

Principales cifras mercados turísticos extranjeros en Andalucía I Semestre Año 2017

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



Unión Europea

Fondo Europeo
de Desarrollo Regional

PRINCIPALES CIFRAS MERCADOS TURÍSTICOS EXTRANJEROS EN ANDALUCÍA

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte

EDITA

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

ELABORA

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

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

ÍNDICE

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

INTRODUCCIÓN

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

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

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

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

También se pretende que todos los indicadores y variables hagan referencia al mismo periodo de tiempo, pero al depender en gran medida de fuentes externas (internacionales y propias de cada emisor), en algunos casos no es posible, 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 2017

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

1,0 es la propensión a viajar al extranjero por motivos personales o profesionales, es decir, el número de viajes turísticos que realizó en 2016 cada habitante del país.

69% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los británicos que se prevé tendrá como destino un país extranjero en 2016. Otro 31% espera realizar su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuentes: Canadean Travel and Tourism y Preferences of Europeans towards tourism January 2016, Flash Eurobarometer 432, European Commission

Visitas al extranjero de los residentes en el Reino Unido. Años 2012-2016

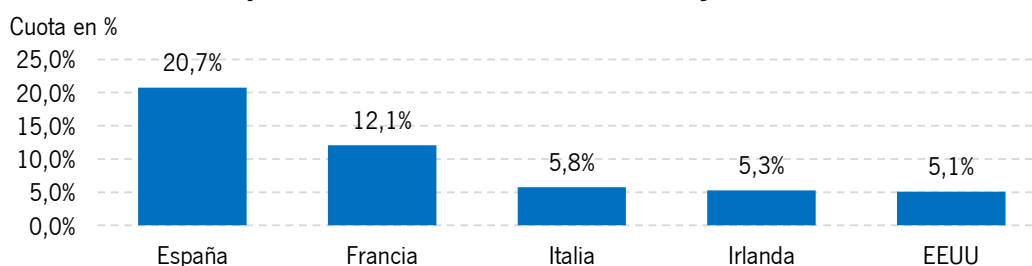
AÑOS	Visitas (miles)	% Variación
2012	56.538	-0,5%
2013	57.792	2,2%
2014	60.082	4,0%
2015	65.720	9,4%
2016	70.815	7,8%

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

+5,8% 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 2016



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

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

63,6 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2016, un +13,8% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado ene-mar de 2017 (+8,0%).

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

- Los temidos **impactos negativos** que el **Brexit** (la salida del Reino Unido de la UE) iban a producir tanto en el volumen de turistas que el Reino Unido emite al extranjero así como en el gasto turístico que realizan, **no se han materializado en el corto plazo**: aunque si se ha producido una devaluación de la libra esterlina respecto al euro (descendiendo un -10,5% desde el referéndum del día 23 de junio hasta finales de diciembre de 2016, y otro -1,9% entre enero y junio de 2017), los viajes al extranjero de los británicos han aumentado un +7,8% en 2016 y un +3,8% en la primera mitad del año 2017. Téngase en cuenta que gran parte de los viajes de la temporada de verano 2016 se habían reservado y pagado antes del referéndum, y aunque la libra se ha devaluado, muchos destinos, entre ellos España, aún siguen siendo económicos y asequibles para los británicos.
- Además de los efectos inmediatos que producen las fluctuaciones en la cotización de la libra, es la economía doméstica la que en última instancia decide si se realiza o no un viaje turístico. **A medio y largo plazo**, es previsible una desaceleración de la economía británica como consecuencia del Brexit, y por tanto un descenso de las rentas disponibles. La economía británica comienza 2017 con signos de ralentización: el FMI que cifró el crecimiento del PIB del país para 2017 en el +2,0%, ha rebajado recientemente su pronóstico de crecimiento al +1,7%, porque el ritmo de crecimiento en el primer trimestre ha sido inferior a las perspectivas iniciales. El componente que más se está viendo afectado es el consumo de las familias, castigado por la pérdida de poder adquisitivo en un contexto de inflación al alza generado por la depreciación de la libra.
- Otros factores importantes a medio plazo son los efectos sobre la operatividad aérea y su influencia en la turoperación (para aquellos que incluyen vuelos en su oferta). El acceso al acuerdo de “cielos abiertos” con la UE es un asunto clave en las negociaciones del Brexit para las compañías aéreas. De no conseguirse, para operar vuelos desde el Reino Unido, sería necesario buscar acuerdos bilaterales con cualquier destino de la UE, con los efectos y perjuicios que ello supondría.
- A pesar de las dificultades, los británicos no van a renunciar fácilmente a sus vacaciones, porque para ellos se han convertido en una necesidad y no en un lujo. A ello se une el clima adverso del Reino Unido, que motiva a sus ciudadanos a viajar más al extranjero. Así, las condiciones meteorológicas ejercen una gran influencia en la elección del destino, aumentando las vacaciones domésticas si el clima es favorable, y al contrario.
- Los británicos valoran cada vez más la seguridad de los destinos. España y otros destinos europeos se beneficiaron en 2016 de un volumen de turistas británicos desplazados de otros destinos competidores de la cuenca mediterránea (Egipto, Túnez y Turquía) afectados por situaciones de terrorismo o de inestabilidad política y social. También se vieron beneficiados destinos más lejanos, ayudado por la

reducción del impuesto APD. Se confirma que, los problemas de inseguridad, no disuaden al británico de viajar, pero sí alteran los destinos que deciden visitar.

- 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.

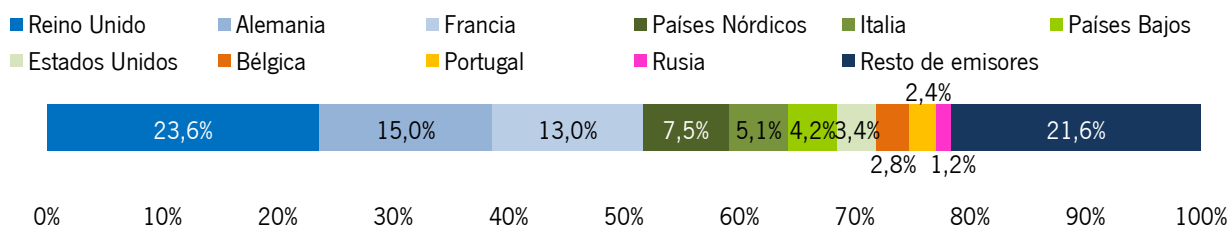
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. Canadean Travel and Tourism y FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 36,4 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2017, el 23,6% 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 crecimiento del +9,1%.
- Los destinos insulares y Andalucía son los principales receptores de turismo británico.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2017



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo británico. Acumulado enero-junio 2017

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	30,5%	15,1%
2	Andalucía	17,1%	5,6%
3	Baleares	16,8%	4,4%
4	C. Valenciana	16,1%	15,3%
5	Cataluña	11,7%	8,7%
6	Madrid	3,0%	-2,9%
	España	100,0%	9,1%

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 63,1% de los turistas británicos que visitaron España en el primer semestre de 2017 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones de británicos suponen el 25,6% del total de pernoctaciones de extranjeros realizadas en este periodo, y han crecido respecto al mismo periodo del año anterior a una tasa del +3,2%.
- Canarias y Baleares son los destinos nacionales más importantes. Andalucía se posiciona en el tercer puesto y registra para el primer semestre de 2017 un crecimiento de pernoctaciones de británicos (+2,3%) en línea con la media de España.

Viajeros y pernoctaciones de británicos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2017

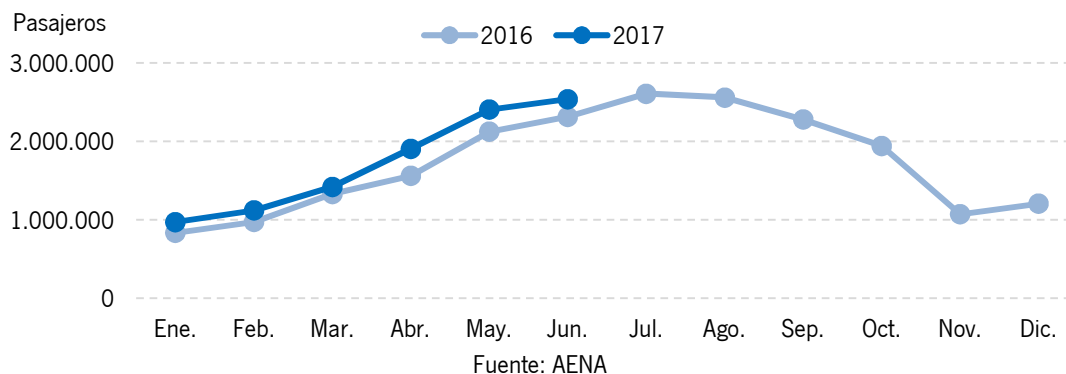
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	1.325.245	9,2%	10.116.564	6,8%	40,5%
Baleares	878.732	-6,9%	5.146.333	-6,0%	20,6%
Andalucía	751.598	3,4%	3.308.175	2,3%	13,3%
C. Valenciana	571.533	9,2%	2.981.343	9,6%	11,9%
Cataluña	657.056	1,7%	2.459.315	4,6%	9,9%
Madrid	197.323	-2,5%	447.629	0,1%	1,8%
España	4.635.343	3,1%	24.958.295	3,2%	100,0%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

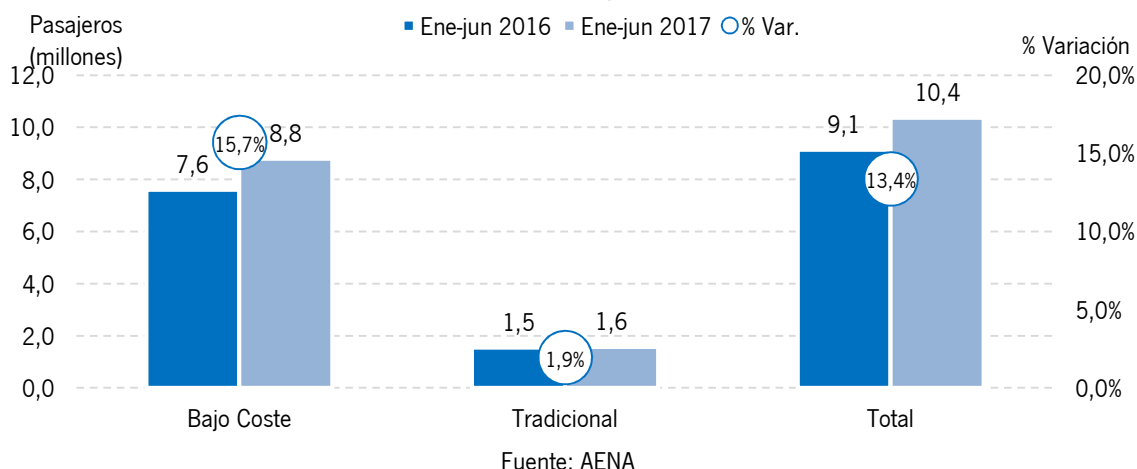
2.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre del año 2017 a un total de 10,4 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido, un +13,4% más y crecimientos en todos los meses de 2017. Esta cifra representa el 25,9% 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 2017 al 84,8% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir y EasyJet Airlines son las CBC más importantes: trajeron a España al 55,6% de los pasajeros de bajo coste procedentes de aeropuertos británicos.

Llegadas de pasajeros a España procedentes del Reino Unido por meses. Años 2016 y 2017



**Llegadas de pasajeros a España procedentes del Reino Unido por tipo de compañía.
Acumulado enero-junio 2017**



3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA BRITÁNICO EN ANDALUCÍA

- Se estima en 2,82 millones los turistas británicos que visitaron Andalucía en 2016, que representan el 26,3% del turismo extranjero y el 10,0% del total de turistas recibidos en la región durante este año. Respecto al año anterior el turismo británico ha aumentado un +15,9%.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	53,7%	Gasto medio diario en destino*: (euros)	70,66
Edad: De 45 a 64 años	30,2%	Estancia media: (días)	10,0
Situación laboral: Ocupados	63,8%	Estacionalidad: (concentración en el 3º trim.)	34,3%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA		Principal tipo de alojamiento: Hotelero	60,4%
		Principal medio de transporte: Avión	78,0%
Valoración del destino: (escala de 1 a 10)	8,4	Uso de intermediarios:	16,9%
Aspectos mejor valorados: (escala 1 a 10)		Principales factores de elegir Andalucía:	
- Atención y trato recibidos	8,7	- Clima; Visita a monumentos	37,9%; 26,2%
- Paisajes y Parques naturales	8,7	Principal canal de información sobre Andalucía:	
Grado de fidelidad: (% que repite visita)	36,7%	- Experiencia propia	53,1%
		Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
		- Disfrute/uso de la playa; Visitas a monumentos	47,3%; 45,2%

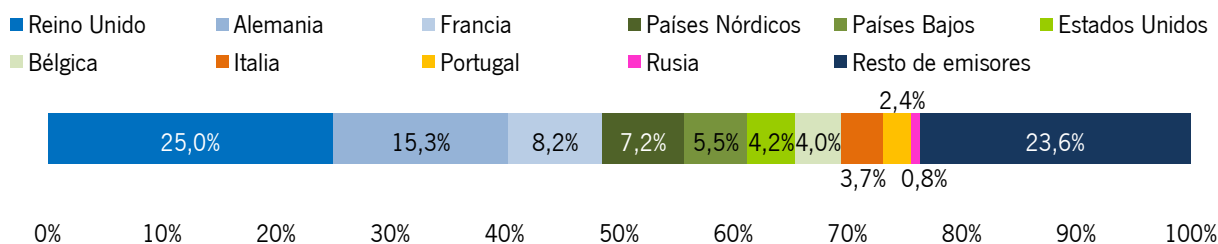
Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). IECA

* No incluye gasto en origen

3.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre del año 2017 a 752 mil viajeros británicos que han realizado 3,3 millones de pernoctaciones, un +2,3% 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 25,0% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región durante el periodo enero-junio de 2017.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-junio 2017

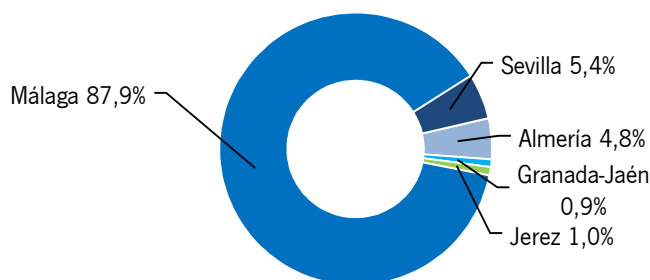


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.3 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

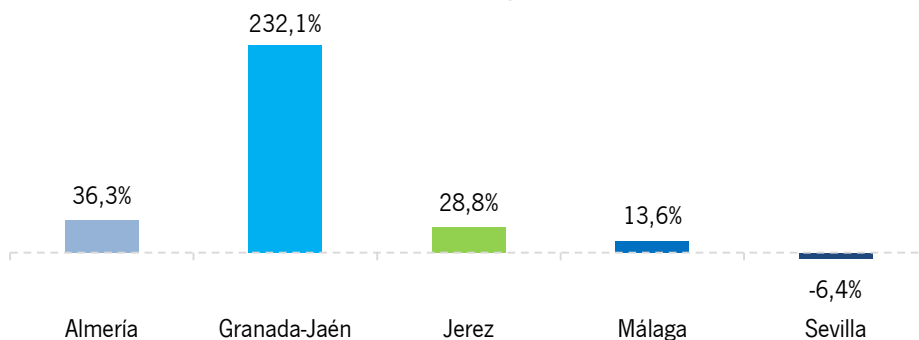
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre del año 2017 a 1,6 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido, un +14,0% más que en el mismo periodo del año anterior. El 91,6% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo EasyJet Airlines y RyanAir las CBC más utilizadas, ya que transportaron al 61,3% 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 febrero de 2017 se establece una conexión entre Londres-Gatwick y el aeropuerto de Granada-Jaén, canalizando este aeropuerto hasta un 0,9% de pasajeros de esta procedencia, diez mil pasajeros más respecto al mismo periodo del año anterior. También destaca el crecimiento del aeropuerto de Almería, lo que le ha permitido recuperar el retroceso en las llegadas de esta procedencia que había registrado en el año 2015.

Distribución de las llegadas de pasajeros del Reino Unido a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2017



Fuente: AENA

**Evolución de las llegadas de pasajeros del Reino Unido a los aeropuertos andaluces.
Acumulado enero-junio 2017**



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ALEMÁN. ACUMULADO ENE-JUN 2017

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 2016 cada habitante del país.

71% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los alemanes que se prevé tendrá como destino un país extranjero en 2016. Otro 29% espera realizar su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuentes: Canadean Travel and Tourism y Preferences of Europeans towards tourism January 2016, Flash Eurobarometer 432, European Commission

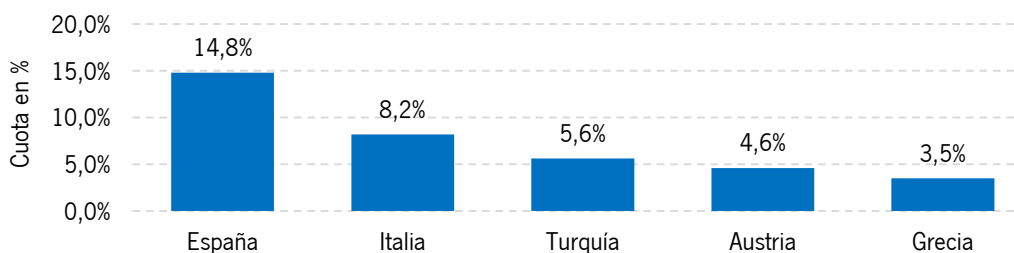
Viajes vacacionales largos¹ de los residentes en Alemania. Años 2012-2016

AÑOS	Viajes (millones)	% Variación
2012	69,3	-0,3%
2013	70,7	2,0%
2014	70,3	-0,6%
2015 ²	69,1	..
2016	68,7	-0,6%

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 2016



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

79,8 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2016, un +3,2% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado ene-jun de 2017 (+2,9%).

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- En 2016, la economía alemana creció un +1,8% del PIB, según el FMI, y esta institución pronostica un crecimiento similar para 2017. El mercado de trabajo, las cuentas públicas y la balanza de pagos mantienen también una evolución muy favorable. Fundamentada en esta envidiable evolución de los principales indicadores macroeconómicos, la confianza del consumidor alemán continúa en junio de 2017 en valores muy elevados. Lo que unido a que para los alemanes el “viaje vacacional” permanece en lo más alto de su escala de prioridades de consumo, se espera que en 2017 el mercado emisor alemán se mantenga estable dentro de su alto nivel y potencial.
- Desde hace décadas, el reparto de los viajes vacacionales de los alemanes según destino apenas ha cambiado: un 30% de los turistas alemanes disfruta de sus vacaciones en el propio país y el 70% restante elige un destino internacional. También permanece casi inalterable su preferencia por el sol y la playa como motivación principal, seguida por la relajación/descanso, las vacaciones familiares y la naturaleza.
- España es, con claridad, el primer destino turístico de los alemanes en sus viajes vacacionales de larga duración al extranjero y es líder indiscutible en el producto de sol y playa, con un elevado porcentaje de paquetes frente a los viajes independientes. Además, en 2016 se ha beneficiado del traspaso de turistas alemanes procedentes de los destinos competidores del Mediterráneo que ofrecen este mismo producto y que se han visto afectados por problemas de terrorismo y/o incertidumbre geopolítica (Túnez, Egipto y Turquía). Para los viajeros alemanes, la sensación de seguridad se convierte nuevamente en un aspecto muy importante a la hora de decidir el destino a visitar.
- Los datos de reservas para la temporada de verano 2017 mantienen esta tendencia de crecimiento hacia España. De los principales destinos mediterráneos competidores de España, las reservas a Grecia y Egipto muestran también importantes crecimientos para esta temporada. Mientras que Turquía continúa su tendencia negativa, perdiendo cuota de mercado. La situación política de Turquía, y sus complicadas relaciones con Alemania, lo siguen penalizando como destino turístico.
- En cuanto a la conectividad aérea, es necesario mencionar que Air Berlín, la segunda aerolínea más importante de Alemania por volumen de pasajeros, se ha visto afectada por problemas financieros y estratégicos que han derivado, a mediados de agosto de 2017, en una solicitud de un procedimiento de insolvencia, comenzando así su proceso de venta, siendo Lufthansa y EasyJet las compañías que se han interesado en adquirir parte de la flota de Air Berlín.

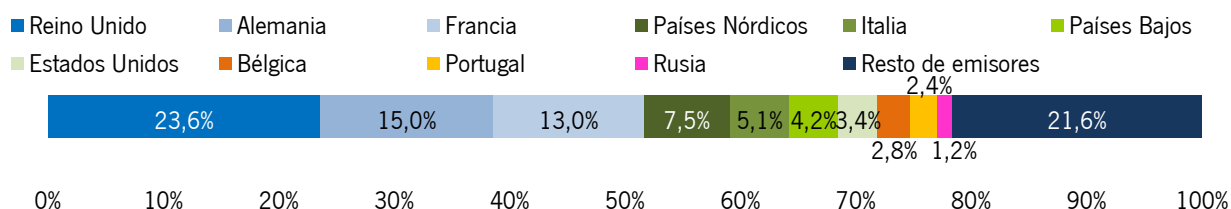
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. Canadean Travel and Tourism, FMI y FUR.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 36,4 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2017, el 15,0% procedía de Alemania, posicionándose como el segundo emisor extranjero más importante. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha registrado un crecimiento del +9,6%.
- 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 2017



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo alemán. Acumulado enero-junio 2017

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Baleares	39,3%	11,3%
2	Canarias	26,5%	8,2%
3	Cataluña	13,0%	3,3%
4	Andalucía	9,7%	14,0%
5	C. Valenciana	4,2%	2,6%
6	Madrid	3,4%	18,8%
	España	100,0%	9,6%

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 64,5% de los turistas alemanes que visitaron España en el primer semestre de 2017 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones de alemanes suponen el 22,5% del total de pernoctaciones de extranjeros realizadas en el país en este periodo, y han aumentado un +3,1% respecto al año anterior.
- Canarias y Baleares son los principales destinos nacionales, presentando ambas una evolución positiva respecto al mismo periodo del año anterior. Andalucía se posiciona en el tercer puesto y registra el mayor incremento de noches de las principales CC.AA. turísticas, superando a la media nacional.

Viajeros y pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2017

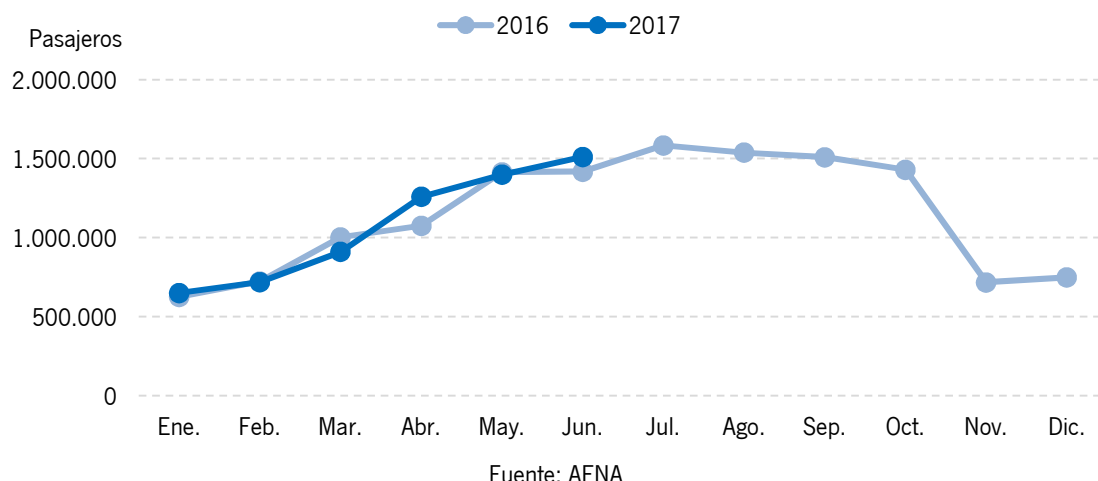
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	961.331	2,1%	8.766.008	1,4%	40,0%
Baleares	1.350.303	0,6%	8.715.990	3,7%	39,8%
Andalucía	442.953	4,4%	2.024.424	7,5%	9,2%
Cataluña	416.913	4,1%	1.425.300	3,9%	6,5%
Madrid	135.957	-4,9%	323.350	-1,9%	1,5%
C. Valenciana	68.310	1,4%	214.904	-1,0%	1,0%
España	3.614.404	1,9%	21.925.112	3,1%	100,0%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

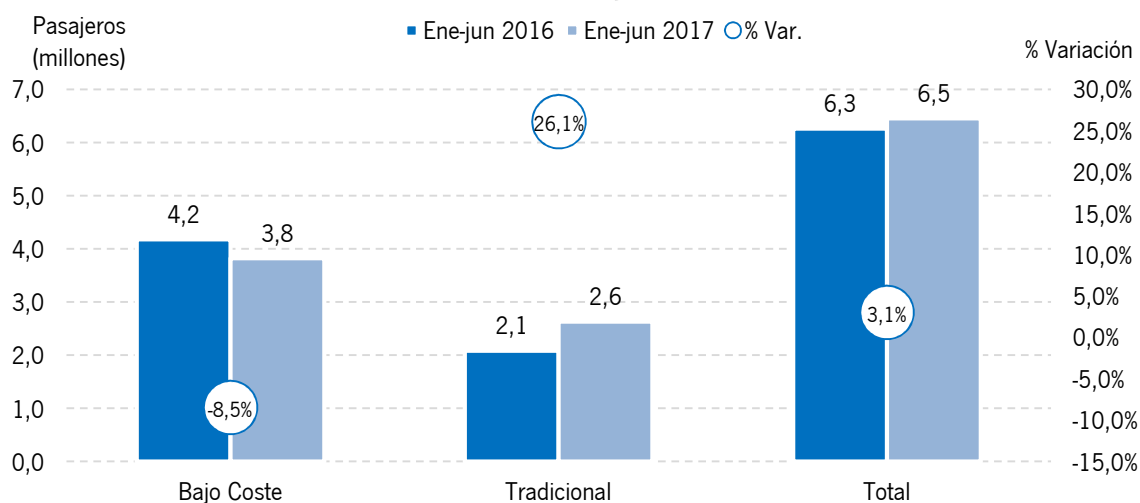
2.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre del año 2017 a un total de 6,5 millones de pasajeros procedentes de Alemania, un +3,1% más, registrándose crecimientos solo en la mitad de los meses de 2017. Esta cifra representa el 16,1% 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 2017 al 59,3% de los pasajeros procedentes de este mercado. Flyniki, seguida por RyanAir, son las CBC más importantes (trajeron a España el 49,5% de los pasajeros de bajo coste procedentes de aeropuertos alemanes).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Alemania por meses. Años 2016 y 2017



**Llegadas de pasajeros a España procedentes de Alemania por tipo de compañía.
Acumulado enero-junio 2017**



Fuente: AENA

3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ALEMÁN EN ANDALUCÍA

- Se estima en 1,24 millones los turistas alemanes que visitaron Andalucía en 2016, que representan el 11,5% del turismo extranjero y el 4,4% del total de turistas recibidos en la región durante este año. Respecto al año anterior, el turismo alemán ha aumentado un +10,4%.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Sexo: Varón	50,2%	Gasto medio diario en destino*: (euros)	65,9
Edad: De 45 a 64 años	32,1%	Estancia media: (días)	13,0
Situación laboral: Ocupados	63,3%	Estacionalidad: (concentración en el 3º trim.)	30,4%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA		Principal tipo de alojamiento: Hotelero	68,2%
		Principal medio de transporte: Avión	82,7%
Valoración del destino: (escala de 1 a 10)	8,4	Uso de intermediarios:	18,4%
Aspectos mejor valorados: (escala 1 a 10)		Principales factores de elegir Andalucía:	
- Atención y trato recibidos	8,8	- Clima; Visita a monumentos	34,9%; 32,6%
- Seguridad ciudadana	8,8	Principal canal de información sobre Andalucía:	
Grado de fidelidad: (% que repite visita)	37,6%	- Experiencia propia	41,4%
		Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
		- Disfrute/uso de la playa; Visitas a monumentos	59,9%; 53,8%

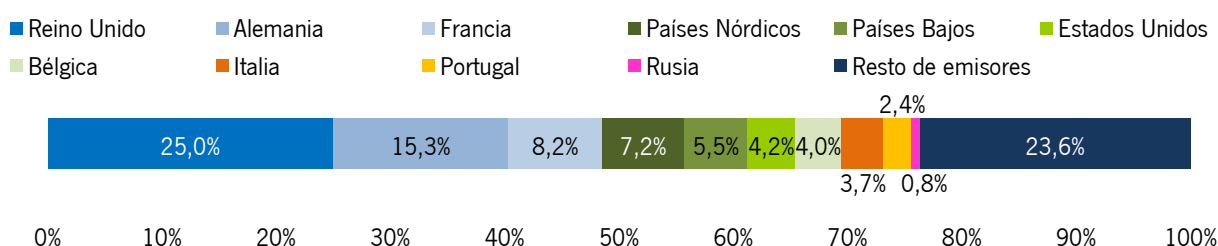
Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). IECA

* No incluye gasto en origen

3.2 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre de 2017 a 443 mil viajeros alemanes que han realizado 2 millones de pernoctaciones, un +7,5% más 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 15,3% 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 2017

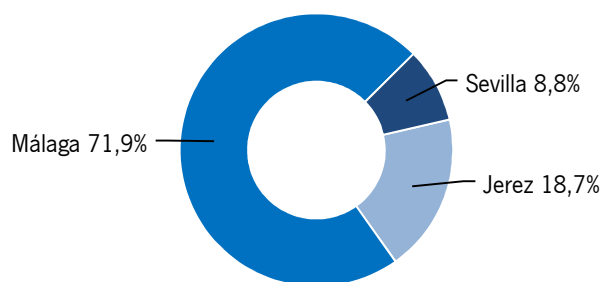


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.3 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

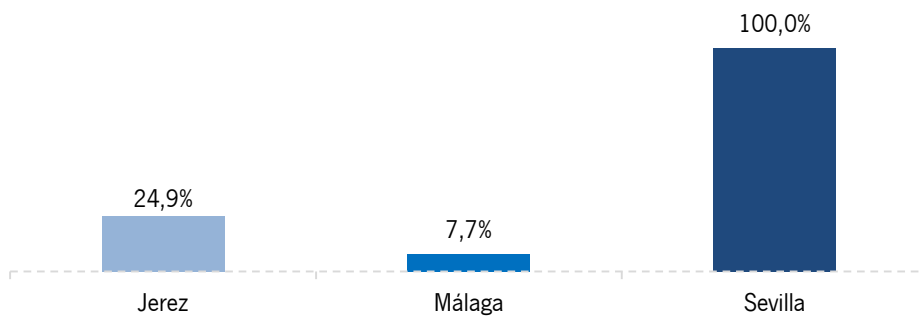
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre del año 2017 a 506 mil pasajeros procedentes de Alemania, un +15,5% más que en el mismo periodo del año anterior. El 70,3% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir y Flynikí las CBC más utilizadas, pues transportaron al 61,3% 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 del 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 6,2% para el año 2016, continuando su rápida expansión en 2017.

Distribución de las llegadas de pasajeros de Alemania a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2017



Fuente: AENA

***Evolución de las llegadas de pasajeros de Alemania a los aeropuertos andaluces.
Acumulado enero-junio 2017***



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO FRANCÉS. ACUMULADO ENE-JUN 2017

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

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

37% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los franceses que se prevé tendrá como destino un país extranjero en 2016. Otro 63% espera realizar su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuentes: Canadean Travel and Tourism y Preferences of Europeans towards tourism January 2016, Flash Eurobarometer 432, European Commission

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

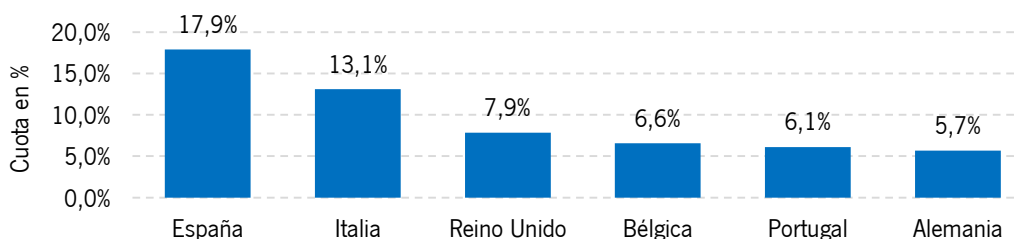
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2012	17.546	-4,3%
2013	17.900	2,8%
2014	19.343	8,1%
2015	18.339	-5,2%
2016	18.448	0,6%

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

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

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

Principales destinos de los viajes por motivos personales al extranjero. Año 2016⁴



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

³ Se trata de viajes personales al extranjero y a los territorios franceses de ultramar de larga duración (cuatro o más noches). Los datos de 2016 son cifras avance.

⁴ Datos avance.

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

40,5 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2016, un +3,3% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado ene-jun de 2017 (+10,9%).

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- En 2016, los franceses han realizado menos viajes por motivos personales, tanto a destinos extranjeros y sus territorios de ultramar (-0,9%), como a destinos en la Francia metropolitana (-2,1%). Este balance anual estuvo fuertemente marcado por unas condiciones meteorológicas y sociales al final de la primavera y el verano particularmente desfavorables a la movilidad turística, sobre todo para los viajes domésticos (atentado en Niza y numerosas huelgas en el país contra la reforma laboral).
- Tras registrar un crecimiento económico en el año 2016 de un +1,2% del PIB, según datos del FMI, las perspectivas de evolución de la economía francesa son de mejoría general para el conjunto del año 2017, pronosticando esta misma institución una tasa de crecimiento del +1,5%, por lo que se espera que la influencia de la coyuntura económica sobre el comportamiento del mercado turístico emisor francés sea positiva.
- En cuanto a los destinos extranjeros visitados, cuatro de cada cinco de los viajes al extranjero del año 2016 han tenido como destino Europa, destinos cercanos percibidos como más seguros. España e Italia, aunque continúan siendo los destinos más visitados, han perdido algo de terreno en 2016, mientras que Portugal, se ha convertido en un destino cada vez más apreciado por los franceses.
- En 2016, los franceses no han retomado sus hábitos viajeros hacia el sur de la cuenca mediterránea, destinos que habían sido descartados por problemas de inseguridad: Marruecos, Túnez y Turquía continúan perdiendo estancias, y Egipto se ha convertido en un destino raramente frecuentado. Esta inestabilidad ha provocado también que los turistas franceses se hayan decidido a visitar en 2016 destinos de larga distancia en mayor proporción que en años anteriores (Estados Unidos, Canadá, Cuba, República Dominicana, y Tailandia han registrado crecimientos).
- Para la temporada de verano 2017, la mejora de las condiciones de seguridad en el norte de África apunta a una reactivación de los destinos de sol y playa tradicionales para el mercado francés, como Túnez y Marruecos.
- España es desde hace decenios el destino internacional preferido de los franceses a nivel global. Siendo los productos de “sol y playa” y “cultural” los preferidos, con una imagen y una clientela consolidada. La seguridad de España, su proximidad geográfica, fácil acceso, excelente clima, buena relación calidad/precio, su estilo de vida y señas de identidad propias hacen que sea

percibido como un destino vacacional ideal para las familias francesas y para las vacaciones de bajo presupuesto.

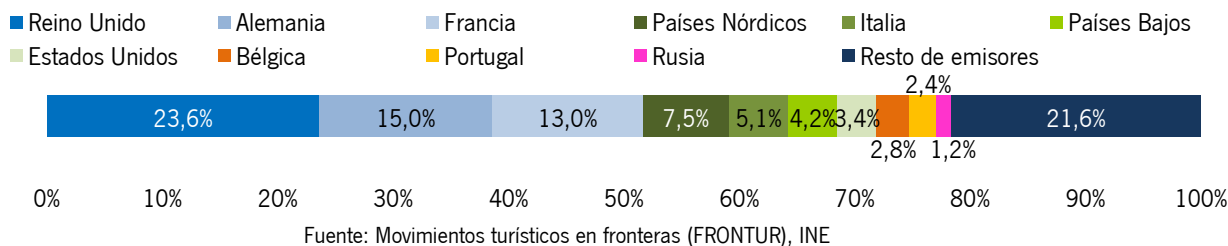
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. Direction Générale des Entreprises (DGE), Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 36,4 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2017, el 13,0% 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 evolucionado favorablemente, registrando una tasa de crecimiento del +4,9%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo francés, seguido a distancia por Andalucía y C. Valenciana.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2017



Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo francés. Acumulado enero-junio 2017

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	43,9%	6,4%
2	Andalucía	11,6%	4,8%
3	C. Valenciana	11,4%	14,9%
4	Madrid	6,5%	12,6%
5	Canarias	5,7%	0,0%
6	Baleares	4,3%	-11,6%
	España	100,0%	4,9%

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA FRANCÉS EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2017

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	92
Estancia media: (días)	6,4
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	44,6%
Principal vía de acceso: Carretera	60,7%
Uso de paquete turístico:	11,6%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	79,4%
Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 44,6% de los turistas franceses que visitaron España en el primer semestre del año 2017 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros franceses suponen el 7,6% del total de noches foráneas realizadas en el país en este periodo y han disminuido un -1,2% respecto al año anterior.
- Cataluña es el principal destino nacional, presentando una evolución ascendente (+5,2%) en el acumulado enero-junio de 2017. Andalucía, con una cuota del 14,8%, ocupa la tercera posición en el ranking del movimiento hotelero de España y ha registrado un descenso de pernoctaciones en este periodo (-7,2%).

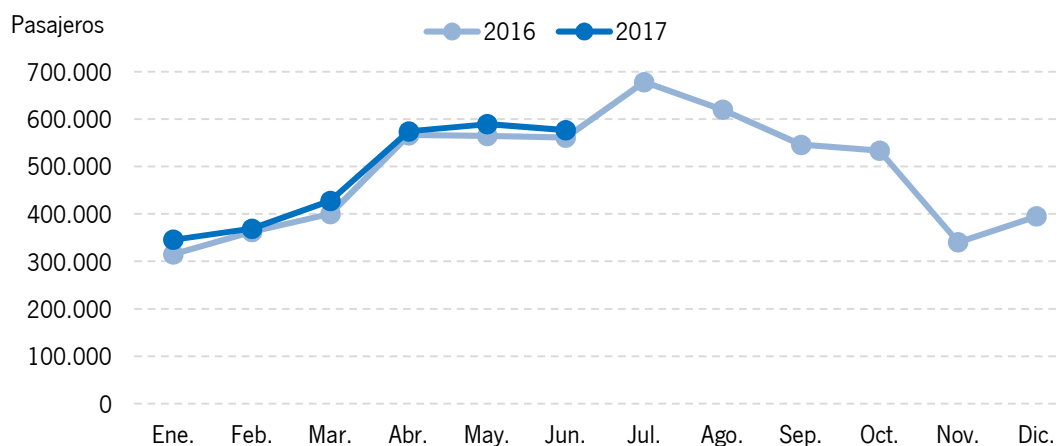
Viajeros y pernoctaciones de franceses en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2017

CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Cataluña	1.096.995	7,0%	2.798.165	5,2%	38,0%
Canarias	209.460	-0,1%	1.437.369	-4,4%	19,5%
Andalucía	391.079	-4,6%	1.087.365	-7,2%	14,8%
Baleares	133.454	-4,1%	735.286	-12,0%	10,0%
Madrid	184.496	5,1%	397.719	5,9%	5,4%
C. Valenciana	101.946	6,6%	287.073	0,5%	3,9%
España	2.510.520	2,3%	7.369.711	-1,2%	100,0%
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

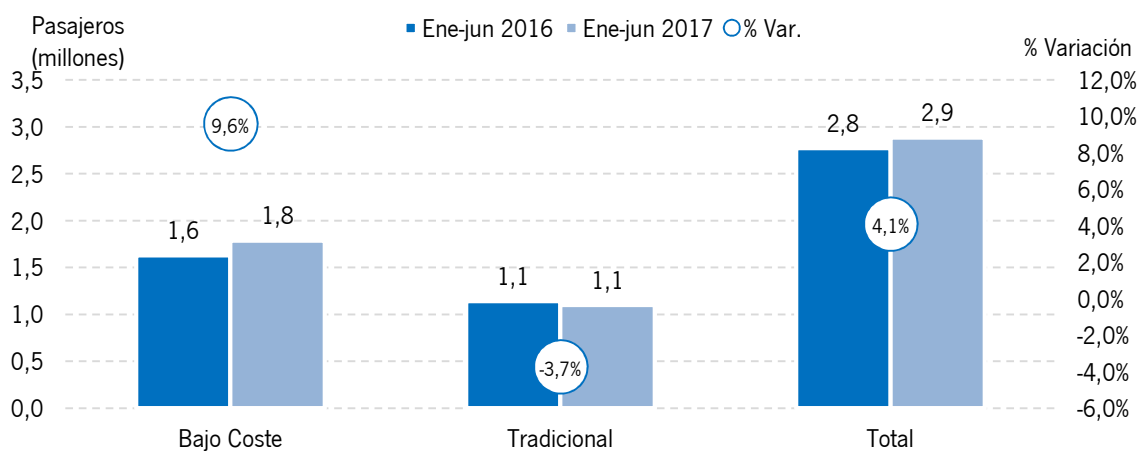
- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre del año 2017 a un total de 2,9 millones de pasajeros procedentes de Francia, un +4,1% más que en el mismo periodo del año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2017. Esta cifra representa el 7,2% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el acumulado enero-junio de 2017 al 61,9% de los pasajeros procedentes de este mercado. Vueling es la CBC más importante (transportó a España el 42,5% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este periodo).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Francia por meses. Años 2016 y 2017



Fuente: AENA

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Francia por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2017



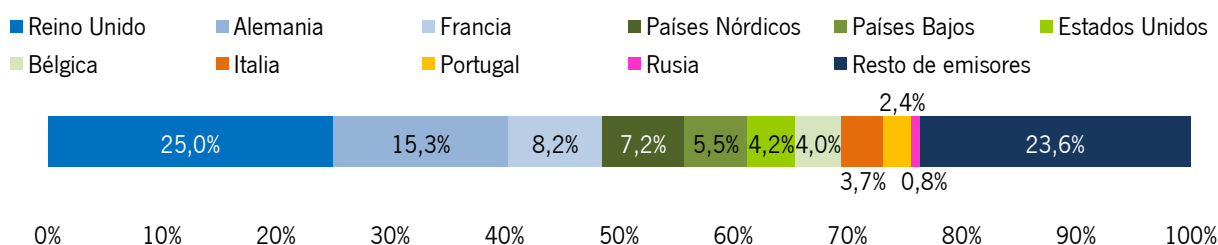
Fuente: AENA

3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre del año 2017 a 391 mil viajeros franceses que han realizado 1,1 millones de pernoctaciones, un -7,2% 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 acumulado enero-junio de 2017. Sus pernoctaciones suponen el 8,2% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de Andalucía en dicho año.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-junio 2017

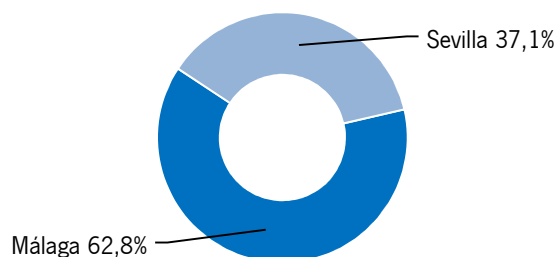


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre del año 2017 a 380 mil pasajeros procedentes de Francia, un -3,5% menos que en el año anterior. El 70,9% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Vueling la CBC más utilizada, con una cuota del 35,1% sobre el total de pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de Francia que llegan a la región. El resto de aeropuertos andaluces suponen solamente una cuota del 0,1% en este periodo. Mientras que el aeropuerto de Málaga registra un ligero crecimiento en la llegada de pasajeros de esta procedencia (+1,6%), el de Sevilla evoluciona a la baja (-10,9%).

Distribución de las llegadas de pasajeros de Francia a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2017



Fuente: AENA

**Evolución de las llegadas de pasajeros de Francia a los aeropuertos andaluces.
Acumulado enero-junio 2017**



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO DE LOS PAÍSES NÓRDICOS. ACUMULADO ENE-JUN 2017

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 2016 cada habitante de los países nórdicos:

Dinamarca: **1,6**; Finlandia: **1,7**; Noruega: **1,7**; Suecia: **1,8**

Fuente: Canadean Travel and Tourism.

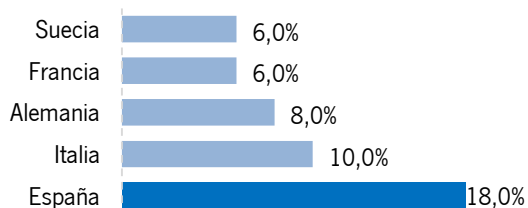
- Proporción del principal viaje de vacaciones de los nórdicos que se prevé tendrá como destino un país extranjero o el propio país en 2016:

	Extranjero	Propio país
Dinamarca	75%	25%
Finlandia	51%	49%
Noruega	58%	42%
Suecia	57%	43%
Fuente: Preferences of europeans towards tourism January 2016, Flash Eurobarometer 432, European Commission y Statistics Norway		

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

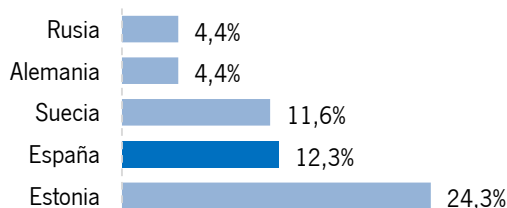
Principales destinos extranjeros de los viajes vacacionales de los nórdicos.

Dinamarca. Año 2016



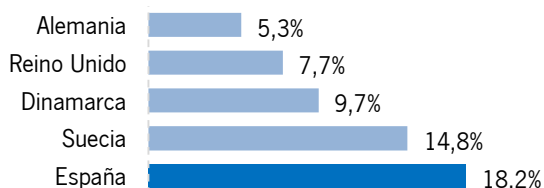
Fuente: Statistics Denmark

Finlandia. Año 2016



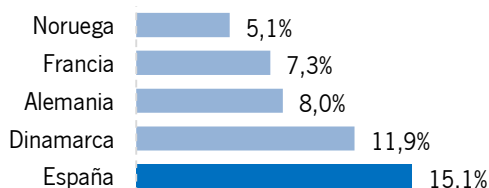
Fuente: Statistics Finland

Noruega. Año 2016



Fuente: Statistics Norway

Suecia. Año 2015



Fuente: cálculos propios a partir de datos OMT

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

44,8 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional del emisor nórdico en 2016. La evolución respecto al año anterior del gasto ha sido positiva en los cuatro países: +3,3% para Dinamarca; +8,5 para Finlandia; +5,0% para Noruega; +1,9% para Suecia. Para el periodo acumulado enero-junio de 2017 se mantienen los crecimientos en la mayoría de ellos (excepto Noruega).

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- En 2017, los volúmenes de emisión de turismo al extranjero de los Países Nórdicos van a depender fundamentalmente de la situación de sus respectivas economías. Noruega y Finlandia, ya han dado señales de recuperación en 2016 y los pronósticos para todas las economías nórdicas son de cierto optimismo para 2017. A estas condiciones económicas más favorables, hay que añadirle la elevada intensidad viajera de la población nórdica, para los que viajar es algo inherente a su estilo de vida. La sensación de inseguridad que han generado los atentados terroristas seguirá influyendo a la hora de elegir los destinos a visitar, pero no van a impedir que la población nórdica viaje al extranjero.
- Para los nórdicos, el turismo de sol y playa sigue siendo el producto más demandado con gran diferencia para los periodos vacacionales largos. Su importancia no ha decrecido en los últimos años, y los turoperadores no han disminuido la oferta de este producto, siendo las familias con niños y la población nórdica de la tercera edad sus clientes más fieles. No obstante, la tendencia actual es a combinar este producto con otras opciones y actividades (visitar ciudades, probar la gastronomía, actividades al aire libre, etc), o a combinar más de un destino en un mismo viaje.
- Los datos de reservas del mercado turoperado para la temporada de verano de 2017 evidencian que España continúa siendo el país más popular entre los turistas nórdicos para pasar sus vacaciones. Pero destaca el aumento de reservas en destinos con una oferta similar en este producto, como son Grecia, Croacia, Chipre y Bulgaria, países que se convierten en los mayores competidores de España en esta temporada. Turquía aún registra descensos, y ve reducir sensiblemente su cuota.
- El buen clima y la playa es una prioridad para el turista nórdico, pero cada vez se valora más lo experiencial y lo genuino. El segundo producto más solicitado son las visitas cortas a ciudades (turismo cultural, gastronómico y etnológico), que además viene registrando elevadas tasas de crecimiento en los últimos años. También es necesario mencionar el creciente interés del turista nórdico por la práctica de deportes (destacándose el segmento de golf, pero también deportes acuáticos) y por las actividades en contacto con la naturaleza (turismo activo, senderismo, cicloturismo...). La sostenibilidad de los destinos también es un valor en alza.

- España está bien posicionada para el mercado nórdico en el segmento de sol y playa (por su amplia oferta de ocio y entretenimiento y su buena relación calidad/precio) y en el segmento de golf. En cambio, no se la asocia suficientemente con el turismo de ciudad ni con la cultura, ni se conocen sus grandes recursos naturales.
- Se puede seguir creciendo en el mercado nórdico si se trabaja en la diversificación de productos y en la complementariedad de la oferta. De este modo no solo se conseguiría avanzar en la diversificación de destinos nacionales y en la desestacionalización de la demanda, sino también como alternativa viable al progresivo declive del mercado de paquetes y de sol y playa, que en los últimos años están cediendo terreno ante el viaje organizado por cuenta propia. La organización propia permite personalizar los viajes incluyendo opciones, experiencias y destinos alternativos, muy del gusto de los viajeros nórdicos.
- Se está produciendo un incremento sensible de los ciudadanos nórdicos interesados en adquirir una segunda residencia en España. Esta tendencia refuerza por una parte la fidelización de los viajeros nórdicos al destino, y aseguraría un flujo más estable y continuo a lo largo de todo el año, reduciendo la estacionalidad de este emisor.

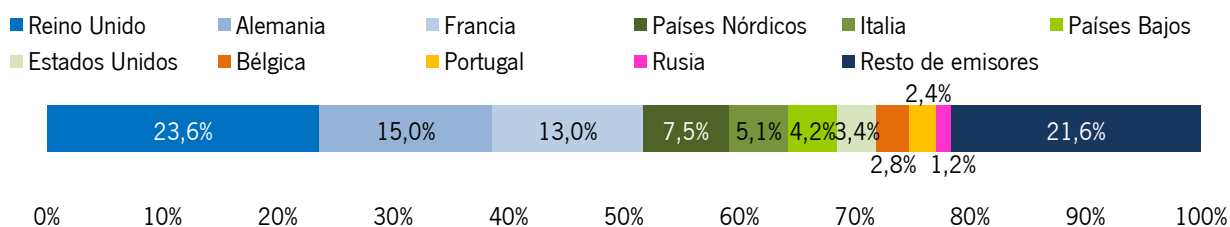
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña y FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 36,4 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2017, el 7,5% procedía de los Países Nórdicos (2,7 millones), posicionándose como el cuarto emisor extranjero más importante para España. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha registrado un incremento del +13,6%.
- Canarias es el principal receptor de turismo nórdico. Andalucía se posiciona en segundo lugar, captando el 20,8% de los turistas de este mercado en el primer semestre del año 2017.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2017



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

**Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo de los Países Nórdicos.
Acumulado enero-junio 2017**

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	34,2%	2,4%
2	Andalucía	20,8%	24,0%
3	Baleares	13,8%	27,9%
4	C. Valenciana	13,2%	21,0%
5	Cataluña	13,1%	9,2%
6	Madrid	2,0%	14,2%
	España	100,0%	13,6%

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA NÓRDICO EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2017

HÁBITOS DE CONSUMO

Gasto medio diario en destino: (euros)	138
Estancia media: (días)	8,6
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	66,0%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	98,7%
Uso de paquete turístico:	42,3%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	89,6%

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

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 66,0% de los turistas nórdicos que visitaron España en el primer semestre del año 2017 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros nórdicos suponen el 7,3% del total de noches foráneas realizadas en el país en este periodo, y han aumentado un +11,8% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Canarias es, con diferencia, el principal destino nacional de los nórdicos en este periodo, seguida por Baleares, con cuotas del 47,4% y el 19,9%, respectivamente. En todas las principales CC.AA. turísticas ha aumentado el número de pernoctaciones de este emisor respecto al mismo periodo del año anterior, si bien destacan los crecimientos de Baleares, C. Valenciana y Andalucía.

Viajeros y pernoctaciones de nórdicos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2017

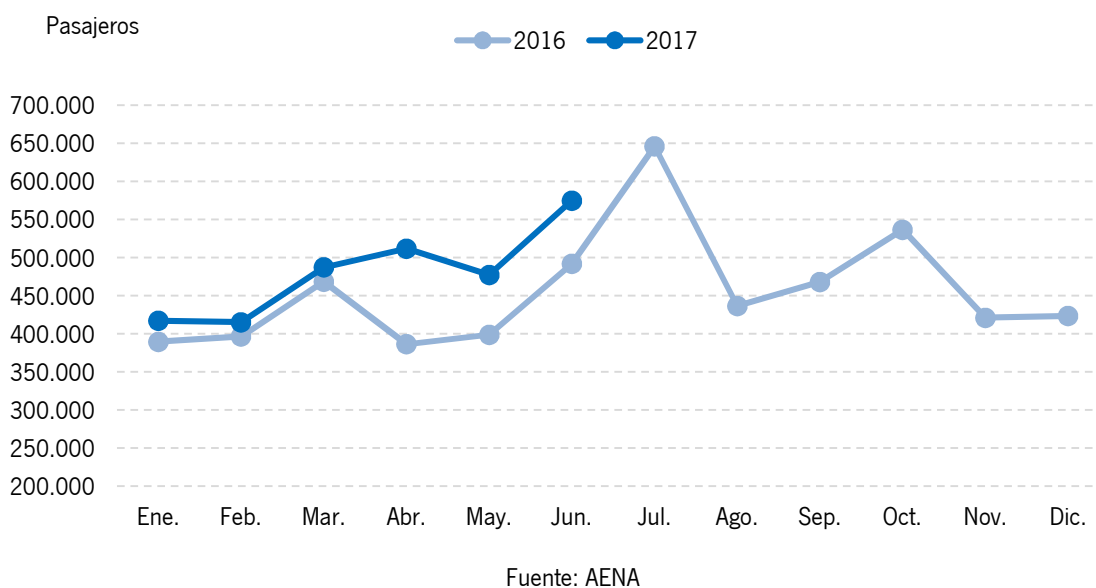
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	430.639	2,1%	3.392.570	3,1%	47,4%
Baleares	235.132	36,8%	1.422.593	39,8%	19,9%
Andalucía	218.153	13,5%	950.847	17,2%	13,3%
Cataluña	233.290	8,2%	717.252	5,2%	10,0%
C. Valenciana	80.093	19,4%	330.355	22,2%	4,6%
Madrid	78.742	9,1%	207.833	14,2%	2,9%
España	1.348.139	10,7%	7.162.462	11,8%	100,0%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE

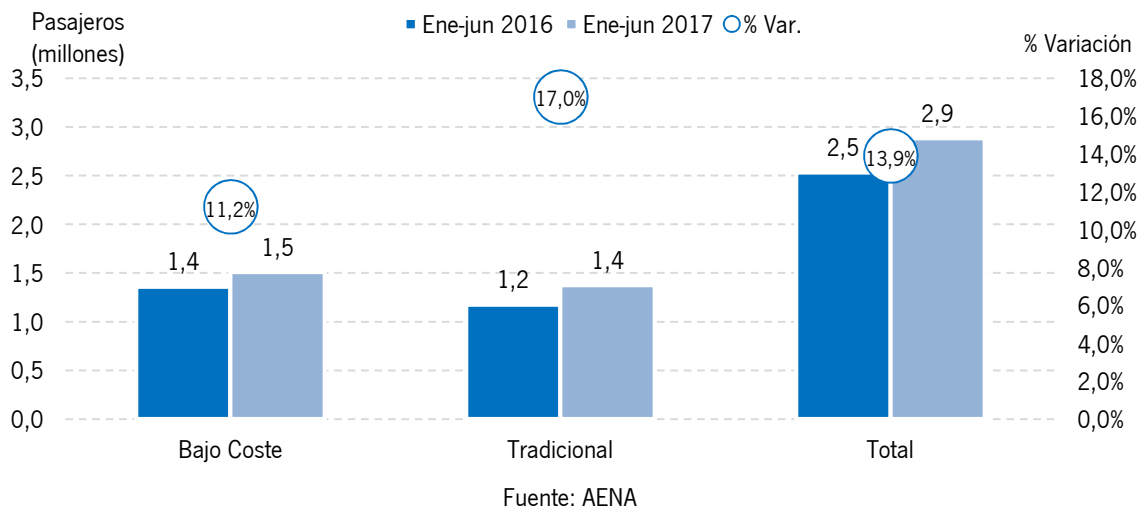
2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre del año 2017 un total de 2,9 millones de pasajeros procedentes de los Países Nórdicos, un +13,9% más que en el mismo periodo del año anterior y crecimientos en todos los meses de 2017. Esta cifra representa el 7,2% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron al 52,3% de los pasajeros procedentes de este mercado. Norwegian Air International es la CBC más importante (transportó a España el 57,2% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en el acumulado enero-junio de 2017).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Nórdicos por meses. Años 2016 y 2017



**Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Nórdicos por tipo de compañía.
Acumulado enero-junio 2017**

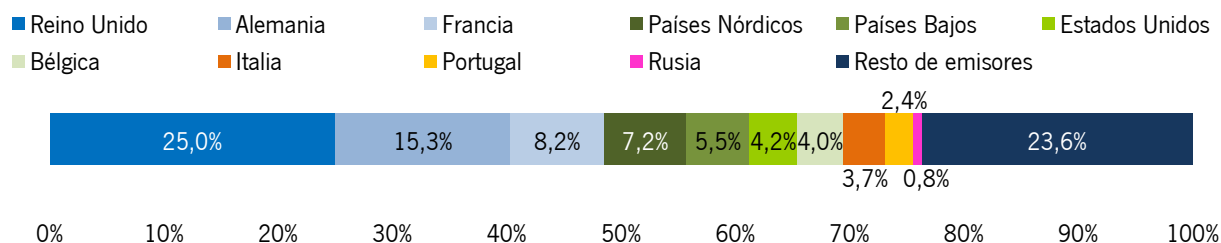


3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre del año 2017 a 218 mil viajeros de los Países Nórdicos, que han realizado 951 mil pernoctaciones, un +17,2% más que en el mismo periodo del año anterior, continuando la tendencia de fuerte crecimiento que venía registrándose desde 2010 y que se interrumpió en 2015. El crecimiento ha sido liderado por Suecia y Finlandia, si bien los incrementos de noches se han producido en los cuatro países.
- El nórdico es el cuarto emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 7,2% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región en el primer semestre de 2017.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-junio 2017

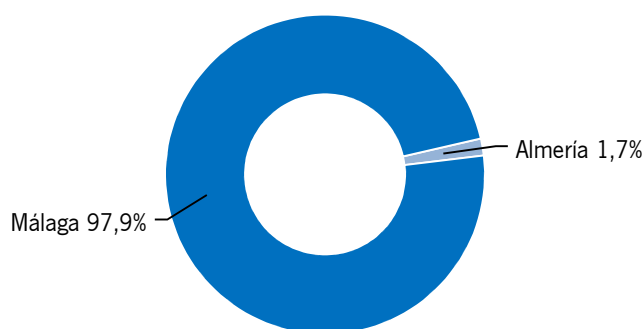


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

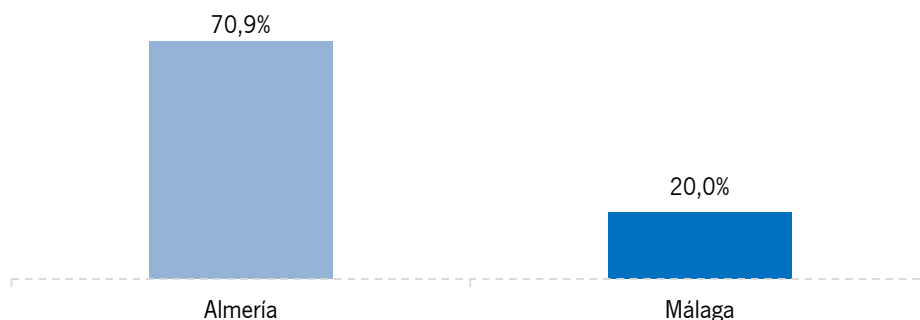
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre del año 2017 a 536 mil pasajeros procedentes de aeropuertos nórdicos, un +20,6% más que en el mismo periodo del año anterior. El 65,8% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo Norwegian Air International la CBC más utilizada, ya que transportó al 56,3% de los pasajeros de este tipo de compañías. Le sigue RyanAir con un 23,5% de cuota.
- El aeropuerto de Málaga recibe a la gran mayoría de los pasajeros de los Países Nórdicos que llegan a la región. El tráfico en el aeropuerto de Almería, que se multiplicó por cinco en 2013 hasta alcanzar los 20 mil pasajeros, continuó creciendo en 2014 (+7,7%), y registró en 2015 un fuerte descenso, volviendo a la senda de crecimiento a partir de ese año: +35,3% en 2016 y un +70,9% en lo que va de 2017.

Distribución de las llegadas de pasajeros de los Países Nórdicos a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2017



Fuente: AENA

Evolución de las llegadas de pasajeros de los Países Nórdicos a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2017



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO DE LOS PAÍSES BAJOS. ACUMULADO ENE-JUN 2017

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 2016 cada habitante del país.

78% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los neerlandeses que se prevé tendrá como destino un país extranjero en 2016. Otro 22% espera realizar su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuentes: Canadean Travel and Tourism y Preferences of Europeans towards tourism January 2016, Flash Eurobarometer 432, European Commission

Viajes vacacionales al extranjero de los residentes en los Países Bajos. Años 2012-2016

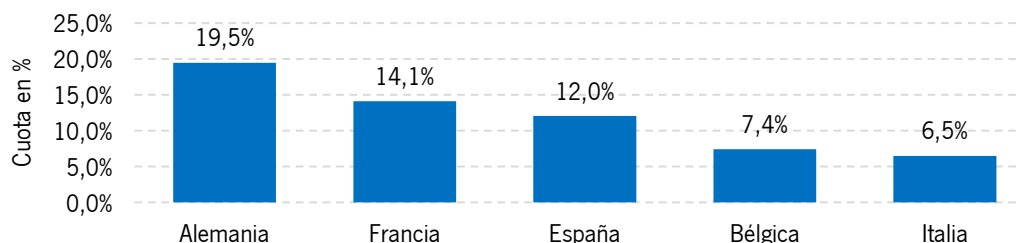
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2012	18.628	0,4%
2013	18.093	-2,9%
2014	17.933	-0,9%
2015	18.070	0,8%
2016	17.938	-0,7%

Fuente: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)

-0,9% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en los viajes vacacionales al extranjero.

Alemania es el primer destino extranjero de los turistas neerlandeses. España venía ocupando en los últimos años el cuarto puesto, en 2014 adelanta a Bélgica y se sitúa en tercer lugar.

Principales destinos extranjeros de los viajes vacacionales. Año 2016



Fuente: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

18,1 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2016, un +0,4% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado enero-marzo de 2017 (+1,5%).

18^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 recuperación de la economía neerlandesa se ha asentado en los dos últimos años, y después de un periodo de menor rendimiento, ya se han superado a las cifras previas a la crisis económica: según datos del FMI, el crecimiento económico del país fue del +2,1% del PIB en 2016, y se espera que se mantenga también en este mismo nivel para 2017, lo que aumentará el consumo privado a causa del incremento de los ingresos y de la recuperación de la confianza de los consumidores.
- A estas condiciones económicas favorables hay que añadirle la elevada intensidad viajera de la población neerlandesa, con una elevada propensión a viajar al extranjero. No obstante, las cifras oficiales de CBS para el año 2016 arrojaron un ligero descenso de los viajes al extranjero del -0,7%. Entre las causas se apunta al clima de incertidumbre que generaron los ataques terroristas que han tenido lugar en destinos europeos como Turquía, Francia y Bélgica en 2016, y que propiciaron un desvío de turistas hacia destinos domésticos.
- Sin embargo, la evolución de viajes a España no se ha visto afectada por este comportamiento, registrando un crecimiento del +10,6% en este año, lo que le ha permitido pasar de una cuota sobre los viajes vacacionales del 10,9% en 2015 al 12,0% en 2016. Estos buenos resultados para España se mantendrán en 2017: los datos de turoperación y agencias de viajes la sitúan a la cabeza en número de reservas realizadas para viajar en la temporada de verano de 2017 y se han programado un +6,3% más de vuelos semanales para esta temporada entre los aeropuertos españoles y neerlandeses. Concretamente, para el caso de Andalucía, se reabrirá la ruta Amsterdam-Almería, se reforzará la de Amsterdam-Málaga, y se cancelan los vuelos Amsterdam-Sevilla a través de Vueling. Málaga es la segunda ciudad española, tras Barcelona, mejor conectada con los Países Bajos.
- Los datos de reservas del mercado turoperado evidencian que los neerlandeses prefieren en el verano de 2017 países mediterráneos como España, Grecia e Italia, atraídos por la costa y el clima. Pero destaca el aumento de reservas en destinos con oferta similar como Croacia, Chipre, y especialmente Egipto, cuyo turismo se recupera rápidamente, y que se convierten en los mayores competidores de España en esta temporada. Turquía aún registra descensos.
- La principal motivación de los viajes vacacionales al extranjero de este emisor es la visita de ciudades combinada con la cultura (21%) y el destino predilecto es Alemania, seguida de Francia y Bélgica. Le sigue el “sol y playa”, que alcanza el 17% del total de viajes al extranjero, en el que España es líder con una cuota del 30%. Las siguientes motivaciones son naturaleza y turismo activo.

Aunque el clima es una gran baza de España, solo el 52% de los turistas neerlandeses declara venir motivado por las vacaciones en la playa. El 20% son viajes a ciudades, culturales o de circuitos, potentes motivadores de viajes más cortos que se realizan durante todo el año y que se adaptan a los grupos de edad que más están creciendo en este mercado (mayores de 50 años). Sin embargo, en el caso del turismo activo y de naturaleza, que es un tipo de turismo muy apreciado en este emisor, en España tiene una menor presencia (10%).

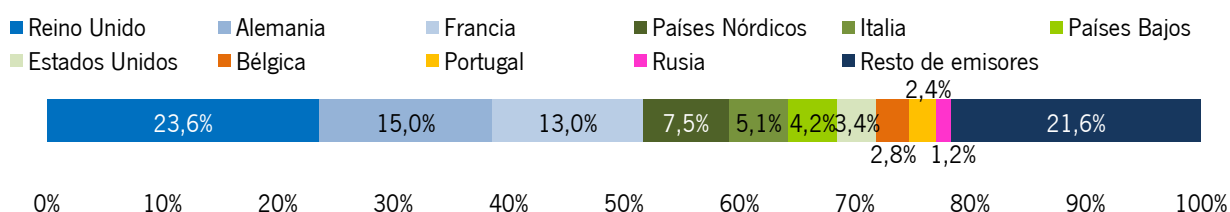
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. Canadean Travel and Tourism y FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 36,4 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2017, el 4,2% procedía de los Países Bajos (1,5 millones), posicionándose como el sexto emisor extranjero más importante para España. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha registrado un crecimiento del +6,0%.
- Canarias y Andalucía son las principales CC.AA. receptoras del turismo neerlandés que llegó a España en este periodo, alcanzando cuotas en torno al 20%.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2017



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo de los Países Bajos. Acumulado enero-junio 2017

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Canarias	19,9%	10,8%
2	Andalucía	19,4%	6,9%
3	Cataluña	17,2%	-9,6%
4	C. Valenciana	17,1%	28,0%
5	Baleares	14,8%	0,3%
6	Madrid	6,0%	39,7%
	España	100,0%	6,0%

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA DE LOS PAÍSES BAJOS EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2017

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	134
Estancia media: (días)	7,9
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	59,8%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	90,9%
Uso de paquete turístico:	29,2%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	86,7%
Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 59,8% de los turistas neerlandeses que visitaron España en el primer semestre del año 2017 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros neerlandeses suponen el 4,1% del total de noches foráneas realizadas en el país en este periodo, y han aumentado un +8,9% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Canarias es el principal destino nacional con una cuota del 32,4% en este periodo. Andalucía se posicionan en segundo puesto en el ranking del movimiento hotelero de España y ha registrado un crecimiento de pernoctaciones (+10,9%) superior a la media de España.

Viajeros y pernoctaciones de los Países Bajos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2017

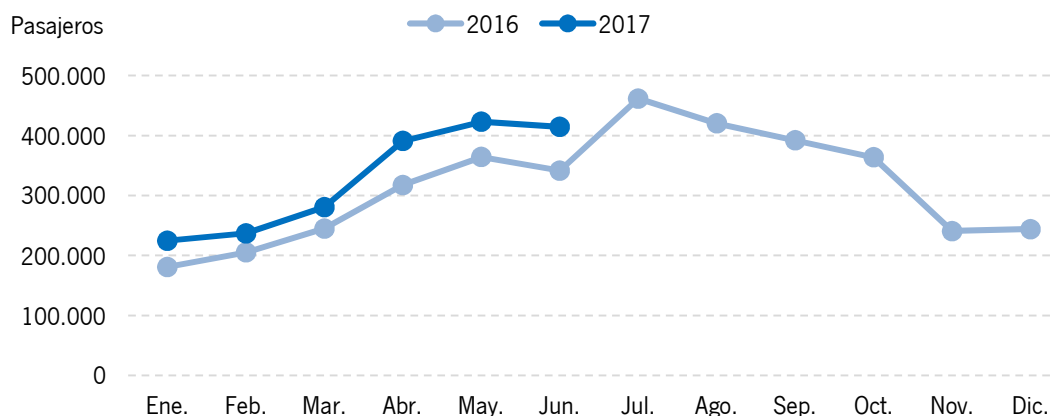
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	164.003	5,2%	1.288.491	2,7%	32,4%
Andalucía	195.151	1,6%	730.511	10,9%	18,4%
Baleares	110.541	9,9%	657.529	12,0%	16,5%
Cataluña	182.711	11,4%	632.376	12,2%	15,9%
C. Valenciana	92.447	19,7%	393.246	20,5%	9,9%
Madrid	55.220	6,4%	123.668	4,2%	3,1%
España	885.835	7,7%	3.975.216	8,9%	100,0%
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre del año 2017 a un total de 2,0 millones de pasajeros procedentes de los Países Bajos, un +19,1% más que en el mismo periodo del año anterior y crecimientos en todos los meses de 2017. Esta cifra representa el 4,9% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.

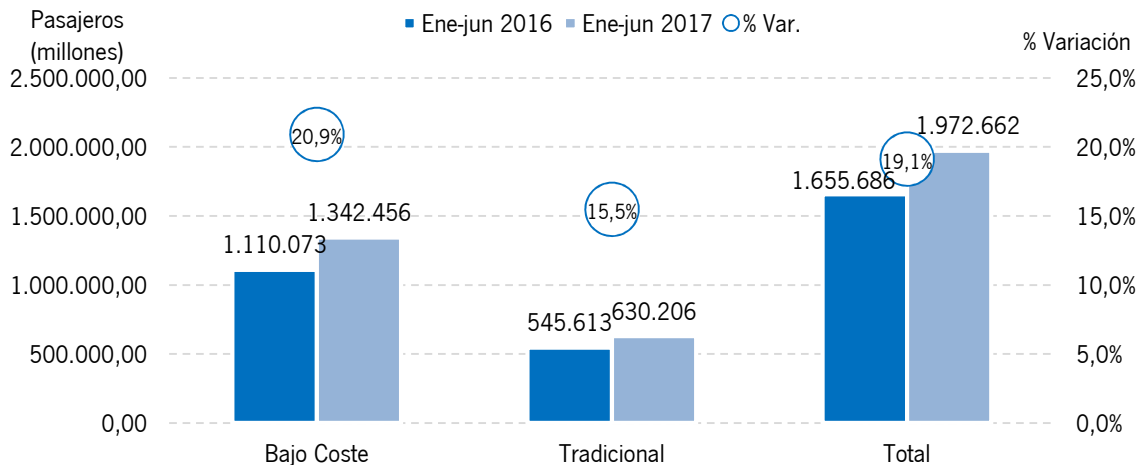
- Las compañías de bajo coste transportaron en el acumulado enero-junio de 2017 al 68,1% de los pasajeros procedentes de este mercado. Transavia holland Bv es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 60,7% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia).

**Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Bajos por meses.
Años 2016 y 2017**



Fuente: AENA

**Llegadas de pasajeros a España procedentes de los Países Bajos por tipo de compañía.
Acumulado enero-junio 2017**



Fuente: AENA

3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

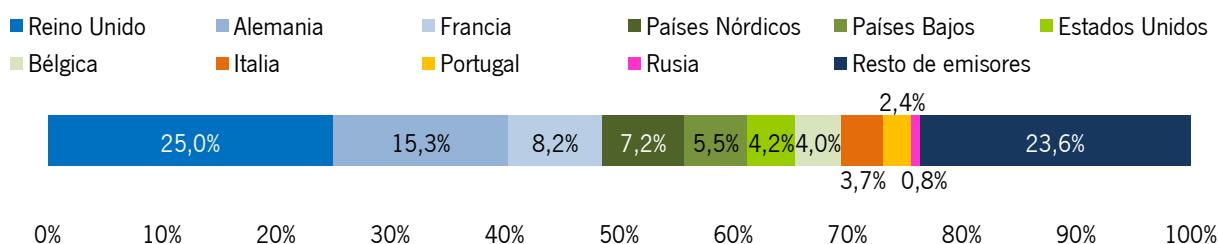
3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre del año 2017 a 195 mil viajeros de los Países Bajos, que han realizado 731 mil pernoctaciones, un +10,9% más que en el mismo periodo del año anterior. Tras los fuertes crecimientos de 2010 y sobre todo 2011,

las noches realizadas en los establecimientos hoteleros de Andalucía de este emisor se estancaron en 2012 y ralentizado en 2013, siendo descendentes en 2014. A partir de 2015 se vuelve a la senda del crecimiento.

- El neerlandés es el quinto emisor extranjero más importante para el destino andaluz en primer semestre de 2017, sus pernoctaciones suponen el 5,5% 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 2017

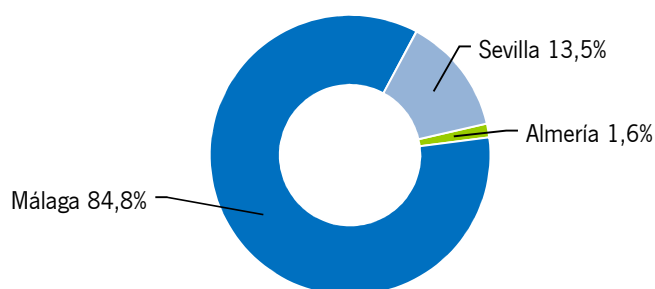


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

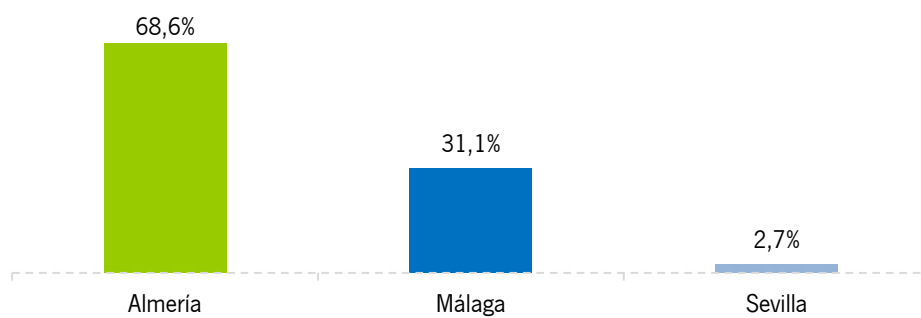
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre del año 2017 a 307 mil pasajeros procedentes de aeropuertos de los Países Bajos, un +26,8% más que en el mismo periodo del año anterior. El 87,7% utilizó una compañía de bajo coste, siendo Transavia holland Bv la CBC más utilizada, ya que transportó al 67,3% de los pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de los Países Bajos que llegan a la región. Ambos han registrado crecimientos en el primer semestre de 2017, destacándose el aeropuerto de Málaga. El aeropuerto de Almería, que registró importantes descensos en 2014 y 2015, vuelve a la senda de crecimiento en 2016, y continúa su ascenso en la primera mitad de 2017 (con una tasa del +68,6%).

Distribución de las llegadas de pasajeros de los Países Bajos a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2017



Fuente: AENA

***Evolución de las llegadas de pasajeros de los Países Bajos a los aeropuertos andaluces.
Acumulado enero-junio 2017***



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO BELGA. ACUMULADO ENE-JUN 2017

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 2016 cada habitante del país.

88% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los belgas que se prevé tendrá como destino un país extranjero en 2016. Otro 12% espera realizar su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuentes: Canadean Travel and Tourism y Preferences of Europeans towards tourism January 2016, Flash Eurobarometer 432, European Commission

Viajes vacacionales⁵ al extranjero de los residentes en Bélgica. Años 2011-2015

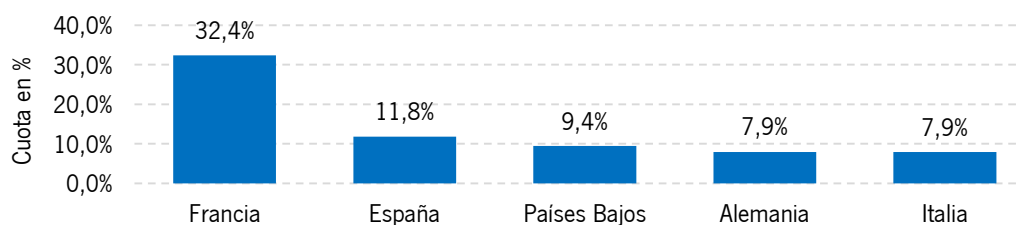
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2011	10.774	9,9%
2012	10.303	-4,4%
2013	11.484	11,5%
2014	12.343	7,5%
2015	11.504	-6,8%

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

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

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

Principales destinos de los viajes vacacionales al extranjero. Año 2015



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

⁵ Los viajes vacacionales son de corta y de larga duración.

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

19,6 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2016, un +3,7% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado enero-junio de 2017 (+2,3%).

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

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

1.3 PECULIARIDADES Y TENDENCIAS

- El debilitamiento de la situación económica general, así como los efectos de los atentados de marzo de 2016, ya se han superado y las perspectivas económicas vuelven a ser positivas: para 2017 se espera que la tasa de crecimiento del PIB sea del +1,6%, según el FMI, se reducirá la tasa de paro hasta el 7,6% en 2018 y se pretende incrementar la renta disponible de los hogares a través de una reforma fiscal.
- Aún está pendiente que se publiquen los datos turísticos oficiales correspondientes al año 2016. En el año 2015, el mercado emisor belga al extranjero registró un retroceso del -6,8%, interrumpiendo así su ritmo de crecimiento, que había sido muy elevado en los últimos años. Francia, el principal receptor de las vacaciones de los belgas, se vió muy perjudicada por los atentados islamistas ocurridos en suelo francés en 2015, de modo que los viajes turísticos a este destino se redujeron considerablemente (-12,4%). También los Países Bajos han experimentado un descenso de viajeros belgas en 2015 importante, mientras que la evolución de los destinos españoles ha sido en conjunto positiva aunque moderada (+1,1%). Por el contrario, aumentaron las vacaciones domésticas de forma significativa (+41,1%).
- Los destinos del sur del Mediterráneo comenzarán a recuperarse tras los cambios en los avisos del Ministerio de Asuntos Exteriores belga y por las agresivas ofertas de los touroperadores hacia estos destinos. No obstante, en el mercado touroperado para el verano de 2017, España seguirá siendo el primer destino de los belgas, con un número de reservas hasta el momento parecido al de la temporada pasada, seguido por Grecia, que adelanta a Francia, y por Turquía (que registra caídas). Los países que más crecerán serán Egipto, Túnez, y Croacia, si bien estos parten de cifras absolutas muy bajas.
- Durante la temporada de verano 2017 se mantendrán las capacidades aéreas en niveles similares a los de la campaña de verano anterior, pero también está previsto que se abran nuevas rutas a Ibiza, Palma de Mallorca, Murcia y Almería, las dos últimas en un intento de los touroperadores de buscar nuevos destinos en España.
- A medio plazo, habrá que atender a los efectos que puedan tener la adquisición de Brussels Airlines por parte de Lufthansa y la adquisición de Thomas Cook Airlines Belgium por parte de Brussels Airlines, lo que dará un mayor acceso a los destinos españoles al touroperador.
- España es elegido principalmente por su clima, sus playas, su entorno y su naturaleza. Otros factores destacables son la gastronomía, las compras, el alojamiento confortable y la reputación

del destino. Los turistas belgas muestran interés por los viajes de corta duración sobre todo de fin de semana orientados principalmente hacia la cultura y la gastronomía. España ocupa el tercer lugar en el ranking de destinos y viajes de citytrip. Se demanda principalmente Barcelona, Madrid, Sevilla, Valencia y Bilbao. Los circuitos que combinan la cultura, la playa y la naturaleza es otra opción fuertemente demandada, y en Andalucía son las ciudades de Sevilla, Granada, Córdoba y la Costa del Sol los productos estrellas.

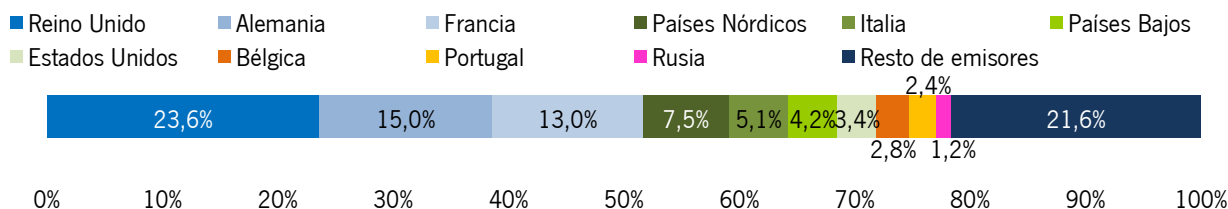
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. Canadean Travel and Tourism, FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 36,4 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2017, el 2,8% procedía de Bélgica (un millón de turistas), posicionándose como el octavo emisor extranjero más importante para España. Respecto al mismo periodo del año anterior, este mercado ha evolucionado favorablemente, registrando una tasa de crecimiento del +6,8%.
- Andalucía es el principal receptor de turismo belga en este periodo, seguido de cerca por C. Valenciana, Canarias y Cataluña.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2017



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo belga. Acumulado enero-junio 2017

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Andalucía	20,4%	8,7%
2	C. Valenciana	19,4%	35,9%
3	Canarias	18,3%	-19,7%
4	Cataluña	17,7%	14,5%
5	Baleares	7,6%	1,0%
6	Madrid	6,6%	3,1%
	España	100,0%	6,8%

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA BELGA EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2017

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	120
Estancia media: (días)	8,3
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	57,3%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	89,0%
Uso de paquete turístico:	23,0%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	84,3%
Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

2.4 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 57,3% de los turistas belgas que visitaron España en el primer semestre del año 2017 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros belgas suponen el 2,8% del total de noches foráneas realizadas en este periodo, y han aumentado un +2,7% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Canarias es el principal destino nacional, presentando un mantenimiento de noches (+0,2%). Andalucía, con una cuota del 19,0%, ocupa la segunda posición en el ranking del movimiento hotelero de España y ha registrado el segundo mayor crecimiento de pernoctaciones de belgas de las principales CC.AA. turísticas (+6,3%), superior al de la media nacional.

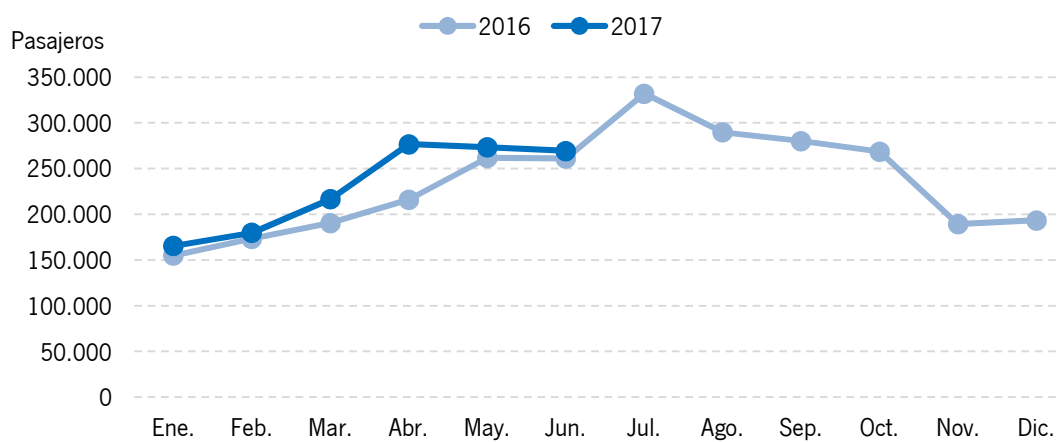
Viajeros y pernoctaciones de belgas en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2017

CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Canarias	120.335	-0,5%	949.239	0,2%	34,3%
Andalucía	120.375	8,5%	524.700	6,3%	19,0%
Cataluña	139.094	9,8%	491.004	5,5%	17,7%
C. Valenciana	69.775	17,8%	376.758	9,3%	13,6%
Baleares	39.418	-8,4%	237.429	-7,5%	8,6%
Madrid	40.518	-2,7%	89.932	0,3%	3,3%
España	583.771	4,6%	2.766.709	2,7%	100,0%
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

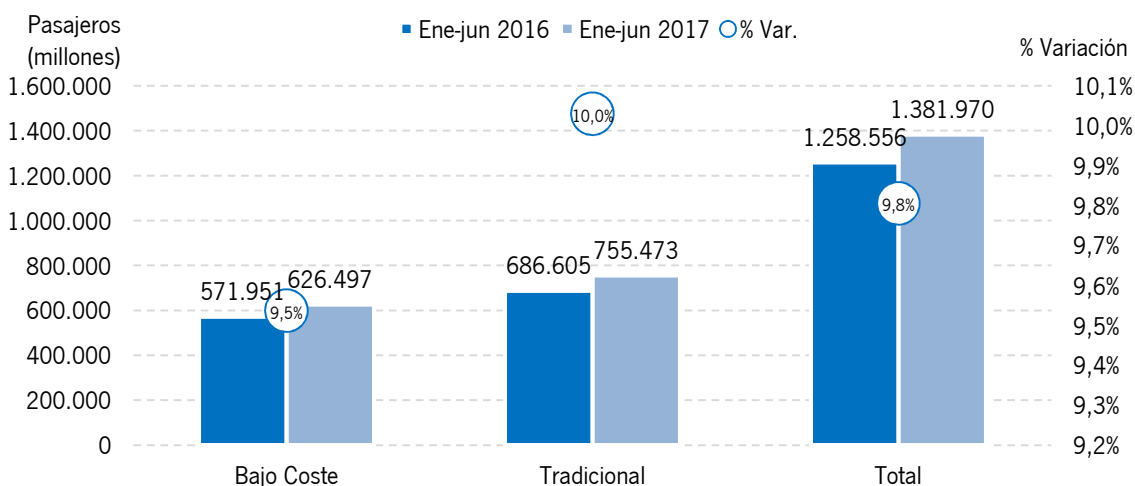
- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre del año 2017 a un total de 1,4 millones de pasajeros procedentes de Bélgica, un +9,8% más que en el mismo periodo del año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2017. Esta cifra representa el 3,5% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el acumulado enero-junio de 2017 al 45,3% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 81,3% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Bélgica por meses. Años 2016 y 2017



Fuente: AENA

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Bélgica por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2017



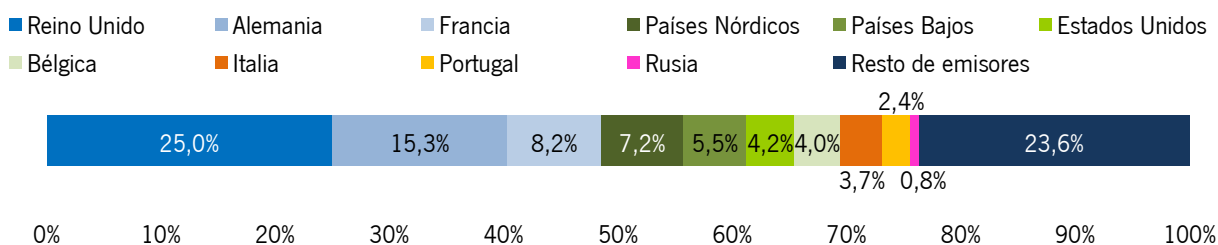
Fuente: AENA

3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre del año 2017 a 120 mil viajeros belgas que han realizado 525 mil pernoctaciones, un +6,3% más de noches que en mismo periodo del año anterior.
- El belga es el séptimo emisor extranjero más importante para el destino andaluz en el acumulado enero-junio de 2017, sus pernoctaciones suponen el 4,0% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región en dicho periodo.

Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-junio 2017

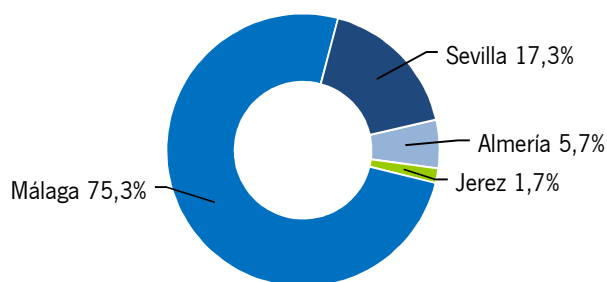


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

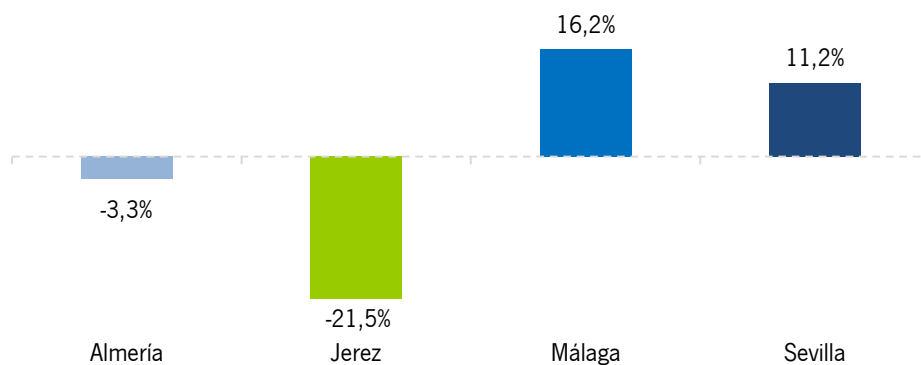
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre del año 2017 a 240 mil pasajeros procedentes de Bélgica, un +13,0% más que en el mismo periodo del año anterior. El 42,6% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 87,6% de los pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de Bélgica que llegan a la región. Ambos aeropuertos han evolucionado de manera positiva en lo que va de 2017, destacando Málaga, con un crecimiento del +16,2%, frente al descenso de los aeropuertos andaluces con menos tráfico de pasajeros.

Distribución de las llegadas de pasajeros de Bélgica a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2017



Fuente: AENA

**Evolución de las llegadas de pasajeros de Bélgica a los aeropuertos andaluces.
Acumulado enero-junio 2017**



Fuente: AENA

PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ITALIANO. ACUMULADO ENE-JUN 2017

1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

0,5 es la propensión a viajar al extranjero por motivos personales o profesionales, es decir, el número de viajes turísticos que realizó en 2016 cada habitante del país.

35% es la proporción del principal viaje de vacaciones de los italianos que se prevé tendrá como destino un país extranjero en 2016. Otro 65% espera realizar su principal viaje de vacaciones en el propio país.

Fuentes: Canadean Travel and Tourism y Preferences of Europeans towards tourism January 2016, Flash Eurobarometer 432, European Commission

Viajes por motivos personales⁶ al extranjero de los residentes en Italia. Años 2013-2016

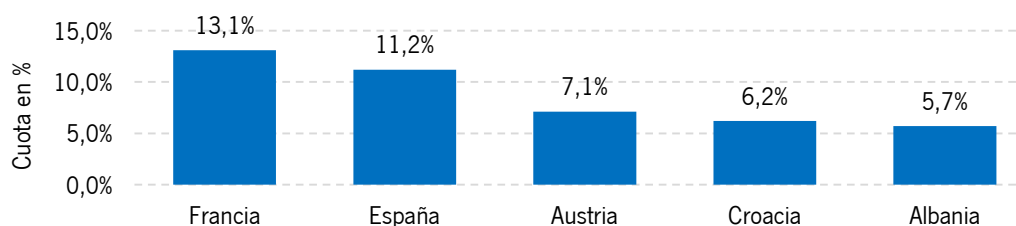
AÑOS	Viajes (miles)	% Variación
2013	9.783	..
2014	10.963	12,1%
2015	9.454	-13,8%
2016	9.725	2,9%

Fuente: Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)

-0,2% es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cuatro años en los viajes por motivos personales al extranjero.

España había sido el principal destino extranjero de los turistas italianos hasta el año 2016, donde fue superada por Francia.

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



Fuente: Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT))

⁶ 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 termas. 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 2016.

1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

25,0 son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2016, un +2,4% más que el año anterior. Esta evolución positiva se mantiene para el acumulado ene-jun de 2017 (+4,9%).

9ª 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 2016, la economía italiana prosiguió su recuperación, cerrando el año con un crecimiento del PIB del +0,9%. No obstante, los indicadores macroeconómicos apuntan a un cauto optimismo, pues el propio FMI ha revisado al alza sus previsiones de crecimiento para el año 2017, que se fijaron inicialmente en un +0,8% y se han elevado hasta el +1,3%. Este clima económico más favorable permitirá recuperar la confianza de los consumidores y por lo tanto las ganas de viajar de los italianos.
- El miedo a posibles atentados, así como la sensación de seguridad que los italianos sienten en su propio país, han potenciado de manera aún más acentuada la permanencia de los turistas italianos dentro de sus fronteras: en 2016, mientras que los viajes domésticos de los italianos se incrementaron respecto al año anterior un +16,2%, los viajes al extranjero sólo crecieron un +2,9%, siendo Francia y España los países más visitados. Francia predomina en las vacaciones cortas, mientras que España lo hace en las de larga duración.
- Los italianos se sienten atraídos por la seguridad y la proximidad que ofrece España. Valoran su clima, sus playas, así como la riqueza de su patrimonio cultural y la amplia oferta de ocio y gastronomía. Sin embargo, existe una demanda creciente por parte de este emisor de viajes relacionados con el turismo urbano y las estancias cortas (son los snap-packer: turismo de viernes a lunes), un tipo de turismo que se puede desarrollar durante todo el año, lo que contribuiría a disminuir la fuerte estacionalidad de este emisor asociada al turismo de sol y playa, y elevar el gasto medio por persona.
- También se viene observando en el mercado italiano un aumento del turismo responsable (búsqueda de destinos que sean respetuosos con el territorio y medio ambiente) y una demanda en aumento de viajes relacionados con naturaleza y actividades al aire libre, cruceros o turismo de tiendas.
- Según los últimos datos disponibles de reservas de los turoperadores y distribuidores tradicionales, para la temporada de verano 2017 siguen liderando los destinos de mar frente a ciudades o viajes culturales: en primer lugar se sitúan los propios destinos italianos, sobre todo las islas y las zonas de costa, seguidos de España y Grecia como destinos preferidos. Para Túnez y Egipto se evidencian signos de recuperación del mercado italiano, tras un intenso trabajo de promoción (aumento de seguridad, de conexiones, rebajas de precios, etc.), mientras que Turquía continúa fuera del mercado.

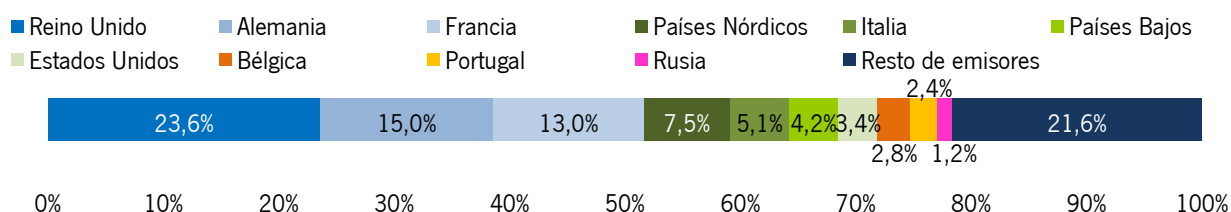
Fuente: Ficha ejecutiva y Estudios de mercados turísticos emisores, Turespaña. Canadean Travel and Tourism, FMI.

2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- España recibió un total de 36,4 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2017, el 5,1% procedía de Italia (1,9 millones), posicionándose como el quinto emisor extranjero más importante para España. Este mercado ha evolucionado favorablemente a lo largo de este periodo, registrando una tasa de crecimiento del +7,9%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo italiano en el primer semestre de 2017, seguido por Madrid y las islas.

Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado enero-junio 2017



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo italiano. Acumulado enero-junio 2017

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	30,9%	5,9%
2	Madrid	14,9%	17,5%
3	Canarias	12,8%	19,2%
4	Baleares	12,0%	14,5%
5	Andalucía	11,9%	3,6%
6	C. Valenciana	10,7%	8,2%
	España	100,0%	7,9%

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), INE

2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ITALIANO EN ESPAÑA

Acumulado enero-junio 2017

HÁBITOS DE CONSUMO	
Gasto medio diario en destino: (euros)	116
Estancia media: (días)	5,9
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	68,5%
Principal vía de acceso: Aeropuerto	91,9%
Uso de paquete turístico:	23,0%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	76,3%
Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR) y Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE	

2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 68,5% de los turistas italianos que visitaron España en el primer semestre del año 2017 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros italianos suponen el 3,9% del total de noches foráneas realizadas en el país en este año, y han aumentado un +4,9% respecto al año anterior.
- Para el acumulado enero-junio de 2017, Cataluña y las islas Canarias son los destinos nacionales favoritos del viajero italiano. En la mayoría de las principales CC.AA. turísticas (salvo Baleares) se han registrado incrementos de pernoctaciones de este emisor, siendo el crecimiento de Andalucía superior al de la media nacional.

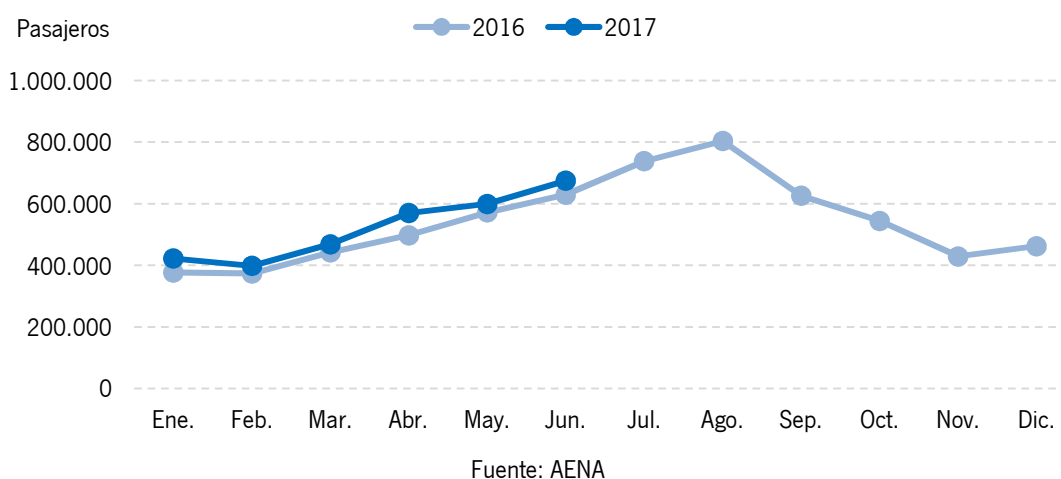
Viajeros y pernoctaciones de italianos en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-junio 2017

CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Cataluña	368.962	9,4%	975.651	6,4%	25,4%
Canarias	124.805	13,8%	871.152	8,5%	22,7%
Andalucía	220.085	8,6%	492.722	7,3%	12,8%
Baleares	104.163	-5,9%	462.150	-7,6%	12,0%
Madrid	195.564	5,0%	456.200	4,2%	11,9%
C. Valenciana	112.147	10,6%	298.207	5,9%	7,8%
España	1.279.465	6,9%	3.839.204	4,9%	100,0%
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera, INE					

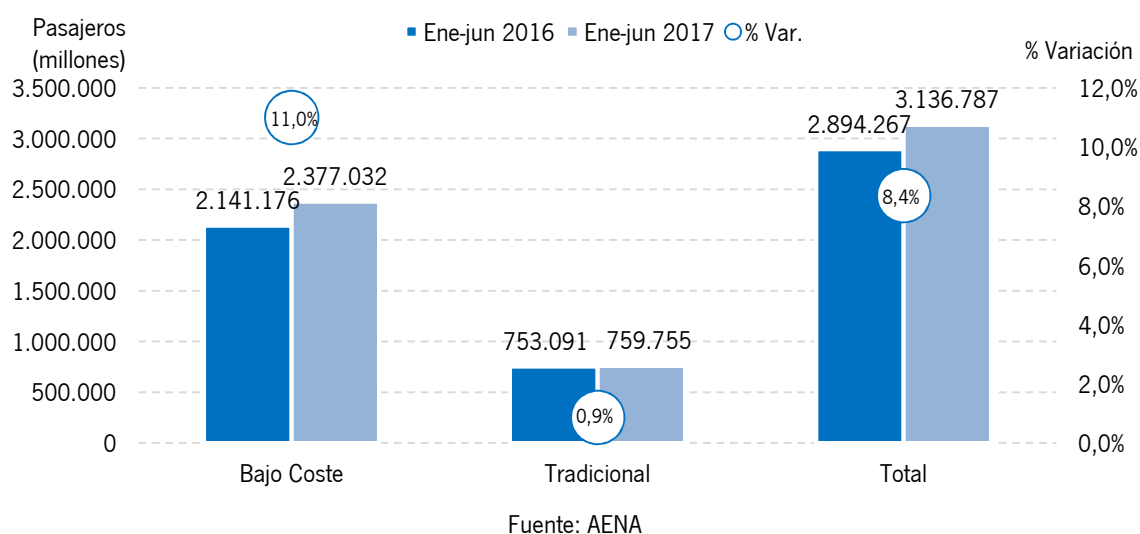
2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el primer semestre del año 2017 a un total de 3,1 millones de pasajeros procedentes de Italia, un +8,4% más que en el año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2017. Esta cifra representa el 7,8% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías de bajo coste transportaron en el acumulado enero-junio de 2017 al 75,8% de los pasajeros procedentes de este mercado. RyanAir es con diferencia la CBC más importante (transportó a España el 58,0% de los pasajeros de bajo coste de esta procedencia en este periodo).

Llegadas de pasajeros a España procedentes de Italia por meses. Años 2016 y 2017



Llegadas de pasajeros a España procedentes de Italia por tipo de compañía. Acumulado enero-junio 2017

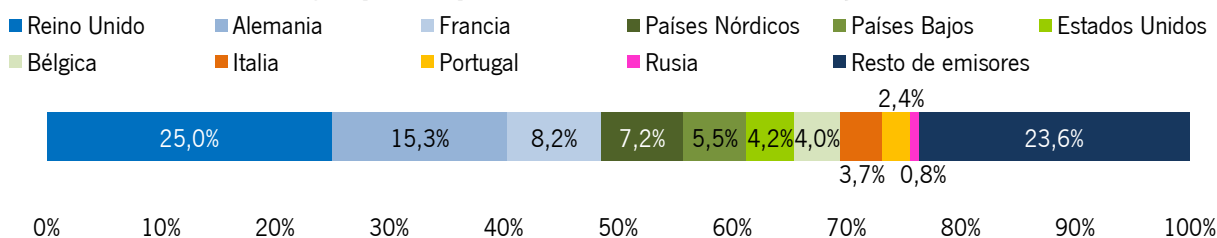


3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el primer semestre del año 2017 a 220 mil viajeros italianos que han realizado 493 mil pernoctaciones, un +7,3% más de noches que en el mismo periodo del año anterior, y crecimientos en la mayoría de los meses de 2017.
- El italiano es el octavo emisor extranjero más importante para el destino andaluz en en acumulado enero-junio de 2017, sus pernoctaciones suponen el 3,7% 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 2017

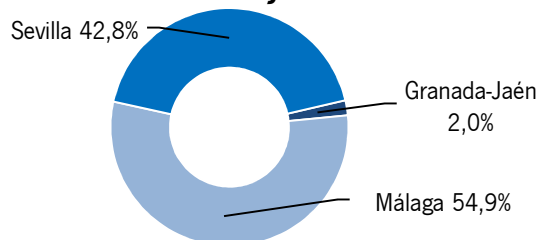


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

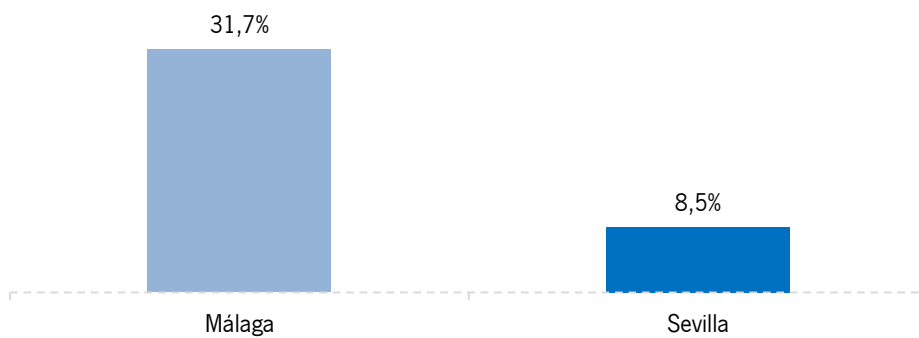
- Los aeropuertos andaluces recibieron en el primer semestre del año 2017 a 285 mil pasajeros procedentes de Italia, un +23,3% más que en el mismo periodo del año anterior. El 88,0% de estos pasajeros utilizó una compañía de bajo coste, siendo RyanAir la CBC más utilizada, ya que transportó al 64,4% de los pasajeros de este tipo de compañías.
- Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de los pasajeros de Italia que llegaron a la región en este periodo. No obstante, en marzo de 2017 se establece una conexión entre Italia y el aeropuerto de Granada-Jaén, canalizando este aeropuerto hasta un 2% de pasajeros de esta procedencia. Tanto el aeropuerto de Málaga como el de Sevilla registran aumentos en las llegadas de pasajeros desde Italia en el primer semestre de 2017, más intenso en el de Málaga.

Distribución de las llegadas de pasajeros de Italia a los aeropuertos andaluces. Acumulado enero-junio 2017



Fuente: AENA

***Evolución de las llegadas de pasajeros de Italia a los aeropuertos andaluces.
Acumulado enero-junio 2017***



Fuente: AENA

FUENTES UTILIZADAS

1. FUENTES PROPIAS DE CADA PAÍS

País	Organismo responsable	Producto de difusión	Periodicidad
Reino Unido	Office for National Statistics (ONS)	Overseas Travel and Tourism Travel Trends	Trimestral Anual
Alemania	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (FUR)	RA Reiseanalyse_First Results	Anual
Francia	Direction Générale des Entreprises (DGE), Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique	Mémento du tourisme Chiffres clés Bilan du Tourisme	Anual Anual Anual
Italia	Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)	Viaggi e vacanze in Italia e all'estero	Anual
Bélgica	Direction générale Statistique, Statistics Belgium	Enquête sur les vacances et les voyages	Anual
Países Bajos (Holanda)	Central Bureau voor de Statistiek (CBS)	Toerisme en recreatie in cijfers Toerisme in Nederland StatLine	Anual Annual Anual
Noruega	Statistics Norway	Travel Survey	Trimestral
Finlandia	Statistics Finland	Finnish Travel	Trimestral y Anual
Suecia	Swedish Agency for Economic and Regional Growth (tillväxtverket)	Tourism in Sweden	Anual
Dinamarca	Statistics Denmark	Denmark in figures Statistical Yearbook Statbank Denmark	Anual Anual Trimestral

2. FUENTES INTERNACIONALES

Organismo responsable	Producto de difusión	Periodicidad
Organización Mundial del Turismo (OMT)	Barómetro OMT del Turismo Mundial	Trimestral
European Commission	Preferences of Europeans towards tourism Serie: Flash Eurobarometer, nº432	Anual
Fondo Monetario Internacional (FMI)	World Economic Outlook	Trimestral
Canadean Travel and Tourism	Travel and Tourism Intelligence Center	Mensual, Trimestral y Anual

3. FUENTES NACIONALES

Organismo responsable	Producto de difusión	Periodicidad
Instituto de Turismo de España (Turespaña o Tourspain), Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos	Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR)	Mensual
	Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) (Hasta septiembre de 2015)	Mensual
Instituto de Turismo de España (Turespaña o Tourspain)	Informes de coyuntura turística; Fichas ejecutivas; Estudios de mercados	Bianual
		Anual
Instituto Nacional de Estadística (INE)	Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)	Mensual
	Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR)	Mensual
	Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR)	Mensual
Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA)	Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía	Trimestral
Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)	Informe Mensual de Coyuntura del Movimiento Aeroportuario en Andalucía	Mensual
	(Explotación propia realizada por SAETA)	