



**EL PERFIL DEL VIAJERO DE SOL Y PLAYA DE
PAÍSES NÓRDICOS, ALEMANIA Y REINO UNIDO
A LA COSTA DEL SOL**

1. METODOLOGÍA

Objetivos

El objetivo de este informe es identificar, dentro de los viajeros procedentes de los países nórdicos, Alemania y Reino Unido, a aquellos que se ajustan al perfil de viajero de Sol y Playa:

Además, evaluaremos la imagen, percepción y experiencia de estos viajeros en relación a Costa del Sol y la compararemos con destinos competidores tanto a nivel nacional como internacional. De este modo, podremos analizar el rendimiento del destino en relación con su competencia y ofrecer posibles explicaciones sobre su posicionamiento.



1. METODOLOGÍA

Estructura

La estructura del informe se divide de la siguiente manera:

Metodología

En esta sección exponemos nuestra metodología, tanto a la hora de definir los perfiles como de analizar nuestra fuente de datos, Travellyze, para obtener resultados demográficos, de comportamiento y percepción.

Perfil del viajero

En esta sección, se presenta el perfil del viajero. Para ello, buscamos turistas de tres mercados europeos clave: los países nórdicos (incluidos Dinamarca, Suecia, Noruega y Finlandia), Reino Unido y Alemania.

A continuación, explicamos los parámetros de definición del segmento de viajeros y describimos cómo efectuamos la búsqueda en la plataforma. Luego procedemos a desglosar el perfil, comenzando por información demográfica clave, como la edad, el sexo, el estado civil o el nivel educativo. Además, nos fijamos en su comportamiento de reserva, que comprende sus canales clave de inspiración, los presupuestos de viaje, los factores que afectan a su elección de destino, su elección preferida de alojamiento, los meses de viaje favoritos y su canal de reserva principal.

Luego, analizamos la imagen percibida de Costa del Sol del perfil de viajero y la comparamos con destinos de la competencia a nivel nacional e internacional. Nuestro Índice de Imagen del destino se basa en un algoritmo integral con tres dimensiones como puntos de referencia: Percepción, Experiencia y Conocimiento.

1. METODOLOGÍA

Estructura

A continuación, se analizan cada una de estas tres métricas por separado y, en conjunto, se conforma el ranking de imagen global del destino. La imagen de Costa del Sol se compara, en primer lugar, con su competencia nacional y luego, con su competencia internacional. Hemos identificado como destinos competidores a nivel nacional a Cataluña, Baleares, Canarias y Valencia. En el caso de los destinos competidores a nivel internacional, hemos identificado a Francia, Italia, Turquía, Malta y Croacia.

También evaluamos la percepción que este perfil tiene de Costa del Sol en comparación con su competencia nacional e internacional por medio de tres indicadores clave: Percepción, Atractivo y Demanda a Corto Plazo. Además, ofrecemos un análisis de su experiencia en Costa del Sol, en comparación con su competencia nacional e internacional. Los indicadores claves de esta sección son: Experiencia en el Destino, Ranking de Visita e Índice de Revisita.

Por último, se presenta un resumen ejecutivo en el que se exponen las principales conclusiones.

1. METODOLOGIA

Términos y Definiciones

Perfil del Viajero:

Para elaborar este informe hemos utilizado Travellyze, la herramienta de análisis de business intelligence del grupo ITG. La plataforma permite crear una gran cantidad de perfiles de viajeros a partir de las respuestas proporcionadas por los encuestados en nuestra investigación, que se realiza en 13 países europeos, también denominados “mercados”.

A efectos de este informe, hemos creado un perfil utilizando filtros específicos en la plataforma, basados en los mercados de interés (los países nórdicos, Alemania y el Reino Unido).

Definimos este perfil de la siguiente manera:

- ♦ Viajero de Sol y playa: aquellos viajeros que, en tipo de vacaciones preferidas, indican que prefieren las vacaciones de sol y playa.



1. METODOLOGÍA

Ranking de Imagen

Travellyze ofrece un Ranking de Imagen que brinda una noción general de la imagen que proyecta un destino. Este ranking se elabora a partir de las respuestas de los encuestados sobre el conocimiento, la percepción y la experiencia sobre el destino en cuestión.

El Índice de Imagen del destino se basa en un algoritmo exhaustivo con tres dimensiones como puntos de referencia: Percepción, Experiencia y Conocimiento. Antes de combinar estas tres métricas para conformar el ranking de imagen global, también se las analiza por separado.



1. METODOLOGÍA

Auditoría de Percepción:

Definimos la percepción de un destino en base a los siguientes indicadores:

- ♦ Percepción: el destino recibe una clasificación, comparando Costa del Sol con 130 destinos internacionales, regionales e internacionales. Se calcula en base a la percepción del destino por parte de los viajeros que aún no han visitado Costa del Sol. También se les da una clasificación de percepción, en la que los encuestados que aún no han visitado dan una percepción positiva o negativa.
- ♦ Atractivo: los viajeros responden si les gustaría visitar Costa del Sol en algún momento en el futuro.
- ♦ Demanda a corto plazo: proporciona datos sobre si los viajeros quisieran visitar el destino en los próximos tres años.



1. METODOLOGÍA

Auditoría de Experiencia:

Travellyze define la experiencia de un destino en base a los siguientes indicadores:

- ♦ Experiencia en el destino: cómo perciben este destino los viajeros de este segmento que ya lo han visitado, puntualmente si han tenido una experiencia positiva o negativa.
- ♦ Ranking de visita: qué porcentaje de los viajeros de cada segmento ya ha visitado este destino.
- ♦ Índice de revisita: qué porcentaje de los viajeros que lo han visitado, quieren hacerlo nuevamente.





EL VIAJERO DE SOL Y PLAYA

2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA



En términos de género, las diferencias no son extremas, pero se aprecia una **mayoría femenina**, especialmente en el Reino Unido con un 57,7% de mujeres. Los **grupos de edad son muy variados** en los tres mercados, con una **menor proporción de viajeros entre 18-24 años y 75+ años** menos del 10% de la representación. Alrededor del **50% de los viajeros que componen este segmento están casados o cohabitando**, al igual que se observa en otros segmentos. Su **nivel de estudios es alto**, mientras que en Alemania destaca una mayoría de viajeros con una educación profesional (55,2%).

El **presupuesto de viaje** se mantiene con un 35% de los viajeros de los tres mercados que dispone **entre 1.000-3.000 euros**. Sus **principales fuentes de inspiración son la familia y amigos en primer lugar, seguido por los motores de búsqueda** y los sitios web de reseñas en el caso de los británicos. En cuanto a los **factores de viaje clave, poder ir a la playa**, es lógicamente uno de los principales. También le dan **mucho importancia a la limpieza y las normas sanitarias**, especialmente en Reino Unido. Su opción favorita de alojamiento es clara, los **hoteles 3-4***. Una opción que elige más del 50% en los países nórdicos y Reino Unido, mientras que en el mercado alemán, el número de viajeros que eligen alojarse en **casas de vacaciones** también es muy alto.

En el caso de los **viajes de menos de 5 días, junio** (con poca ventaja sobre el resto de los meses de verano) **es el mes más demandado** en todos los mercados. Para los **viajes más largos, agosto es el mes más popular en Alemania y el Reino Unido, y julio en los países nórdicos**. En general, para todos los mercados el **método de reserva más común son los paquetes de alojamiento + vuelo en agencias de viaje online**, aunque una proporción de alemanes significativa prefiere reservar el alojamiento directamente a través de la página web del mismo.

2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA

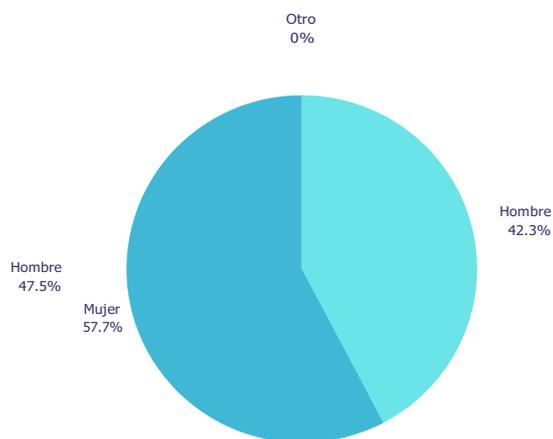
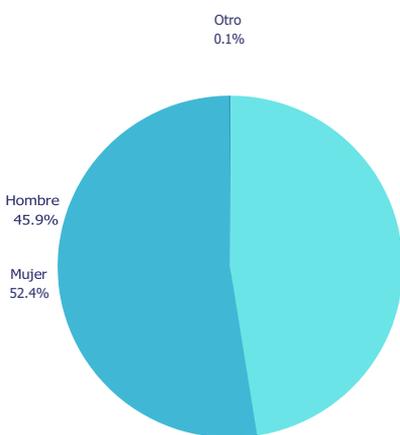
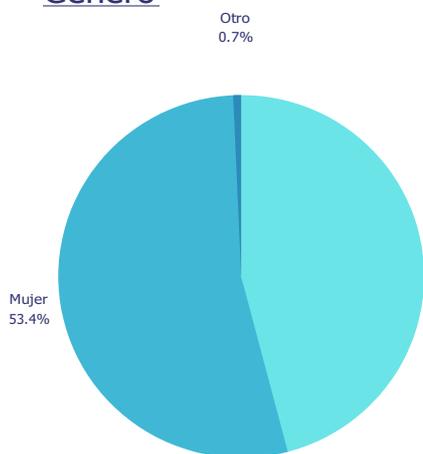
Información General

Países nórdicos

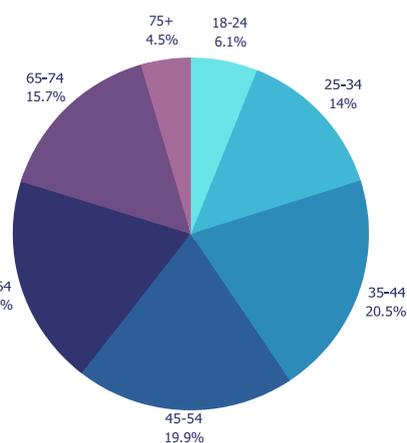
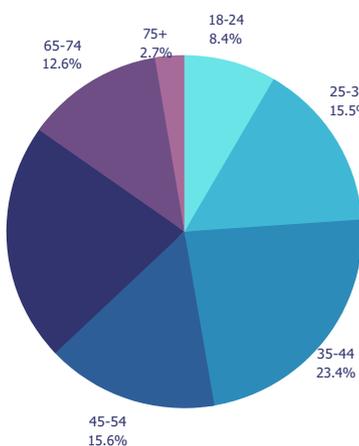
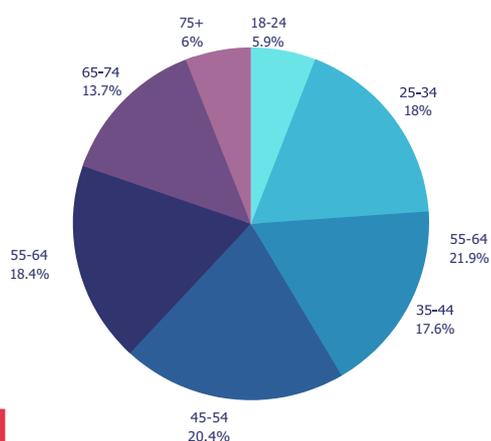
Alemania

Reino Unido

Género



Edad



2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA

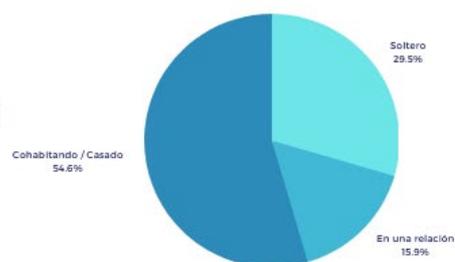
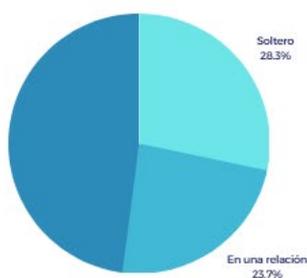
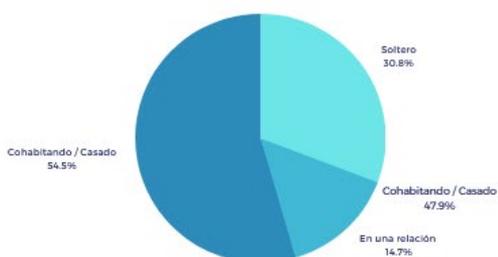
Información General

Países nórdicos

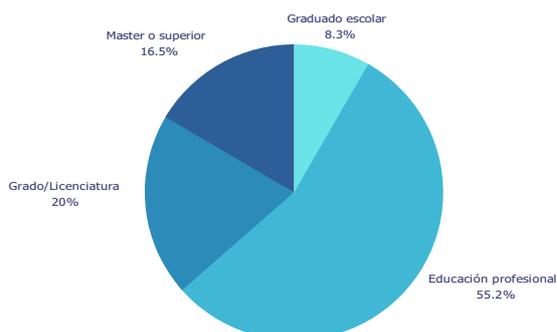
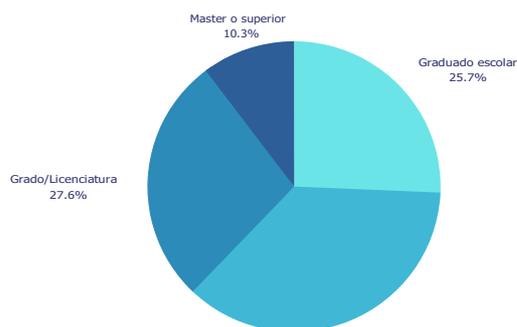
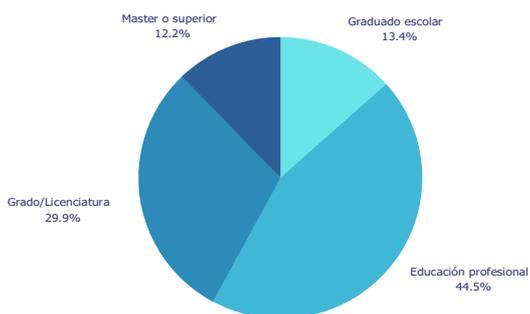
Alemania

Reino Unido

Estado civil



Educación



2. VIAJERO DE SOL Y PLAYA

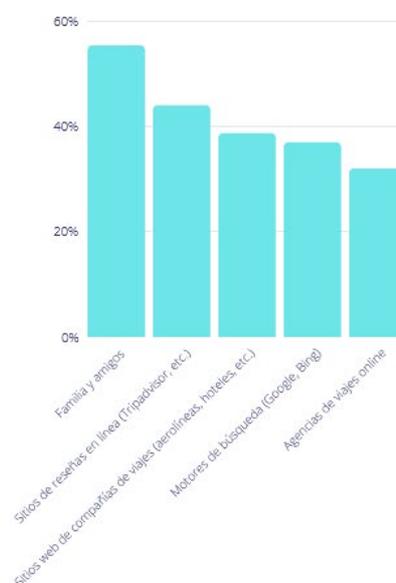
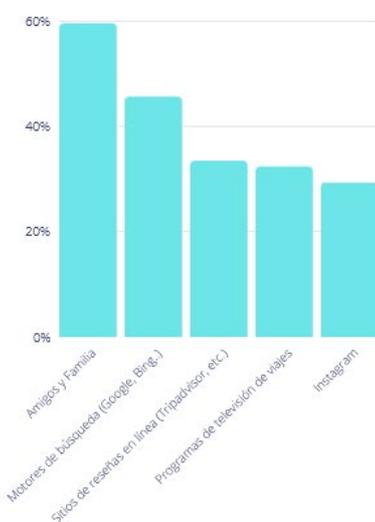
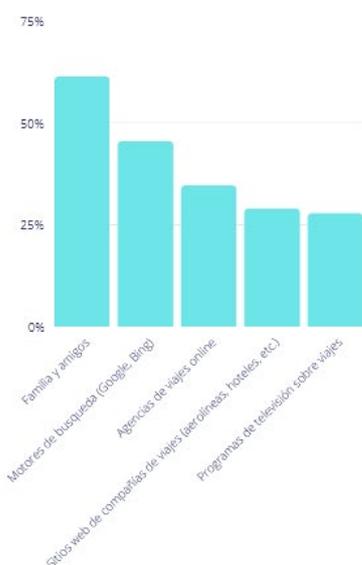
Análisis de Comportamiento

Países nórdicos

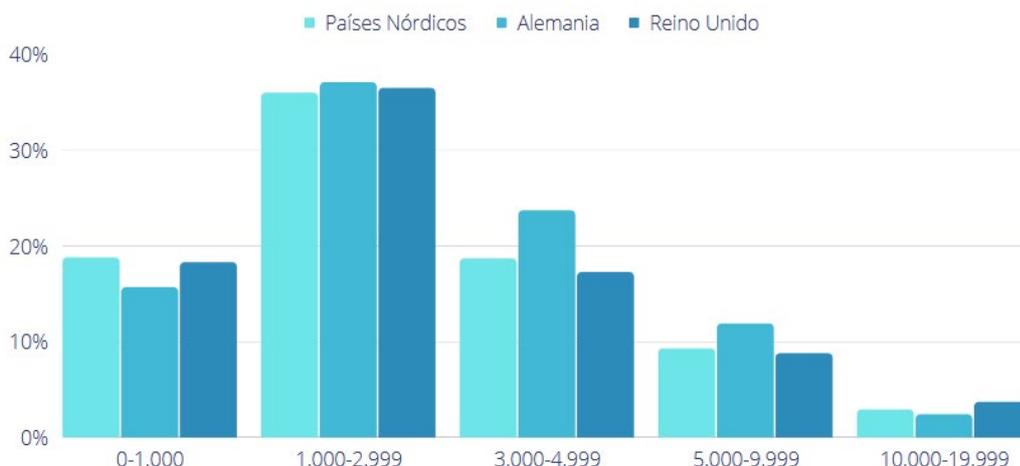
Alemania

Reino Unido

Factores de inspiración



Presupuesto de viaje



EL PERFIL DE VIAJERO DE SOL Y PLAYA

2. VIAJERO DE SOL Y PLAYA

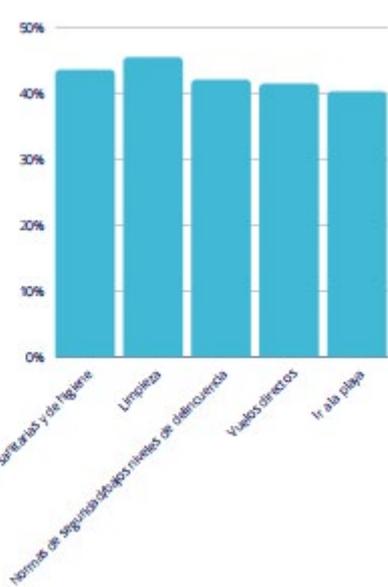
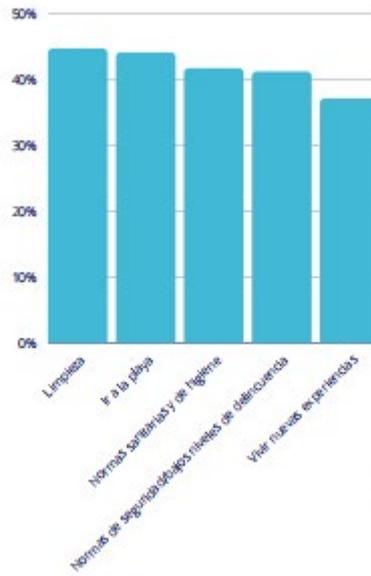
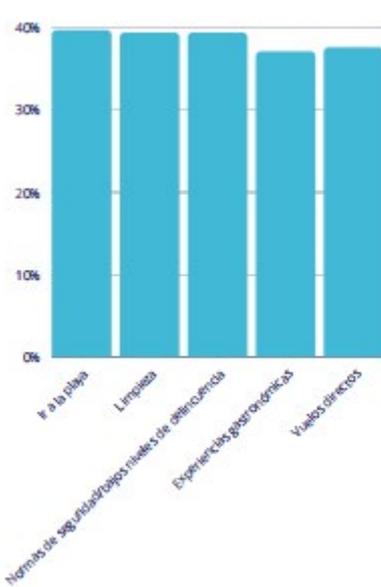
Análisis de Comportamiento

Países nórdicos

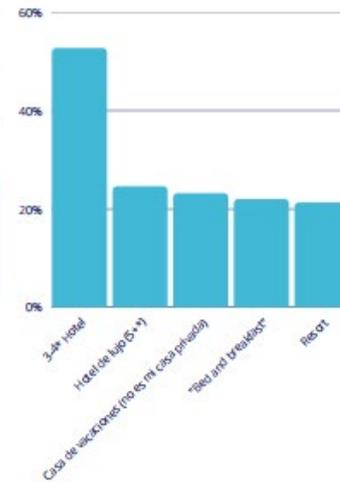
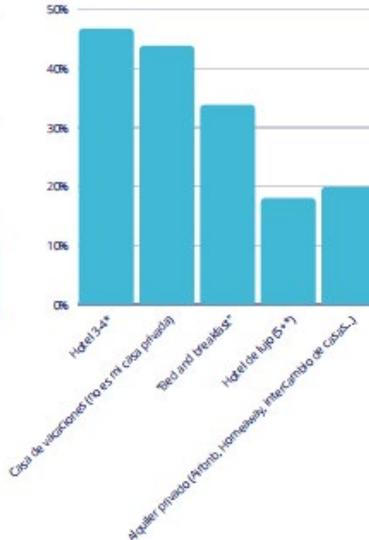
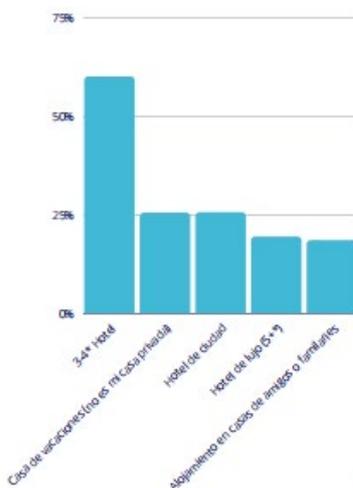
Alemania

Reino Unido

Factores de viaje



Alojamiento preferido



2. VIAJERO DE SOL Y PLAYA

Análisis de Comportamiento

Meses más populares para viajar (destinos europeos de menos de 5 días)

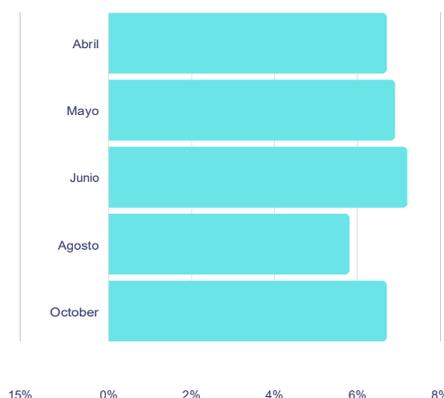
Países nórdicos



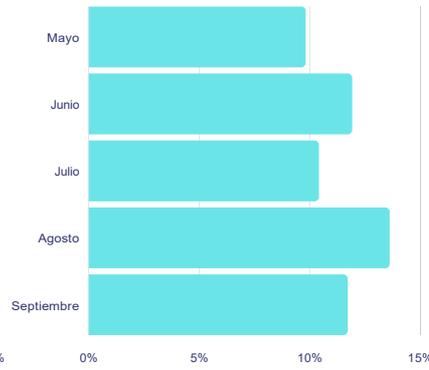
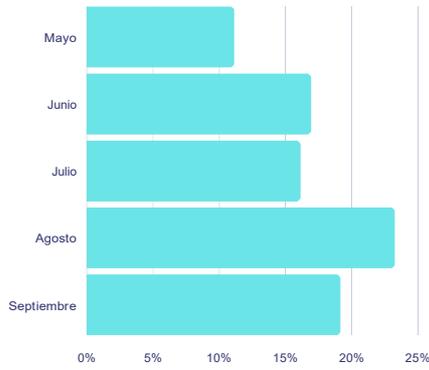
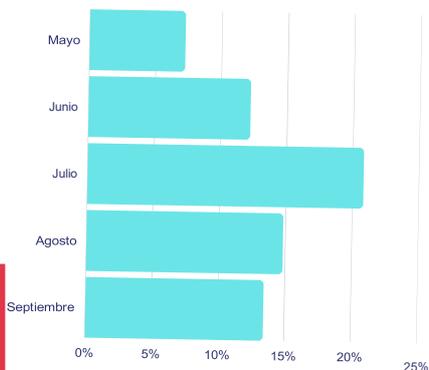
Alemania



Reino Unido



Meses más populares para viajar (destinos europeos de más de 5 días)



2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA

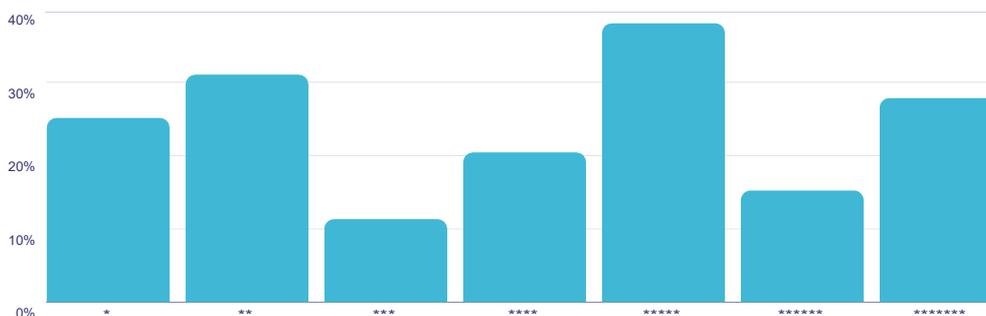
Análisis de Comportamiento

Canales de reserva

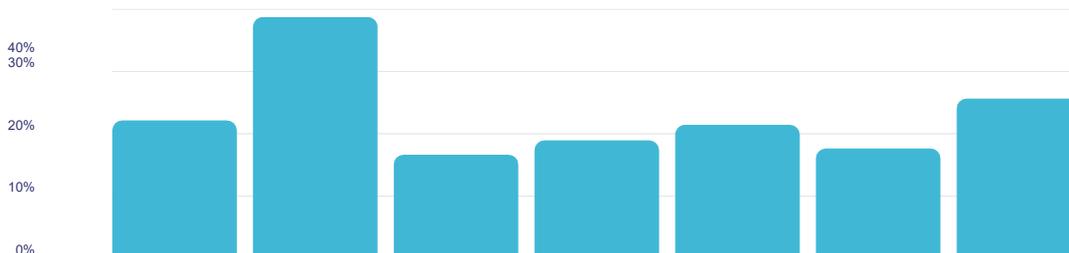
Países nórdicos



Alemania



Reino Unido

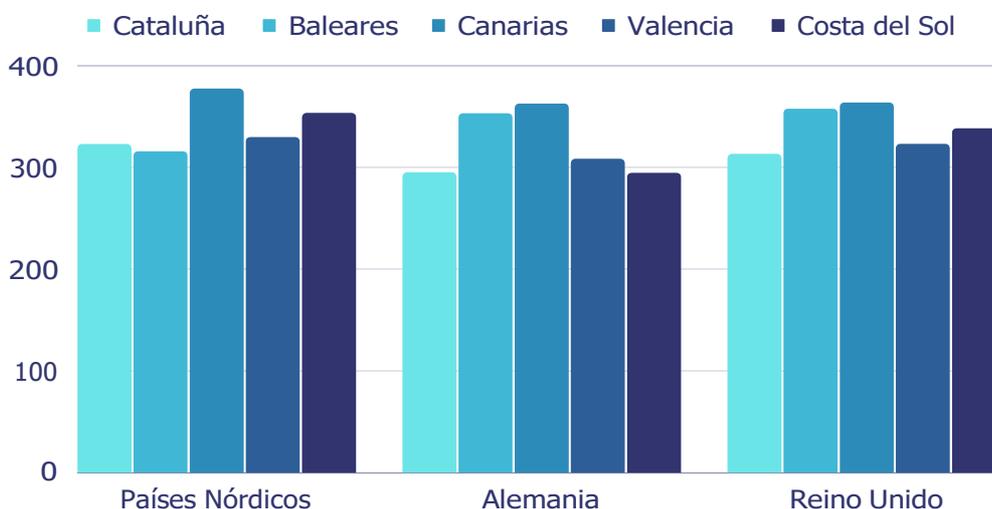


- *Reservan por separado el vuelo y el hotel a través de diferentes portales web de reservas/agencias de viajes.
- ** Reservan el viaje combinado (vuelo+alojamiento) en el sitio web de la agencia de viajes.
- *** Reservan el transporte directamente a través del sitio web de la compañía aérea/alquiler de coches/ferrocarril/autocar/crucero.
- **** Reservan un viaje combinado (vuelo+alojamiento) con una agencia de viajes en persona o por teléfono/correo electrónico.
- ***** Reservan el alojamiento directamente a través de la página web del alojamiento.
- ***** Reservan el paquete (vuelo y alojamiento) directamente con un operador turístico.
- ***** Utilizan un site de comparación de precios como: Momondo, Trivago, Skyscanner, etc.

2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA

Análisis de Imagen

Competencia nacional



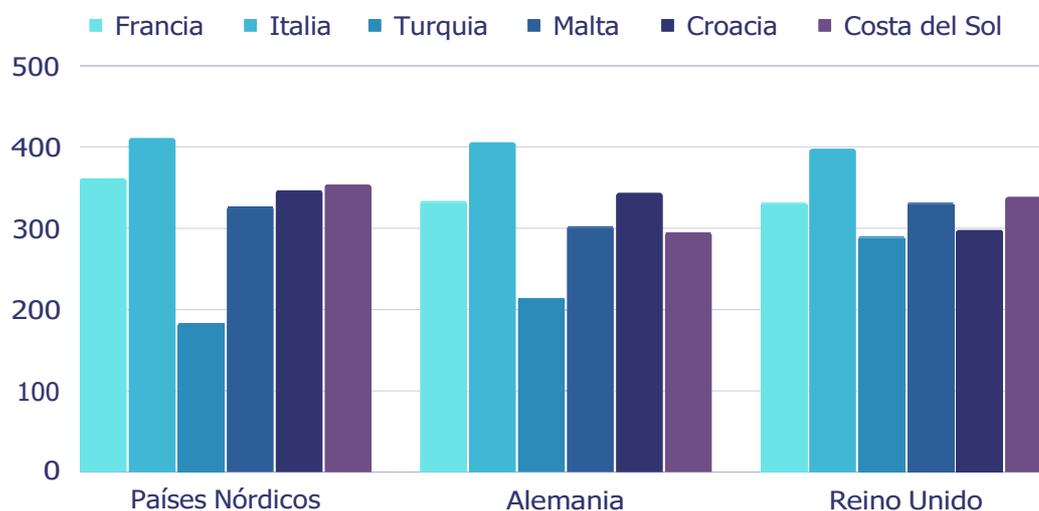
En el gráfico superior se aprecia una **imagen de Costa del Sol muy positiva frente a la de su competencia nacional. Canarias es el destino más popular** para los viajeros que buscan disfrutar de unas vacaciones de sol y playa. En el ranking nacional para el **mercado nórdico, Costa del Sol recibe una valoración alta** que le permite acercarse a Canarias, quedando a tan solo 24 puntos de distancia.

Mientras que en el mercado nórdico y el británico los resultados de 2023 han sido positivos, en el **mercado alemán la imagen de Costa del Sol es menos favorable** y ocupa la última posición, junto a Cataluña, el destino peor valorado en Reino Unido. En el **mercado británico se identifica a la Costa del Sol** en tercer puesto, únicamente a 30 puntos de las islas Baleares.

2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA

Análisis de Imagen

Competencia internacional



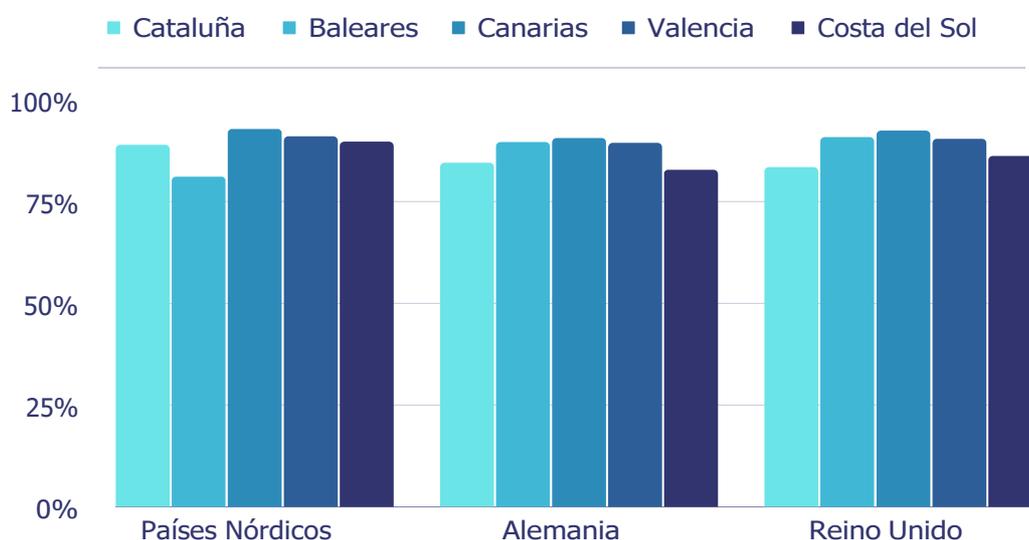
En cuanto a la competencia internacional, **Italia vuelve a ser líder en todos los mercados.** y no solo en los mercados seleccionados. Dentro de los mismos mercados, cuando analizamos el índice de Travellyze que engloba a más de 130 países, Italia se mantiene en el primer puesto, tanto en el mercado británico como en el nórdico, y en el mercado alemán ocupa la segunda posición. En general, la valoración **de Costa del Sol es muy buena.** Este año, **su posicionamiento mejora tanto en el mercado nórdico como en el británico** donde ocupa el tercer y segundo puesto, respectivamente. Por lo contrario, **en el mercado alemán la valoración del destino desciende** en el índice de Travellyze, y queda penúltimo a solo 8 puntos de Malta, en antepenúltimo lugar.

En general, Costa del Sol obtiene valores muy altos que la posicionan en un buen lugar entre su competencia internacional. **Sus resultados son similares a los de Malta y Croacia.** Sin embargo, logra quedar por encima de estos países en el mercado nórdico y el británico. A pesar de la imagen tan positiva, en las próximas secciones del informe se identifican áreas de mejora para potenciar la imagen del destino en comparación a su competencia internacional.

2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA

Percepción Competición Española

Percepción



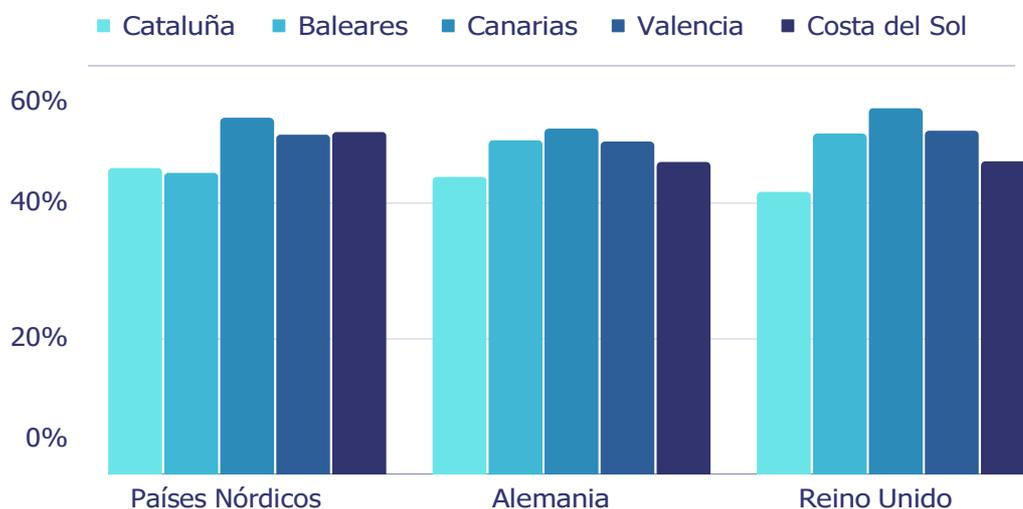
En cuanto a la **percepción de aquellos viajeros de sol y playa que aún no han visitado el destino**, los resultados de la competencia seleccionada son muy altos, especialmente Canarias y Valencia.

La calificación de Costa del Sol aumenta en el mercado nórdico y el británico. En Reino Unido, se encuentra penúltimo, pero a tan solo un 4% de Valencia. En el caso de los **países nórdicos**, se **sitúa al destino entre los tres más populares** con una diferencia del 1,3% con Valencia y del 3% con Canarias. Por último, en **Alemania se sufre una bajada en la proporción de percepción positiva**, quedando en cuarto puesto, con un 82,7%, por debajo de Canarias (90,5%), Baleares (89,5%) y Valencia (89,3%). **La desventaja sobre el resto de la competencia es muy leve**, pero sigue siendo un motivo para desarrollar una estrategia de marketing que sirva para atraer a aquellos viajeros que buscan sol y playa y aún no han visitado Costa del Sol.

2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA

Percepción Competencia Española

Atractivo



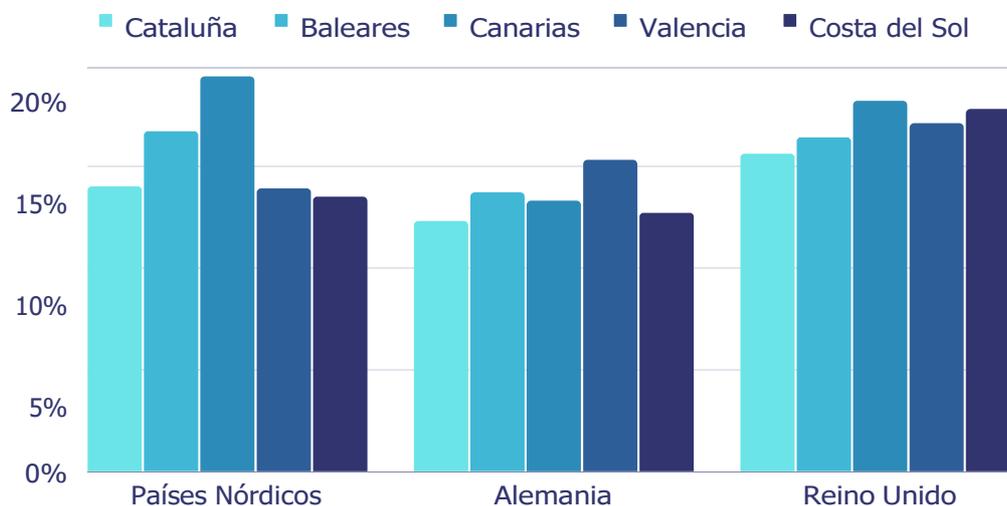
Comparados con los altos porcentajes obtenidos en la sección anterior, la valoración del atractivo de los destinos aparenta ser negativa, sin embargo, se debe considerar que, por ejemplo, en el mercado nórdico, donde Costa del Sol recibe un 50,4%, el destino con mayor atractivo en el índice Travellyze tiene un 65%. Por lo que **los resultados obtenidos son considerablemente positivos.**

Tanto en **Alemania** como en **Reino Unido**, **Costa del Sol no logra ponerse a la altura de las islas y Valencia.** Por otro lado, para los **viajeros nórdicos que buscan unas vacaciones de sol y playa, Costa del Sol es el segundo destino más atractivo** por detrás de Canarias por tan solo un 2,5%.

2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA

Percepción Competencia Española

Demanda a Corto Plazo



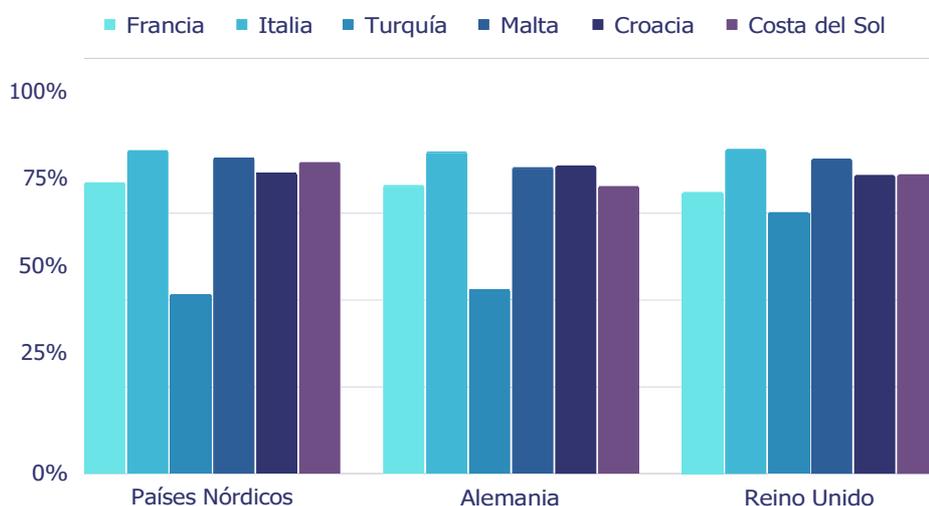
Si nos centramos en la demanda a corto plazo, la posición de Costa del Sol en el **mercado británico es considerablemente favorable**, gracias a un alto porcentaje de demanda, que la convierte en **el segundo destino más deseado a corto plazo por los viajeros de sol y playa**. En **Alemania su puntuación adopta la penúltima posición**, aunque la distancia entre los destinos es muy leve. Esto se demuestra con la diferencia entre Costa del Sol (12,7%) y Valencia (15,3%), el destino más demandado a corto plazo.

Actualmente, **Canarias se mantiene como líder en el mercado nórdico y el británico**. Por lo contrario, en **Alemania se ha producido un descenso de la demanda de este destino y el más popular es Valencia**.

2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA

Percepción Competencia Internacional

Percepción

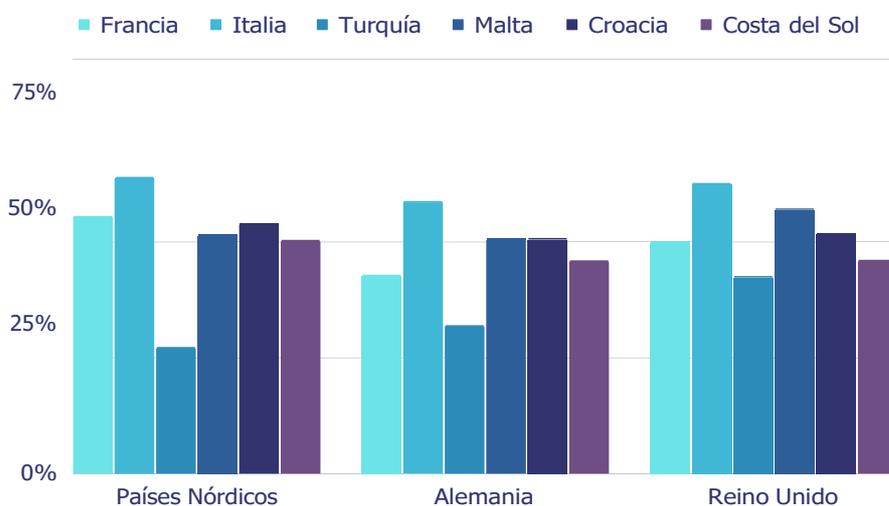


Como ya observamos con en el contexto nacional, **toda su competencia recibe una valoración muy positiva**, a excepción de Turquía. De nuevo es en **Alemania**, donde se sufre un **peor resultado**, ya que se sitúa en penúltimo lugar. Mientras el impacto en la posición es muy grande, la diferencia entre los porcentajes es muy baja: 0,3% de Francia y 10% con Italia, el destino con percepción más positiva. Cabe destacar el **la percepción positiva en el mercado nórdico**, donde supera a Croacia y Francia para encontrarse **entre los tres mejores**. Los resultados en el mercado **británico Croacia y Costa del Sol están igualadas**. Los valores de percepción y el modo en el que se comporta cada mercado son **muy similares a nivel nacional y a nivel internacional**, lo que quiere decir que la estrategia de marketing debería ser implementada tanto para potenciar la percepción de Costa del Sol dentro del marco nacional como para aumentarla en el marco internacional.

2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA

Percepción Competencia Internacional

Atractivo

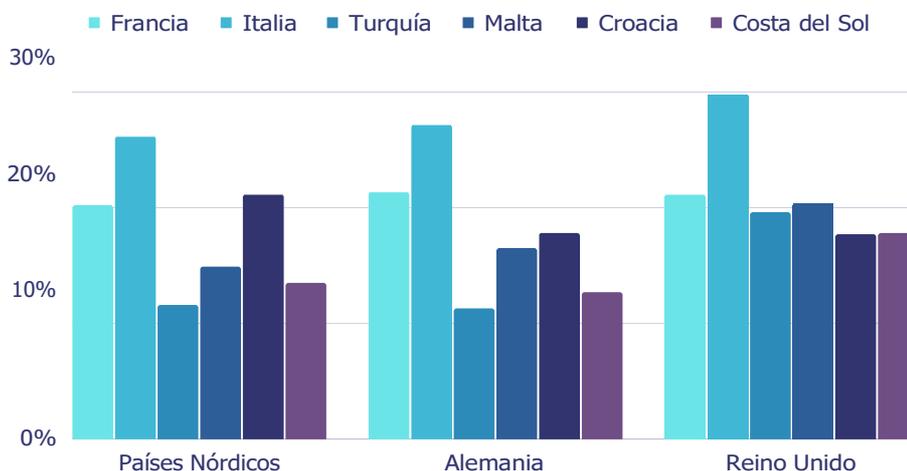


Analizando los **viajeros que centran sus vacaciones en disfrutar del sol y la playa y desearían visitar cada destino en algún momento en el futuro**, podemos ver como **Costa del Sol queda por detrás de su competencia internacional**, a excepción de Turquía (y Francia en el mercado alemán).

2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA

Percepción Competencia Internacional

Demanda a Corto Plazo



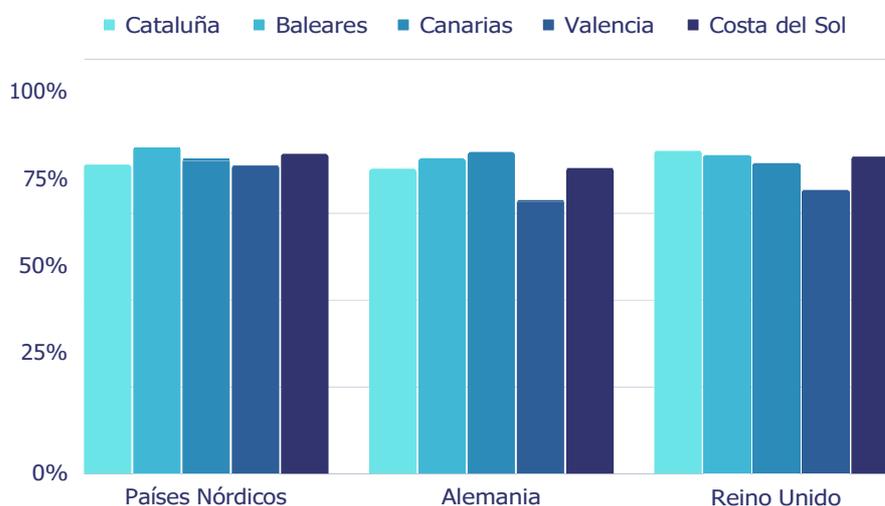
Observando el gráfico sobre la demanda a corto plazo de Costa del Sol y su competencia internacional, reconocemos a **Italia como líder en todos los mercados**, con una destacable ventaja sobre el resto de los destinos. La **demanda a corto plazo de Costa del Sol es muy baja** en comparación a su competencia directa.

Sin embargo, los **resultados de la percepción y el atractivo a largo plazo han sido positivos, mostrando esperanzas de mejora en esta sección.**

2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA

Experiencia Competencia Nacional

Experiencia



Los resultados en la encuesta completada en enero de 2023 son positivos. Los **viajeros que han elegido Costa del Sol para disfrutar de unas vacaciones de sol y playa** se muestran **muy satisfechos con el destino**. Además de obtener un nivel de experiencia muy positivo, Costa del Sol tienen **muy buen posicionamiento entre su competencia nacional**. En el mercado nórdico y el británico asciende al segundo puesto, dejando muy poca distancia con el primero, las Islas Baleares, a un 1,8% de distancia en los países nórdicos, y un 0,4% en Reino Unido. Estos resultados nos vuelven a demostrar que la experiencia de los viajeros en el destino es muy positiva, sin embargo, es en la percepción donde el destino recibe una peor valoración. Esto sugiere que las **acciones de marketing se deben centrar en atraer a los viajeros que aún no conocen el destino, y mejorar la percepción de éste en los mercados**.

2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA

Experiencia Competencia Nacional

Ranking de Visita



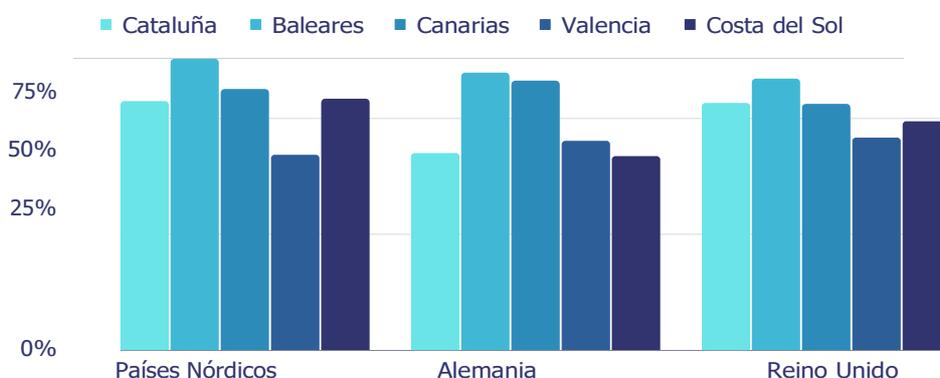
Observando el **índice de visitas por parte de los viajeros de sol y playa**, podemos identificar a como las **Islas Baleares y las Islas Canarias vuelven a recibir al mayor número de viajeros** provenientes de cada mercado, a excepción de los países nórdicos donde Baleares no ha sido un destino muy visitado. Se produce una significativa **caída en el número de visitantes a Cataluña**.

Si nos centramos en Costa del Sol, **el destino se sitúa a mitad de tabla**, con una considerable distancia con los destinos más populares, pero con una buena ventaja sobre los menos demandados. **En Alemania recibe la proporción más baja** sin ni si quiera alcanzar el 20%, lo que señala un gran número de viajeros potenciales para atraer en el futuro. En general, la posición es buena pero se debería buscar aumentar el porcentaje.

2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA

Experiencia Competencia Nacional

Índice de Revisita



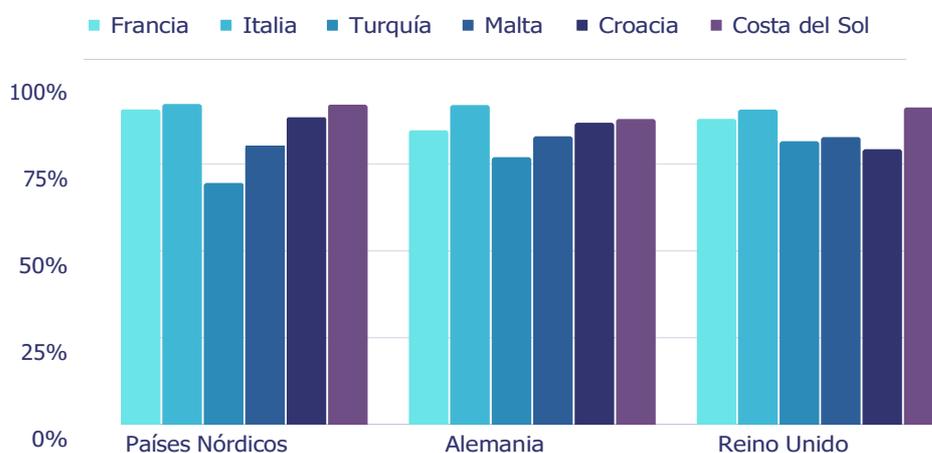
La **valoración de revisita** a Costa del Sol y sus competidores nacionales es **muy buena**, alrededor del 50%. **Canarias y Baleares vuelven a recibir los mejores resultados** en todos los mercados. Las Islas Baleares ocupan el primer lugar entre más de 130 destinos en el índice de Travellyze del mercado nórdico, esto prueba el alto nivel de la competencia nacional. En el **Reino Unido**, Costa del Sol se ubica **en la tercera posición dentro de la competencia directa y el puesto 20 en el índice de Travellyze, un resultado muy favorable.**

Los resultados nos muestran una vez más la **importancia de centrar los esfuerzos promocionales en los viajeros que desconocen el destino**, con el objetivo de incrementar la percepción y así el número de visitas.

2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA

Experiencia Competencia Internacional

Experiencia



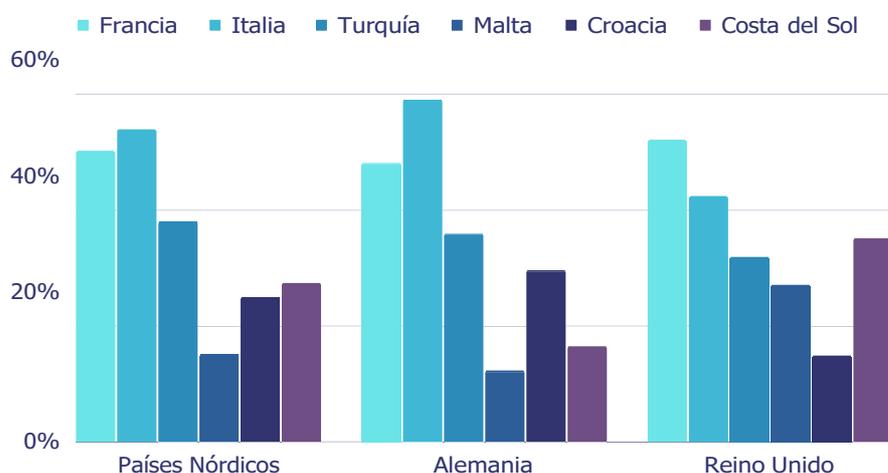
Analizando la **calidad de la experiencia en el marco internacional**, podemos ver que Costa del Sol se mantiene **muy bien posicionada** en comparación con su competencia internacional. En 2023, **Italia vuelve a ser líder en todos los mercados, excepto en Reino Unido** donde Costa del Sol logra arrebatarse el primer puesto con un grado de satisfacción del 91,2%. Cabe destacar que **Costa del Sol acoge el puesto 7 en el índice de experiencia de Travellyze que considera 130 destinos**, un resultado excelente para una región. El grado de satisfacción de los viajeros alemanes y los nórdicos también es muy alto y la distancia con el primer puesto es ínfima.

Mientras el destino tampoco está mal posicionado en cuanto a la percepción entre su competencia internacional, es en esa sección donde sufre mayor desventaja.

2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA

Experiencia Competencia Internacional

Ranking de Visita



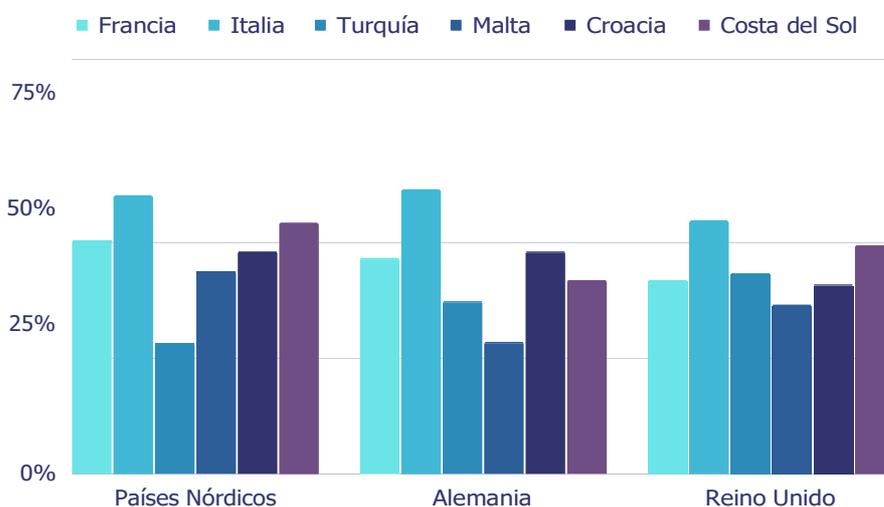
Analizando el porcentaje de **visitas de los viajeros de sol y playa**, podemos apreciar como en todos los mercados siguen predominando **Italia y Francia**. Concretamente en el mercado alemán, Italia atrae a un 60% de turistas de sol y playa. Los resultados no nos sorprenden y será muy difícil que cambien ya que ambos destinos tienen una oferta turística muy sólida y una muy buena conexión geográfica con los mercados.

En comparación con su competencia internacional, **Costa del Sol vuelve a mostrar una proporción muy baja en Alemania**. Mientras que **en los países nórdicos y Reino Unido se produce un ligero aumento**, el destino no logra ponerse a la altura de los países más visitados.

2. VIAJEROS DE SOL Y PLAYA

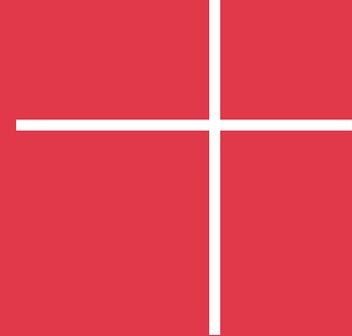
Experiencia Competencia Internacional

Índice de Revisita



Observando el **índice de revisita**, podemos ver que los **resultados obtenidos en el marco internacional** siguen siendo **muy positivos** y Costa del Sol guarda un **buen posicionamiento** frente a su competencia directa. A pesar de la **supremacía de Italia** en los tres mercados, Costa del Sol la sigue de cerca, apenas a un 5% por debajo. Esto demuestra la excelente posición de Costa del Sol, que está valorada junto al destino más popular.

En **Alemania**, **sufre un pequeño decrecimiento** y el destino se encuentra en cuarto lugar, superado por Italia, Francia y Croacia. Estos resultados no nos sorprenden considerando que en estudios anteriores este mercado también ha mostrado leves descensos.



RESUMEN EJECUTIVO

3. RESUMEN EJECUTIVO

El Viajero de Sol y Playa

Destacamos los siguientes puntos claves del viajero de sol y playa:

- Este perfil está mayoritariamente formado por **mujeres en todos los mercados.**
- En referencia a los rangos de edad: en Reino Unido hay una mayoría de viajeros entre 45-54 años. Y en Alemania, abundan los viajeros de entre 35 y 44 años.
- Predominan los viajeros que **conviven con su pareja o están casados, llegando a superar el 50% en los países nórdicos y Reino Unido.**
- En cuanto a **presupuesto de viaje**, en los tres mercados hay **la inversión es de entre 1.000 y 3.000 euros.**
- **Las fuentes de inspiración son los amigos y la familia**, seguido por los motores de búsqueda. Cabe destacar que en Reino Unido los sitios web de reseñas son los más consultados.
- Los factores de viaje son los siguientes: **ir a la playa en los Países Nórdicos, la limpieza en Alemania, y normas sanitarias y de higiene en el Reino Unido.**
- La **opción de alojamiento favorita** para estos viajeros en todos los mercados son los **hoteles de 3-4***. Cabe destacar que **los alemanes también suelen frecuentar casas de alquiler.**
- Los mercados analizados optan por los siguientes meses para hacer un viaje de menos de 5 días. Los nórdicos entre **mayo y junio, abril y agosto para los alemanes y junio para los ingleses.** En el caso de **viajes más largos**, el comportamiento cambia. **Los viajeros activos de los países nórdicos eligen julio mientras que los alemanes e ingleses se decantan por agosto.**
- Los canales de reservas favoritos para los **nórdicos e ingleses, prefieren los viajes combinados (vuelo+alojamiento) online en la página web de la agencia de viajes**, mientras que **alemanes**, eligen **reservar el alojamiento directamente a través de la página web del alojamiento.**

3. RESUMEN EJECUTIVO

El Viajero de Sol y Playa

Con respecto al posicionamiento de Costa del Sol entre los viajeros de sol y playa, hemos identificado los siguientes puntos claves y diferencias:

- Costa del Sol tiene un peor **posicionamiento en el mercado alemán**, comparado con su competencia nacional, ocupando el penúltimo puesto en el ranking de imagen. La imagen en Reino Unido y los países nórdicos mejora, y ocupa el tercer y cuarto puesto, respectivamente.
- El posicionamiento de Costa del Sol, en cuanto a su imagen en el marco internacional, es muy similar a su situación nacional, con una mejora en los países nórdicos y Reino Unido y un descenso en Alemania.
- Con respecto a su percepción, continúa **ocupando los últimos puestos en todos los indicadores de percepción**, sin embargo, **la distancia con sus competidores no está muy marcada y los valores son positivos**. Cabe destacar que **en Reino Unido obtiene la demanda a corto plazo más alta, después de las Islas Canarias**.
- **Su rendimiento frente a su competencia internacional es similar**, obtiene valoraciones positivas pero no superiores a su competencia, a excepción de Turquía que ocupa las últimas posiciones. Destaca la poca demanda a corto plazo, pues los resultados a largo plazo no son malos.
- En cuanto a la experiencia, la situación de Costa del Sol es muy favorable tanto en el marco nacional como en el internacional, y ocupa los puestos más altos a una distancia muy corta con respecto a los líderes.
- **Entre los competidores internacionales destacan Italia y Francia en el panorama internacional y Canarias entre los nacionales**.
- **Costa del Sol muestra resultados especialmente positivos en los indicadores de experiencia**.

inteligencia@visitacostadelsol.com



**COSTA DEL SOL
MÁLAGA**

**TRAVELLYZE
INTERFACE TOURISM SPAIN**