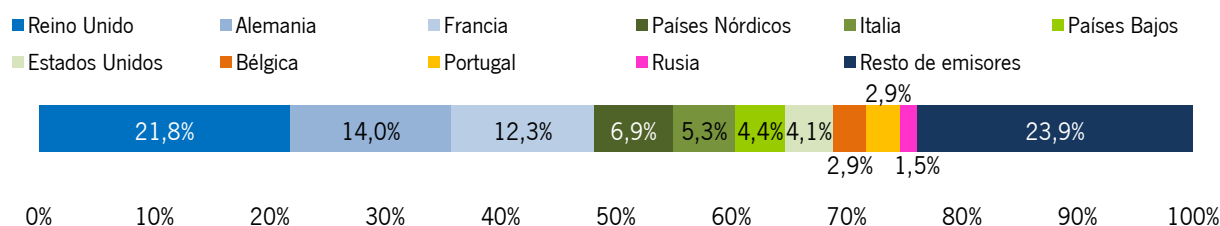
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de Prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña, FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 38,2 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2019, el 6,9% procedía de los Países Nórdicos (2,6 millones), posicionándose como el cuarto emisor extranjero más importante para España. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha registrado un descenso del -6,6%.
- Canarias es el principal receptor de turismo nórdico. Andalucía se posiciona en segundo lugar, captando el 22,2% de los turistas de este mercado en el primer semestre de 2019, registrando un descenso del -4,7%, inferior al de la media nacional.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2019



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

**Ranking de las principales CC. AA. de destino del turismo de los Países Nórdicos.
Acumulado enero-junio 2019**

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	34,1%	-7,8%
2	Andalucía	22,2%	-4,7%
3	C. Valenciana	14,7%	6,8%
4	Baleares	11,9%	-21,0%
5	Cataluña	10,4%	-17,6%
6	Madrid	3,0%	45,9%
	España	100,0%	-6,6%

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

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA NÓRDICO EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2019

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	146
Estancia media: (días)	8,2
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	64,8%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	98,0%
Uso de paquete turístico:	36,3%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	89,3%

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

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 64,8% de los turistas nórdicos que visitaron España en el primer semestre de 2019 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros nórdicos suponen el 7,0% del total de noches foráneas realizadas en el país en este periodo, y han disminuido un -8,7% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Canarias es el principal destino nacional de los nórdicos en este periodo acumulado enero-junio de 2019, seguida por Baleares, con cuotas del 45,9% y el 20,7%, respectivamente. En todas las principales CC. AA. turísticas ha disminuido el número de pernoctaciones de este emisor respecto al mismo periodo del año anterior.

Viajeros y pernoctaciones de nórdicos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2019

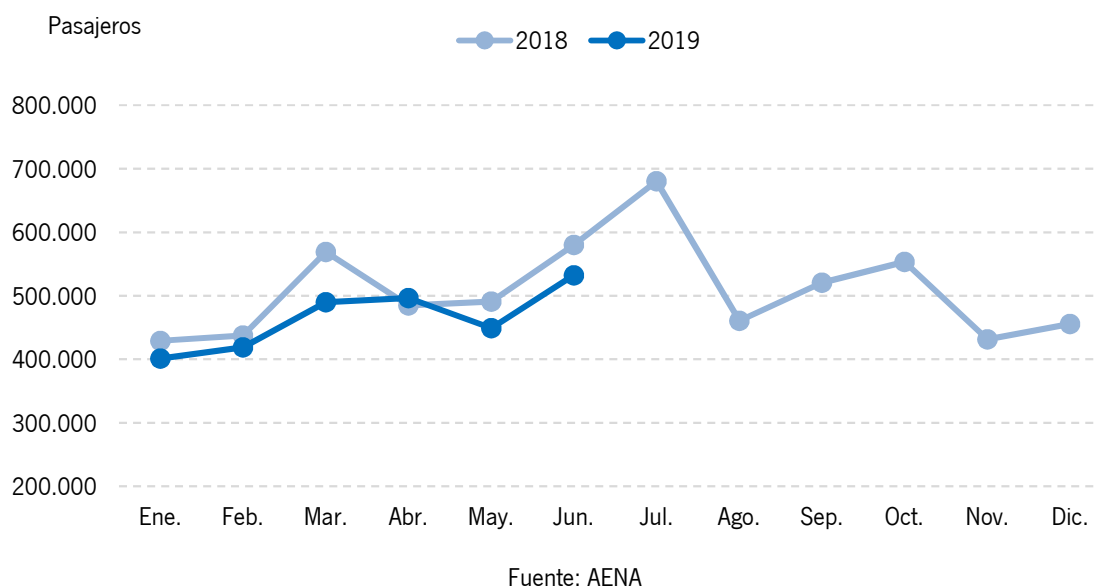
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	410.323	-6,5%	3.119.013	-8,4%	45,9%
Baleares	248.387	-10,5%	1.406.758	-13,6%	20,7%
Andalucía	235.855	-0,8%	963.812	-5,9%	14,2%
Cataluña	214.772	-5,6%	655.777	-6,6%	9,6%
C. Valenciana	80.101	-9,3%	312.291	-9,3%	4,6%
Madrid	72.433	-0,3%	179.886	-0,9%	2,6%
España	1.339.885	-5,7%	6.799.408	-8,7%	100,0%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

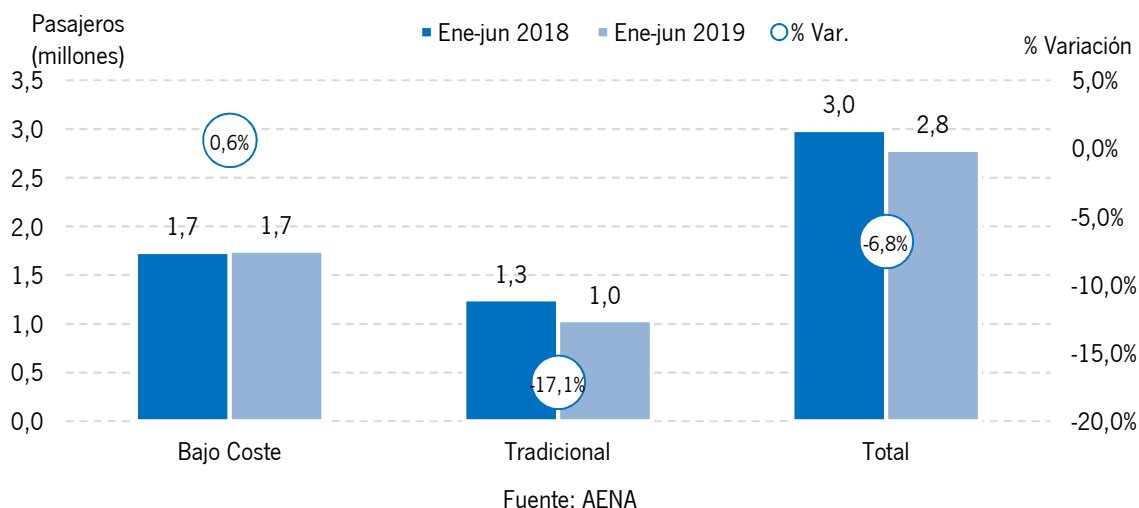
2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2019 un total de 2,8 millones de pasajeros procedentes de los Países Nórdicos, un -6,8% menos que en el mismo periodo del año anterior y descensos en la mayoría de los meses de 2019. Esta cifra representa el 6,4% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron al 62,8% de los pasajeros procedentes de este mercado. Norwegian Air International es la CBC más importante (transportó a España el 54,5% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en el primer semestre de 2019).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Nórdicos por meses. Años 2018 y 2019



**Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Nórdicos por tipo de compañía.
Acumulado enero-junio 2019**

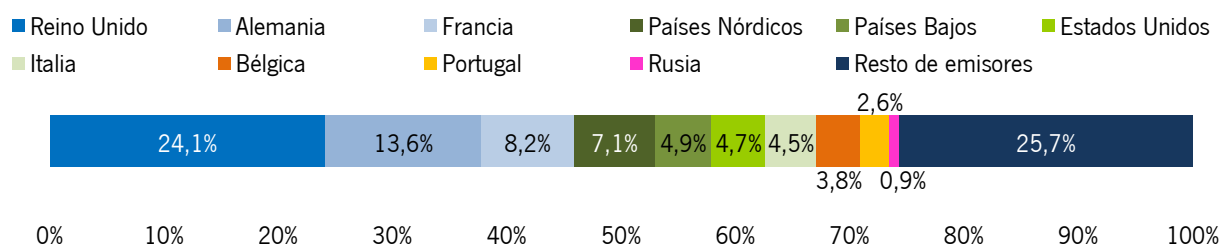


3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2019 a 236 mil viajeros de los Países Nórdicos, que han realizado 964 mil pernoctaciones, un -5,9% menos que en el mismo periodo del anterior, rompiendo con la tendencia de crecimiento de este emisor de los tres últimos años. Los crecimientos de Finlandia y Noruega, no han conseguido compensar las tasas negativas de Dinamarca y Suecia.
- El nórdico es el cuarto emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 7,1% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región en el primer semestre de 2019.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-junio 2019

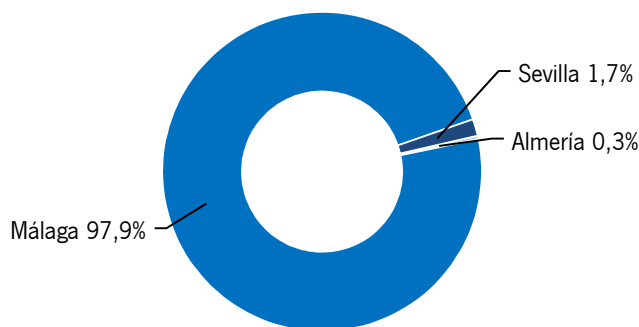


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

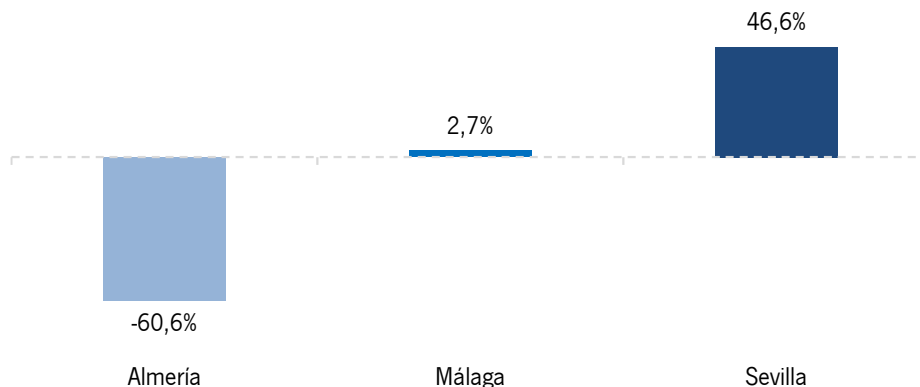
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre de 2019 a 593 mil pasajeros procedentes de aeropuertos nórdicos, un +2,7% más que en el mismo periodo del año anterior. El 76,2% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Norwegian Air International la CBC más utilizada, ya que transportó al 64,3% de los pasajeros de este tipo de compañías. Le sigue RyanAir con un 22,6% 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. Destaca el fuerte crecimiento que ha experimentado que el aeropuerto de Sevilla en este periodo (+46,6%) frente al importante descenso del aeropuerto de Almería, lo que ha significado que este último haya reducido su cuota significativamente, pasando de una cuota del 0,9% en el primer semestre de año 2018 a una cuota del 0,3% en el primer semestre de 2019.

Distribución de las llegadas de pasajeros de los Países Nórdicos a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2019



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de los Países Nórdicos a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2019



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO DE LOS PAÍSES BAJOS. ACUMULADO ENE-JUN 2019

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 2018 cada habitante del país.

68% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los neerlandeses que ha tenido como destino un país extranjero en 2018. Otro 32% realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuentes: Eurostat, European Commission

*Viajes vacacionales al extranjero de los residentes en los Países Bajos. Años 2014-2018**

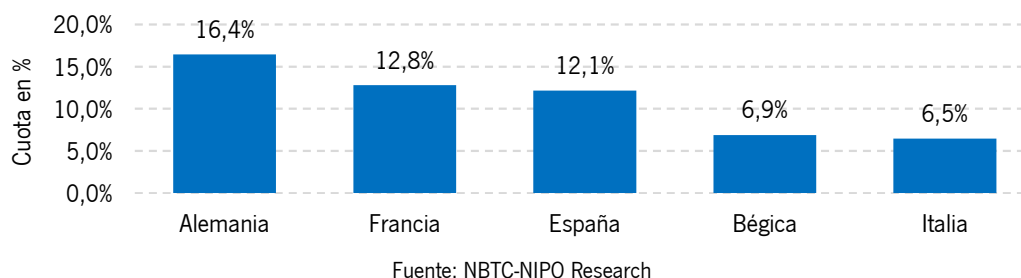
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2014	17.933	-0,9%
2015	18.070	0,8%
2016	17.938	-0,7%
2017	22.000	..
2018	22.207	+0,9%

Fuente: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) y NBTC-NIPO Research

-0,9% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años comparables (2012-2016) 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 2018



* Para poder continuar garantizando la calidad de las cifras de la Encuesta Continua de las Vacaciones (Continu Vakantieonderzoek CVO), la encuesta se modificó en varios puntos importantes en 2017. Por ejemplo, la muestra neta se incrementó de 6,500 a 8,000 encuestados. La población objetivo también se ha ampliado para incluir a los residentes en los Países Bajos no neerlandeses (población con antecedentes de migración). Debido a estos y otros cambios, los resultados de 2017 no pueden compararse automáticamente con los de 2016 y años anteriores.

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

22,7 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2018, un +0,9% más que el año anterior. OMT no dispone, por el momento, de información sobre la evolución de esta variable a lo largo de 2019.

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

- La economía neerlandesa creció en 2018 un +2,6% según los últimos datos disponibles del FMI, Para el año 2019, el pronóstico de crecimiento del PIB que realiza el FMI es más discreto (+1,8%), pero superior al crecimiento que esta institución pronostica para la eurozona (+1,2%), una ralentización que está en sintonía con el debilitamiento generalizado de las economías avanzadas. Si la situación económica del país se mantiene según estas previsiones, no se esperan efectos negativos sobre las salidas al extranjero de este emisor en 2019.
- Tradicionalmente, Alemania es el primer destino internacional para el turista neerlandés, le siguen Francia y España. El principal producto turístico de España para el turista de los Países Bajos sigue siendo el sol y playa. No obstante, el clima y la playa no es la motivación más importante para viajar de este turista, sino que prefieren en primer lugar las visitas a ciudades combinadas con cultura. También los viajes de naturaleza y activos van ganando terreno en los últimos años entre sus preferencias.
- España está bien posicionada en el segmento de sol y playa, siendo líder entre los países del Mediterráneo. Sin embargo, en el turismo de ciudad y en el turismo activo y de naturaleza tiene una presencia todavía reducida.
- Además, en 2018 hay que tener en cuenta la recuperación de Turquía, que vuelve a ocupar una posición entre los diez primeros destinos de los neerlandeses, y también el crecimiento a buen ritmo de Grecia. La evolución positiva de ambos mercados competidores, con precios más bajos, afectó a las reservas de paquetes a España. Los resultados no mejoran para el primer semestre de 2019: los datos disponibles sobre la evolución de los turistas de los Países Bajos hacia España (Frontur, INE) ya da una caída del -3,8%, mientras que se mantiene prácticamente estable la llegada de pasajeros procedentes de aeropuertos neerlandeses hacia España (+0,3%). Todo ello parece indicar que en 2019 España no va a poder revalidar los buenos resultados de años anteriores.
- Merece especial atención el turismo senior (65 y más años), ya que se trata de un segmento de edad que está creciendo en este mercado, y que tiene unas características muy atractivas, pues dispone de mayor poder adquisitivo y tiempo para viajar a lo largo de todo el año.

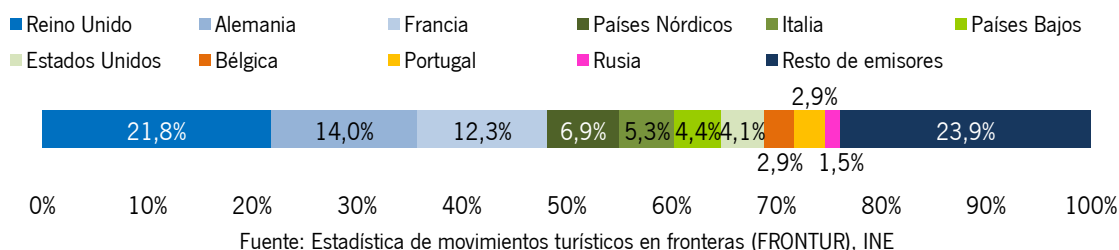
Fuente: Ficha ejecutiva, Estudios de Prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. INE, NTBC-NIPO Research y FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 38,2 millones de turistas internacionales en el acumulado enero-junio de 2019, el 4,4% 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 descenso del -3,8%.
- Cataluña y las islas son las principales CC.AA. receptoras del turismo neerlandés que llegó a España en este periodo, con cuotas cercanas al 18%, seguidas muy de cerca por Andalucía y la Comunidad Valenciana.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2019



Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo de los Países Bajos. Acumulado enero-junio 2019

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	18,4%	-9,5%
2	Cataluña	17,8%	6,2%
3	Baleares	17,7%	6,7%
4	Andalucía	16,5%	-7,0%
5	C. Valenciana	15,7%	-19,1%
6	Madrid	6,7%	11,5%
	España	100,0%	-3,8%

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

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA DE LOS PAÍSES BAJOS EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2019

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	144
Estancia media: (días)	7,4
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	60,4%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	91,3%
Uso de paquete turístico:	27,1%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	87,1%
Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 60,4% de los turistas neerlandeses que visitaron España en el primer semestre de 2019 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros neerlandeses suponen el 3,9% del total de noches foráneas realizadas en el país en este periodo, y han disminuido un -6,4% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Canarias es el principal destino nacional con una cuota del 31,7% en este periodo. Andalucía se posiciona en el segundo puesto del ranking del movimiento hotelero de España y ha registrado un descenso de pernoctaciones (-4,7%) inferior al registrado por la media de España (-6,4%).

Viajeros y pernoctaciones de los Países Bajos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2019

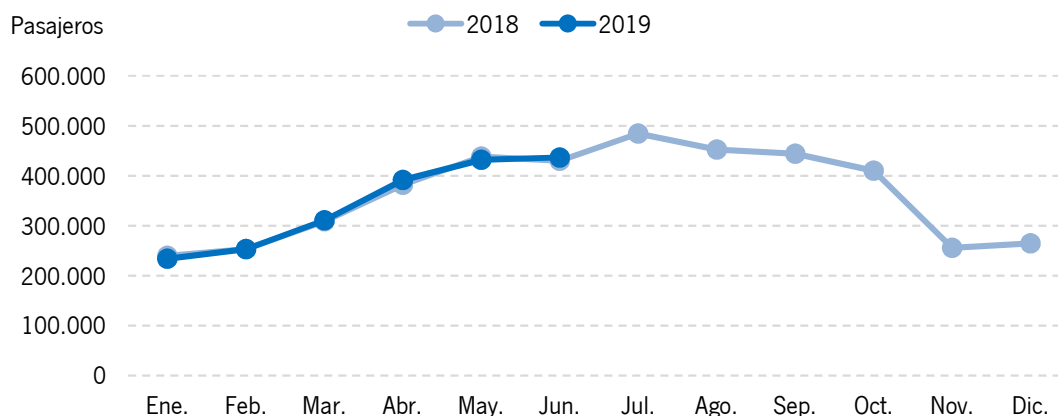
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	159.254	-3,3%	1.213.863	-4,8%	31,7%
Andalucía	197.521	-2,1%	675.523	-4,7%	17,6%
Baleares	118.331	-0,8%	641.190	-2,0%	16,7%
Cataluña	177.178	-11,2%	577.608	-14,2%	15,1%
C. Valenciana	108.451	-6,2%	411.934	-13,6%	10,8%
Madrid	67.271	-3,3%	142.204	-0,2%	3,7%
España	924.092	-4,2%	3.831.400	-6,4%	100,0%
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2019 a un total de 2,06 millones de pasajeros procedentes de los Países Bajos, solo un +0,3% más que en el año anterior. Esta cifra representa el 4,7% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.

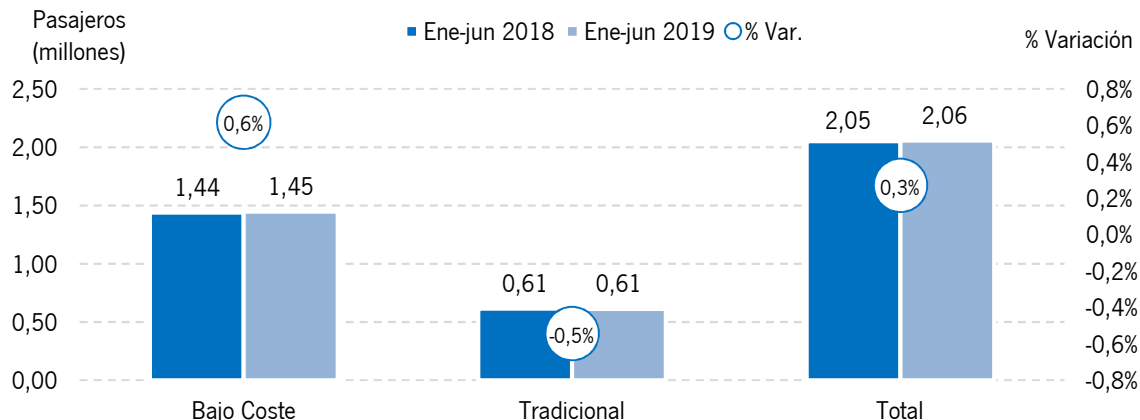
- Las compañías de bajo coste transportaron en el primer semestre de 2019 al 70,3% de los pasajeros procedentes de este mercado. Transavia holland Bv es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 61,9% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Bajos por meses. Años 2018 y 2019



Fuente: AENA

Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Bajos por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2019



Fuente: AENA

3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

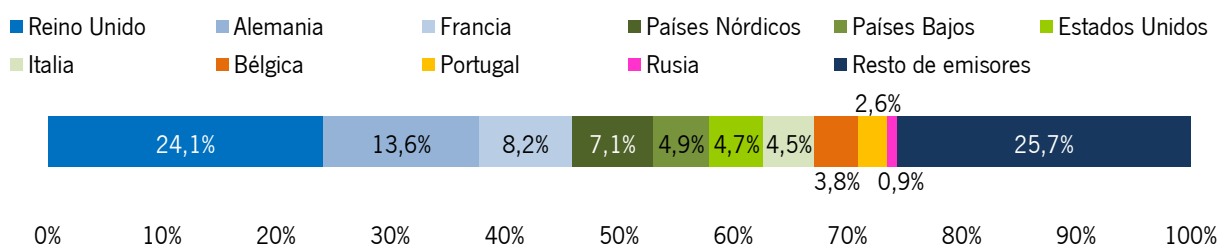
3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2019 a 198 mil viajeros de los Países Bajos, que han realizado 676 mil pernoctaciones, un -4,7% 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 2019, sus pernoctaciones suponen el 4,9% 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 2019

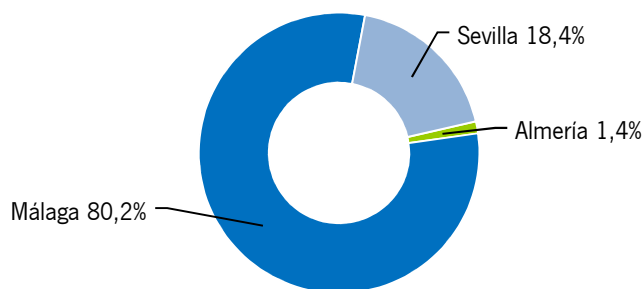


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

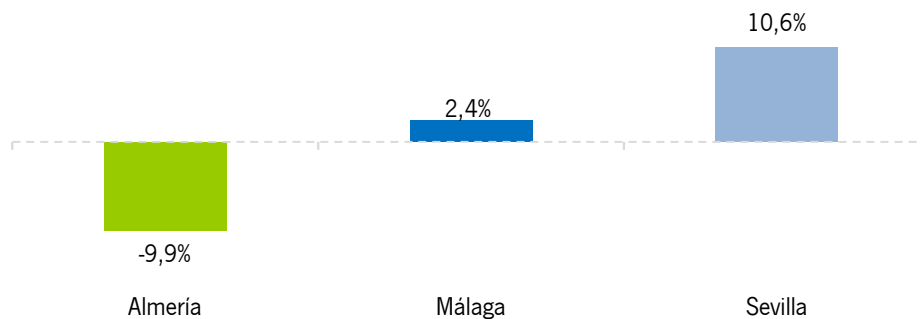
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre de 2019 a 336 mil pasajeros procedentes de aeropuertos de los Países Bajos, un +3,6% más que en el mismo periodo del anterior. El 95,3% utilizó una compañía de bajo coste, siendo Transavia holland Bv la CBC más utilizada, ya que transportó al 68,6% 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. Los crecimientos registrados en los aeropuertos de Sevilla y Málaga han conseguido compensar el retroceso de las llegadas de esta procedencia al aeropuerto de Almería. Este aeropuerto, que había registrado crecimientos consecutivos en todos los años del intervalo 2016-2018, salda el primer semestre de 2019 con un -9,9% menos de pasajeros.

Distribución de las llegadas de pasajeros de los Países Bajos a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2019



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de los Países Bajos a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2019



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO BELGA. ACUMULADO ENE-JUN 2019

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 2018 cada habitante del país.

86% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los belgas que ha tenido como destino un país extranjero en 2018. Otro 14% ha realizado su principal viaje de vacaciones en el propio país.

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

Viajes vacacionales⁶ al extranjero de los residentes en Bélgica. Años 2013-2018⁷

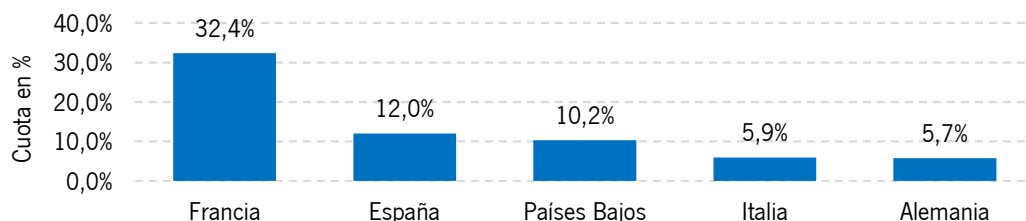
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2013	11.484	11,5%
2014	12.343	7,5%
2015	11.504	-6,8%
2016	14.434	25,5%
2017	13.444	..
2018	14.427	7,3%

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

+8,8% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años comparables (2012-2016) 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 2018



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

⁶ Los viajes vacacionales son de corta y de larga duración.

⁷ La encuesta de viajes de la población belga existe desde hace más de veinte años, pero en 2017 se desarrolló una nueva metodología para mejorar la calidad de los resultados y para armonizarla con las estadísticas europeas. Debido a estos cambios, los resultados de 2017 no pueden compararse automáticamente con los de 2016 y años anteriores.

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

22,6 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2018, un +4,3% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado enero-marzo de 2019 (+2,6%).

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

- Según datos del FMI, el crecimiento del PIB de Bélgica para el año 2018 ha sido del +1,4%, un crecimiento menor que el registrado el año anterior, debido principalmente a la ralentización del consumo y de la inversión privada. No obstante, la coyuntura económica no ha afectado al consumo de viajes turísticos de los belgas en 2018, porque los datos oficiales de dicho año apuntan a un crecimiento de las vacaciones al extranjero del +7,3%.
- Aunque el pronóstico de crecimiento de la economía belga para 2019 no sea muy favorable (un +1,2% en 2019 según datos del FMI), se espera que los belgas continuarán viajando al exterior, ya que la búsqueda de buen clima y de sol permanece como motivación trascendental para salir de vacaciones, si bien la previsión es la de un crecimiento moderado de sus salidas.
- La posición de España continúa siendo muy buena, siendo líder, junto con Francia, en el segmento vacacional, tanto en verano como en invierno. Las buenas conexiones aéreas durante todo el año entre España y Bélgica contribuyen al mantenimiento de las cifras, a pesar de la recuperación que se está operando en los competidores del área mediterránea (Turquía, Egipto y sobre todo Túnez).
- Debe tenerse en cuenta que, a la hora de elegir los destinos de playa, para los belgas las ofertas son muy importantes, y que este tipo de vacaciones siguen siendo las más populares para los belgas, sobre todo para familias con niños. La competencia vía precios de los destinos del mediterráneo es muy elevada, por lo que la cuota de España puede verse mermada.
- Los belgas cada vez reservan antes sus vacaciones, es una tendencia que constatan los turoperadores año tras año. El mes de enero es en el que reservan más viajes, por lo que es muy conveniente que las campañas dirigidas a captar dichas reservas se realicen con la suficiente antelación.
- 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. 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.

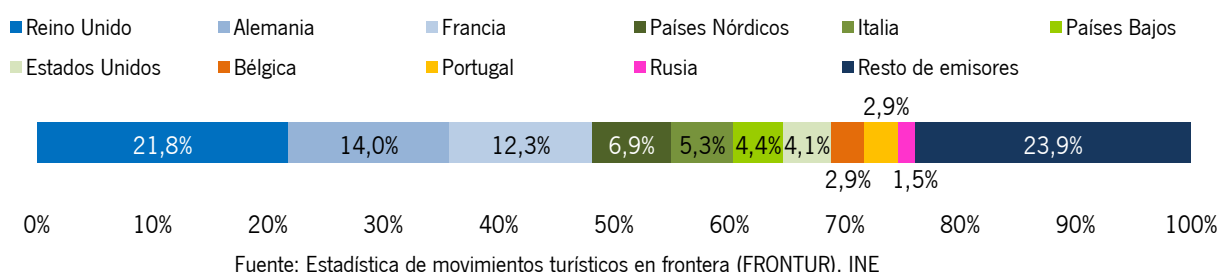
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de Prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña, y FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 38,2 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2019, el 2,9% procedía de Bélgica (1,1 millones de turistas), posicionándose como el octavo emisor extranjero más importante para España. Respecto al año anterior, este mercado ha evolucionado favorablemente, registrando una tasa de crecimiento del +1,7%.
- Andalucía es el segundo destino receptor de turismo belga en este periodo, solo superada por Comunidad Valenciana, y registra una mejor evolución que la media de España.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2019



Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo belga. Acumulado enero-junio 2019

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	C. Valenciana	21,4%	-1,3%
2	Andalucía	19,9%	6,1%
3	Canarias	19,5%	24,2%
4	Cataluña	12,4%	-20,0%
5	Baleares	10,3%	5,5%
6	Madrid	7,6%	-7,9%
	España	100,0%	1,7%

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

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA BELGA EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2019

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	130
Estancia media: (días)	7,8
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	58,4%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	92,7%
Uso de paquete turístico:	22,5%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	86,9%
Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

2.4 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 58,4% de los turistas belgas que visitaron España en el primer semestre de 2019 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 disminuido un -1,7% respecto al año anterior.
- Canarias es el principal destino nacional, presentando un crecimiento de noches del +2,9%. Andalucía, con una cuota del 19,1%, ocupa la segunda posición en el ranking del movimiento hotelero de España y ha registrado en el primer semestre de 2019 un descenso de pernoctaciones de belgas (-4,6%).

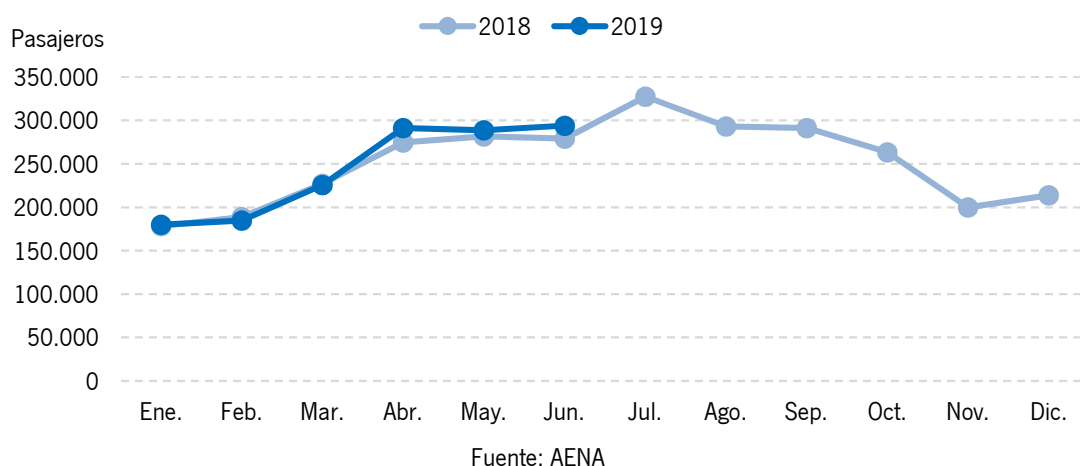
Viajeros y pernoctaciones de belgas en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2019

CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	124.781	2,5%	953.024	2,9%	35,1%
Andalucía	123.310	-4,3%	518.175	-4,6%	19,1%
Cataluña	142.213	-1,3%	455.435	-7,6%	16,8%
C. Valenciana	66.734	-7,0%	331.733	-9,2%	12,2%
Baleares	50.476	10,2%	252.473	5,0%	9,3%
Madrid	44.773	13,9%	95.270	12,3%	3,5%
España	614.265	0,7%	2.717.137	-1,7%	100,0%
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

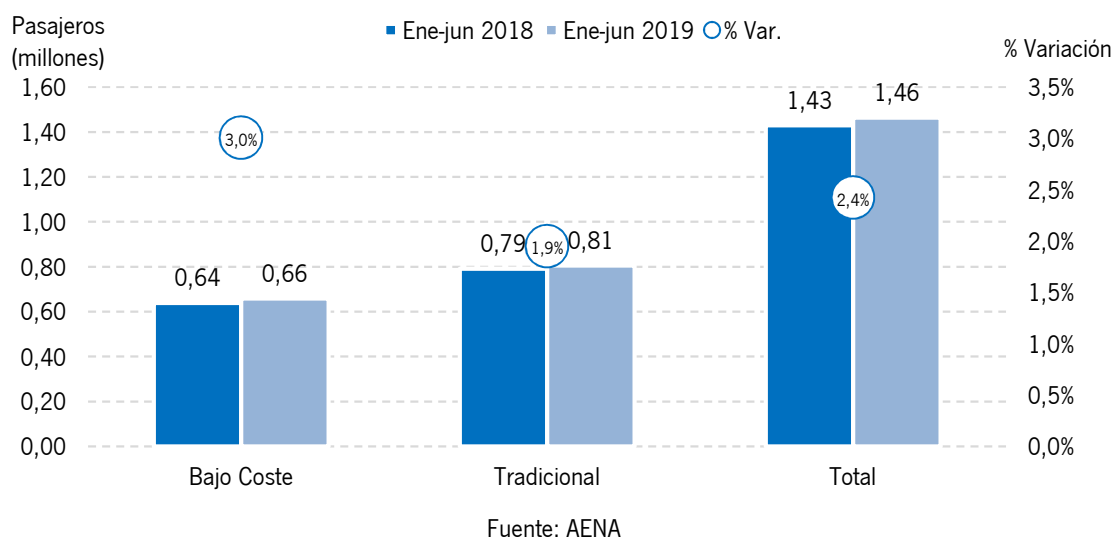
2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2019 a un total de 1,46 millones de pasajeros procedentes de Bélgica, un +2,4% más que en el mismo periodo del año anterior, y crecimientos a partir del segundo trimestre de 2019. 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 primer semestre de 2019 al 45,0% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 80,0% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Bélgica por meses. Años 2018 y 2019



Llegadas de pasajeros a España procedentes de Bélgica por tipo de compañía. Año 2018

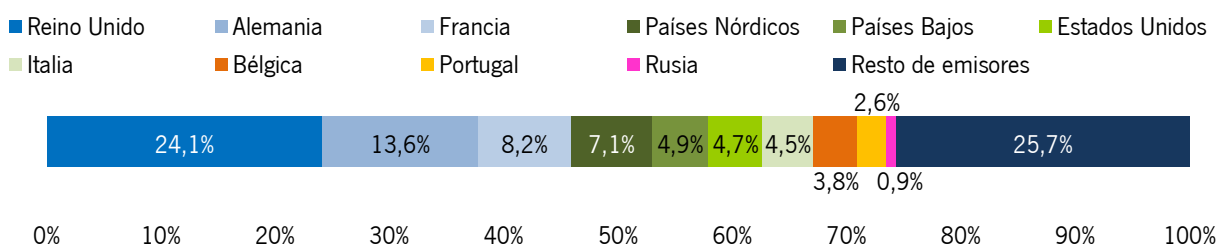


3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2019 a 123 mil viajeros belgas que han realizado 518 mil pernoctaciones, un -4,6% menos de noches que en el mismo periodo del año anterior.
- El belga es el octavo emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el primer semestre de 2019, 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 2019

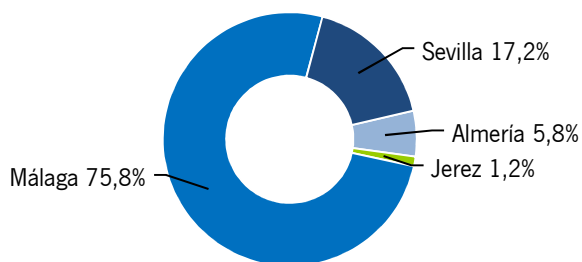


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

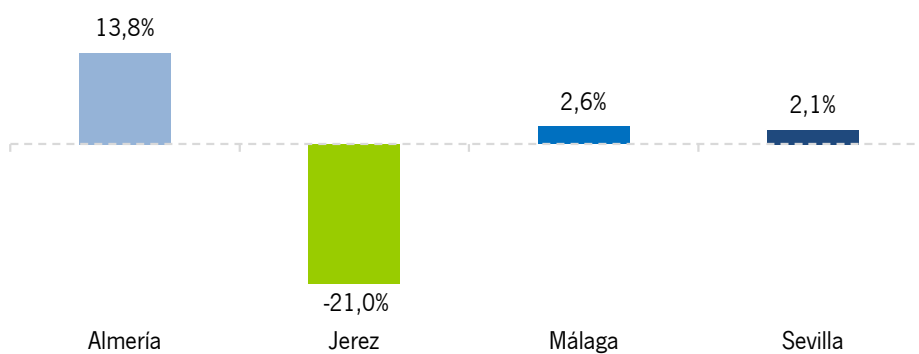
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre de 2019 a 257 mil pasajeros procedentes de Bélgica, un +2,7% más que en el mismo periodo del año anterior. El 40,9% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 87,5% de los 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. Ambos aeropuertos, así como el aeropuerto de Almería, han evolucionado de manera positiva en el primer semestre de 2019, compensando el descenso del aeropuerto de Jerez.

Distribución de las llegadas de pasajeros de Bélgica a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2019



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de Bélgica a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2019



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ITALIANO. ACUMULADO ENE-JUN 2019

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 2018 cada habitante del país.

28% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los italianos que ha tenido como destino un país extranjero en 2018. El 72% restante realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

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

Viajes por motivos personales al extranjero de los residentes en Italia. Años 2014-2018*

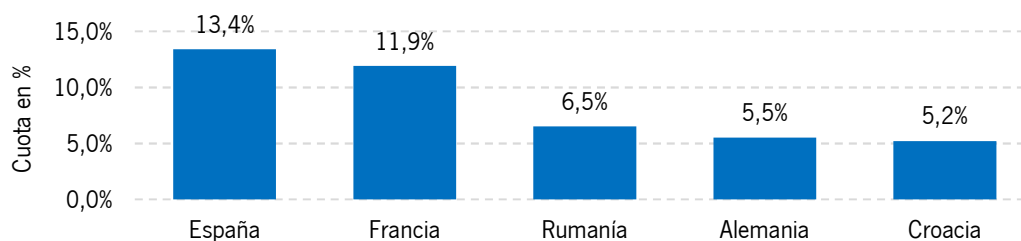
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2014	10.963	12,1%
2015	9.454	-13,8%
2016	9.725	2,9%
2017	11.003	13,1%
2018	13.944	26,7%

Fuente: Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)

+6,2% 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 2018



Fuente: Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)

* 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

30,1 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2018, un +3,8% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado enero-marzo de 2019 (+7,3%).

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 2018, y según datos del FMI, el crecimiento del PIB italiano se situó en el +0,9%, pero la economía italiana ha entrado en recesión, y debido al debilitamiento del consumo privado, la reducción del impulso fiscal y la desaceleración de la demanda externa, es por lo que este organismo ha corregido a la baja sus pronósticos de crecimiento para la economía italiana en 2019 (+0,0%) y 2020 (+0,5%). Además, el nuevo Gobierno formado por el Movimiento 5 estrellas (M5S) y la Liga Norte, no goza de gran popularidad.

Sin embargo, este clima económico y político-social parece no haber influido negativamente en la demanda de viajes de los italianos: según ISTAT, en 2018 se han realizado un +15,9% de viajes de vacaciones, siendo el crecimiento de las vacaciones en el extranjero aún más acusado (+26,7%).

- Italia continúa siendo el principal destino para viajar de los italianos. Igualmente, España y Francia son tradicionalmente los dos países extranjeros más visitados. Francia predomina en las vacaciones cortas, mientras que España lo hace en las vacaciones de larga duración.
- España es un destino muy atractivo para el mercado italiano: con buena climatología, aceptable relación precio/calidad en comparación con Italia, calidad de las infraestructuras, buena conectividad, gastronomía, patrimonio, diversificación de la oferta, afinidades culturales y buena disposición de los españoles en general hacia el turista italiano.
- Aunque el producto más popular de España para este emisor sigue siendo el sol y playa, la tendencia es a combinarlo con otros productos. Se viene observando un aumento de viajes relacionados con la cultura y las ciudades españolas, su gastronomía, sus paisajes y naturaleza menos conocidos. Este tipo de turismo favorece las estancias más cortas y puede desarrollarse a lo largo de todo el año. También aumenta la demanda de este mercado hacia viajes responsables (elección de destinos que no dañen el medio ambiente y sean ecosostenibles), viajes lúdico-deportivos y hacia la personalización del viaje, gastando más en servicios que enriquezcan su experiencia del viaje.
- La recuperación de destinos como Túnez, Egipto y Turquía no es demasiado preocupante para España, primero, porque estos son destinos muy turoperados, y solo el 16% de los italianos que visitaron España en 2018 utilizó el paquete turístico para organizar su viaje. Y segundo, porque la oferta de paquetes de los operadores, tanto para Canarias como Baleares, no puede considerarse

una oferta de sustitución de destinos baratos para el segmento familiar, ya que son paquetes más caros.

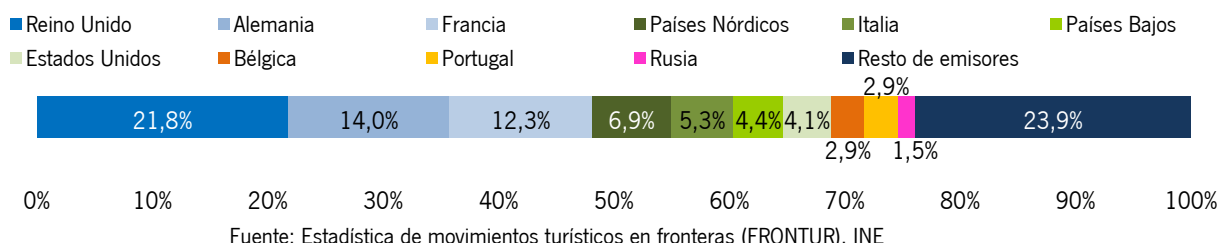
- No obstante, las islas y el litoral mediterráneo español también deben tener en cuenta la aparición de nuevos competidores para las vacaciones de sol y playa de los italianos: Albania, Montenegro y Bulgaria.
- Para la temporada de verano 2019 el margen de crecimiento de este mercado para España es escaso, y lo más probable es que finalice el año con idénticas cifras del año pasado o con incremento escaso.

Fuente: Ficha ejecutiva, Estudios 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 38,2 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2019, el 5,3% procedía de Italia (2 millones), posicionándose como el quinto emisor extranjero más importante para España. Este mercado ha evolucionado favorablemente a lo largo de este semestre, registrando una tasa de crecimiento del +7,5%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo italiano en el primer semestre de 2019, seguido por Madrid y Andalucía.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2019



Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo italiano. Acumulado enero-junio 2019

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	29,4%	11,5%
2	Madrid	18,7%	24,5%
3	Andalucía	13,4%	9,1%
4	C. Valenciana	11,7%	8,8%
5	Baleares	10,0%	-6,5%
6	Canarias	8,9%	-18,9%
	España	100,0%	7,5%

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

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ITALIANO EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2019

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	127
Estancia media: (días)	5,5
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	67,8%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	95,0%
Uso de paquete turístico:	16,5%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	76,6%
Fuente: Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 67,8% de los turistas italianos que visitaron España en el primer semestre de 2019 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros italianos suponen el 4,2% del total de noches foráneas realizadas en el país en este periodo, y han aumentado un +9% respecto al año anterior.
- Para el acumulado enero-junio de 2019, Cataluña y las islas Canarias son los destinos nacionales favoritos del viajero italiano, aunque con evoluciones dispares frente al mismo periodo del año anterior. Andalucía, tercera en el ranking, registra un importante crecimiento del +20,2%, la mejor evolución de las principales CC. AA. turísticas.

Viajeros y pernoctaciones de italianos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2019

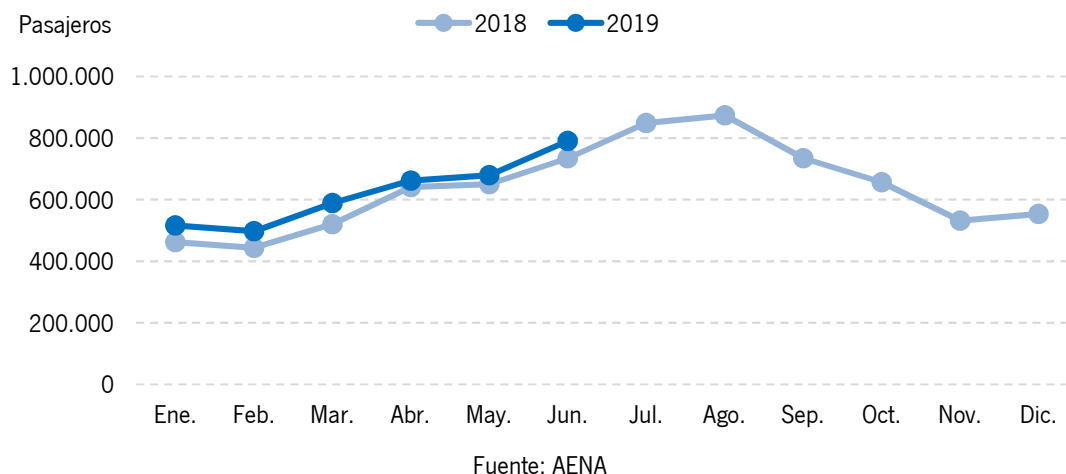
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Cataluña	393.641	11,8%	1.030.227	15,8%	24,9%
Canarias	110.784	-5,0%	763.410	-6,2%	18,4%
Andalucía	267.538	19,1%	610.730	20,2%	14,8%
Baleares	130.018	8,0%	570.327	9,7%	13,8%
Madrid	205.144	9,4%	497.349	14,6%	12,0%
C. Valenciana	133.966	5,9%	365.285	4,9%	8,8%
España	1.402.810	10,3%	4.139.274	9,0%	100,0%
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

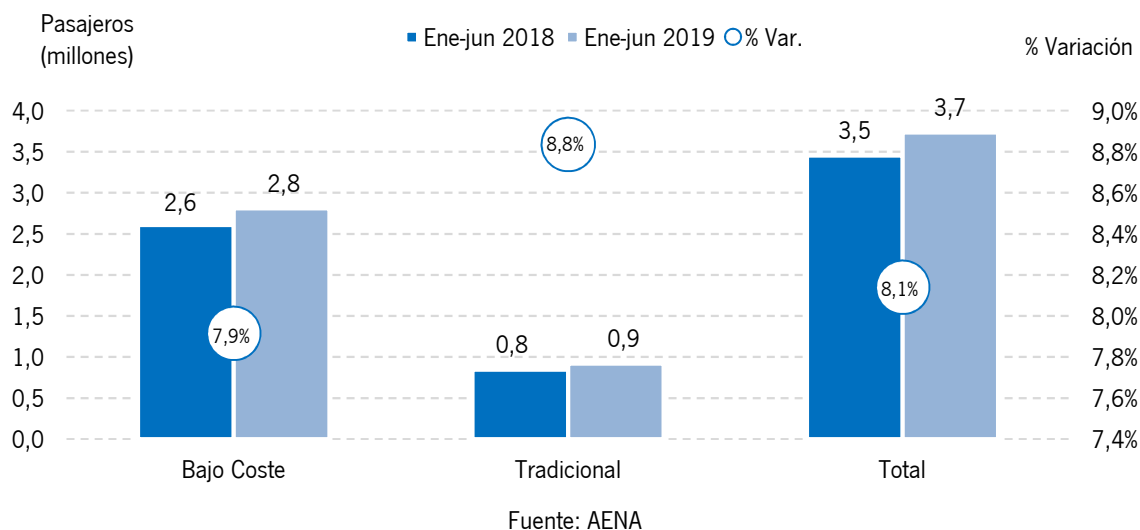
- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2019 a un total de 3,7 millones de pasajeros procedentes de Italia, un +8,1% más que en el mismo periodo del año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2019. Esta cifra representa el 8,6% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.

- Las compañías de bajo coste transportaron en el primer semestre de 2019 al 75,3% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 56,6% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este periodo).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Italia por meses. Años 2018 y 2019



Llegadas de pasajeros a España procedentes de Italia por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2019

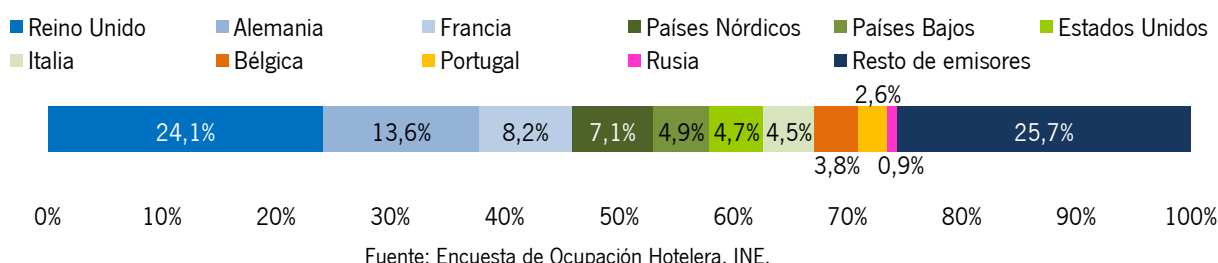


3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2019 a 268 mil viajeros italianos que han realizado 611 mil pernoctaciones, un +20,2% más de noches que en el mismo periodo del año anterior.
- El italiano es el séptimo emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el acumulado enero-junio de 2019, sus pernoctaciones suponen el 4,5% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región en dicho periodo.

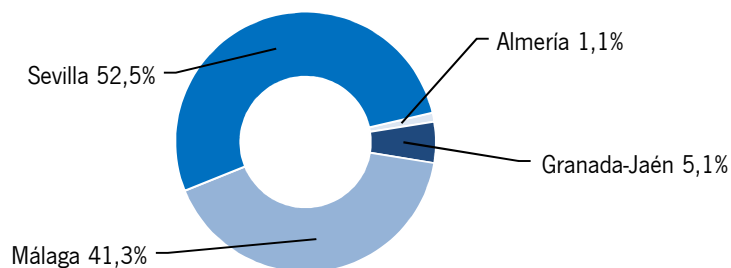
Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-junio 2019



3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

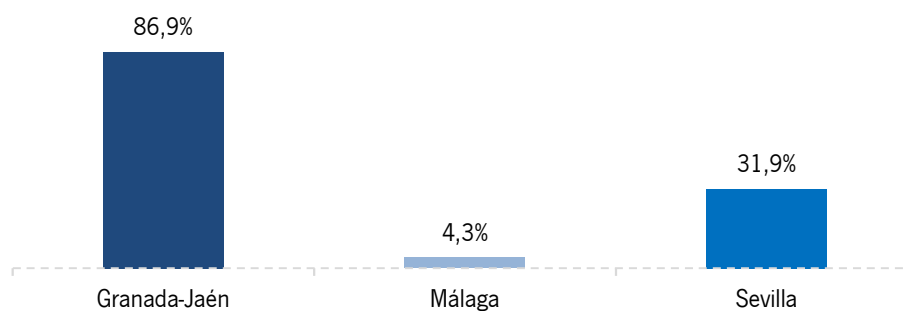
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre de 2019 a 376 mil pasajeros procedentes de Italia, un +21,8% más que en el año anterior. El 92,3% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 66,0% de los pasajeros de este tipo de compañías en este periodo.
- 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 2019, registrando el aeropuerto sevillano el mayor crecimiento de los dos (+31,9% frente al +4,3% de Málaga). Más elevado aún es el crecimiento registrado en el aeropuerto de Granada-Jaén, potenciado por la conexión con el aeropuerto de Nápoles abierta en septiembre de 2018. Igualmente, el aeropuerto de Almería estrena conexión con el aeropuerto Malpensa de Milán, lo que le ha permitido canalizar hasta un 1,1% de pasajeros de esta procedencia en el primer semestre de 2019.

**Distribución de las llegadas de pasajeros de Italia a los aeropuertos andaluces.
Acumulado enero-junio 2019**



Fuente: AENA

**Evolución de las llegadas de pasajeros de Italia a los aeropuertos andaluces*.
Acumulado enero-junio 2019**



Fuente: AENA

* En este gráfico no se ha incluido al aeropuerto de Almería por la magnitud del crecimiento que ha experimentado en el primer semestre de 2019. En efecto, en el primer semestre de 2018 el número de llegadas de pasajeros procedentes de aeropuertos italianos al aeropuerto de Almería era prácticamente inexistente, mientras que en el acumulado enero-junio de 2019 las llegadas superan los 4.000 pasajeros.

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO PORTUGUÉS. ACUMULADO ENE-JUN 2019

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 2018 cada habitante del país.

24% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los portugueses que ha tenido como destino un país extranjero en 2018. El 76% restante realizó su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuentes: Eurostat, European Commission

Viajes turísticos¹⁰ al extranjero de los residentes en Portugal. Años 2014-2018

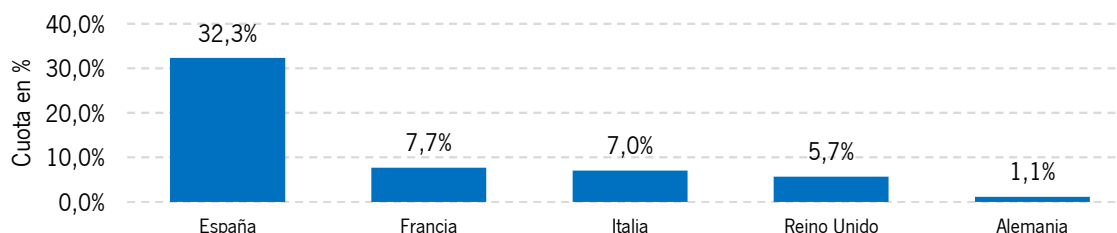
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2014	1.628,4	9,3%
2015	1.892,5	16,2%
2016	1.940,6	2,5%
2017	2.194,7	13,1%
2018	2.485,7	13,3%

Fuente: INE – Inquérito às Deslocações dos Residentes

+11,3% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en los viajes turísticos al extranjero.

España es, con diferencia, el principal destino extranjero de los turistas portugueses.

Principales destinos de los viajes vacacionales largos al extranjero de los portugueses. Año 2018



Fuente: INE – Inquérito às Deslocações dos Residentes

¹⁰ Los viajes turísticos comprenden los viajes por motivos de relax, vacaciones, ocio o reposo, las visitas a familiares y amigos, por negocios, por motivos religiosos/peregrinaciones, para recibir tratamientos de salud o curas termales.

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

5,6 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2018, un +9,6% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado enero-junio de 2019 (+10,4%).

47^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, en el año 2018 la tasa de crecimiento del PIB luso ha sido del +2,4%, superior a la media de la zona euro, y asimismo prevé un crecimiento en 2019 del +1,9%, acompañado de una reducción de la inflación (del +1,2% en 2018 al +0,9% en 2019) y de una moderación de la tasa de desempleo (del 7% en 2018 al 6,1% en 2019). El clima económico favorable del año 2018 propició un mayor volumen de viajes de los portugueses en dicho año, tanto viajes domésticos como viajes al extranjero, e invita a ser optimista para el año 2019, si la coyuntura económica evoluciona según los pronósticos.
- Es tradición que los portugueses disfruten el grueso de sus vacaciones en el propio país. Además, los organismos lusos de promoción turística realizan campañas publicitarias regulares para captar y mantener el turismo doméstico, con bastante éxito. Ello convierte a Portugal en el principal competidor. Pero cuando viajan al extranjero, España es el primer destino internacional con diferencia.
- España mantiene su ventaja comparativa respecto a otros destinos internacionales por su proximidad geográfica, que propicia, tanto la fácil integración de los turistas lusos en el estilo de vida español, como su conectividad aérea y por carretera. No obstante, esta cercanía también favorece el excursionismo y las escapadas cortas, por lo que el gasto medio por persona y la estancia media de los portugueses en España son de los más bajos de entre todos los turistas extranjeros que recibe España.
- El auge del turismo extranjero en Portugal ha provocado que el turista residente encuentre que determinados destinos domésticos están muy saturados, sobre todo en verano. Ello favorece a los destinos españoles más competitivos en precio, y está alterando el comportamiento del consumidor luso a la hora de reservar, obligándoles a realizarlas con mayor antelación si quieren garantizar sus vacaciones, o si desean aprovechar las ofertas de reserva anticipada.
- También se viene constatando una recuperación de los destinos de “sol y playa” tradicionales solo accesibles por avión (Túnez, Egipto, Grecia y Turquía), una vez que han mejorado las condiciones de seguridad de estos destinos, así como un incremento de la elección de destinos lejanos, aunque tradicionales en este mercado, como Brasil, Cabo Verde, México, Cuba, la República Dominicana o Tailandia, favorecidos por la mayor capacidad de compra de los portugueses dada la mejoría económica del país.
- A partir de abril de 2019 se han abierto nuevas conexiones aéreas desde Oporto con Málaga, Sevilla, Bilbao y Alicante. Es una oportunidad para captar viajeros del norte de Portugal interesados

más bien en un turismo de “city breaks”, que en un turismo de “sol y playa”, lo que favorecería a los objetivos diversificación de la demanda (tanto espacial y temporal como de tipo de producto) y a la captación de turistas lusos dispuestos a gastar más.

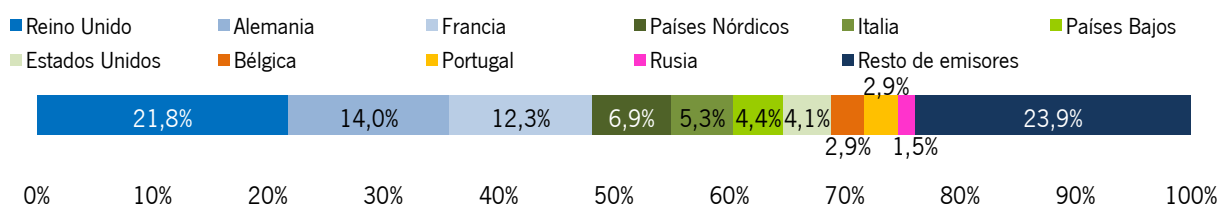
Fuente: Ficha ejecutiva, Informes de prospectiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña; FMI; INE PT.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 38,2 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2019, el 2,9% procedía de Portugal (1,1 millones de turistas), posicionándose como el noveno emisor extranjero más importante para España. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha evolucionado favorablemente, registrando una tasa de crecimiento del +13,5%.
- Galicia es el principal receptor de turismo portugués en España, seguido por Andalucía y Madrid.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2019



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

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo portugués. Acumulado enero-junio 2019

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Galicia	24,3%	20,0%
2	Andalucía	15,3%	41,8%
3	Madrid	15,0%	-1,1%
4	Extremadura	10,3%	5,3%
5	Castilla y León	8,6%	-14,7%
6	Cataluña	7,9%	4,8%
7	C. Valenciana	5,7%	21,1%
	España	100,0%	13,5%

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

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA PORTUGUÉS EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2019

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	127
Estancia media: (días)	2,8
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	66,8%
Principal vía de acceso: Carretera	83,1%
Uso de paquete turístico:	12,4%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	61,9%
Fuente: Estadística de movimientos turísticos en frontera (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

2.5 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 66,8% de los turistas portugueses que visitaron España en el primer semestre de 2019 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros portugueses suponen el 1,7% del total de noches foráneas realizadas en el país en este periodo y han aumentado un +12,4% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Andalucía¹¹, con una cuota del 21,0%, es el principal destino nacional, presentando un importante crecimiento (+20,0%) para los seis primeros meses de 2019.

Viajeros y pernoctaciones de portugueses en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2019

CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Andalucía	153.217	41,6%	353.778	20,0%	21,0%
Madrid	130.204	6,9%	258.566	11,8%	15,3%
Cataluña	101.434	8,5%	246.234	1,6%	14,6%
Canarias	25.078	16,0%	136.854	18,1%	8,1%
C. Valenciana	35.451	8,0%	125.761	19,5%	7,4%
Baleares	25.738	-9,2%	125.422	-13,2%	7,4%
España	728.599	16,7%	1.688.140	12,4%	100,0%
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

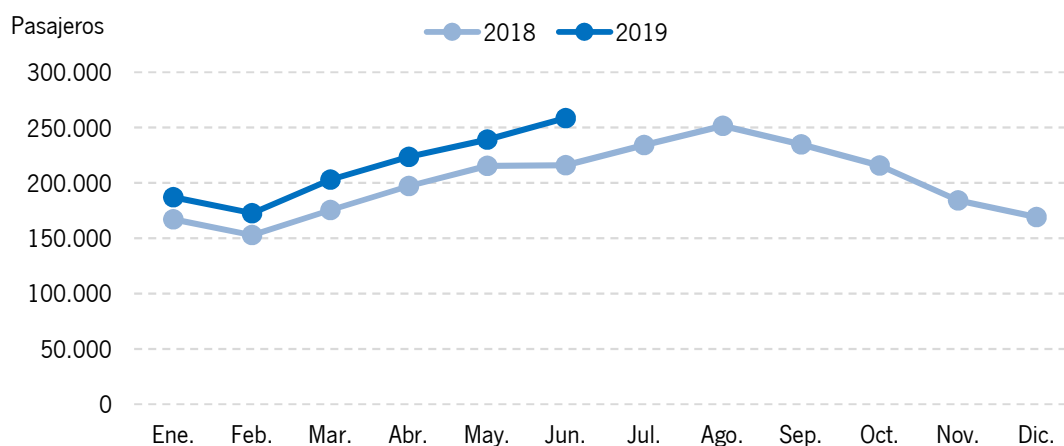
- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre de 2019 a un total de 1,3 millones de pasajeros procedentes de Portugal, un +14,2% más que en el mismo periodo del año anterior,

¹¹ Hasta que INE no publique los datos definitivos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del año 2019 no se dispondrá de los datos viajeros y pernoctaciones de portugueses realizados en las Comunidades Autónomas de Galicia, Castilla y León y Extremadura. Solo se dispone por el momento de datos mensuales para las principales CC.AA. turísticas y ciertos mercados emisores extranjeros.

y crecimientos en todos los meses de 2019. Esta cifra representa el 2,9% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.

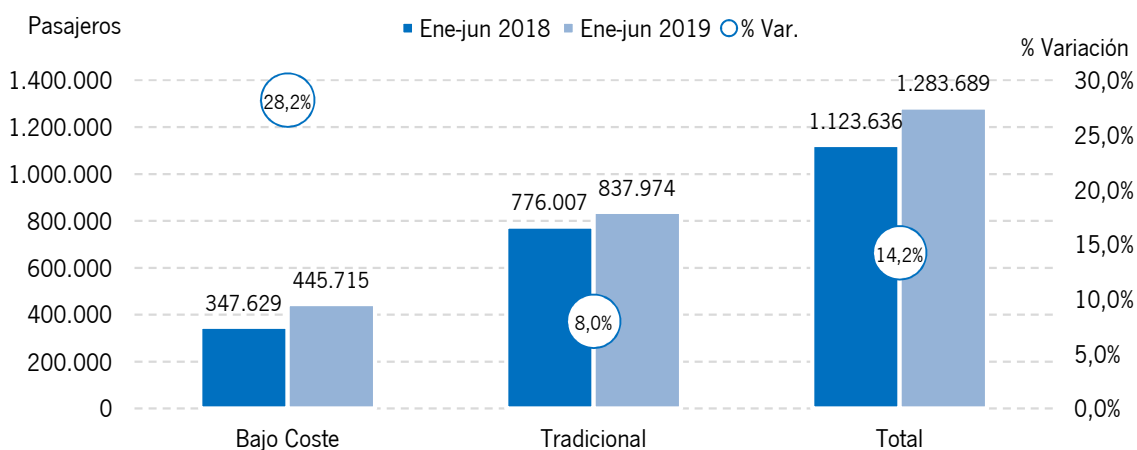
- Las compañías de bajo coste transportaron en el primer semestre de 2019 al 34,7% de los pasajeros procedentes de este mercado. Vueling y RyanAir son las CBC más importantes (transportaron a España el 43,0% y el 42,6%, respectivamente, de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este periodo).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Portugal por meses. Años 2018 y 2019



Fuente: AENA

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Portugal por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2019



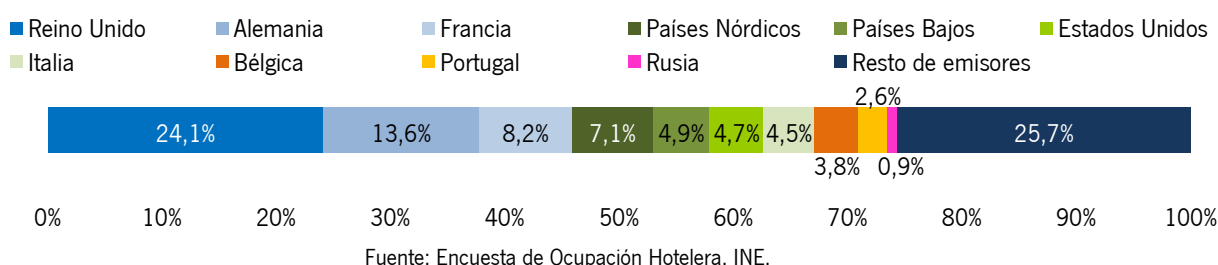
Fuente: AENA

3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2019 a 153 mil viajeros portugueses que han realizado 354 mil pernoctaciones, un +20,0% más de noches que en el mismo periodo del año anterior.
- El mercado portugués es el noveno emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el acumulado enero-junio de 2019. Sus pernoctaciones suponen el 2,6% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de Andalucía en dicho periodo.

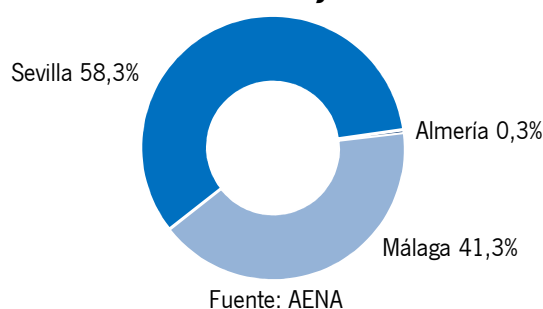
Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-junio 2019



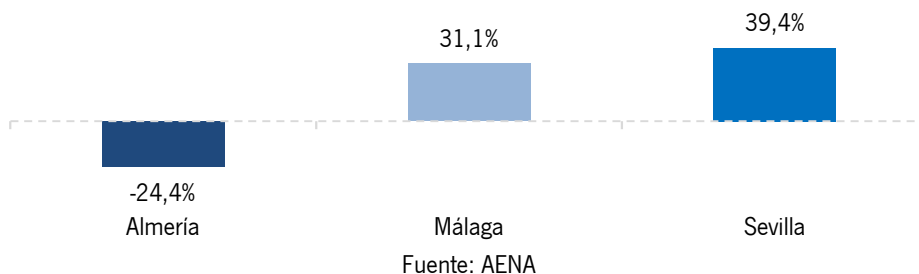
3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el año 2018 a 113 mil pasajeros procedentes de Portugal, un +21,8% más que en el año anterior. La gran mayoría de estos pasajeros (96,1%) utilizó una compañía tradicional en su traslado a Andalucía.
- Prácticamente la totalidad del tráfico de pasajeros entre Portugal y Andalucía se realiza a través de los aeropuertos andaluces de Sevilla y Málaga. Ambos aeropuertos registran crecimientos en la llegada de pasajeros de esta procedencia para el primer semestre de 2019, si bien destaca el aumento del aeropuerto sevillano (+39,4%). El aeropuerto de Almería, evoluciona fuertemente a la baja, con lo que reduce su cuota al mínimo.

Distribución de las llegadas de pasajeros de Portugal a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2019



**Evolución de las llegadas de pasajeros de Portugal a los aeropuertos andaluces.
Acumulado enero-junio 2019**



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 et des Finances	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
Portugal	Instituto Nacional Estatística	Inquérito às Deslocações dos Residentes Procura Turística dos Residentes	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)	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)	