

# Características de los 20 principales mercados emisores hacia la Costa del Sol

Turismo y Planificación  
Costa Del Sol



**COSTA DEL SOL**  
MÁLAGA





## Características de los 20 principales mercados emisores hacia la Costa del Sol

En este estudio se presentan las características de los 20 principales mercados emisores para la Costa del Sol, tanto de destinos consolidados, como algunos destinos que son considerados como estratégicos o emergentes para el destino.

En concreto, los mercados analizados son los siguientes:

- Alemania, **pág. 5**
- Arabia Saudí, **pág. 9**
- Bélgica, **pág. 13**
- Canadá, **pág. 16**
- China, **pág. 20**
- Dinamarca, **pág. 25**
- Emiratos Árabes Unidos, **pág. 29**
- España, **pág. 33**
- Estados Unidos, **pág. 37**
- Francia, **pág. 43**
- Finlandia, **pág. 47**
- Irlanda, **pág. 51**
- Italia, **pág. 54**
- Holanda, **pág. 58**
- Japón, **pág. 62**
- Noruega, **pág. 65**
- Portugal, **pág. 69**
- Reino Unido, **pág. 73**
- Rusia, **pág. 77**
- Suecia, **pág. 80**



Para todos ellos se ofrece información en cuatro bloques:

- sobre su situación socioeconómica,
- de las principales características de esos mercados como emisores de turismo internacionales,
- información de los mercados en España,
- mercado en el destino Costa del Sol.

Con respecto a la **situación socioeconómica**, se proporciona información cuantitativa como cualitativa sobre su economía, niveles de renta y población. Los principales indicadores que se incluyen son: PIB y variación de este, mercado de trabajo (ocupados, desempleados, tasa de paro, población, penetración de internet, principales redes sociales, ...).

La información se ha obtenido de los informes ejecutivos o informes de situación económica elaborados por Turespaña a través de sus distintas oficinas situadas a lo largo del mundo. Así como de estadísticas de EUROSTAT, OMT, OCDE o Banco mundial entre otros.

En lo relativo a los **mercados emisores de turismo internacional**, también se proporciona información cuantitativa y cualitativa, al igual que el anterior, no es del todo homogénea dependiendo de los datos disponible para cada país, pero, en cualquier caso, se proporciona información para caracterizar al turista que viaja al extranjero de esos mercados, así como sobre la estructura del sector turístico en esos países.

A modo de ejemplo los principales indicadores proporcionados son número de turistas o de viajes al extranjero, gasto total o gasto por persona en el extranjero, estancia media, tipo de vacaciones que prefieren, principales razones por las que eligen un destino o cómo se inspiran a la hora de elegir un destino, entre otros.



Por otro lado, en el caso de la situación del sector la información proporcionada va desde principales turoperadores, OTAs, agencias de viajes, tanto on-line como off- line, cómo se realiza la comercialización y distribución. La información se ha obtenido de Turespaña y OMT, así como de los organismos de estadística de los mercados analizados, principalmente.

Por último, se presentan las principales **cifras en España** y en el **destino Costa del Sol**, que recogen información sobre el turismo de estos mercados tanto en España como en nuestro destino.

Para España los indicadores que se recogen son: número de turistas, gasto diario por persona, estancia media, tipos de alojamientos durante su viaje en España, forma de viajar (paquete-no paquete), entrada de viajeros por aeropuerto por meses (concentración de las llegadas), así como viajeros y pernoctaciones hoteleras y total de entrada de viajeros por aeropuertos en España. También se proporciona información de esos mercados a nivel de competitividad, que ranking tiene según turistas, entrada por aeropuerto o pernoctaciones hoteleras.

La información se ha obtenido de Frontur, Familitur (España), Egatur, Encuestas de ocupación hoteleras, todas ellas del INE y entrada de viajeros de aeropuerto de AENA.

Los datos para el caso de la Costa del Sol son número de viajeros y pernoctaciones hoteleras, así como llegadas de viajeros de esos mercados. También se presenta la competitividad que tienen en la Provincia a través de varios rankings elaborados en función del número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros, de pernoctaciones hoteleras en el destino y entradas de viajeros por el aeropuerto de Málaga. Esta información se ha obtenido de Encuestas de ocupación hotelera (Instituto Nacional de Empleo) y llegada de viajeros por avión (AENA).



## ALEMANIA

### INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

- Alemania es el país **más poblado de la UE**
- El **22%** de la población tiene entre **50 y 65 años**
- Alta penetración de Internet
- **72% de la población usa internet** diariamente o una vez a la semana
- **5º Economía el mundo**
- **1º de Europa**
- Gran fortaleza y dinamismo
- Alta competitividad y potencial exportador
- **Superávit de la balanza comercial**
- **Robusto mercado de trabajo, cercano** al pleno empleo
- País con una distribución de la **renta más igualitaria** (entre los 15 países con la riqueza más equilibrada)

### POBLACIÓN

82,6

Millones (2016)

### USO DE INTERNET

90%

Año 2016

72 %

Diario o una vez a la semana

### REDES SOCIALES



Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter y Xing.  
64% WhatsApp

### INFLACION 2017

102,1

Armonizado (2015=100)

### PIB

3.263

Millardos € (2017)

### PIB PER CAPITA

39.500

Euros € (2017)



### CRECIMIENTO

2017 -2010

### DESEMPLEO

3,8%

Tasa % (2017)

1,633

Millones personas 2017



### DESCENSO

2017 -2010



## ALEMANIA

MERCADO EMISOR

- El 77,2% de la población realiza al menos un viaje vacacional (superior a 5 días)
- Los alemanes del oeste gastan de media 1.067€ mientras que los del este gastaron 959€.
- De media cada viajero realizó 1,29 viajes
- La estancia media de los alemanes en los viajes internacionales se está acortando en la última década, se mantiene alta por la inclusión en la encuesta los residentes no alemanes que viajan a sus países de origen)
- El formato más inspirador para el alemán es la foto
- Para los viajes al extranjero priman los viajes organizados 49,7% (paquetes o modulares) y el área mediterránea estos representan más del 70%.
- Los jóvenes (<29 años) prefieren el paquete turístico (40%)

### VIAJES INTERNACIONALES

50,1

Millones (2017)



2017 -2016

### GASTO MEDIO DIARIO

87,4

Euros (2017)



2017 -2016

### ESTANCIA MEDIA INTERNACIONAL

13,5

Euros (2017)



2017 -2016

### REGIONES EMISORAS



### USO INTERNET INFORMACIÓN VACACIONES

50%

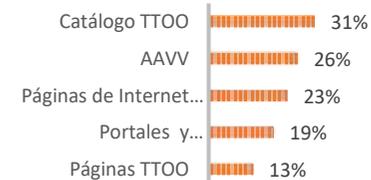
2018

### RESERVA SUS VACACIONES ON LINE

31%

2018

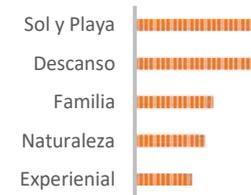
### FUENTES DE INFORMACIÓN E INSPIRACIÓN 2018





- Casi la mitad de la población viaja entre junio y agosto, el 24% en octubre y el 19% en primavera en 2018
- La elección de las vacaciones está influenciada por las fechas de los festivos y por el sistema de reparto de las vacaciones escolares que varía cada año:
  - Verano 6 semana (varia en cada Lander)
  - Otoño 2 semana (viajes media/larga distancia)
  - Navidad 2 semana
  - Invierno (febrero) 1 semana
  - Pascua o Pentecostés 1 o 2 semanas (si Semana Santa es mitad de abril suelen optar por turismo en territorio nacional)
- Las preferencias vacacionales del turista alemán para destinos españoles son sol y playa, descanso y relajación y, a gran distancia turismo familiar.
- España es un destino de sol y playa para los alemanes
- España tiene una excelente imagen de destino seguro y amigable
- Tendencia de marketing: atraer a los alemanes interesados por turismo cultural, de ciudad de naturaleza o activo, permitirá desestacionalizar

## TIPO DE VACACIONES

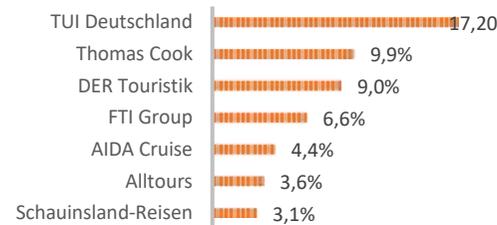


## CRITERIOS PARA SELECCIÓN DESTINO 2018

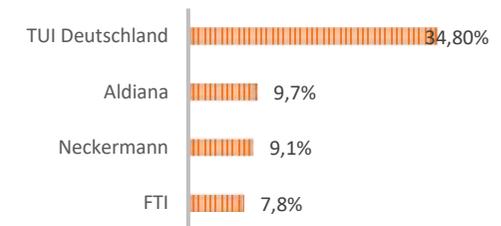


## ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO ALEMÁN

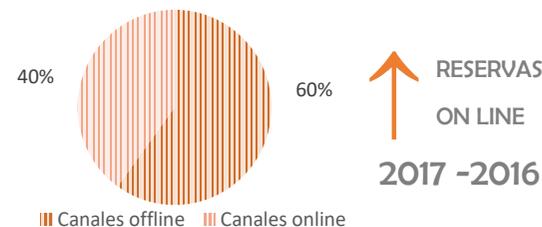
### PRINCIPALES TTOO



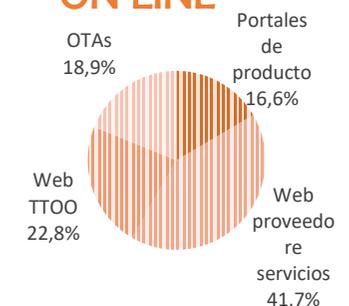
### PRINCIPALES TTOO PENÍNSULA



## COMERCIALIZACIÓN



## COMERCIALIZACIÓN ON LINE





## ALEMANIA

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



#### GASTO DIARIO



#### DURACIÓN

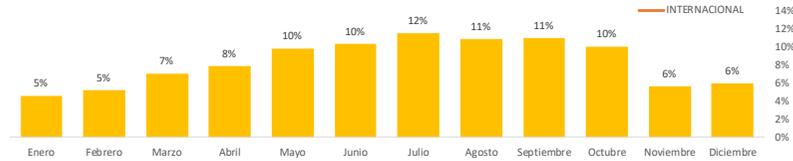


#### TIPO DE ALOJAMIENTO



#### FORMA DE VIAJAR

#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



#### AEROPUERTO



### COMPETITIVIDAD DE ALEMANIA EN ESPAÑA



### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



#### AEROPUERTO



### COMPETITIVIDAD DE ALEMANIA EN MÁLAGA



Fuente: FRONTUR, EGATUR, EOH y EOAP - INE. AENA



## ARABIA SAUDITA

INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

- País más extenso del medio oriente
- El **26,85%** tiene una edad comprendida entre **34 y 54 años en 2018**
- **64,7 %** de la población tiene acceso a internet
- **18º** Economía del mundo volumen del PIB
- Alta **tasa de desempleo juvenil** (28,9%)
- Existen muchas desigualdades en la distribución de riqueza
- Superávit balanza comercial
- De los niveles de vida más altos de los países de medio oriente

### POBLACIÓN

**33,41**

Millones (2018)

### USO DE INTERNET

**64,7%**

Año 2016

**1 EUR = 4,18 SAR**

Mayo 2019

### REDES SOCIALES



Las redes sociales más usadas son whatsapp (91%), Twitter (53%), Instagram (43%) y Youtube (40%)

### INFLACION ABRIL 2019

**105,6**

Armonizado (2013 = 100)

### PIB

**662.560**

Millones € (2018)

### PIB PER CAPITA

**20.534**

Euros € (2018)

### CRECIMIENTO

2017 -2010

### DESEMPLEO

**6%**

Tasa % (2018)

**970,22**

Miles personas 2017

### CRECIMIENTO

2017 -2015



## ARABIA SAUDÍ

### MERCADO EMISOR

- En Arabia Saudí tiene gran peso los viajes vacacionales, normalmente son a medida.
- La demanda de paquetes vacacionales es muy escasa y casi dirigida a segmentos más bajos de la población.
- Los principales países receptores son:
  - Bahreín
  - Jordania
  - Turquía
  - Catar
  - Indonesia
  - EE. UU.
  - UK
  - Suiza
  - Marruecos
  - Austria
  - Italia
  - Malasia
  - España
- El sector de intermediación turística es estable y en crecimiento

### VIAJES INTERNACIONALES



### GASTO TOTAL EXTRAJERO (Millones de \$)



### ESTANCIA MEDIA EXTRANJERO



### GASTO MEDIO DIARIO EXTRANJERO





- En el sector de la distribución este país se caracteriza por tener una gran red oficinas de ventas
- Las principales agencias emisoras tienen un personal de ventas y productos muy poco cualificados, la mayoría proviene de la venta de billetes.
- Existe una tendencia al alza de los paquetes dinámicos, el joven viajero saudí prefiere elegir sus hoteles, en función de presupuesto, disponibilidad y temporada
- Tendencia creciente de la presencia de redes sociales.
- Las principales redes sociales son Facebook e Instagram. La penetración de Internet alcanza a los 21 millones de habitantes
- Hay una tendencia creciente a la compra de viajes on line (17,7% respecto al año anterior), aunque gran parte de la compra se hace mediante información (investigación) on line, llamada telefónica y cierre presencial (presenciales: 6,3% respecto al año anterior)

## PRINCIPALES AGENCIA DE VIAJES VACACIONALES

Al Tayyar Travel

Fursan Viajes

Al Sarh

Al Rajhi Aviation

Al faris

## REDES SOCIALES

Facebook

Instagram



## PRINCIPALES AGENCIA DE VIAJES CORPORATIVOS

Konoo Travel

ACE Travel

Elaf & Zahid Travel

## PENETRACIÓN INTERNET

21,0

Millones habitantes



2017 -

## AGENCIAS ON LINE (OTAs)

Booking

Flynn

Rehlat Travel

Holiday ME

Expedia

Al Tayyar (AAVV)

## FERIAS



Generalistas

**Riyadh Travel Fair.** Finales de marzo o principios de abril Riad. Mixta. Exclusivamente Saudí



Bodas

**Saudo International Wedding Fair.** Marzo



**Global health Exhibition .** Septiembre

**Saudi Healthcare Exhibition.** Noviembre



## ARABIA SAUDITA

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018



#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018



#### DURACIÓN



Var. Interanual 2016-2018



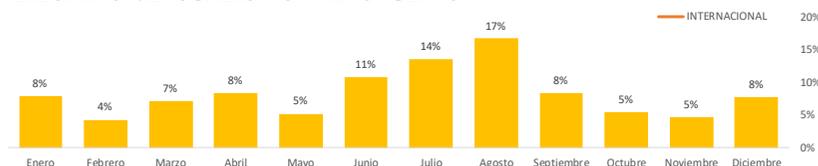
#### TIPO DE ALOJAMIENTO



#### FORMA DE VIAJAR



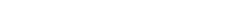
#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



#### COMPETITIVIDAD DE ARABIA SAUDÍ EN ESPAÑA



### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



#### COMPETITIVIDAD DE ARABIA SAUDÍ EN MÁLAGA





# BÉLGICA



## INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

- Bélgica es el segundo país europeo con más población por km2
- El **18,30%** de la población tiene **más de 65 años** en 2016
- Alta penetración de Internet
- **82 % de la población posee** un ordenador en casa
- **24º Economía el mundo**
- Futuro crecimiento económico gracias a **consumo interno y exportaciones**
- Entre los **20** países más competitivos
- Existen desigualdades en la distribución de riqueza

### POBLACIÓN

11,3

Millones (2016)

### USO DE INTERNET

55,2%

Compras por internet

84,3 %

Diario o una vez a la semana

### REDES SOCIALES



el 45% de los belgas afirmó haber accedido a las redes sociales todos o casi todos los días, frente al 20% que declaró no haberlo hecho en ninguna ocasión (Statista, 2018).

### INFLACION 2017

1,71%

Año 2017

### PIB

450.577

Millones € (2018)

### PIB PER CAPITA

39.500

Euros € (2018)

### CRECIMIENTO

2017 -2010

### DESEMPLEO

7,3%

Tasa % (2017)

353,09

Miles personas 2017

### DESCENSO

2017 -2014



## BÉLGICA

### MERCADO EMISOR

- Bélgica mantiene una tendencia creciente en los viajes internacionales desde 2013, aunque en el último año ha disminuido.
- El 61,4% de los viajes de los belgas se hacen al extranjero, porcentaje que se eleva al 72,1%, cuando se trata de viajes de más de 4 noches
- España es el segundo país al que más viajan con una cuota de mercado de 10,6%
- El mercado belga es un sector maduro, en el que la turoperación controla el 22,7% de viajes contratados
- En alza el online, las plataformas controlan el 20% de las reservas de alojamiento, 3 veces más que las agencias de viaje y casi el doble de las efectuadas a través de operadores.

### VIAJES INTERNACIONALES

12,8



Millones (2017)    2017 -2016

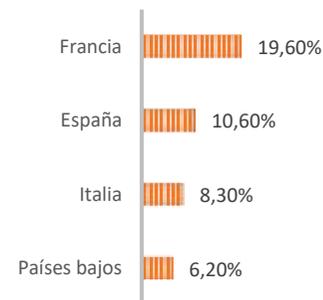
### GASTO MEDIO POR PERSONA

1.884,8



Dólares (2017)    2017 -2016

### PRINCIPALES MERCADOS RECEPTORES, 2017



### COMERCIALIZACIÓN

22,7%    2017

TUI Y THOMAS GROUP

Fuente: ABTO, Asociación Belga de Touroperadores



## BELGICA

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018



#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018



#### DURACIÓN



Var. Interanual 2016-2018



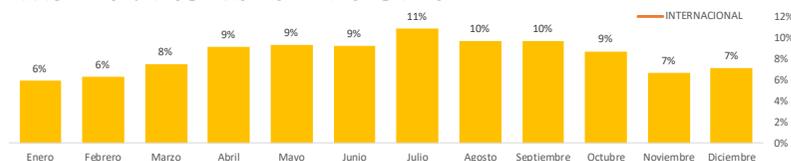
#### TIPO DE ALOJAMIENTO



#### FORMA DE VIAJAR



#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE BÉLGICA EN ESPAÑA

Rank. Turistas	Rank. Aeropuerto	Rank. Pernoctaciones
11º	9º	9º
3,0%	2,63%	1,8%

### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE BÉLGICA EN MÁLAGA

Rank. Viajeros	Rank. Pernoctaciones	Rank. Aeropuerto
9º	7º	7º
2,2%	3,0%	4,2%

Fuente: FRONTUR, EGATUR, EOH y EOAP - INE. AENA



# CANADÁ

## INDICADORES SOCIOECONÓMICOS



- **2º país más extenso del mundo** con una población de más de 35 millones.
- El **27,30%** de la población tiene **entre 35 y 54 años** en 2016
- Alta penetración de Internet  
**Cerca del 90 % de la población** tiene acceso a internet
- **10ª Economía del mundo**
- Crecimiento del **10,8%** entre 2005-2015 del **Ingreso medio de los hogares**
- Tendencia a la baja en los últimos años de la **tasa de paro**

### POBLACIÓN

# 35,16

Millones (2016)

### USO DE INTERNET

# 88,8%

Diario o una vez a la semana

### TIPO DECAMBIO

# 0,66€=1\$CAN

Mayo 2019

### REDES SOCIALES



Dos terceras partes de la población mayor de 18 años tiene un usuario en alguna red social. Facebook, Instagram, Youtube y Snapchat presentan un gran crecimiento por su uso regular entre canadienses

### INFLACION 2017

# 1,9%

Año 2017

### PIB

# 1.449.940

Millones € (2018)

### PIB PER CAPITA

# 39.194

Euros € (2018)

### DESEMPLEO

# 5,7%

Tasa % (2017)

# 1.162

Miles de personas 2018

### CRECIMIENTO

2018 - 2015

### DESCENSO

2017 -2010





## CANADA

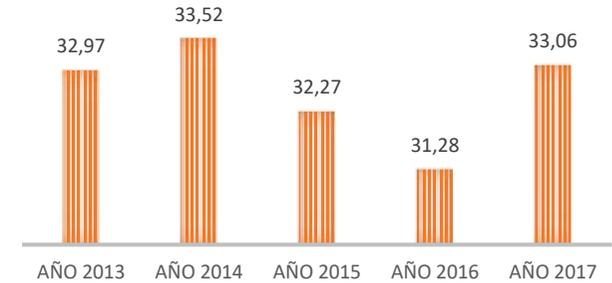
### MERCADO EMISOR

- En 2017 se produjeron más de **33 millones de viajes** internacionales de canadienses.
- En 2017 el **gasto turístico del viaje** internacional de los canadienses supone **31.816 Millones de \$US**, con una ligera recuperación tras el descenso en 2016
- El volumen de gasto turístico internacional por motivos profesionales supone el 12%.
- Los **destinos más importantes** son:
  1. USA
  2. México
  3. Francia
  4. Italia
  5. República Dominicana
  6. UK
  7. China
  8. Italia
  9. Tailandia
  10. España

## VIAJES INTERNACIONALES

# 33,06

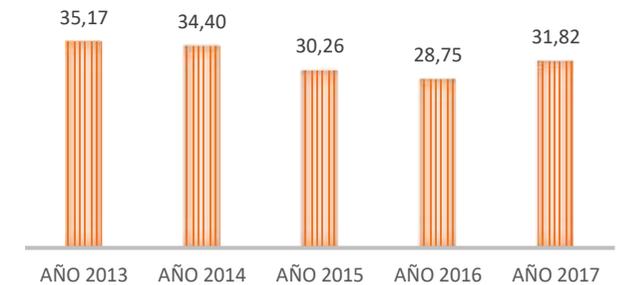
Millones (2017)



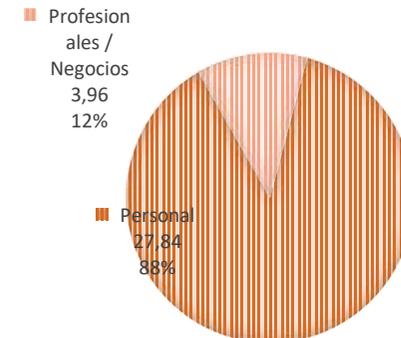
## GASTO TURÍSTICO

# 31.816

Millones Dólares USA (2017)



## GASTO TURÍSTICO SEGÚN TIPO DE VIAJE 2017





## PRINCIPALES TTOO QUE INCLUYEN ESPAÑA

### • Principales TTOO que incluyen España

en sus programas:

- AIR CANADA VACATIONS.
- TRANSAT HOLIDAYS.
- THE TRAVEL CORPORATIONS.
- GLOBUS FAMILY OF BRANDS. Lujo e independientes
- MERIT GROUP. Incentivos, deporte, golf, ski...
- VISION TRAVEL. Viajes corporativos, y de ocio, reuniones e incentivos
- TRAVELBRANDS
- TURISMO IDIOMATICO:
  - Educacional tours
  - Explorica Canada
  - Language Abroad
  - Sejours Linguistique
  - Student travel Society
  - Voyage Université

### • Uso de internet

- 9 de cada 10 para informarse de los destinos
- 86% para comparar precios
- 77% reservas todo o algunos de sus viajes de verano

### AIR CANADA VACATIONS

- Rutas directas desde Toronto a Barcelona y Madrid y desde Montreal a Barcelona.
- Tres Hubs: Toronto, Montreal y Vancouver
- Miembro del Star Alliance

### TRANSAT HOLIDAYS

- Tiene una compañía Aérea Air Transat, que opera desde Montreal con Málaga, Barcelona y Madrid
- Especializada en viajes de ocio
- Posee TTOO emisores, receptores, AAVV, transporte aéreo y hoteles
- Cerca de 600 puntos de venta en Canada

### THE TRAVEL CORPORATION

- CONTIKI HOLIDAYS. Viajes de aventura (18-35 años)
- INSIGHTS VACATIONS. Itinerarios guiados (mediana edad y seniors)
- TRAFALGAR. Viajes de lujo y exclusivos (35- 55 años)

## PRINCIPALES OPERADORES ONLINE

1. Tripadvisor.ca
2. Expedia.ca
3. Flightnetwork.com
4. Cheapoai.ca
5. RedTag.ca
6. Itravel2000.com
7. Hotwire.com



## CANADA

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018



#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018



#### DURACIÓN



Var. Interanual 2016-2018



#### TIPO DE ALOJAMIENTO



#### FORMA DE VIAJAR



#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



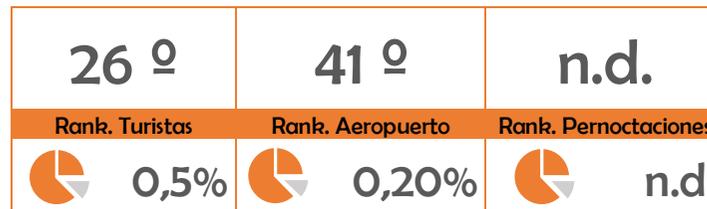
Var. Interanual 2016-2018

#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018

#### COMPETITIVIDAD DE CANADÁ EN ESPAÑA



### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018

#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018

#### COMPETITIVIDAD DE CANADÁ EN MÁLAGA





# CHINA

## INDICADORES SOCIOECONÓMICOS



3º país más extenso del mundo y 1º de Asia

- País más poblado del mundo
- El **48,51%** de la población tiene **entre 25 y 54 años** en 2016
- **Nº 1 de usuarios que usan internet: 771,98 Millones**
- 375,78 millones hacen compras online
- **55,9 % de la población** tiene acceso a internet
- **2º Economía del mundo**
- Se estima que en **2025** el **número de turistas chinos** en todo el mundo ascienda a más **de 225 millones**
- **22,5 millones a Europa**
- Reducción índice de pobreza últimos años

### POBLACIÓN

# 1.379

Millones (2017)

### PENETRACIÓN DE INTERNET

# 55,9%

### TIPO DE CAMBIO

# 1 EUR = 7,71 CNY

Mayo 2019



- Baidu= **GOOGLE DE CHINA**
- 567 millones de usuarios en redes sociales.
- Navegan una media de 46 minutos diarios.
- 91% de los usuarios de Internet tiene cuenta en una red social.
- Las RRSS más usadas son: Ozone, PengyouWan, RenRenWan, KaiXinWan, Youku, y Weixin (Humanlevel, 2014).

### INFLACION 2017

# 104,602

armonizado (2015=100)

### PIB

# 11.360.353

Millones € (2018)

### DESEMPLEO

# 3,9%

Tasa % (2017)

### PIB per cápita

# 8.172

Euros € (2018)

# 968

Decenas de miles 2018



### CRECIMIENTO

2017 -2010



### DESCENSO

2017 -2010



## R.P. CHINA

MERCADO EMISOR

- En 2017 se produjeron más de **143 millones de viajes** internacionales de chinos.
- En 2017 el **gasto turístico del viaje** internacional de los chinos asciende a **257.733 Millones de \$US**, con un crecimiento continuado desde 2013.

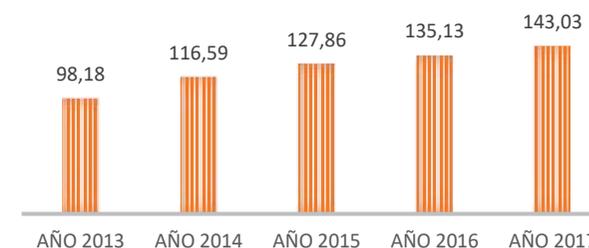
Los **destinos más importantes** son:

1. Hong Kong, China
2. Macao, China
3. Thailand
4. Japan
5. Korea, Republic of
6. Viet Nam
7. Singapore
8. USA

## VIAJES INTERNACIONALES

# 143,03

Millones (2017)



## GASTO TURÍSTICO (Sin transporte)

# 257.733

Millones Dólares USA (2017)

9. Italy
10. Taiwan Province of China
11. Malaysia
12. France
13. Indonesia
14. Germany
15. Russian Federation
16. Australia
17. Spain



## CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO

- Desde el 2010 el sector turístico chino ha evolucionado radicalmente, condicionado por 2 hechos:
  1. La **masiva y rápida incorporación de nuevo consumidores** con nuevas demandas con gran avidez por viajar, se conceden 10 millones de pasaportes anualmente
  2. Decisión gubernamental de **abrir la industria turística a la competencia interna**
- Inexistencia de frontera clara entre **los intermediarios y los proveedores**.
  - **QUNAR**. De metabuscador a OTA
  - **FLIGGY**. Plataforma Ecommerce donde las tiendas online pueden vender al cliente final
  - **DIDATRAVEL SHENZHEN**. Distribución global que conecta mayoristas con OTAS chinas a través de sus APIS
- **China National Tourism Administration CNTA**, organismo público vital para el desarrollo turístico del país.
- **No hay una delimitación clara entre producción y distribución**. Los TTOO crean sus propios paquetes y los comercializan directamente.
- Las **agencias de viajes chinas emisoras tratan de contactar directamente con TTOO receptivos evitando mayoristas chinos**. Existen 27.000 AAVV registradas oficialmente, de ellas **solo 4.442 están registradas como agencias emisoras** autorizadas por la CNTA para organizar viajes de grupos a países extranjeros.
- Según un **acuerdo de UE y China** a efectos de visado y cuestiones de grupos turísticos procedentes de china, se recomienda **suministrar a la CNTA el listado de agencias de cada territorio interesadas en prestar servicios turísticos**. La elaboración de este listado en España está articulado a través de la **Secretaría de Estado de Turismo**, al que cualquier empresa española interesada debe solicitar su inclusión. Este listado se actualiza semestralmente. (197 empresas en noviembre de 2017)
- Listado de provincias con mayores empresas autorizadas por al CNTA para organizar viajes de grupos de turistas chinos al extranjero:
  - Pekin – 927
  - Canton - 511
  - Zhejiang -258
  - Shanghai – 231
  - Shandong – 217



## DESARROLLO DEL MERCADO INTERNO.

- Mayor número de ciudadanos de clase media, que consumen más y mejores bienes y servicios
- Mayor poder adquisitivo
- Mejor formación y mejor dominio de idiomas
- Mas experiencia y no necesitan grandes empresas tradicionales a la hora de planificar, comprar y gestionar sus viajes
- Más cómodos organizando sus viajes a través de las OTA´s, que ofrecen:
  - Gran abanico de productos
  - Completa flexibilidad horaria
  - Gran información audiovisual de los destinos
  - Precios competitivos
  - Servicios para gestionar visados
- La cuota de mercado de las OTA´s crece exponencialmente, con un 20,5% en 2015. Los líderes del mercado son:

### CTRIP - QUNAR

- 75% del mercado chino en reservas de hoteles y avión online

#### ■ CTRIP

- 300 millones de usuarios registrados
- 66% entre 19-35 años
- 76% de los usuarios son licenciados universitarios
- Mas de 35 Millones de usuarios activos cada mes

#### ■ QUNAR

- Segmento más bajo de poder adquisitivo
- Mas de 75 millones de usuarios/mes vía pc
- 45 millones vía móvil

### TUNIU

- Especializada en Segmento FIT - Fully Independent Traveller
- Oferta más de 80.000 circuitos en 70 países diferentes
- Registrados 5 Millones de usuarios

#### L.Y. com

- Más de 30 millones de usuarios diarios
- Especializada en venta de billetes para atracciones locales

#### ALITRIP (FLIGGY)

- Orientado a Millennials independientes, con alto poder adquisitivo que viajan por su cuenta
- Viajes internacionales

### MAFENGWO

- Version china de TripAdvisor
- Red social más grande de China
- Guías de viaje, hoteles, seguros, visados y productos turísticos de más de 60.000 destinos alrededor del mundo.
- Más de 100 millones de usuarios
- Más de 12 millones de usuario/días
- Más de 490 millones de descarga de su app
- 71% entre 19-35 años
- 68% - salario medio mensual superior a 1.600 euros (12.000 CNY)



## CHINA

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018

#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018

#### DURACIÓN



Var. Interanual 2016-2018

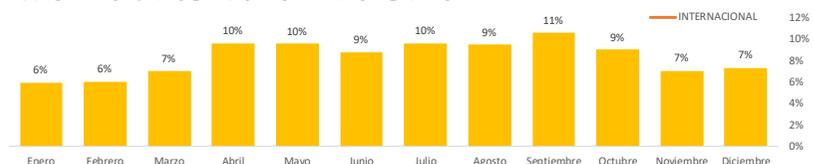
#### TIPO DE ALOJAMIENTO



#### FORMA DE VIAJAR



#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018

#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018

#### COMPETITIVIDAD DE CHINA EN ESPAÑA

EN



### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018

#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018

#### COMPETITIVIDAD DE CHINA EN MÁLAGA

EN



Fuente: FRONTUR, EGATUR, EOH y EOAP - INE. AENA



## DINAMARCA

### INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

- Dinamarca tiene una población de 5.781.190 habitantes
- El **19%** de la población tiene **más de 65 años** en 2018
- Alta penetración de Internet
- **97% de la población** tiene acceso a internet
- **38º Economía del mundo**
- **11º Economía de Europa**
- **5º de la UE** con mayor capacidad de compra por habitante
- Crecimiento económico favorecido por un alto consumo privado y comercio exterior
- Es uno de los países con mejor equiparación de la distribución de la riqueza entre su población
- Alta competitividad. **Puesto 12º GCI**

### POBLACIÓN

5,8

Millones (2018)

### USO DE INTERNET

97%

Año 2017

### TIPO DE CAMBIO

1 EUR=7,47 DKK

Mayo 2019

### REDES SOCIALES



En 2018, el 53% de los daneses afirmó utilizar Facebook habitualmente y el 19% utiliza Instagram y Snapchat (Statista, 2018).

### INFLACION 2017

0,81%

Año 2018

### PIB

297.273

Millones € (2018)

### PIB PER CAPITA

51.300

Euros € (2018)

### CRECIMIENTO

2017 -2010

### DESEMPLEO

5,2%

Tasa % (2018)

156

Miles personas Año 2018

### DESCENSO

2017 -2012





- El sector de viajes de negocios en Dinamarca está controlado por las grandes corporaciones internacionales.
- En 2016 se realizaron **2,5 millones de viajes de negocios** y España ocupa el 10 puesto en el ranking de destino de negocio.
- El **71% de la población adulta realiza compras en la red**, siendo el billete de transporte la compra más demandada y el grupo de edad entre 20 y 59 años los que más viajes online compran.
- Las **agencias online están orientadas principalmente al turismo vacacional**, aunque empiezan a apostar por los viajes de negocios
- **DRF** agrupa 20 empresas turísticas y 105 agencias de viajes
- **RID** – 14 miembros y la mayoría tiene a España como principal destino

## AGENCIAS CORPORATIVAS SEGÚN CUOTA DE MERCADO



## COMERCIALIZACIÓN ONLINE

# 60%-80%

### DE LAS VENTAS DE LOS TTOO Y AAVV EN SUS PROPIOS PORTALES

## PRINCIPALES OPERADORES DE DINAMARCA

- Asociación de AAVV de Dinamarca - **DRF**
- Asociación de TTOO Chárter – **RID**
- Asociación “Travel Managers”
- Asociación de Grandes empresas -**COTRA**
- Fondo de Garantía de Viajes

## PRINCIPALES BUSCADORES ONLINE DE DANESSES Y SUECOS

- **MOMONDO**
- **TRAVELMARKET**



## DINAMARCA

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018



#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018



#### DURACIÓN



Var. Interanual 2016-2018



#### TIPO DE ALOJAMIENTO



CASA PROP. Y AMIGOS

ALQUILER DE VIVIENDA

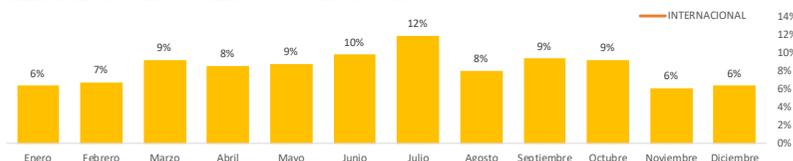
RESTO DE MERCADO

#### FORMA DE VIAJAR



NO PAQUETE

#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE PAÍSES NÓRDICOS EN ESPAÑA



### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE PAÍSES NÓRDICOS EN MÁLAGA



Fuente: FRONTUR, EGATUR, EOH y EOAP - INE. AENA



# EMIRATOS ARABES UNIDOS

## INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

El **61,1%** tiene una edad comprendida **entre 25 y 54 años en 2017**

- **91,9 % de la población tiene acceso a internet**
- **30º Economía del mundo volumen del PIB**
- País con mayor porcentaje de **inmigrantes** del mundo (88,43%)
- Tienen una de las tasas más bajas de desempleo en el Medio Oriente (2,57%) y dependen en gran medida de la mano de obra extranjera
- Superávit balanza comercial
- Los EAU tienen uno de los niveles de ingreso per cápita más altos del mundo y un sistema de bienestar altamente desarrollado.

### POBLACIÓN

# 9,4

Millones (2017)

### USO DE INTERNET

# 91,9%

Año 2016

### TIPO DE CAMBIO

# 1 EUR = 4,09 AED

Mayo 2019



Penetración de Facebook (83,1%). 95 % de los usuarios de redes sociales tienen una cuenta en Facebook. Es el país con una mayor tasa de penetración de LinkedIn e Instagram de oriente medio.

### INFLACION

# 3,1%

Año 2018

### PIB

# 338.652

Millones € (2018)

### PIB PER CAPITA

# 36.026

Euros € (2018)

### DESEMPLEO

# 2,57%

Tasa % (2018)



### CRECIMIENTO

2017 -2010



### CRECIMIENTO

2017 -2016

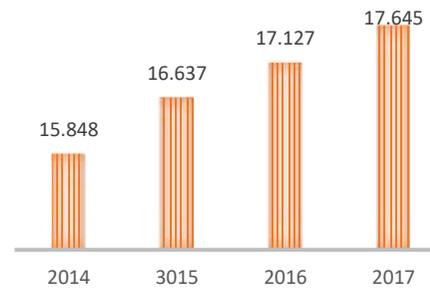


## EMIRATOS ÁRABES UNIDOS

### MERCADO EMISOR

- En Arabia Saudí tiene gran peso los viajes corporativos, al igual que en Catar.
- Los principales países receptores son:
  - Arabia Saudí
  - UK
  - Tailandia
  - Italia
  - Suiza
  - Austria
  - Azerbaiyán
  - España
- Las grandes corporaciones internacionales cambian sus cuentas de viaje de proveedores globales a locales.
- Un crecimiento importante de las ventas on line (20,2% frente al 3,2% offline)
- No existen grandes empresas mayoristas. Destaca Emirates Holidays.

### GASTO TOTAL EXTRAJERO (Millones de \$)



### PRINCIPALES AGENCIA DE VIAJES VACACIONALES

Al Tayyar Travel

Fursan Viajes

Al Sarh

Al Rajhi Aviation

Al faris

### PRINCIPALES AGENCIA DE VIAJES CORPORATIVOS

Konoo Travel

ACE Travel

Elaf & Zahid Travel



- En el sector de la distribución se caracteriza por tener una gran red oficinas de ventas, casi todas concentradas en Dubái.
- Las principales agencias emisoras tienen un personal de ventas y productos muy poco especializado
- destacan algunas OTAs regionales como
  - Musafir.com
  - HolideayMe
  - Yamsafer (ofertas y reservas último momento; acaba de entrar en alquiler turístico de villas/apartamentos, Yamsafer Homes

## VENTA ON LINE

48,6  
De Cuota 2018

↑  
2018 -2017

## AGENCIAS ON LINE (OTAs)

Booking  
Agoda  
Priceline  
Kayak  
Expedia  
DNATA (India)

## FERIAS



Generalistas



Incentivos



Médicas

**Arabian Travel Market.** Finales de abril.  
Generalista. Medio Oriente y Sur y Sureste de Asia

**IBTM Arabia.** Abu Dabi. Región MENA. Principios de Febrero

**MICE Arabia & Lucury travel Congres.** Dubái, más local. Finales de febrero

**Dubai International Health Forum** Dubái.  
Mediados de Febrero



## EMIRATOS ARABES UNIDOS

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018



#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018



#### DURACIÓN



Var. Interanual 2016-2018



#### TIPO DE ALOJAMIENTO



#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018

#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018

#### COMPETITIVIDAD DE EMIRATOS ÁRABES UNIDOS EN ESPAÑA

Rank. Turistas	Rank. Aeropuerto	Rank. Pernoctaciones
32º	25º	n.d.
0,1%	0,54%	n.d.

### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018

#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018

#### COMPETITIVIDAD DE EMIRATOS ÁRABES UNIDOS EN MÁLAGA

Rank. Viajeros	Rank. Pernoctaciones	Rank. Aeropuerto
n.d.	n.d.	54º
n.d.	n.d.	0,0%

Fuente: FRONTUR, EGATUR, EOH y EOAP - INE, AENA



# ESPAÑA



## INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

- Puesto 30º de país más poblado
- El **45,24%** tiene una edad comprendida **entre 25 y 54 años en 2017**
- **83,4 % de la población tiene acceso a internet**
- **14º Economía del mundo**
- Entre los países con mayor **tasa de desempleo** del mundo
- Existen desigualdades en la distribución de riqueza
- Superávit balanza de pagos

### POBLACIÓN

# 46,52

Millones (2017)

### USO DE INTERNET

# 83,4% 69 %

Año 2017

Uso diario

### REDES SOCIALES



Un 85% de los internautas de 16-65 años utilizan Redes Sociales, lo que representa más de 25.5 millones de usuarios. Las redes sociales más populares son Whatsapp, Facebook e Instagram, siendo esta última la de mayor crecimiento

### INFLACION 2017

# 1,5%

Abril 2019

### PIB

# 1.163.662

Millones € (2017)

### PIB PER CAPITA

# 25.100

Euros € (2017)

### CRECIMIENTO

2017 -2013



### DESEMPLEO

# 17,22%

Tasa % (2017)

# 3.916,9

Miles personas 2017

### DESCENSO

2017 -2013





## ESPAÑA

### MERCADO INTERNO

- El 90,3% de los viajes de los españoles tuvo como destino algún lugar de España
- En **2018** los españoles realizaron un total de **178 millones de viajes por España**, manteniendo una **tendencia alcista** desde 2015
- Los españoles gastan de media **173,97 euros por viaje**.
- La **estancia media** de los españoles durante sus viajes por el país se sitúa en **3,65 días**, acortándose en los últimos años
- Las **pernoctaciones generadas por los españoles** en 2018 ascienden a **más de 649 millones**.

## VIAJES POR ESPAÑA



178

Millones (2018)



## ESTANCIA MEDIA



3,65

Días (2018)



## PERNOCTACIONES



649

Millones (2018)



## GASTO MEDIO DEL VIAJE



173,97

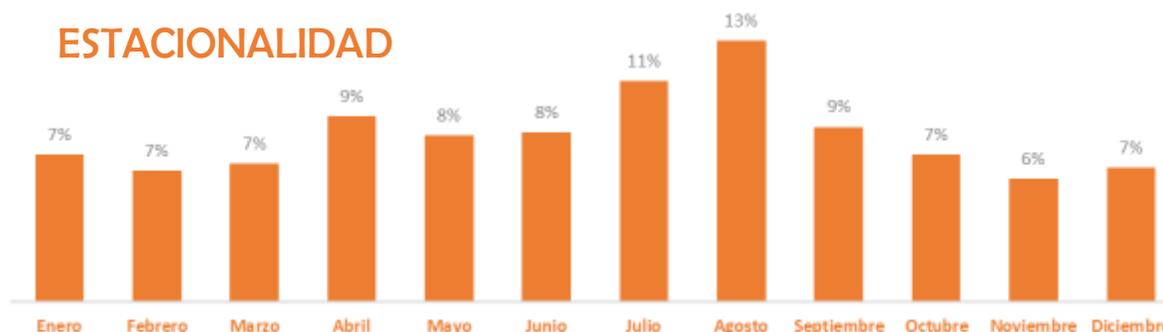
Euros € (2018)





- **Agosto** es el mes del año **con mayor concentración** de viajes, seguido de julio, abril y septiembre.
- **Madrid, Cataluña y Andalucía** son las **principales regiones emisoras** del turismo nacional, generando la mitad del total de los viajes anuales.
- En **2018** los españoles realizaron 32,8 millones de viajes a Andalucía, manteniendo una **tendencia alcista** desde 2015
- Los españoles gastan de media en sus viajes a Andalucía **185,97 euros por viaje**, con una **tendencia alcista**, superior a la media en España.
- La **estancia media** de los españoles durante sus viajes por Andalucía se sitúa **en 3,93 días**, superior a la media en España
- Las **pernoctaciones generadas por los** españoles en Andalucía en 2018 ascienden a cerca de **130 millones**.

## ESTACIONALIDAD



## VIAJES A ANDALUCÍA



32,8

Millones (2018)



## ESTANCIA MEDIA



3,93

Días (2018)



## PERNOCTACIONES



129,16

Millones (2018)



## GASTO MEDIO DEL VIAJE



185,97

Euros € (2018)





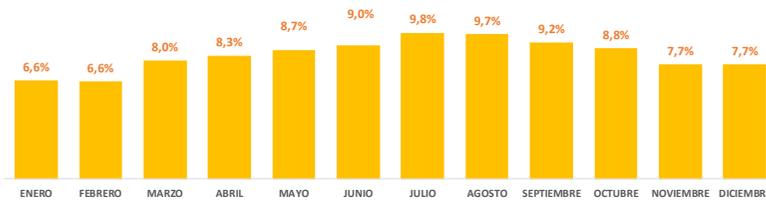
## ESPAÑA

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



DISTRIBUCION MENSUAL DE VIAJEROS ESPAÑOLES ALOJADOS EN ESPAÑA 2018



#### AEROPUERTO

### COMPETITIVIDAD DE EN ESPAÑA

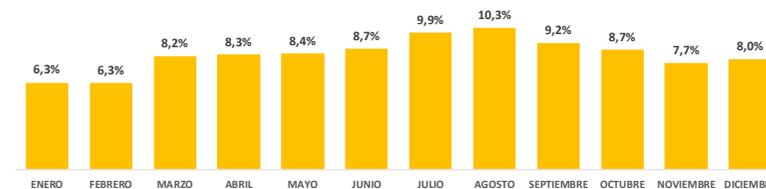
<b>1º</b>	<b>1º</b>	<b>2º</b>
Rank. Viajeros	Rank.	Rank. Aeropuerto
<b>47%</b>	<b>32,3%</b>	<b>35,1%</b>

## PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



DISTRIBUCION MENSUAL DE VIAJEROS ESPAÑOLES ALOJADOS EN MÁLAGA 2018



#### AEROPUERTO

### COMPETITIVIDAD DE EN MÁLAGA

<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>2º</b>
Rank. Viajeros	Rank. Pernoctaciones	Rank. Aeropuerto
<b>34,5%</b>	<b>23,7%</b>	<b>14,4%</b>

Fuente: EOH y EOAP - INE. AENA



## ESTADOS UNIDOS



### INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

- 3º país más poblado del mundo con una población de más de 308 millones.
- El 39,45% de la población tiene entre 25 y 54 años en 2016
- Alta penetración de Internet
- 1ª Economía del mundo
- 16% del total de todas las importaciones
- Principal emisor (19%) y receptor (15%) de inversión internacional
- Tendencia decreciente de tasa de paro para los próximos años
- Economía muy avanzada, altamente competitiva y bien diversificada

### POBLACIÓN

308,75

Millones (2016)

### PENETRACIÓN DE INTERNET

91,4%

Año 2016

### TIPO DE CAMBIO

1 EUR = 1,114 USD

Mayo 2019

### REDES SOCIALES



EEUU lidera el ranking de usuarios de Facebook con más de 180 millones de personas, y el de twitter con más de 100 millones de cuentas activas

### INFLACION 2017

2,1%

Año 2017

### PIB

19,48

Billones \$ (2017)

### PIB PER CAPITA

59.500

USD \$ (2017)

### CRECIMIENTO

2017 -2010



### DESEMPLEO

4,1%

Tasa % (2018)

6.294

Miles personas 2018

### DESCENSO

2017 -2010





## EE. UU.

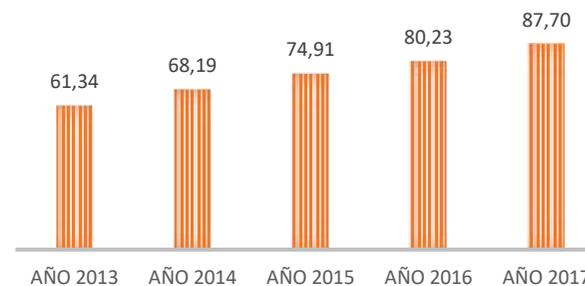
MERCADO EMISOR

- En 2017 se produjeron más de **87,7 millones de viajes** internacionales de estadounidenses.
- En 2017 el **gasto turístico del viaje** internacional de los estadounidenses (sin transporte) supone **135.023 Millones de \$US**
- El volumen de gasto turístico internacional por motivos profesionales supone el 12%.
- **Estancia media del viaje de 16,6 días** con un **gasto medio día de 138,9 \$ US**
- Los **destinos más importantes** son:
  1. México
  2. Canada
  3. Italia
  4. France
  5. Reino Unido
  6. Puerto Rico
  7. **España**
  8. Alemania

## VIAJES INTERNACIONALES

# 87,70

Millones (2017)

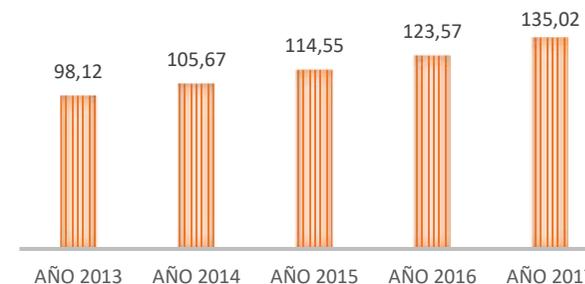


## GASTO TURÍSTICO

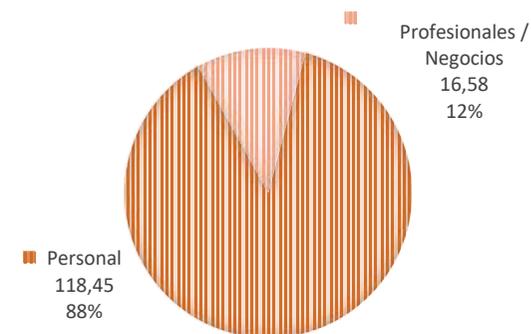
(sin Transporte)

# 135.023

Millones Dólares USA (2017)



## GASTO TURÍSTICO SEGÚN TIPO DE VIAJE 2017





- **EEUU** es un mercado emisor **maduro** donde los TTOO crean sus propios submarcas para funcionar como agencia de viajes
- **El 84% de las TTOO** asociados al USTOA, usan **agencias minoristas** para vender sus paquetes
- **Tipo de agencias existentes:**
  - Agencia Independiente. Descenso del 63% en 2013 al 35% en 2016.
  - Agencia anfitriona (Host Agency)
  - Franquicias
  - Agencias en casa. Incremento del 7% en 2013 al 44% en 2016
  - Agencias de Viajes Online (OTA)
- **Productos** más utilizados por las **AAVV:**
  - TTOO tradicionales (84%)
  - Cruceros (68%)
  - Personalizados (61%)
  - Cruceros fluviales (49%)
  - Aerolíneas

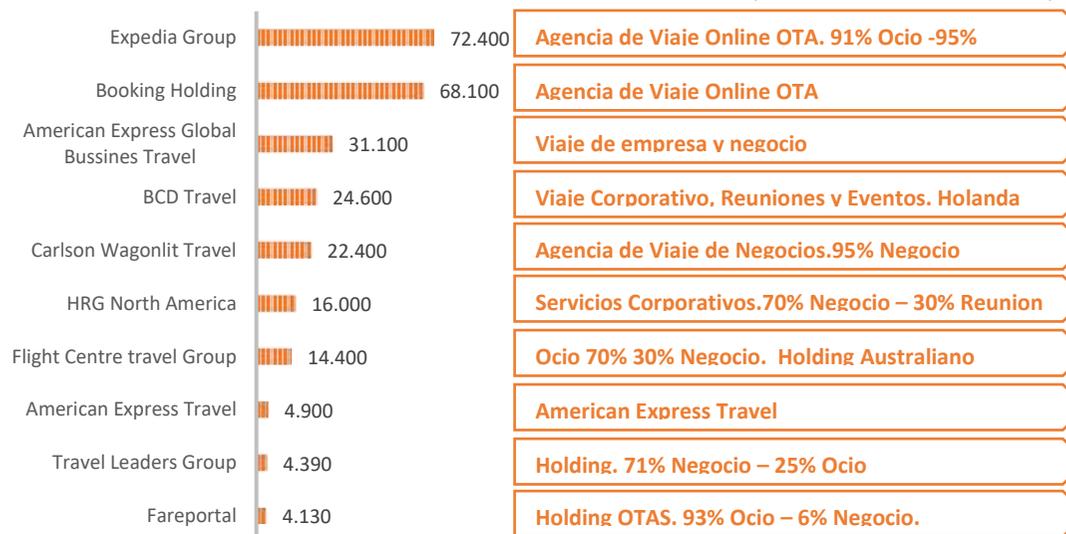
## PRINCIPALES PRODUCTOS VENDIDOS POR LAS AAVV (2016-17)

1. Cruceros Oceánicos
2. Paquetes Vacacionales
3. Vacaciones en Familia
4. Tours
5. Resorts y Spas
6. Cruceros Fluviales
7. Lujo

## TENDENCIAS A LARGO PLAZO DE LAS AAVV

1. Incremento de las reservas internacionales sobre las nacionales (40% 2013 al 59% en 2016)
2. Disminución de las reservas aéreas por AAVV
3. Crecimiento de los paquetes vacacionales, cruceros fluviales y Viajes de incentivos

## TOP 10 AAVV POR VOLUMEN DE VENTAS (Min 100 millones)





## COMERCIALIZACIÓN ON LINE

- **Importancia decisiva en USA:**
  - Creadas y desarrolladas por las AAVV tradicionales
  - AAVV exclusivamente de venta online OTAS
- **Las 2 principales AAVV** según volumen de ventas son OTAS: **Booking y Expedia**
- **Páginas utilizadas** en la fase de compra de viajes online:
  - OTAS (57%)
  - Motores de búsqueda (50%)
  - Webs de reseña (49%)
  - Comparadores (43%)
  - Webs de proveedores (39%)
- **El contenido** generado por los **usuarios** **tiene más peso** que el contenido profesional

## PREDOMINIO DEL USO DEL PC EN LA COMPRA DEL VIAJE

74%

Uso PC

28%

Smartphone

24%

Tablet

## CRECIMIENTO DE LAS RESERVA ONLINE DE VIVIENDA DE ALQUILER

## USO DE LAS REDES SOCIALES

93%

Facebook

37%

LinkedIn

35%

Instagram

Gran incremento en la utilización de Instagram, por ser una red social orientada a dispositivos móviles.

Su elemento principal es la aplicación para móviles

8%

AÑO 2013

19%

AÑO 2016



## ASOCIACIONISMO EN EL SECTOR

- **Existen 4 figuras distintas:**
  - Consorcio
  - Cooperativa
  - Asociaciones
  - Consolidadores aéreos
- **77% de las agencias de viajes pertenecen a un consorcio**
- **Consolidadores Aéreos** son negociadores de precios de billetes de avión, que negocian directamente con las compañías y venden sus billetes a AAVV y consumidores a precios reducidos.
- **Las principales Consolidadores son:**
  - Air by Pleasant
  - C & H International
  - Centrav
  - Consolid Latin America
  - Elite Tours & Travel

## PRINCIPALES CONSORCIOS

1. TRAVEL LEADERS NETWORK. Especialmente en agencias de casa (29%)
2. VIRTUOSO (11%)

## PRINCIPALES COOPERATIVAS

1. ENSEMBLE TRAVEL GROUP
2. MAST TRAVEL NETWORK
3. SIGNATURE TRVEL NETWORK. Agencias Tradicionales.
4. WESTA – WESTERN ASSOCIATION OF TRAVEL AGENCIES

## PRINCIPALES ASOCIACIONES

- **TTOO**
  - **NTA.**
    - +700 Turoperadores
    - 1.100 Proveedores Turísticos
    - 500 DMOs
  - **USTOA.**
    - **155** TTOO
- **Agencias de viajes**
  - **ASTA. Agentes Proveedores.**
    - 2.600 proveedores turísticos en USA
    - 750 miembros internacionales
  - **NACTA. Agentes Proveedores.**
    - 1.800 afiliados



## ESTADOS UNIDOS

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018



#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018



#### DURACIÓN



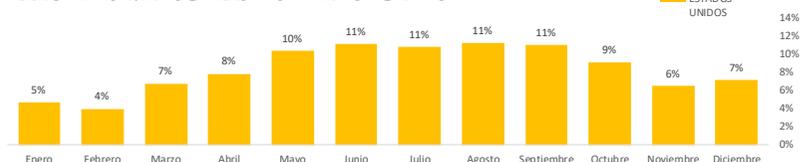
Var. Interanual 2016-2018



#### TIPO DE ALOJAMIENTO



#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018

#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018

#### COMPETITIVIDAD DE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA EN ESPAÑA



### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018

#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018

#### COMPETITIVIDAD DE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA EN MÁLAGA



Fuente: FRONTUR, EGATUR, EOH y EOAP - INE. AENA



## FRANCIA

INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

- País con **mayor superficie** de la UE
- **2º país más poblado** de la UE con más de **67 millones** de habitantes
- El **56,9%** de la población tiene **más de 65 años** en 2018
- Alta penetración de Internet
- **42 millones de personas conectadas diariamente**
- **Una de las 10 Economías más importantes del mundo**
- Deuda per cápita elevada

### POBLACIÓN

**67,186**

Millones (2018)

### USO DE INTERNET

**83%**

Año 2017

**64,18 %**

Diario

### REDES SOCIALES



un 56% de franceses está inscrito al menos en una de ellas. Ese porcentaje asciende al 85% entre la población menor de 40 años. El tiempo medio de conexión por persona y día en redes sociales es de 1h16 minutos.

### INFLACION 2017

**1,2%**

Abril 2019

### PIB

**2.348.991**

Millones € (2018)

### PIB PER CAPITA

**35.100**

Euros € (2018)

### CRECIMIENTO

2017 -2010

### DESEMPLEO

**9,1%**

Tasa % (2018)

**3.408,2**

Miles personas 2018

### DESCENSO

2017 -2015



## FRANCIA

MERCADO EMISOR

- Los franceses realizan más viajes domésticos 87,6% del total.
- El 12,65% son internacionales.
- En 2017 los viajes de corta duración (1-3 noches) constituyeron el 57,2% de todos los viajes y los de larga duración (más de cuatro días) el 58,2 %.
- El gasto total de los viajeros franceses en 2017 fue de 41.600 millones de dólares.
- El 26,5% del total de los viajes se realizó en el extranjero.
- El 33,3% de los viajes al extranjero se realiza entre los meses de julio y agosto.

### VIAJES INTERNACIONALES

23,5 ↓

Millones (2017) 2017 -2016

### GASTO TOTAL

41.600 ↑

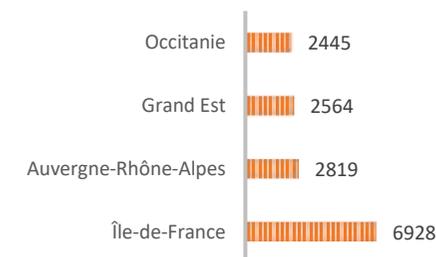
Millones dólares (2017) 2017 -2016

### ESTANCIA MEDIA INTERNACIONAL

8,47

(2017) 2017 -2016

### REGIONES EMISORAS (MILES DE VIAJES)





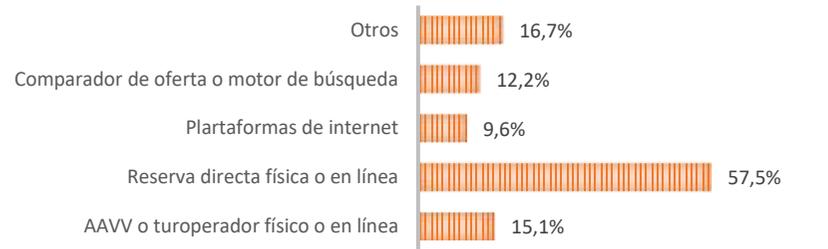
- Los franceses organizan sus viajes de forma individual. Sólo un 6,7% de reservas se realizan a través de turoperadores o agencias de viajes.
- Las compras online representan el 53% del total de compras de productos turísticos
- Pérdida de cuota de mercado de canales tradicionales por desintermediación y fragmentación de empresas
- Los hoteles-club representaron el 28% de los paquetes comercializados por los TTOO miembros de SETO
- Según Atout France se registran 5800 agencias de viajes.
- El precio medio del paquete turístico asciende a 742 euros, siendo 450 euros en caso de ser comprado en oferta.
- Internet como principal fuente de información

## RESERVA SUS VACACIONES ON LINE

# 53%

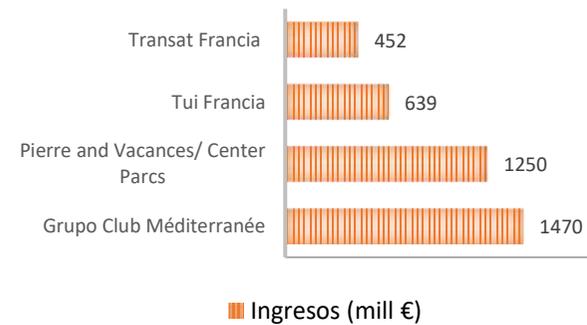
2017

## CANALES DE RESERVA 2017



## ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO FRANCÉS

### PRINCIPALES TTOO





## FRANCIA

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018



#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018



#### DURACIÓN



Var. Interanual 2016-2018



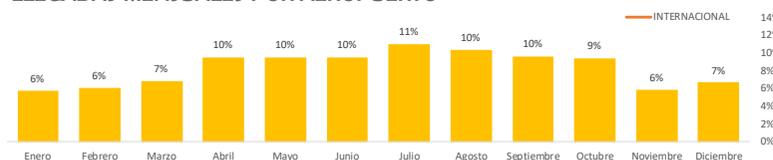
#### TIPO DE ALOJAMIENTO



#### FORMA DE VIAJAR



#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



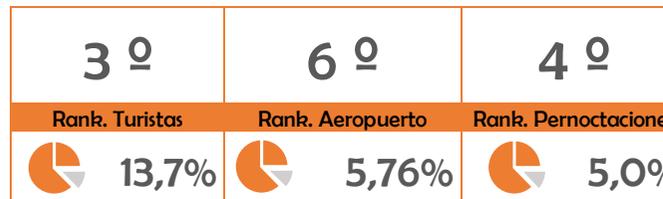
Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE FRANCIA EN ESPAÑA

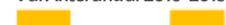


### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



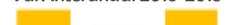
Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE FRANCIA EN MÁLAGA



Fuente: FRONTUR, EGATUR, EOH y EOAP - INE. AENA



## FINLANDIA

### INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

- **Baja densidad de población**
- El **62,4%** de la población tiene entre **15 y 64 años**
- **Alta penetración de internet**  
**73 % de la población** usa internet varias veces al día de forma habitual
- **43º Economía del mundo**
- Es de los países con una distribución de renta más equitativa
- Entre los 3 países con **índice de justicia social** más elevado

### POBLACIÓN

**5,513**

Millones (2017)

### USO DE INTERNET

**87%**

Año 2017

### REDES SOCIALES

En 2018, aproximadamente el 55% de los finlandeses afirmó haber accedido a las redes sociales todos o casi todos los días, mientras que el 9% de ellos declaró haberlo hecho dos o tres veces por semana durante el año referido.

### INFLACION 2017

**1,5%**

Abril 2019

### PIB

**235.555**

Millones € (2018)

### PIB PER CAPITA

**42.300**

Euros € (2018)

### CRECIMIENTO

2018 -2015



### DESEMPLEO

**8,6%**

Tasa % (2017)

**162**

Miles de personas 2018

### DESCENSO

2017 -2015





## FINLANDIA

MERCADO EMISOR

- En 2017 se produjeron **9,3 millones de viajes** internacionales de finlandeses.
- El **gasto medio diario del viaje** internacional de los finlandeses alcanza los **172\$ US**, con una tendencia alcista
- El finlandés medio realiza 1,5 viajes internacionales anualmente.
- España es el destino de mayor demanda en viajes de media distancia, según Statistic Finland.
- El **sector mayorista** está dominado por **3 TTOO que acaparan el 75%** del mercado en pasajeros y volumen de ventas. Además, la venta online en cada una de ellas es superior al 80%
  - Finnmatkat (TUI Finland)
  - Aurinkomatkat (propiedad de aérea Finnair)
  - Tjäreborg (Thomas Cook)

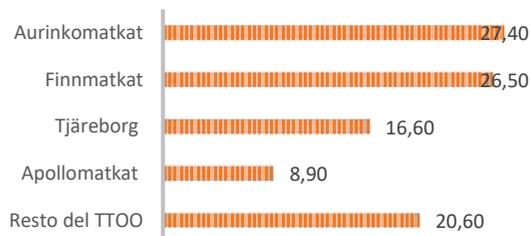
### VIAJES INTERNACIONALES



### GASTO MEDIO DIARIO



### PRINCIPALES TTOO EN FACTURACION



**665** millones de €

Facturación de Paquetes turístico (2017)

### PRINCIPALES DESTINOS OFERTADOS POR TTOO 2017





## AGENCIAS FINLANDEAS ESPECIALIZADAS POR PRODUCTO

### • Tres principales agencias

**minoritas** de viajes en Finlandia:

- Suomen Matkatoimisto (propiedad de Finnair)
- Kaleva Travel
- HRG Nordic

### • Internet es la primera opción para **reservar** alojamiento y transporte de viajes de ocio.

- El **86%** de los viajeros finlandeses **reservaron su alojamiento** de su viaje de ocio en el extranjero en **un portal web**

### • Principales asociaciones del sector:

- SMAL Asociación de Agentes de Viajes Finlandia
- FBTA Finnish Business Travel Association
- Finnish Golf Managers Association
- Turismo Ornitológico:
  - Birdlife
  - Ornio

#### GOLF



- ON GOLF
- GOLF RESEPTI
- GOLF TAILORS

#### CULTURAL



- LOMALINJA

#### MICE



- VIA TRAVELZON

#### LUJO Y GASTRONOMIA



- UNIQUETOURS

### PRINCIPALES PORTALES NACIONALES

1. rantapallo.fi
2. napsu.fi
3. vertaa.fi
4. Hintaseuranta.fi

### PORTALES INTERNACIONALES CON VERSION EN FINÉS (con País de Origen)

1. Momondo - Dinamarca
2. Skyscanner - UK
3. Booking - Holanda
4. Travellink - Suecia
5. Ebookers - UK
6. Expedia - USA
7. Trivago - Alemania
8. Ticket - Suecia



## FINLANDIA

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018



#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018



#### DURACIÓN



Var. Interanual 2016-2018



#### TIPO DE ALOJAMIENTO



#### FORMA DE VIAJAR



#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



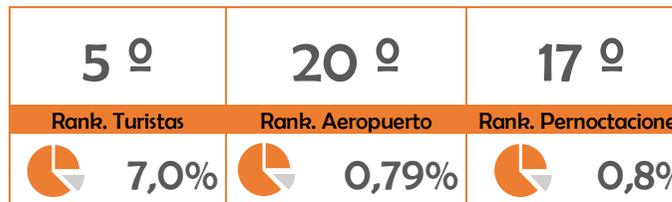
#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE PAÍSES NÓRDICOS EN ESPAÑA



### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE PAÍSES NÓRDICOS EN MÁLAGA



Fuente: FRONTUR, EGATUR, EOH y EOAP - INE. AENA



### POBLACIÓN

4,758

Millones (2016)

### USO DE INTERNET

89%

Año 2017



## IRLANDA

### INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

- La población de la República de Irlanda es de 4.757.976 habitantes en 2017.
- Entre los países con mayor tasa de natalidad en 2016
- El **63%** de la población tiene **menos de 45 años** en 2018
- Alta penetración de Internet
- **42 millones de personas conectadas diariamente**
- **Economía nº 32 del mundo**
- Deuda per cápita elevada

### REDES SOCIALES



Más del 52% de la población entre 16 y 74 años tiene cuenta en redes sociales. De los que tienen cuenta(s) en redes sociales, el 65% están en Facebook, 27% en LinkedIn, el 20% en Google+, el 32% en Instagram, el 29% en Twitter, el 21% en Pinterest y 5% en Tinder.

### INFLACION 2017

1,7%

Abril 2019

### PIB

318.460

Millones € (2018)

### PIB PER CAPITA

65.500

Euros € (2018)

### CRECIMIENTO

2017 -2010



### DESEMPLEO

5,4%

Tasa % (2018)

129

Miles personas 2018

### DESCENSO

2017 -2012





## IRLANDA

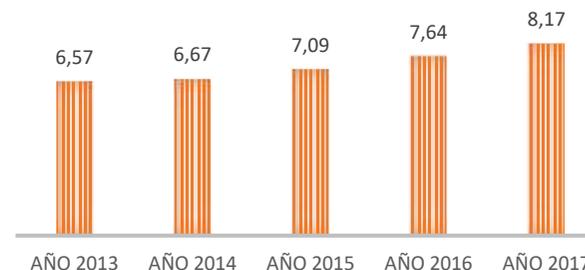
MERCADO EMISOR

- En 2017 se produjeron más de **8,17 millones de viajes** internacionales de irlandeses.
- En 2017 el **gasto turístico del viaje** internacional de los irlandeses (sin transporte) supone **6.612 Millones de \$US**
- El volumen de gasto turístico internacional por motivos profesionales supone el 13%.
- Los **destinos más importantes** son:
  1. United Kingdom
  2. Spain
  3. Italy
  4. United States of America
  5. France
  6. Portugal
  7. Poland
  8. Germany
  9. Netherlands
  10. Austria

## VIAJES INTERNACIONALES

# 8,17

Millones (2017)

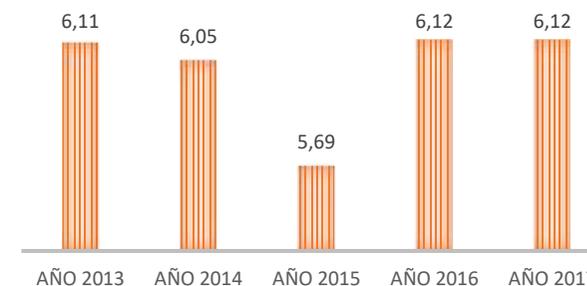


## GASTO TURÍSTICO

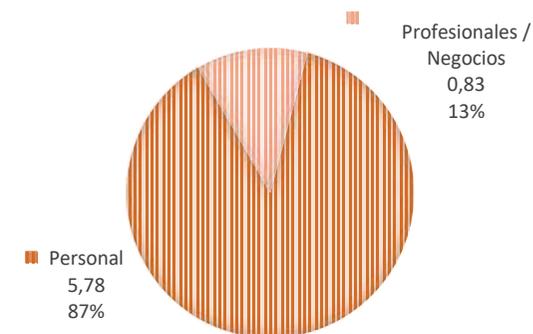
(sin Transporte)

# 6.612

Millones Dólares USA (2017)



## GASTO TURÍSTICO SEGÚN TIPO DE VIAJE 2017





## IRLANDA

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018



#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018



#### DURACIÓN



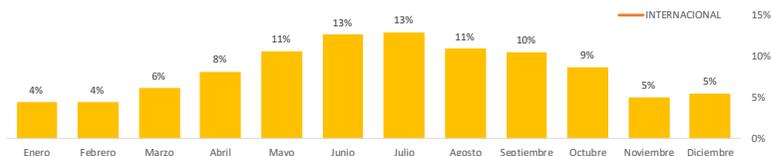
Var. Interanual 2016-2018



#### TIPO DE ALOJAMIENTO



#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



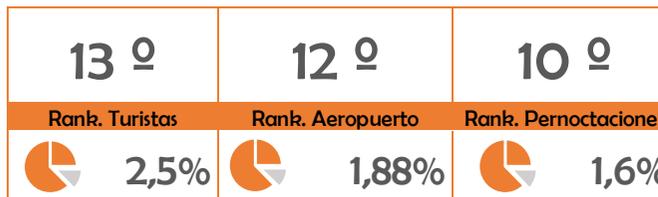
Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE IRLANDA EN ESPAÑA



### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE IRLANDA EN MÁLAGA



Fuente: FRONTUR, EGATUR, EOH y EOAP - INE. AENA



## ITALIA



### INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

- Italia es el segundo país europeo con más población por km<sup>2</sup>
- El **64,1%** tiene una edad comprendida **entre 15 y 64 años**
- **73 % de la población tiene acceso a internet**
- **4º Economía de Europa**
- 3º Tasa de desempleo más elevada de UE
- Existen desigualdades en la distribución de riqueza
- Entre las 10 economías del mundo

### POBLACIÓN

**60,589**

Millones (2018)

### USO DE INTERNET

**73%**

Año 2017

**53 %**

Compras online

### REDES SOCIALES



34 millones de usuarios activos en redes sociales, casi 2 horas diarias. Un 42% de las empresas italianas hacían uso de redes sociales.

### INFLACION 2017

**1,71%**

Año 2017

### PIB

**1.753.940**

Millones € (2018)

### PIB PER CAPITA

**29.000**

Euros € (2018)



### CRECIMIENTO

2017 -2013

### DESEMPLEO

**10,4%**

Tasa % (2018)

**2.641,18**

Miles personas 2017



### DESCENSO

2017 -2014



# ITALIA

## MERCADO EMISOR

- En Italia se registraron 383.477.000 millones de pernотaciones
- El aumento del gasto medio diario ha sido compensado con la reducción de la estancia media
- El gasto total de los viajeros italianos en 2017 fue de 24.557 millones de euros.
- Los destinos en el exterior (el 19% del total) se concentran en países de la UE (13,4%).
- En 2017 el 21,8% de los residentes han efectuado al menos un viaje, de media, en un trimestre.
- En 2017 los italianos viajan principalmente para descansar (67.5%) y para visitar a familiares y amigos (29.7%).
- Los turistas que viajan al extranjero se decantan más por productos que incluyan visitar ciudades.

## VIAJES INTERNACIONALES

64,4

Millones (2017)      2017 -2016



## GASTO MEDIO DIARIO

88,5

Euros (2017)      2017 -2016



## ESTANCIA MEDIA INTERNACIONAL

4,3

(2017)      2017 -2016



## REGIONES EMISORAS



## CRITERIOS PARA SELECCIÓN DESTINO



## TIPOS DE PRODUCTOS DEMANDADOS EN (EXTRANJERO)





## MOTIVACIÓN DE VIAJE

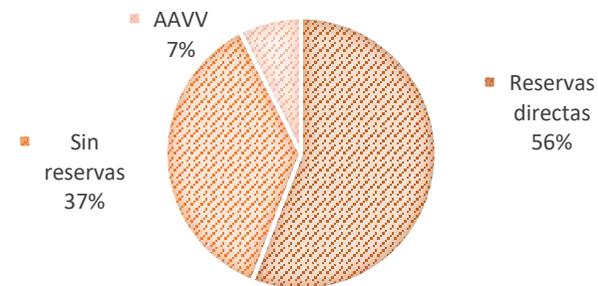
- El perfil del viajero italiano se caracteriza por realizar viajes de larga duración (4 o más noches) cuya motivación principal es la vacacional. Su condición profesional es la de empleado, de edad comprendida entre los 25 y 44 años con predominio de hombres.
- España es un destino preferido para realizar vacaciones largas en el extranjero con una cuota de mercado del (13,6%).
- 4 grandes OTAS (95% del mercado): Booking.com, Expedia, Lastminute, eDreams (Travel weekly europe Report, 2018).

## RESERVA SUS VACACIONES ON LINE

44,1%

2017

## TIPO DE RESERVA





## ITALIA

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018



#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018



#### DURACIÓN



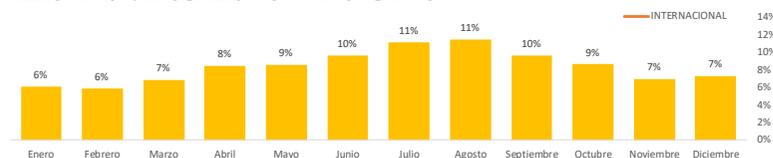
Var. Interanual 2016-2018



#### TIPO DE ALOJAMIENTO



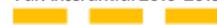
#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE ITALIA EN ESPAÑA

<b>7º</b>	<b>5º</b>	<b>6º</b>
Rank. Turistas	Rank. Aeropuerto	Rank. Pernoctaciones
5,3%	6,67%	2,7%

### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE ITALIA EN MÁLAGA

<b>7º</b>	<b>11º</b>	<b>10º</b>
Rank. Viajeros	Rank. Pernoctaciones	Rank. Aeropuerto
2,5%	1,8%	3,3%

Fuente: FRONTUR, EGATUR, EOH y EOAP - INE. AENA



## HOLANDA



INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

- Pequeña extensión, alta densidad de población ( más de 17 millones)
- El **34,7%** tiene una edad comprendida **entre 40 y 65 años**
- **2º UE y 9º mundo en cuanto a población activa conectada a internet**
- **17º Economía del mundo**
- 3º Tasa de desempleo más elevada de UE
- Desigualdad en renta es baja, pero alta desigualdad en riqueza de hogares
- 2º país más competitivo de la UE

### POBLACIÓN

**17,193**

Millones (2018)

### USO DE INTERNET

**93,7%**

Año 2017

**73 %**

Compras online

### REDES SOCIALES



Las redes sociales más usadas y mayor crecimiento entre holandeses son Whatsapp, Facebook Youtube e Instagram.

### INFLACION 2017

**1,7%**

Año 2017

### PIB

**773.373**

Millones € (2018)

### PIB PER CAPITA

**44.900**

Euros € (2018)

### CRECIMIENTO

2017 -2010

### DESEMPLEO

**3,5%**

Tasa % (2018)

**323**

Miles personas 2018

### DESCENSO

2017 -2014



## HOLANDA

MERCADO EMISOR

- El gasto total de los holandeses en vacaciones en 2017 fue 7,4 billones de euros, siendo 14,3 billones en el extranjero.
- El gasto medio de los holandeses en el extranjero fue de 749 euros.
- El gasto total de los viajeros holandeses en 2017 fue de 14.300 millones de euros.
- Mayor número de viajes durante las vacaciones de verano: 6 semanas (julio-agosto).
- El grupo de edad mayoritario es el de 50-64 años (22%) con clase social media-alta (38,1%).
- Más de la mitad de los holandeses viajan en grupo, el 31% en pareja e individualmente el 4,7%.
- Un 82% de la población viaja en vacaciones con una media de 2.8 viajes por persona.

### VIAJES INTERNACIONALES



### ESTANCIA MEDIA INTERNACIONAL



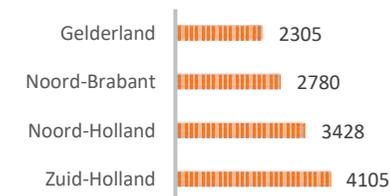
### CRITERIOS PARA SELECCIÓN DESTINO



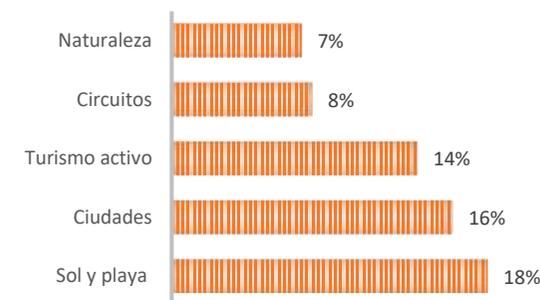
### GASTO MEDIO DIARIO



### REGIONES EMISORAS (MILES DE VIAJES)



### TIPOS DE VIAJE (2017)

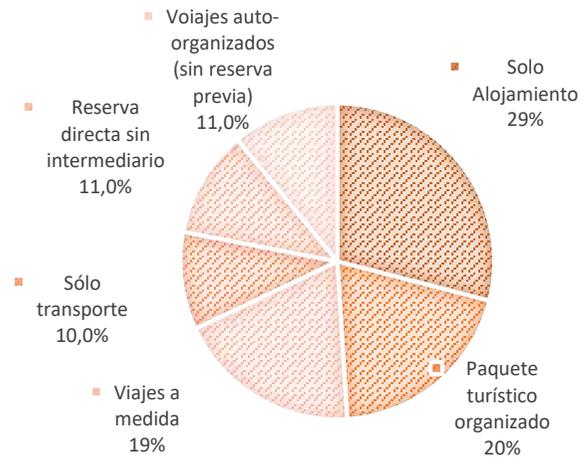




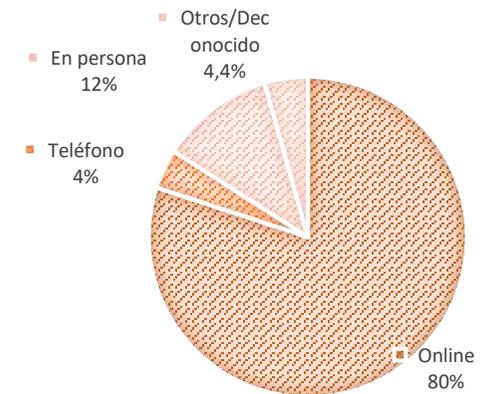
## ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO HOLANDÉS

- Los turistas que viajan al extranjero se decantan más por productos que incluyan lugares donde cenar, visitar monumentos, actividades en la naturaleza y en la playa.
- El 78% de los viajes al extranjero de los holandeses en 2017 fue organizado total o parcialmente por intermediarios.
- Sector de turoperación y agencias de viajes concentrados en grandes grupos que dominan el mercado.
- España es considerado tercer destino preferido por los holandeses con una cuota de mercado del 12,1%.
- Las principales plataformas de reservas y centrales de compra online son: Otravo, Expedia, Tix.nl y Travelbird.

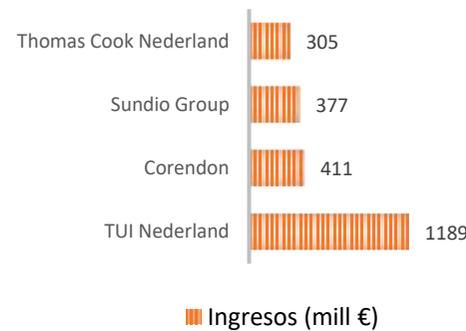
### CANALES DE RESERVA



### TIPO DE RESERVA



### PRINCIPALES TTOO



### RESERVA SUS VACACIONES ON LINE

80%

2017



## HOLANDA

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018



#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018



#### DURACIÓN



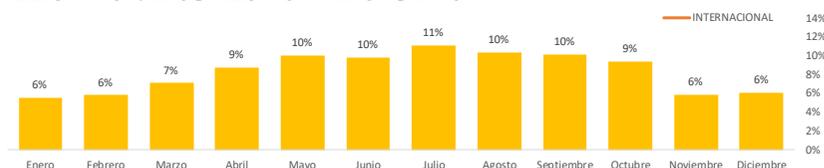
Var. Interanual 2016-2018



#### TIPO DE ALOJAMIENTO



#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



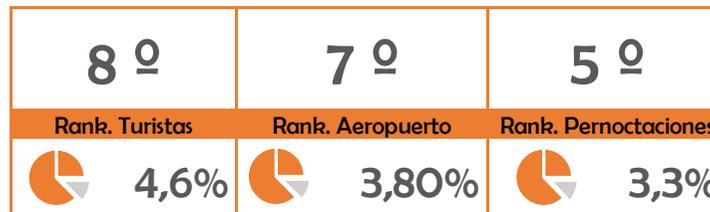
#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



#### COMPETITIVIDAD DE PAÍSES BAJOS EN ESPAÑA



### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



#### COMPETITIVIDAD DE PAÍSES BAJOS EN MÁLAGA





# JAPÓN



## INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

- 11º población más grande del mundo
- El **27,9%** de la población tiene **más de 64 años** en 2018
- Japón tiene una de las mayores tasas de usuarios con internet en el mundo (83,53% en 2016)
- **3º Economía del mundo**
- **País con mayor deuda per cápita**
- Japón es uno de los países con **menos porcentaje de personas desempleadas del mundo**
- Alta competitividad. **Puesto 9º GCI**

### POBLACIÓN

# 126,52

Millones (2018)

### USO DE INTERNET

# 83,5%

Año 2016

### TIPO DE CAMBIO

# 1 EUR=122,67 JPY

Mayo 2019

### REDES SOCIALES



68,7 millones de usuarios en 2016. Según una investigación realizada por el Ministerio del Interior y Comunicación de Japón, las principales redes sociales en Japón son Line (67,0% de los usuarios de internet), Youtube (68,7%), Facebook (32,3%) y Twitter (27,5%). Les siguen otras redes como Google+ (26,3%), Instagram (22,1%), y Mixi (6,8%).

### INFLACION 2017

# 0,9%

Año 2018

### PIB

# 4.209.389

Millones € (2018)

### PIB PER CAPITA

# 33.211

Euros € (2018)

### CRECIMIENTO

2017 -2014



### DESEMPLEO

# 2,4%

Tasa % (2017)

# 1.630

Miles personas 2018

### DESCENSO

2017 -2010





## JAPÓN

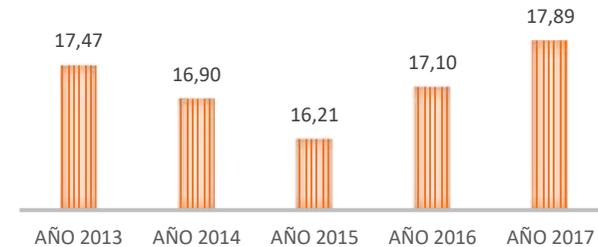
MERCADO EMISOR

- En 2017 se produjeron más de **17,89 millones de viajes** internacionales.
- En 2017 el **gasto turístico del viaje** internacional de los japoneses (sin transporte) supone **18.177 Millones de \$US**
- La estancia media del turista se sitúa en 9,67 días
- El volumen de gasto turístico internacional por motivos profesionales supone el 15%.
- Los **destinos más importantes** son:
  1. United States of America
  2. Thailand
  3. China
  4. Korea, Republic of
  5. Taiwan Province of China
  6. Hong Kong, China
  7. Italy
  8. Singapore
  9. Viet Nam
  10. Spain

## VIAJES INTERNACIONALES

# 17,89

Millones (2017)

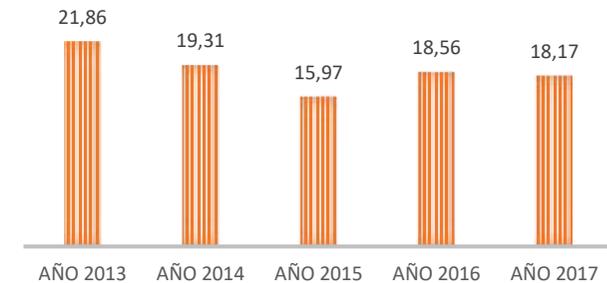


## GASTO TURÍSTICO

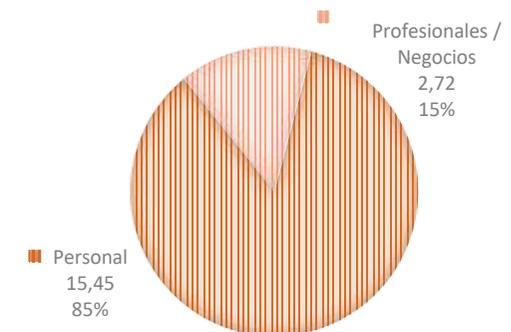
(sin Transporte)

# 18.177

Millones Dólares USA (2017)



## GASTO TURÍSTICO SEGÚN TIPO DE VIAJE 2017





## JAPON

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018



#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018



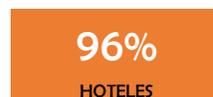
#### DURACIÓN



Var. Interanual 2016-2018



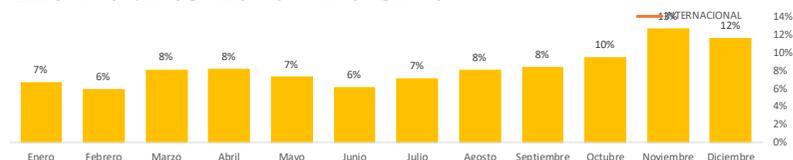
#### TIPO DE ALOJAMIENTO



#### FORMA DE VIAJAR



#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE JAPÓN EN ESPAÑA

Rank. Turistas	Rank. Aeropuerto	Rank. Pernoctaciones
<b>23º</b>	<b>60º</b>	<b>20º</b>
<b>0,7%</b>	<b>0,04%</b>	<b>0,3%</b>

### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018

### COMPETITIVIDAD DE JAPÓN EN MÁLAGA

Rank. Viajeros	Rank. Pernoctaciones	Rank. Aeropuerto
<b>20º</b>	<b>21º</b>	<b>n.d.</b>
<b>0,3%</b>	<b>0,1%</b>	<b>n.d.</b>

Fuente: FRONTUR, EGATUR, EOH y EOAP - INE. AENA



## NORUEGA



### INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

- El **33,6%** tiene una edad comprendida **entre 20 y 44 años en 2018**
- Entre los países de Europa con mayor penetración de internet (96%)
- **29º Economía del mundo**
- Entre los 5 países con mayor PIB per cápita del mundo
- **1º Índice capital humano**
- La actividad económica se ha fortalecido con el aumento del consumo privado y las inversiones tanto dentro como fuera del sector energético

### POBLACIÓN USO DE INTERNET

**5.277** **96%** **90 %**

Millones (2017) Año 2017 Uso diario

### TIPO DE CAMBIO

**1 EUR = 9,76 NOK**

Mayo 2019

### REDES SOCIALES



Noruega tiene una tasa de penetración en redes sociales de 62% aproximadamente. Facebook (81%), Snapchat (53%), Instagram (50%).

### INFLACION 2017

**2,9%**

Abril 2019

### PIB

**368.389**

Millones € (2018)

### PIB PER CAPITA

**69.300**

Euros € (2018)

### DESEMPLEO

**3,5%**

Tasa % (2018)

**98**

Miles personas 2018

### DESCENSO

2017 - 2013  
↑ 2017

### DESCENSO

2017-2016



## NORUEGA

MERCADO EMISOR

- El 54% de la población (mayor de 18 años) realiza al menos un viaje anual vacacional al exterior
- El gasto total de los viajeros noruegos en 2017 fue de 12,61 millardos de euros.
- El 71,7% de los viajes noruegos vacacionales al exterior fue de larga duración
- El grupo de edad que realiza más viajes es de 25-44 años (36,3%), seguido del de 45-64 años con un (35,4%).
- El 28,6 % viaja con amigos.
- La tercera parte de los viajes al extranjero se realiza en el tercer trimestre del año
- Estacionalidad baja debido a viajes cortos a países limítrofes y poder escoger la fecha de sus vacaciones

### VIAJES INTERNACIONALES



### GASTO MEDIO



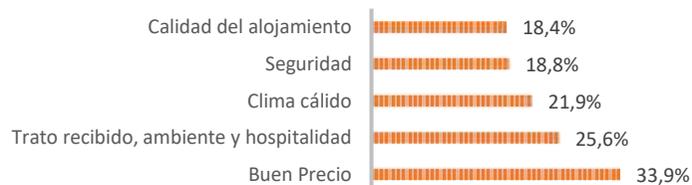
### TIPOS DE PRODUCTOS



### REGIONES EMISORAS



### CRITERIOS PARA SELECCIÓN DESTINO



### MOTIVACIONES DE VIAJE

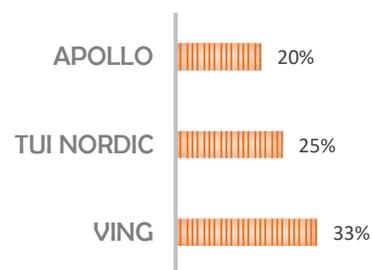




- En 2017 Noruega tenía 811 operadores y agencias de viaje lo que supone una facturación estimada de 3,3 millardos de euros.
- Gran peso de los operadores chárter.
- Los servicios de internet más utilizados son los metabuscadores, las webs de agencias, operadores y líneas aéreas junto con los buscadores convencionales.
- España ha sido el segundo país más visitado por los noruegos en 2017, siendo uno de los principales destinos Gran canarias.
- España es percibida por los noruegos como un destino de sol y playa con una amplia oferta cultural.
- Tendencia de Marketing: Aumento de paquetes turísticos más personalizados, oferta complementaria a turismo sol y playa (city breaks y turismo activo) y nuevas formas alojamiento.

## ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO NORUEGO

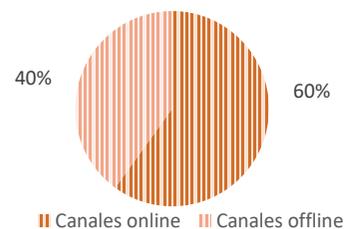
### PRINCIPALES TTOO



RESERVA SUS  
VACACIONES  
ON LINE

**54%**  
2017

### COMERCIALIZACIÓN





## NORUEGA

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018



#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018



#### DURACIÓN



Var. Interanual 2016-2018



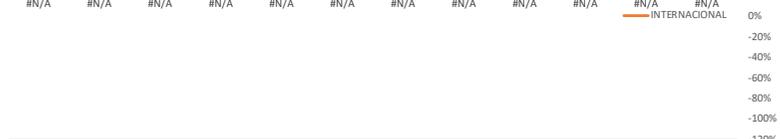
#### TIPO DE ALOJAMIENTO



#### FORMA DE VIAJAR



#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE PAÍSES NÓRDICOS EN ESPAÑA

<b>5 °</b>	<b>15 °</b>	<b>11 °</b>
Rank. Turistas	Rank. Aeropuerto	Rank. Pernoctaciones
7,0%	1,35%	1,4%

### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE PAÍSES NÓRDICOS EN MÁLAGA

<b>12 °</b>	<b>12 °</b>	<b>12 °</b>
Rank. Viajeros	Rank. Pernoctaciones	Rank. Aeropuerto
1,4%	1,8%	2,7%

Fuente: FRONTUR, EGATUR, EOH y EOAP - INE, AENA



## PORTUGAL

### INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

- El **21,1%** tiene una edad superior a **65 años**
- **2º UE y 9º mundo en cuanto a población activa conectada a internet**
- **49º Economía del mundo**
- Uno de los principales motores de la economía han sido las exportaciones de bienes y servicios
- Distribución poco homogénea de la riqueza
- **7º país más competitivo de la UE**

### POBLACIÓN

**10,291**

Millones (2017)

### USO DE INTERNET

**73,79%**

Año 2017

### REDES SOCIALES



Aproximadamente la mitad de los portugueses afirmó en 2018 haber accedido a algún tipo de red social todos o casi todos los días, mientras que alrededor del 10% declaró haberlo hecho dos o tres veces por semana.

### INFLACION 2017

**0,8%**

Abril 2019

### PIB

**201.606**

Millones € (2018)

### PIB PER CAPITA

**19.600**

Euros € (2018)

### CRECIMIENTO

2017 -2013



### DESEMPLEO

**8,1%**

Tasa % (2017)

**349**

Miles personas 2018

### DESCENSO

2017 -2013





## PORTUGAL

### MERCADO EMISOR

- La mejora económica ha permitido que aumente el turismo emisor portugués. Los viajes internacionales representan el 9,6% del total, alcanzando los 2,2 millones de viajes.
- De los viajes internacionales el 54,1% la principal motivación es el ocio y vacaciones, en segundo lugar amigos y familiares (21,5% y, tercero, negocios o profesional (21,4%)
- Los viajes internacionales se realizan fundamentalmente en verano y a destinos de playa
- España es el primer país emisor de viajes internacionales, muy por encima de los países competidores
- Los portugueses que viajan al extranjero organizan sus vacaciones individualmente (66,7%). Tan solo el 33,3% recurrió a una agencia, de estos algo más de la mitad compraron un paquete turístico (53,4%).
- El 50% de los portugueses buscan inspiración por la recomendación de amigos y/ o familiares, los turistas de 35 a 65 años buscan información por internet, el 16% de los hombres eligen destino por

## VIAJES INTERNACIONALES

2,2



Millones (2017) 2017 -2016

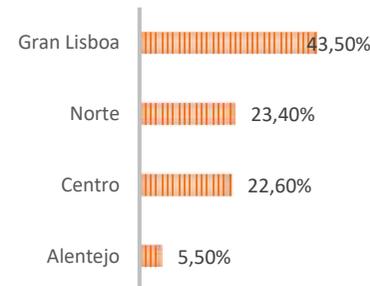
## ESTANCIA MEDIA EXTRANJERO

7,6



Millones (2017) 2017 -2016

## PRINCIPALES ÁREAS EMISORAS DE VIAJES A PORTUGAL, 2017



## GASTO MEDIO POR PERSONA EXTRAJERO

474,2



Euros (2017) 2017 -2016

## GASTO MEDIO DIARIO EXTRANJERO

62,2



Millones (2017) 2017 -2016

## PRINCIPALES MERCADOS RECEPTORES INTERNACIONALES POR GASTO TOTAL, 2017

- España (35%)
- Francia
- Reino Unido
- Alemania
- ESUU
- Bélgica
- Italia

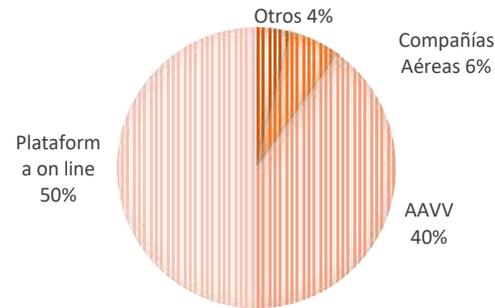
72%  
(2017)



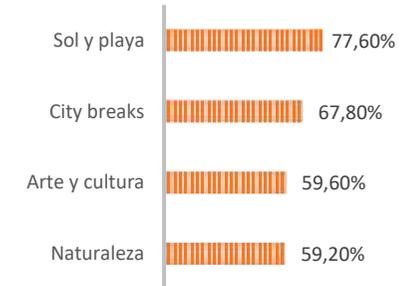
sus hobbies y el 26% de las mujeres se dejan aconsejar por una agencia

- En 2018 los portugueses que viajaron al extranjero el 50% realizó reservas on line en Momondo, Booking, Airbnb; el 40% acudió a una agencia de viajes y el 10% reservó vuelos.
- Tendencia creciente de los portugueses de alojarse en apartamentos o casas alquiladas en detrimento de hoteles.
- Los portugueses viajan principalmente por sol y playa, seguido de city breaks, arte y cultura o naturaleza
- Los criterios de elección de un destino son relación calidad precio y actividades asociadas al destino
- Fuerte estacionalidad en los viajes de los portugueses al extranjero coincidiendo con vacaciones: casi la mitad (47%) lo hace en los meses de verano, 9,9% Navidad y 9,7% Semana Santa.
- El turista portugués que viaja al extranjero es mujer (52,6%), de entre 25 a 64 años (52,1%) y con un nivel de estudios elevado, 2-3 ciclo (27,3%) y estudios superiores (24,5%)
- El 46% de las empresas portuguesas tiene intención de aumentar sus gastos de viajes de negocio, en especial destinos europeos (58%: España, Francia, Alemania y RU); Angola, China o Brasil

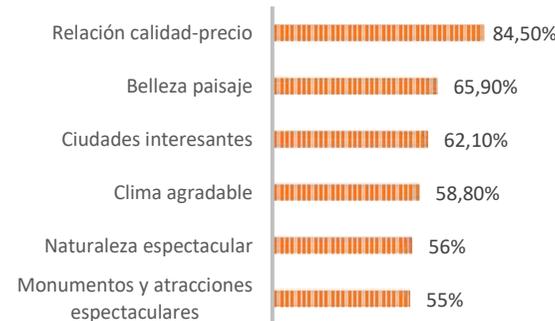
## CANALES DE RESERVA VIAJE AL EXTRANJERO



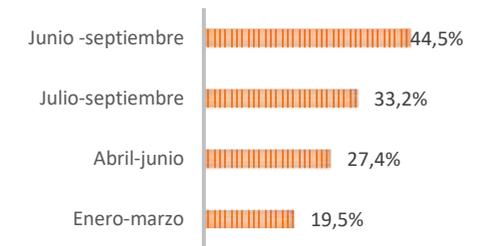
## TIPO DE VACACIONES



## CRITERIO DE ELECCIÓN DE VACACIONES



## ESTACIONALIDAD VIAJES AL EXTERIOR



## TENDENCIAS

- Ciudades menos concurridas con gran oferta cultural
- Turismo experiencia local (gastronómico, deportivo, cultural)
- Viajes de placer a los negocios (bleisure)
- Hospedarse en hoteles tecnológicamente avanzados
- Servicios personalizados e integrar varias generaciones



## PORTUGAL

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018



#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018



#### DURACIÓN



Var. Interanual 2016-2018



#### TIPO DE ALOJAMIENTO



#### FORMA DE VIAJAR



#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



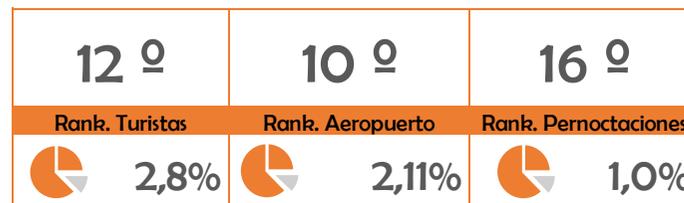
#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE PORTUGAL EN ESPAÑA



### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE PORTUGAL EN MÁLAGA



Fuente: FRONTUR, EGATUR, EOH y EOAP - INE. AENA



## REINO UNIDO



INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

- Es un país muy poblado con **más de 65 millones habitantes** y con una **alta densidad de población**
- El **64,35%** tiene una edad comprendida **entre 15 y 64 años en 2018**
- Alta penetración de internet
- **Entre las 10 economías más importantes y competitivas del mundo,** según GCI
- Distribución de riqueza de forma homogénea

### POBLACIÓN

65,6

Millones (2017)

### USO DE INTERNET

94,62%

Año 2017

### TIPO DE CAMBIO

1 € = 0,88 £

Mayo 2019

### REDES SOCIALES



Se estima que, en 2017, hubo unos 35,7 millones de usuarios conectados a las redes sociales. El 52% de los británicos afirmó haber accedido a las redes sociales todos o casi todos los días.

### INFLACION 2017

2,1%

Abril 2019

### PIB

1.959.707

Millones £ (2017)

### PIB PER CAPITA

29.674

Libras £ (2017)



### CRECIMIENTO

2017 -2013

### DESEMPLEO

3,8%

Tasa % (2018)

1.288

Miles personas 2018

### DESCENSO

2017 -2012



## REINO UNIDO

MERCADO EMISOR

- UK es uno de los **países que más viajes al extranjero** realiza, continúa una tendencia al alza (+2,1%)
- Situación de **incertidumbre frente al Brexit**
- Este incremento de los viajes internacionales se debe al aumento de la **conectividad** acompañada del incremento de la capacidad aérea (+7,3% entre 2015 y 2016) y mejora de la economía.
- **Europa** sigue dominando como **región receptora**
- Tendencia creciente del gasto por persona y **gasto total** desde 2011, este gasto se eleva a **51.034 millones** de euros, un 2,2%
- Un **tercio** de las vacaciones realizadas por los británicos se realiza con una **antelación de 4 a 8 semanas**.
- Los británicos viajan al exterior sobre todo en verano, alcanzado su máximo en agosto 9 millones de viajes al

## VIAJES INTERNACIONALES

72,3



Millones (2017) 2017 -2016

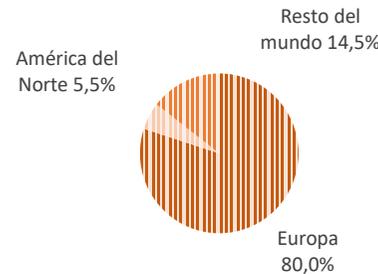
## GASTO MEDIO POR PERSONA

619

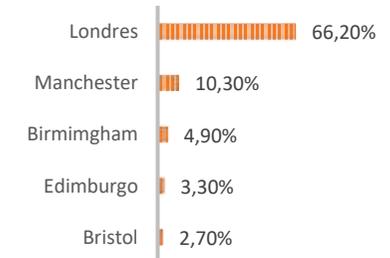


Libras (2017) 2017 -2016

## REGIONES RECEPTORAS



## REGIONES EMISORAS



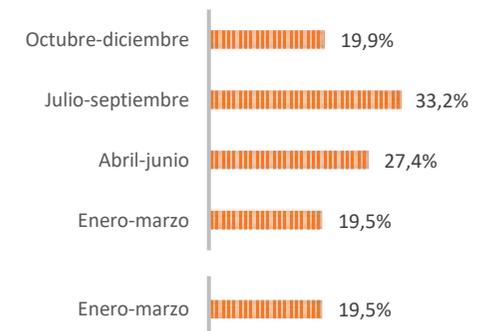
## ESTANCIA MEDIA

## ESTANCIA MEDIA

7-14 días

Viajes organizados (2018)

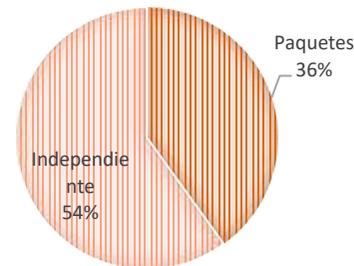
## ESTACIONALIDAD VIAJES AL EXTERIOR



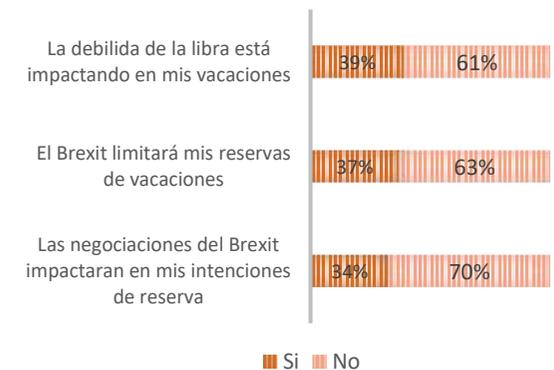


- exterior, pero la **capacidad viajera es** importante **a lo largo del año**, con un mínimo de 4 millones al mes.
- Tendencia creciente a organizar su viaje de forma independiente frente a la reserva de paquete.
  - Los británicos viajan a cualquier edad, en familia, pareja, grupo o solitario
  - Las **vacaciones** para los británicos no son un lujo sino una **necesidad**, por ello hay una tasa viajera superior en todos los grupos de edad
  - El británico viaja con independencia de su situación económica, aunque condiciona la duración y nº de viajes al año.
  - El 37% de los británicos que van al exterior buscan vacaciones **de sol y playa** en verano. Crecimiento de aquellos que buscan vacaciones de **city-breaks**, gracias a la gran oferta de vuelos a ciudades europeas por compañías de bajo coste
  - Los británicos no solo buscan sol y playa, sino actividades extras, **Beach plus**. También es interesante captar al **Turista cosmopolita**, tiene una mayor propensión de gasto y viaja durante el año.

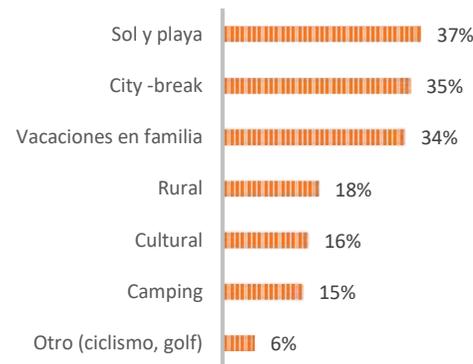
## RESERVAS



## TURISMO Y BREXIT



## TIPO DE VACACIONES AL EXTERIOR



## NICHOS DE MERCADO



### Naturaleza y rural

Senderismo, Ornitología  
Botánicos o jardinería (Garden Tours)



### Idiomático

En alza: español como 2ª lengua  
Sistema Educativo Británico



## REINO UNIDO

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018



#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018



#### DURACIÓN



Var. Interanual 2016-2018



#### TIPO DE ALOJAMIENTO



#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE REINO UNIDO EN ESPAÑA

Rank. Turistas	Rank. Aeropuerto	Rank. Pernoctaciones
1º	3º	2º
22,4%	19,18%	18,7%

### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE REINO UNIDO EN MÁLAGA

Rank. Viajeros	Rank. Pernoctaciones	Rank. Aeropuerto
2º	1º	1º
19,5%	26,5%	30,2%

Fuente: FRONTUR, EGATUR, EOH y EOAP - INE. AENA



## RUSIA

### INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

- País más grande del mundo en cuanto a extensión
- El **44,7%** tiene una edad comprendida **entre 25 y 54 años en 2016**
- **76 % de la población tiene acceso a internet**
- **11º Economía del mundo volumen del PIB**
- 16º país exportador del mundo
- El **ingreso familiar disponible neto** ajustado promedio per cápita es menor que el promedio de la OCDE
- Las desigualdades son fuertes, especialmente entre las grandes ciudades y las zonas rurales.
- Baja el desempleo, pero aumenta la pobreza

### POBLACIÓN

# 146,8

Millones (2017)

### USO DE INTERNET

# 76%

Año 2017

### TIPO DE CAMBIO

# 1 EUR = 72,81 RUB

Mayo 2019

### REDES SOCIALES



Vkontakte y Odnoklassniki dominan el mercado local con un 40% y un 34% de internautas, respectivamente, mientras que redes sociales occidentales (Facebook 9% y Twitter 5%) se quedan bastante atrás. Vkontakte cuenta con más de 36 millones de usuarios mensuales en 2018 e Instagram con más de 23 millones

### INFLACION

# 5,2%

Abril 2019

### PIB

# 1.396.598

Millones € (2018)

### PIB PER CAPITA

# 9.699

Euros € (2018)

### DESEMPLEO

# 4,8%

Tasa % (2018)

# 3.871

Miles personas 2017

### DESCENSO

2017 -2013



2017

### DESCENSO

2017 -2015





## VIAJES INTERNACIONALES



### RUSIA

MERCADO EMISOR

- En 2017 se produjeron **39,6 millones de viajes** internacionales de rusos.
- En 2017 el **gasto turístico del viaje** internacional de los rusos supone **31.058 Millones de \$US**, con una ligera recuperación tras el descenso en 2014-2016
- El volumen de gasto turístico internacional por motivos profesionales supone el 5%.
- Los **destinos más importantes** según volumen de visitas internacionales

1. Belorusia
2. Turquía
3. Tailandia
4. China
5. Polonia
6. Kazajistán
7. Ucrania
8. Italia
9. España

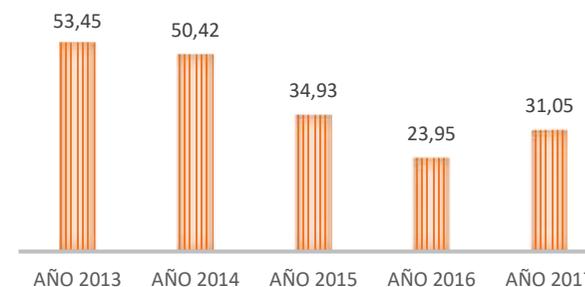
# 39,6

Millones (2017)

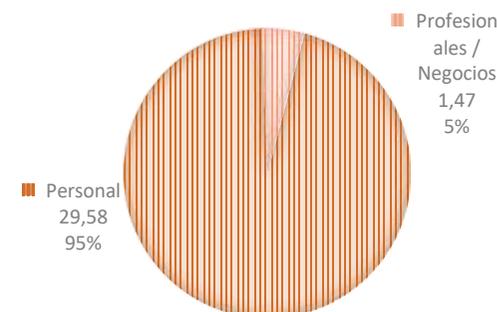
## GASTO TURÍSTICO

# 31.058

Millones Dólares USA (2017)



## GASTO TURÍSTICO SEGÚN TIPO DE VIAJE 2017





## FEDERACION RUSA

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018



#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018



#### DURACIÓN



Var. Interanual 2016-2018



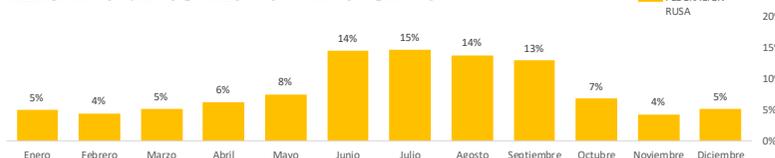
#### TIPO DE ALOJAMIENTO



#### FORMA DE VIAJAR



#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



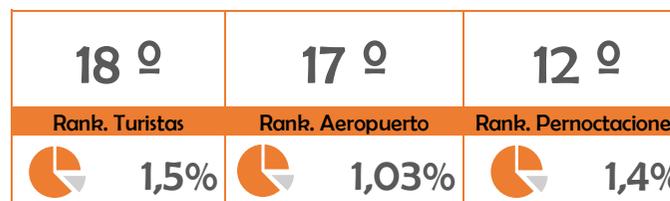
#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE RUSIA EN ESPAÑA



### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE RUSIA EN MÁLAGA



Fuente: FRONTUR, EGATUR, EOH y EOAP - INE. AENA



## SUECIA



### INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

- El **62,8%** tiene una edad comprendida **entre 15 y 64 años en 2015**
- 5º país de Europa en extensión
- Alta penetración de internet
- **23º Economía del mundo**
- Suecia es una de las pocas economías avanzadas que muestra tanto un excedente de cuenta corriente como una deuda pública baja en Europa.
- **Entre los países con mejor calidad de vida**
- Desigualdad creciente entre segmentos con niveles de renta dispares

### POBLACIÓN

**10,06**

Millones (2017)

### USO DE INTERNET

**96,4%**

Año 2017

**88 %**

Uso diario (2018)

### TIPO DE CAMBIO

**1 EUR = 10,70 SEK**

Mayo 2019

### REDES SOCIALES



56% usan diariamente las redes sociales en 2017. Las redes sociales más populares son facebook, instagram y snapchat, entre otras.

### INFLACION 2017

**2,1%**

Abril 2019

### PIB

**467.012**

Millones € (2018)

### PIB PER CAPITA

**45.900**

Euros € (2018)

### CRECIMIENTO

2017 -2010



### DESEMPLEO

**5,7%**

Tasa % (2018)

**312**

Miles personas 2018

### DESCENSO

2017 -2010





## SUECIA

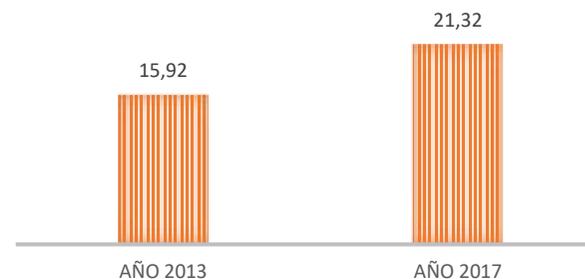
MERCADO EMISOR

- En 2017 se produjeron más de **21,2 millones de viajes** internacionales de suecos.
- En 2017 el **gasto turístico del viaje** internacional de los suecos (sin transporte) supone **17.097 Millones de \$US**, con una tendencia ascendente desde 2015, año que sufrió una caída.
- Los **destinos más importantes** son:
  1. Spain
  2. Denmark
  3. Germany
  4. Thailand
  5. United Kingdom
  6. Italy
  7. Norway
  8. France
  9. Greece
  10. USA

## VIAJES INTERNACIONALES

# 21,23

Millones (2017)

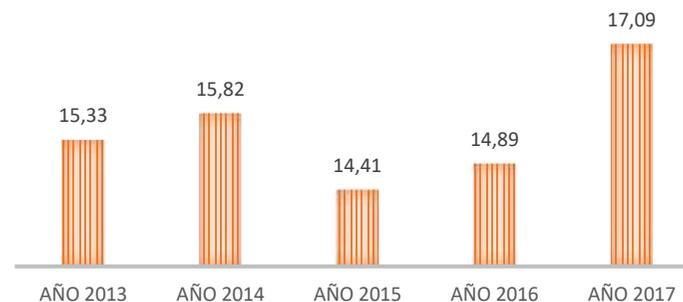


## GASTO TURÍSTICO

(sin Transporte)

# 17.097

Millones Dólares USA (2017)





## SUECIA

### PRINCIPALES CIFRAS EN ESPAÑA

#### TURISTAS



Var. Interanual 2016-2018



#### GASTO DIARIO



Var. Interanual 2016-2018



#### DURACIÓN



Var. Interanual 2016-2018



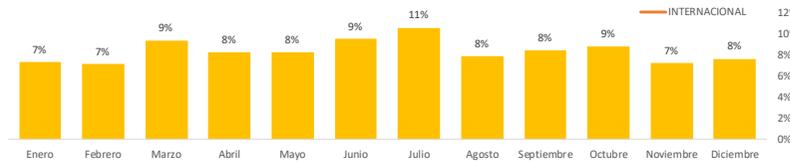
#### TIPO DE ALOJAMIENTO



#### FORMA DE VIAJAR



#### LLEGADAS MENSUALES POR AEROPUERTO



#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE PAÍSES NÓRDICOS EN ESPAÑA



### PRINCIPALES CIFRAS EN MÁLAGA

#### HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



#### AEROPUERTO



Var. Interanual 2016-2018



### COMPETITIVIDAD DE PAÍSES NÓRDICOS EN MÁLAGA





## Fuentes Consultadas

- Banco Mundial ( [www.bancomundial.org](http://www.bancomundial.org))
- Egatur ([www.ine.es](http://www.ine.es))
- Encuesta de Ocupación Hotelera ([www.ine.es](http://www.ine.es))
- Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos ([www.ine.es](http://www.ine.es))
- Estadísticas de la OMT (<https://statistics.unwto.org/es>)
- Eurostat (<https://ec.europa.eu/eurostat/home?>)
- Estudios de Mercados Turístico Emisores de Turespaña (<https://www.tourspain.es>)
- Expansión <https://datosmacro.expansion.com/paises>
- Familitur ([www.ine.es](http://www.ine.es))
- Frontur ([www.ine.es](http://www.ine.es))
- Llegada de pasajeros por nacionalidad ([www.aena.es](http://www.aena.es))
- Office for National Statistics Uk (<https://www.ons.gov.uk/>)



# Características de los 20 principales mercados emisores hacia la Costa del Sol

**Este trabajo ha sido realizado por:**

**Turismo y Planificación Costa Del Sol**

Para mayor información

[analisis@visitacostadelsol.com](mailto:analisis@visitacostadelsol.com)