

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2. BÉLGICA 2023 Mercado Emisor

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en Bruselas

NIPO: **115-23-008-X**

Junio 2023



TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

En el año 2022 los belgas realizaron 16,3 millones de viajes al extranjero, un 89,5% más con respecto al año anterior. El gasto en viajes internacionales aumentó en mayor proporción que el número de viajes, alcanzando los 9.824,0 millones de euros y superando la cifra obtenida en 2019.

La propia Bélgica es el principal destino turístico escogido por los belgas, y tras un aumento del turismo doméstico en los años 2020 y 2021, en 2022 se retoman los viajes al extranjero, si bien no llegan a alcanzar los niveles de 2019. Los viajes en Bélgica disminuyen en 2022, 8 puntos con respecto al año anterior.

Francia fue el destino internacional más visitado, acaparando el 31% de los viajes realizados al exterior, seguido de España (12%) y Países Bajos (11%).

4

En el año 2022 visitaron España 2,5 millones de turistas belgas, un 3,5% del total de turistas recibidos en nuestro país, situándose Bélgica en el undécimo puesto como mercado emisor a España. En lo que se refiere al gasto, Bélgica se sitúa en el séptimo puesto, realizando un gasto de 3 millones de euros (3,6% del total). El gasto medio por persona y día alcanzaron los 1.232 y 137 euros respectivamente.

España es un destino maduro para el mercado belga, siendo tradicionalmente el tercer país elegido para disfrutar las vacaciones y el destino favorito de sol y playa. Las Comunidades Autónomas más visitadas en 2022 fueron la Comunidad Valenciana (24%), Canarias (22%) y Andalucía (20%).

La motivación principal de los turistas belgas que visitaron España en 2022 fue el ocio (86%), y las actividades más realizadas fueron visitar una ciudad, una playa y disfrutar de la gastronomía, aunque aumentaron las actividades en la montaña y las relacionadas con la naturaleza, principal motivación de los belgas a la hora de seleccionar el destino del viaje.

Volumen del mercado por gasto

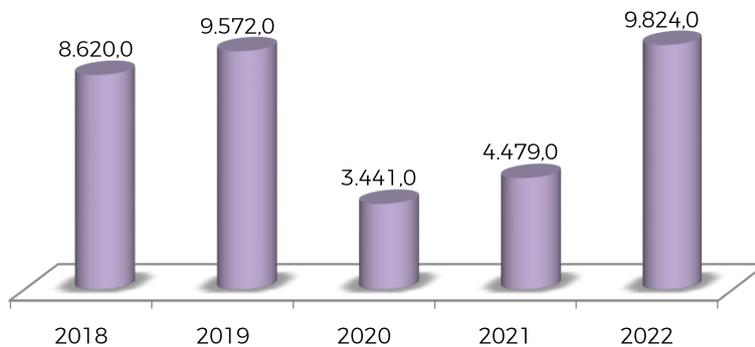
El volumen de gasto del mercado belga estuvo creciendo hasta 2020, año en el que cae drásticamente debido a la crisis del coronavirus. Los efectos fueron una



disminución radical en el número de viajes y posteriormente, un aumento de los viajes domésticos en detrimento de los internacionales.

En 2022 se retoman los niveles previos, superando el gasto total alcanzado en 2019, si bien el número viajes al exterior no sigue esta misma tendencia. En 2022, los belgas viajaron menos al exterior que en 2019 pero aumentaron su gasto.

Gasto Total (Millones de euros)



Fuente: Datos estimados a partir de STABEL y ABTO

5

Volumen del mercado por número de viajes

La tendencia de los belgas de viajar al extranjero se vio frenada en 2020, cuando a causa de los efectos de la crisis del coronavirus la gran mayoría de los viajes se realizó dentro de la propia Bélgica. Este comportamiento se mantuvo en 2021 debido a las restricciones aplicadas a los viajes, para finalmente revertir en 2022, aunque todavía sin alcanzar los niveles pre pandemia de 2019.



Fuente: Travel Survey (Quarter and month) – 2022, STATBEL.

La población belga realizó en 2022 16,3 millones de viajes al exterior, un 89,5% más con respecto al año anterior.

6

Se recupera de esta forma la tendencia que se había venido acentuando con el paso de los años, ya que en 2015 los belgas realizaron 12,5 millones de viajes al extranjero, cifra que fue aumentando progresivamente hasta alcanzar el pico de 17,3 millones en el año 2019.

Si bien los datos de viajes al extranjero de 2022 reflejan niveles próximos a los del periodo pre pandemia, no se han vuelto a recuperar los alcanzados en 2019. El porcentaje de viajes internacionales en 2022 fue del 73% mientras que en el año 2019 fue del 76%.

Del total de viajes al extranjero en 2022 el 84% se realizó en Europa.

La posición geográfica de Bélgica determina de forma importante su comportamiento turístico. Los países limítrofes Francia, Alemania, Luxemburgo y Países Bajos resultan ser el destino de la mayoría de los viajes realizados al extranjero. El comportamiento del turista belga en estos destinos es bastante similar al del mercado doméstico. No obstante, hay que distinguir el caso de Francia, destino que para distancias cortas se considera como país vecino y para las largas como destino similar al resto de países europeos.

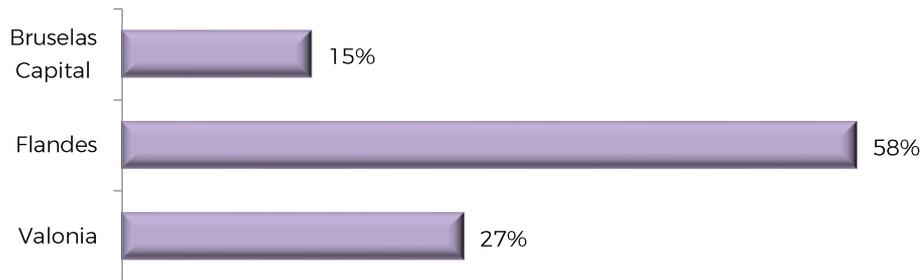
Dadas estas características, casi la mitad de los viajes al extranjero en 2022 se disfrutaron en los países limítrofes, aunque existen importantes diferencias si tenemos en cuenta la duración del viaje, ya que en el caso de vacaciones largas (4 noches o más) los viajes a países vecinos disminuyen considerablemente, exceptuando Francia.

En cuanto a los viajes realizados dentro de la propia Bélgica, el 32,9% de los mismos tuvo como destino la costa del país, el 27,9% las Ardenas y el 14,6% las “Ciudades de arte”¹

Principales áreas emisoras

Del total de viajes que realizaron los belgas en 2022, un 58% tuvo su origen en la región de Flandes, área emisora que más viajes registra.

Principales áreas emisoras Bélgica 2022 (% de viajes)



Fuente: Travel Survey (Quarter and month) - 2022, STATBEL

Por otra parte, y a gran distancia de Flandes, las regiones de Valonia y Bruselas-Capital registraron un 27% y 15% de los viajes como áreas emisoras. Cabe destacar la notable diferencia geográfica y poblacional entre Valonia y Bruselas-Capital, siendo esta última de menor territorio y número de habitantes, pero con un mayor volumen de mercado.

Las provincias emisoras más importantes son Amberes (15%), Bruselas (13%), Hainaut (13%), Flandes Oriental (12%), Flandes Occidental (12%).

¹ Bruselas, Amberes, Gante, Brujas, Lovaina, Malinas, Lieja, Namur, Charleroi y Mons.

Organización del viaje y reservas

En lo referente a la etapa previa a la reserva, la mayoría de los belgas que realizaron viajes en el 2022 consultaron información del destino en internet. Según la agencia THX, la página web de los tour operadores constituye la segunda fuente de inspiración de ideas de viaje tras las recomendaciones de amigos y familiares, mientras que las redes sociales se presentan como otra de las fuentes de inspiración que adquiere cada vez más importancia, siendo utilizadas por el 29% de la población para adquirir ideas de viaje.

En cuanto a las reservas, según ABTO el 66% de los viajes que se realizaron en 2021 se organizó por cuenta propia de los viajeros, mientras que el 20% se organizó mediante los servicios de un profesional. Para el 14% restante se utilizaron ambos medios. En cuanto al tipo de reservas, el 45% se realizó conjuntamente para el transporte y el alojamiento, el 41% sólo para el alojamiento y el 14% para el transporte.

8

De los viajes que se organizaron a través de un profesional, un 54% se reservó online, un 36% off line y un 10% combinando ambos medios. En cuanto a las reservas directas de los servicios, el 70% de las reservas de alojamiento en 2022 se realizó online, mientras que para el transporte este porcentaje fue del 58%. Ambas crecieron un 7,1% y un 11,8% respectivamente con respecto al año anterior.

La importancia de internet en el proceso de inspiración, recogida de información y reserva de los servicios es cada vez mayor, aunque su peso varía en función del país de destino, así como la reserva mediante agentes profesionales. Los viajes a países vecinos como Francia, Países Bajos, Alemania o Luxemburgo se organizaron de forma directa por el viajero y principalmente por internet. Por el contrario, los viajes a destinos más lejanos (como Egipto o países de América del Sur), se organizaron contratando al menos un intermediario en los servicios turísticos solicitados.



Fuente: Travel Trends Report 2022 - ABTO

9

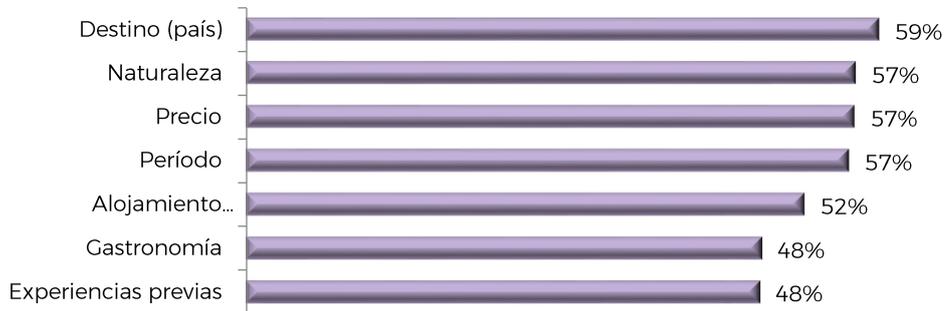
Los canales de reserva varían en función del servicio contratado. En el caso del alojamiento, los canales online obtienen más importancia, siendo booking.com la plataforma más utilizada (30%), seguida de la propia web de los hoteles (18%) y Airbnb (11%). En el caso del transporte, las reservas se realizan mayoritariamente a través de las websites de las compañías proveedoras del servicio, como sucede en las reservas de los vuelos (29% Ryanair, 20% Brussels Airlines y 6% TUI Fly como las más importantes) y trenes (el principal proveedor es Thalys 28%, seguido de Eurostar 17%).

El período de reserva de las vacaciones se concentra en los meses de septiembre a noviembre, y en enero y febrero.

Comportamiento viajero

El factor que más influencia tuvo en lo referente a la selección de las vacaciones de los belgas fue el destino, seguido de la naturaleza, el período y el precio del viaje.

Factores que influyen en la selección del viaje (%)



Fuente: : Travel Trends Report 2022 - ABTO

10

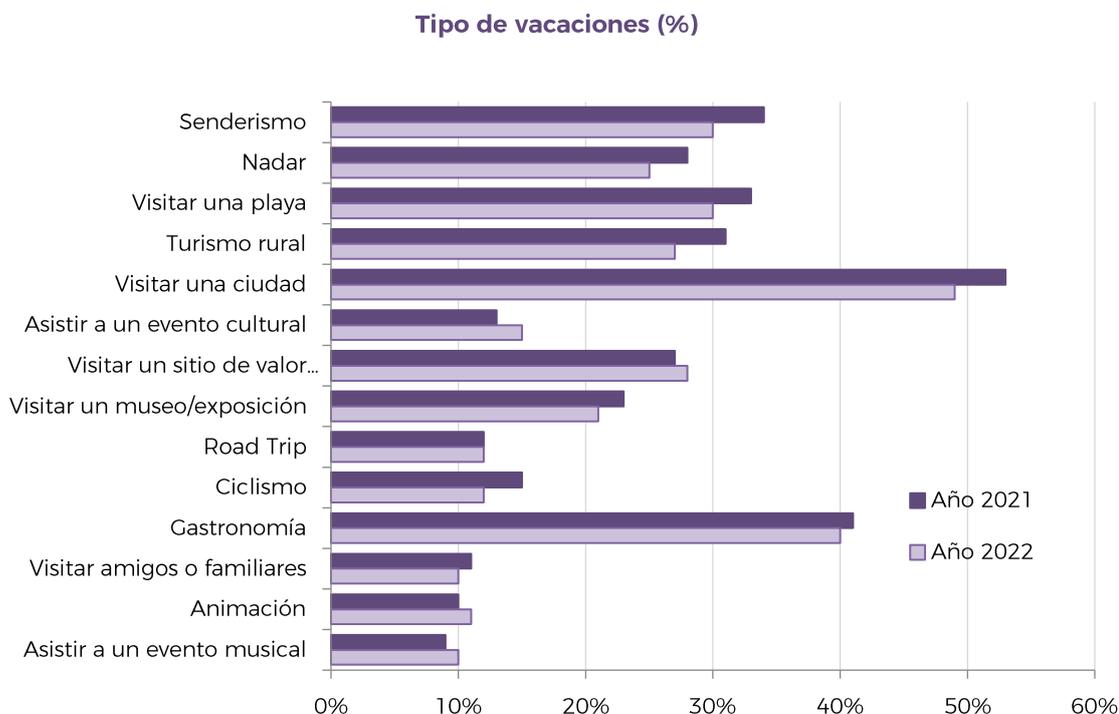
Los belgas otorgan especial relevancia al destino a la hora de realizar un viaje y se ven influidos por diferentes factores a la hora de seleccionar un país u otro para sus vacaciones. En el caso de España, influyen sobre todo la temperatura (77%), el precio (66%) y la gastronomía (59%), mientras que en el de Francia influyen la naturaleza (62%), los productos y servicios disponibles (58%), el precio (56%) y la gastronomía (49%), así como la distancia del país con Bélgica (48%). En la selección de Italia influyen la gastronomía (64%), la temperatura (63%), la cultura y el precio (62% ambas) y en la de Grecia la temperatura (85%), la gastronomía (79%) y la naturaleza (76%).

Todos los países anteriormente mencionados son seleccionados para disfrutar las vacaciones también por las experiencias previas de los viajeros y por el hecho de tratarse de países ampliamente conocidos por la población. En este sentido, España es el país más seleccionado entre los anteriores en función de las experiencias previas (59%) y por su reputación como destino turístico (73%), sólo superado por Grecia (79%).

En cuanto a las experiencias, las actividades de ocio fueron las que más realizaron los belgas durante el disfrute de su viaje (74,81%), seguidas de las actividades culturales (69,58%) y de deportes/aventura (46,59%).



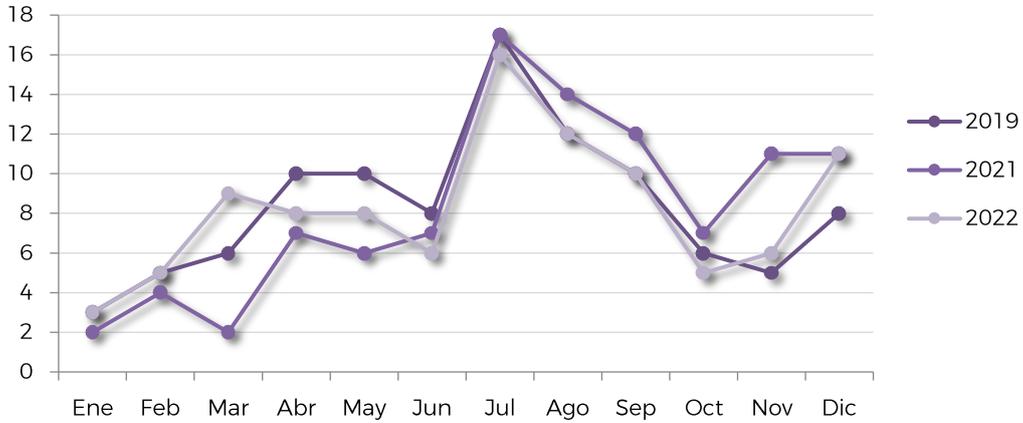
A continuación, se muestran los tipos de actividades más realizadas durante las vacaciones de los belgas en los años 2021 y 2022:



Fuente: Travel Trends Report 2022 - ABTO

Los tipos que destacan son visitar una ciudad (49% en 2022), disfrutar de la gastronomía (40%) de la playa (39%) y realizar senderismo (30%). Se aprecia un descenso en las actividades relacionadas con disfrutar de la naturaleza y el turismo activo a diferencia del ligero aumento de actividades relacionadas con asistir a museos/lugares de valor turístico y a diferentes tipologías de eventos. Este hecho puede analizarse como un reflejo de la vuelta tras la crisis del coronavirus de los conciertos y eventos multitudinarios y como la normalización de las visitas a lugares de interior, anteriormente limitadas por aforo y restricciones como el uso obligatorio de la mascarilla.

Estacionalidad (número de viajes)



Fuente: Travel Trends Report 2022 - ABTO

12

En 2021, debido a las restricciones por la crisis del coronavirus, las pautas en la estacionalidad se vieron alteradas, realizándose un menor número de viajes de lo habitual en el primer y segundo trimestre del año, cuando las restricciones eran mayores. Los viajes se concentraron en los meses de verano y se registró también un incremento en los meses de septiembre, octubre y noviembre.

En 2022 el patrón de la estacionalidad se acerca de nuevo a los valores pre pandemia, tomando como referencia el año 2019. Los viajes de los belgas se concentran mayoritariamente en el tercer trimestre del año, coincidiendo con las vacaciones de verano, y siendo el mes de julio el que más viajes registra (17%), sobre todo en las dos primeras semanas del mes. Las vacaciones escolares son un importante factor que influye sobre la selección del momento del viaje, y aunque hay diferencias entre los períodos de vacaciones escolares entre la parte flamenca y la francófona, éstas se concentran en los meses de abril/mayo y diciembre, vacaciones de Pascua y Navidad.

Cada vez son más los belgas que deciden disfrutar sus vacaciones fuera de temporada, un 55% en 2022, creciendo un 5% con respecto a 2019. Este hecho refleja la creciente tendencia tras la crisis del coronavirus a realizar viajes de menor duración, pero más frecuentes durante todo el año.



Segmentación de la demanda

La demanda turística belga se puede clasificar y analizar de la siguiente manera:

Turistas que viajan solos

Se trata de un perfil joven, con alto poder adquisitivo y que viaja de media dos veces al año. Realiza estancias de 4 a 6 noches en destinos urbanos, con una estacionalidad poco marcada y que se extiende durante todo el año. El tipo de viaje mayoritario son los citytrips, motivados por el ocio y la cultura, y la forma de alojamiento habitual es Bed & Breakfast o casas de familia o amigos. El transporte elegido es el avión.

Turistas que viajan en pareja

Con una media de edad entre 45 y 64 años, los turistas que viajan en pareja disponen de menor poder adquisitivo que aquellos que viajan solos, aunque también realizan dos viajes al año. No son nada estacionales, siendo el mes de septiembre el más escogido para el disfrute de sus vacaciones, y un 74% de ellos afirma tener preferencia por los viajes fuera de temporada. Sus motivaciones son el ocio y la cultura y realizan viajes de corta duración, principalmente citytrips y de turismo rural. Se desplazan en coche y en menor proporción en avión, y su tipo de alojamiento preferido es el hotel.

Familias con niños

Las familias realizan de media dos viajes al año y los adultos tienen una edad promedio de 35 a 44 años, pertenecen a una clase social media/baja y se rigen por las vacaciones escolares para elegir las fechas de sus viajes: un 72% de los mismos afirman escogerlas en función del calendario escolar. El producto más demandado es el de sol y playa, aunque también buscan destinos urbanos y rurales, motivados por el ocio y las actividades deportivas. Sus viajes son de corta duración, hospedándose en hoteles, apartamentos o chalets y desplazándose principalmente en coche.

Perfil del viajero

En cuanto a las características sociodemográficas de los viajeros en Bélgica se pueden resaltar de forma general, y en base a los datos obtenidos en el año 2022 por ABTO, las siguientes:

La edad media del turista belga se sitúa entre los 35 y 44 años, vive en una zona urbana (53%) de la región de Flandes (56%) y pertenece a un grupo socioeconómico medio. Realiza una media de dos viajes al año y lo hace principalmente en pareja (46%) o en familia (20%).

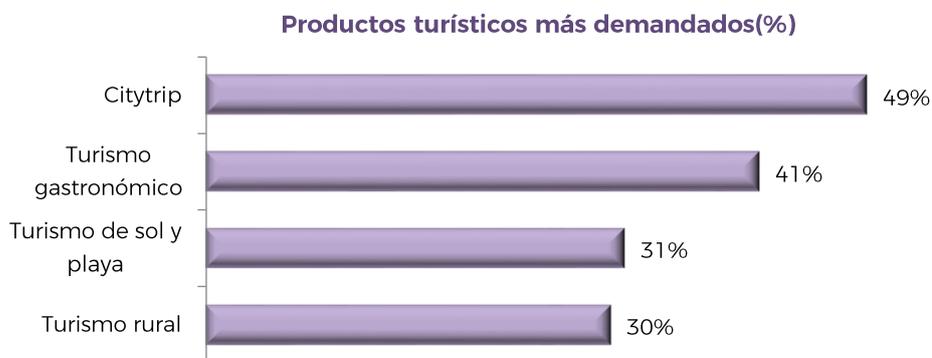
Los viajes que realiza tienen una duración media de 1 a 3 noches y tienen lugar mayoritariamente durante las vacaciones de verano, sobre todo en julio, aunque con una tendencia creciente hacia viajes fuera de temporada. Son viajes organizados por el propio viajero, que elige el destino en función del precio, su reputación como destino turístico y la presencia de paisajes naturales, motivado principalmente por razones de ocio y culturales.

El turista belga se hospeda mayoritariamente en hoteles de 4 estrellas (41%) y prioriza el desplazamiento en coche (48%), seguido del avión (34%).

14

Productos turísticos demandados

Los productos turísticos más demandados por el turista belga son los citytrips (49%), el turismo gastronómico (41%), el sol y playa (31%) y el turismo rural (30%).



Fuente: Travel Trends Report 2022 - ABTO

Conclusiones y tendencias

El mercado turístico belga recuperó en 2022 valores similares a los obtenidos en años previos a la crisis del coronavirus. Es el caso de los viajes al extranjero, que aumentan en un 89,5% con respecto al año anterior, aunque sin alcanzar la cifra obtenida en 2019. En cambio, en lo relativo al gasto no sólo se alcanzan los niveles de 2019 sino que se

superan, manifestándose un aumento del gasto en los viajes internacionales que responde al ahorro llevado a cabo durante el período de pandemia.

La propia Bélgica es el destino favorito de los belgas junto con Francia, sobre todo las zonas de costa y de las Ardenas, a las que realizan viajes de corta duración utilizando como medio de transporte el coche propio e impulsados por disfrutar principalmente de la naturaleza.

Este comportamiento se observa también en las escapadas a los países vecinos, en las que los turistas belgas actúan como en los viajes domésticos. Así, Francia, Alemania, Países Bajos y Luxemburgo son los destinos escogidos para viajes durante todo el año y de 1 a 3 noches de duración, representando la mayoría de viajes al extranjero, si bien los belgas prefieren realizar largas estancias en sus vacaciones, en las que optan por países más lejanos para los que utilizan el transporte aéreo.

15

Entre estos dos tipos de viajes que se pueden distinguir España se sitúa en el segundo grupo, siendo el segundo destino preferido por los belgas para sus vacaciones por detrás de Francia, que pese a tratarse de un país vecino, recibe también viajes de larga duración, mayor gasto turístico y más estacionales.

Las principales actividades que los turistas belgas buscan en sus vacaciones son visitar una ciudad, disfrutar de la gastronomía, de la playa y realizar senderismo, lo que se traduce en que los citytrips y el turismo de sol y playa y el rural sean los productos más demandados. Las actividades que se realizan en la montaña y al aire libre han registrado un ligero descenso respecto del año anterior como consecuencia de la vuelta de los eventos multitudinarios y la normalización de las visitas a lugares de interior.

Otro aspecto que también se ha visto influido por la crisis del coronavirus es el aumento de las reservas online. La digitalización de las agencias de viaje y de los proveedores de servicios desde la crisis del coronavirus se traduce en un mayor uso de plataformas online y una mayor organización por cuenta propia de los viajes.

MERCADO EMISOR A ESPAÑA

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

Según EGATUR, el gasto en España de los turistas belgas en 2022 fue de 3.095 millones de euros, un +87,9% con respecto al año anterior, y se sitúa por encima del valor alcanzado en 2019.



Fuente: EGATUR - INE

Bélgica fue el séptimo mercado emisor con más gasto en España en 2022, con un gasto medio diario por turista de 137 euros y un gasto medio en el viaje de 1.232 euros, un 14,25% y 9,5% más respectivamente en relación al año pasado. Estos datos varían en función de la comunidad autónoma, siendo la Comunidad de Madrid la que obtiene un mayor gasto medio diario (219 euros) y Canarias un mayor gasto por persona por viaje (1.543 euros). La región que más ha crecido en ambos aspectos con respecto al año pasado es Murcia.

Número de viajes a España

Según datos de FRONTUR, durante el año 2022 visitaron España 2,5 millones de turistas procedentes de Bélgica, un +67% con respecto al año anterior, obteniendo un valor muy próximo a los alcanzados antes de la crisis del coronavirus.



Fuente: FRONTUR - INE

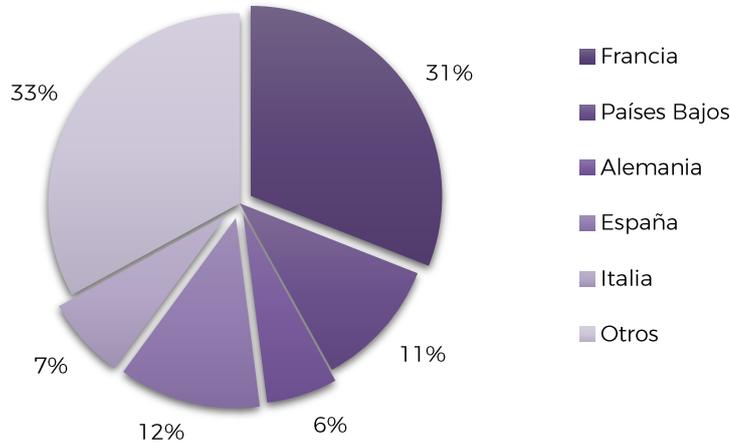
17

Bélgica fue en 2022 el undécimo mercado emisor de turistas hacia España, mientras que en 2021 ocupaba el séptimo puesto. Esta diferencia se explica debido a que, pese al aumento de turistas belgas, los mercados fuera de Europa han aumentado considerablemente su afluencia de turistas hacia España en 2022, tras el fin de las restricciones en los viajes. De esta forma, Bélgica recupera su posición habitual (undécimo mercado emisor en los años 2018 y 2019) con una cuota de mercado del 3,5%.

Cuota de España en el mercado turístico emisor

España es el segundo destino turístico internacional para los belgas por detrás de Francia, con un 12% de cuota de mercado en 2022.

Principales destinos internacionales



Fuente: Travel Survey (Quarter and month) - 2022, STATBEL

18

La propia Bélgica constituye el destino principal de las vacaciones para los belgas y su comportamiento con respecto a los viajes internacionales varía en función de la duración de los mismos. Para el caso de los viajes de 1 a 3 noches, los países vecinos son los principales destinos, y Países Bajos y Alemania se sitúan en este caso por delante de España. En cuanto a los viajes de más de 4 noches, España es el segundo destino turístico más escogido por los belgas. Solamente Francia se mantiene en la misma posición independientemente de la duración del viaje, si bien recibe un número de estancias largas mucho mayor que de corta duración, con una cuota de mercado del 31%.

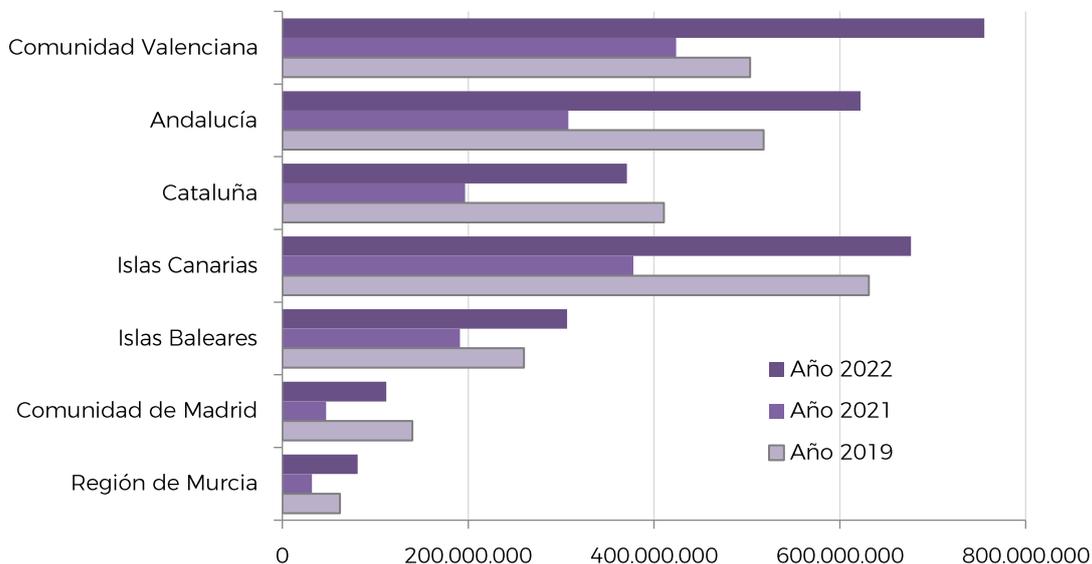
España obtiene un 12% de la cuota de mercado de viajes internacionales realizados por los belgas, seguida por Países Bajos (11%) y con una mayor diferencia, Italia (7%) y Alemania (6%).

Principales destinos en España

Las principales Comunidades Autónomas receptoras del gasto turístico belga en 2022 fueron Comunidad Valenciana (24%), Islas Canarias (22%) y Andalucía (20%).



Principales destinos por gasto



Fuente: EGATUR - INE

19

Comunidad Valenciana, Canarias y Andalucía son los tres destinos con mayor gasto turístico por parte de los turistas belgas en los últimos años, si bien con algunas diferencias entre ellos a lo largo del tiempo.

En 2019 el destino que registró un mayor gasto fue Canarias, seguido de Andalucía y Comunidad Valenciana, tendencia que cambia en 2021, cuando Comunidad Valenciana pasa a ocupar el primer lugar, así como en 2022, aumentando en un 50% su recepción de gasto con respecto a 2019.

Canarias es la Comunidad Autónoma con un mayor gasto medio por persona en 2022, 1.543 euros, en segundo puesto se sitúa Andalucía (1.292 euros) y ocupa el tercer puesto Comunidad Valenciana (1.272 euros), seguida muy de cerca por la Región de Murcia (1.232 euros) y Baleares (1.224 euros).

Por el contrario, en lo referente al gasto medio diario, es la Comunidad de Madrid la que obtiene el primer puesto, con un gasto de 219 euros, seguido de las Islas Baleares (190 euros) e Islas Canarias (169 euros). Comunidad Valenciana registra un gasto medio diario de 110 euros.

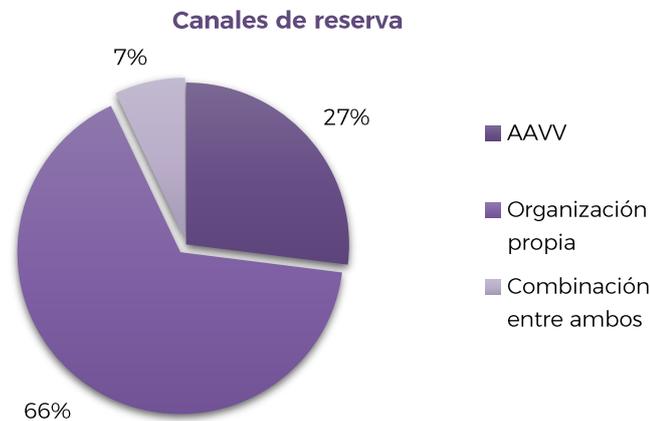


Organización del viaje y reserva

La forma de organización del viaje a España sigue los rasgos generales de reserva de los belgas, organizándose el viaje y contratándose los servicios mayoritariamente por cuenta del viajero y mediante plataformas online, aunque se registran algunas diferencias con respecto a la media.

Según datos de ABTO, el 66% de los viajeros a España organizó el viaje por su cuenta, y cuando se hizo a través de un profesional se utilizaron los medios digitales para ello en la mayoría de las ocasiones (54%), si bien cabe destacar que este porcentaje es menor al correspondiente al comportamiento general.

20



Fuente: Travel Trends Report 2022 - ABTO

Aquellos que contrataron servicios turísticos con un profesional lo hicieron principalmente mediante paquete turístico (alojamiento y transporte), un comportamiento que destaca frente a otros mercados, ya que esta práctica es poco usual en los turistas belgas. Según datos del INE, el 19,8% de los belgas que viajaron a España lo hicieron mediante paquete turístico, frente al 80,2% que viajaron sin este servicio.

Las reservas tanto de transporte como de alojamiento se realizan principalmente en los meses de enero y noviembre, con un bajo porcentaje de reservas de último momento (12% en 2022 según ABTO).

Comportamiento viajero

Los viajes de los belgas a España tienen una marcada estacionalidad en la temporada de verano. El 40% de los viajes en 2022 se realizó en los meses de julio, agosto y septiembre, con una clara preferencia por el mes de julio (16,8%).

La temporada de primavera también registra una mayor afluencia, al concentrar las vacaciones de Semana Santa en abril y varios festivos en Bélgica en el mes de mayo. Es durante las vacaciones de Semana Santa cuando los belgas realizan más viajes a España en primavera (para abril el 9,2%).

Se retoma en 2022 el comportamiento previo a la crisis del coronavirus, tras un año de medidas de contención e incertidumbre, que supuso una estacionalidad no representativa de este mercado.

21



Fuente: FRONTUR - INE

Según datos de FRONTUR, las motivaciones de los turistas belgas recibidos en 2022 con destino España son principalmente de ocio, recreo y vacaciones (86%) y de forma residual, negocios (6%) y estudios (0,4%).

Las preferencias mostradas en relación a los viajes de ocio determinan la selección del período del viaje en los meses de verano o coincidiendo con fechas de vacaciones como en el caso de Semana Santa. En 2022 esta motivación crece con respecto a años previos a la crisis del coronavirus en detrimento de los viajes por negocios, que han disminuido de forma general, y entre otras causas, por la tendencia tras la pandemia a realizar las reuniones y los encuentros profesionales de forma virtual o híbrida.



Fuente: FRONTUR - INE

Segmentación de la demanda

La segmentación de la demanda turística puede realizarse desde diferentes aspectos. Anteriormente se ha analizado la demanda turística belga en función de la composición del grupo de viaje: turistas que viajan solos, turistas que viajan en pareja y familias con niños.

22

Tomando como referencia la anterior segmentación, los grupos que más viajan a España son los turistas en pareja seguidos de las familias con niños, representando en 2022 el 57% y 26% respectivamente de los turistas belgas con destino España.

Por otra parte, Turespaña clasifica la demanda en 7 segmentos:

- Vacacional: cultura litoral - "M&M" Más que Mar
- Vacacional: inmersión familiar completa - "FAM" Familia, Arena y Mar
- Vacacional: puro vacacional - "SUNNY" Sun, Umbrella & Yummy
- Urbano: Premium en ocio y compras - "SUMA" Shopping, Urbano, Moderno y Abierto
- Urbano: Puro cultural con gasto - "CULTO" Cultura Total
- Naturaleza: desconexión activa - "JOMO" Joy of Missing Out
- Interior: ciudades del interior - Roadies

En función de las actividades más demandadas en España por los turistas belgas, los segmentos con mayor peso en este mercado son “M&M” y “CULTO”, aunque dentro de la demanda de España como destino turístico los belgas obtienen un peso importante en los segmentos “Roadies” y “JOMO”.

El mercado belga representa un 6,4% de los turistas “roadies” que visitan España y un 4,7% de los turistas “JOMO”. Ambos segmentos son de especial interés para el destino turístico y poseen en el mercado belga una fuerte capacidad de crecimiento dadas sus principales motivaciones de viaje, entre las que se encuentran la naturaleza y las actividades al aire libre.

Perfil del viajero

Los turistas belgas que viajaron a España en el año 2022 tenían las características que se indican a continuación:

23

Según datos de ABTO, la edad media de los turistas belgas con destino España estuvo entre los 55 y 64 años, aunque todos los grupos de edades viajaron una proporción similar.

Pertenecían principalmente a los grupos socioeconómicos 1-2 (31%), los más altos en relación a la renta y nivel de estudios, seguido de los grupos 3-4 y 5-6 (24% ambos)¹ y procedían mayoritariamente de zonas urbanas (60%) de la región de Flandes (63%), siendo Amberes y Flandes Occidental las principales provincias emisoras.

Viajaron en grupos de dos personas (57%), siendo el nexo entre éstas mayoritariamente familiar o conyugal (69%) o de amistad (19%).

Según datos del INE, el 86,3% realizó el desplazamiento en avión y se hospedó en hoteles de 4 estrellas (58%), contratando sólo el servicio de hotel o bien el servicio de todo incluido (21%), que aumenta especialmente a la hora de viajar a España en relación con la media (10%), así como la contratación de paquete turístico (63%).

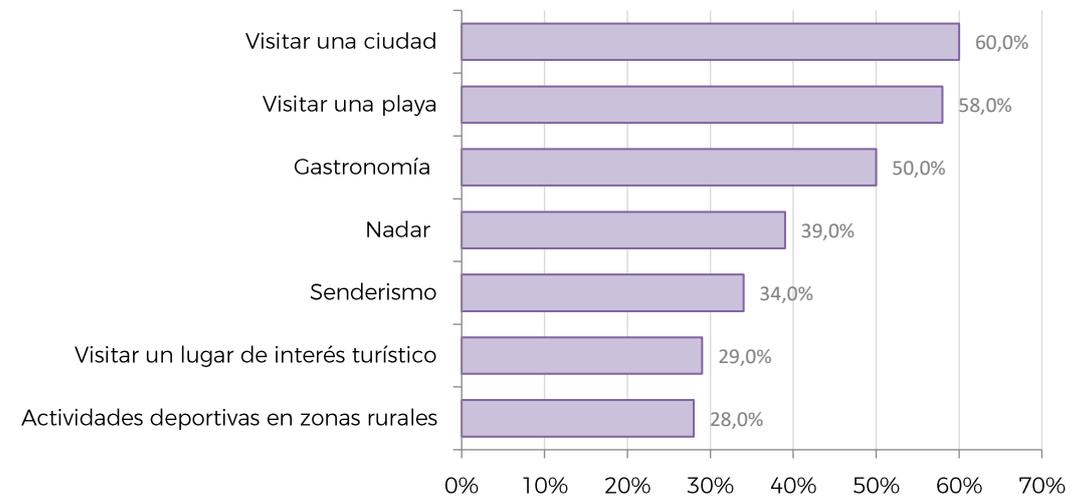
¹ Los grupos socioeconómicos que diferencia ABTO se obtienen a través de una ratio que se calcula en función de la renta y el nivel de educación. Se obtiene un rango de ocho grupos, de los que el 1-2 hace referencia a las rentas más altas y mayor nivel de educación y el 7-8 a las rentas más bajas y con menores niveles educativos.

La estancia media fue de 4 a 7 noches, seguida de 8 a 15 noches, aunque se registra en 2022 un aumento con respecto al año anterior de los viajes de 1 y de 2 a 3 noches.

Productos turísticos demandados

Las actividades planeadas por los turistas belgas en España son principalmente de ocio, seguidas por las actividades culturales y deportivas.

Principales actividades realizadas en España por los turistas belgas en 2022



Fuente: Travel Trends Report 2022 - ABTO

Los productos turísticos más demandados son los citytrips y el producto de sol y playa, acompañados de la gastronomía. En comparación con el año 2019 los citytrips y las actividades de visitar una playa y nadar han disminuido en favor de las actividades realizadas en zonas rurales como el senderismo (+6%), running (+2%) y las actividades de montaña (+1%).

Conclusiones y tendencias

Nuestro país es un destino maduro para el turista belga, y se posiciona tradicionalmente en el tercer puesto como destino para las vacaciones, por detrás de Bélgica y Francia. Tras dos años anómalos, en 2022 se retomaron los valores previos a la crisis del coronavirus.

El mercado belga constituyó en 2022 el undécimo país emisor a España, así como el séptimo en cuanto al gasto turístico. Con 2,5 millones de viajes, en 2022 casi se alcanzaron los niveles de 2019, que sí se superaron en lo relativo al gasto, obteniendo un gasto total de tres mil millones de euros, un 87,9% más que el año anterior.

España obtuvo una cuota del 11% de los viajes internacionales del mercado belga y los destinos más visitados fueron Comunidad Valenciana, Canarias y Andalucía. Aspecto que varía en comparación con los años previos a la crisis del coronavirus, en los que Canarias era la Comunidad Autónoma más visitada.

Los turistas belgas reservan sus vacaciones a España principalmente en canales online y un 19,8% contrata paquete turístico, una cifra particularmente alta en el mercado belga, que suele contratar este producto en menor cantidad.

La principal motivación del viaje es el ocio (86%) y los productos más demandados son los de sol y playa y citytrips. Las actividades relacionadas con estos productos son las más solicitadas junto con la gastronomía, aunque aumentan las actividades de senderismo, running y las que se desarrollan en un entorno natural, ligadas a los segmentos "roadies" y "JOMO", también en alza.

La tendencia de crecimiento de la visita de ciudades de interior y la realización de actividades en la naturaleza tiene un amplio potencial de crecimiento en el mercado belga y resulta beneficioso para el sector turístico español, redirigiendo los flujos turísticos hacia zonas de interior y diversificando de esta forma sus productos, así como mitigando la marcada estacionalidad en el tercer trimestre del año, estrechamente ligada con el turismo de sol y playa.

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

Análisis de la competencia

Los principales destinos competidores de España son la propia Bélgica y Francia. El turismo internacional representa el 73% del turismo total en 2022, un valor similar a los obtenidos en años antes de la crisis del coronavirus pero que no llega a alcanzar los niveles de 2019, mientras que el turismo interno representa el 27%. La propia Bélgica fue el país más visitado por los belgas en el 2022, sobre todo la zona de la costa, seguida de las Ardenas.

La posición geográfica del país determina su comportamiento turístico. Los países limítrofes Francia, Alemania, Luxemburgo y Países Bajos resultan ser el destino de la mayoría de los viajes realizados al extranjero y el comportamiento del turista belga en estos destinos es muy similar al de los viajes domésticos. Se trata de viajes de corta duración, de 1 a 3 noches, en los que el transporte principal es el vehículo propio y la organización se realiza por cuenta del turista y sin intermediarios. La cuota de mercado de los países vecinos disminuye drásticamente cuando se analizan los viajes de larga duración.

Francia se incluye como país vecino, y actúa de esta forma, pero también recibe viajes de mayor duración, de más de 4 noches, y recibe turistas belgas que se desplazan en avión. Es el primer destino internacional elegido por los turistas belgas con un 31% de la cuota de mercado, seguido de lejos por España, Países Bajos e Italia.

En cuanto al producto de sol y playa, el más demandado por los turistas belgas en España junto con los Citytrips, los países mediterráneos son los competidores directos, aunque el único destino con una cuota de mercado cercana a la española es Italia.

Italia comparte ciertas características con España en el comportamiento de la demanda turística belga, pero se diferencia en un mayor peso de la cultura y menor de la temperatura y el sol y playa en las motivaciones del viaje, aspecto que se ve reflejado en un mayor número de citytrips y una menor estacionalidad de la demanda. Representa un 7% de la cuota de mercado de viajes internacionales belgas, frente a un 12% que obtiene España.

En cuanto al resto de destinos mediterráneos, aquellos más frecuentados por los belgas son Grecia, Turquía y Portugal, en este mismo orden de importancia respecto a la cuota de mercado. Las motivaciones que impulsan al turista belga a visitar Grecia son la naturaleza, la gastronomía y la temperatura, y el período de viaje se concentra en los meses de agosto y septiembre, a diferencia de España, en la que destaca el mes de julio. Grecia es con diferencia el destino mediterráneo en el que los belgas realizan un mayor gasto, ascendiendo a 982 euros por persona según datos de ABTO.

El producto turístico solicitado por los belgas en Turquía es el de sol y playa, como consecuencia de los precios y de la temperatura del destino, coincidiendo con España en el mes de julio como principal período de viaje. Por otra parte, Portugal obtiene una demanda con menos estacionalidad, siendo los meses de enero y abril los más importantes, determinados por un turismo ligado a los citytrips y motivado por la naturaleza, gastronomía y temperatura, con un gasto por turista similar al realizado en España.

27

Estos países obtienen un importante crecimiento con respecto al año 2021, destacando el caso de Turquía, que aumenta la cuota de mercado del turismo belga en un 185%.

Posicionamiento e imagen de España

España es un destino turístico maduro en el mercado belga. Es tradicionalmente el tercer país escogido para sus vacaciones tras Bélgica y Francia, con cierta ventaja tras otros destinos importantes como Italia y Alemania.

Se trata de un destino que los turistas belgas conocen muy bien, y que generalmente han visitado en más de una ocasión, ya que dos de las razones que motivan el viaje a nuestro país son la experiencia previa en el mismo (58%) y la información y conocimiento que disponen sobre España (72%), según datos de ABTO.

España es el principal destino de sol y playa para los belgas. La imagen de España está muy ligada al clima mediterráneo, siendo el producto de sol y playa el más consumido junto con los citytrips. Las principales motivaciones de viaje están relacionadas con esta tipología, destacando la temperatura, y las actividades más demandadas contemplan visitar una playa y nadar. Asimismo, las Comunidades Autónomas más visitadas por los belgas están situadas en zonas de la costa, como es el caso de la Comunidad Valenciana, destino más demandado junto con Andalucía y Canarias.



Otros aspectos que forman parte de la composición de la imagen de España como destino turístico para los belgas son la gastronomía y la cultura, esta última determinante en el producto de citytrip, en el que destacan Barcelona y Valencia, las dos ciudades españolas más visitadas por los belgas en 2022 según datos de ABTO.

De los competidores más directos, Francia obtiene una imagen más relacionada con la naturaleza, en la que también destacan los citytrips. Las zonas más visitadas son los Alpes, la Provenca y Alsacia, relacionadas con un turismo de interior en el que las actividades más solicitadas son las que se desarrollan en la montaña. Francia actúa, como se ha señalado anteriormente, como país vecino, ya que la mayoría de los desplazamientos de los turistas belgas hacia el país se realizan utilizando el vehículo propio y el comportamiento de la demanda es similar al del turismo doméstico, si bien también se realiza viajes a Francia de mayor duración y gasto, y con desplazamiento en avión.

28

Italia, el otro competidor directo de España como destino mediterráneo, está menos posicionado en el producto de sol y playa, ya que la mayoría de los viajes que registra por parte del mercado belga es citytrip, con un mayor peso de la cultura como motivación para el viaje, y un importante peso también de la naturaleza. El tipo de viaje más demandado es el tour entre diferentes ciudades italianas, así como la visita de ellas por separado, seguido de los citytrips a Roma. Se realizan más actividades relacionadas con la visita de lugares de interés y museos que visitas a playas y actividades en la montaña.

Conectividad aérea con España

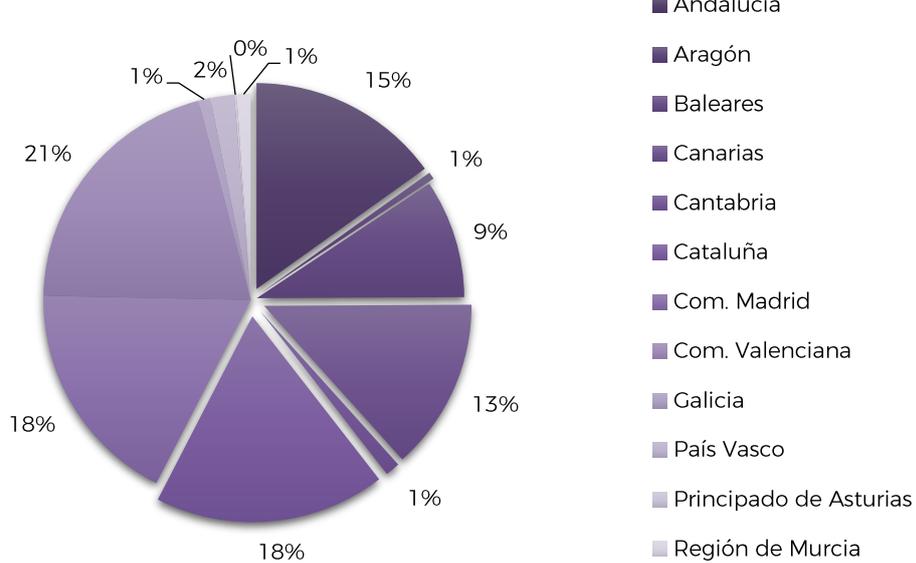
Bélgica tiene muy buena conectividad con el resto de Europa debido a su posición geográfica y a las conexiones derivadas de las necesidades de las instituciones europeas. El aeropuerto de Bruselas tiene conexión con 248 destinos y en él operan 80 compañías aéreas.

Según datos de FRONTUR, el 86,3% de los turistas belgas llegaron a España en avión en 2022. La conectividad aérea entre los dos países es excelente, con un total de 2.015.929 asientos en 2022, lo que representa el 30,2% de la cuota total de asientos en Bélgica, seguida de Italia (17,8%) y Francia (10,8%).

Las comunidades autónomas con mayor número de asientos fueron Comunidad Valenciana, Cataluña, Comunidad de Madrid y Andalucía.



Asientos por Comunidad Autónoma en 2022



Fuente: INE

Nuestro país tiene conexiones desde los 5 aeropuertos belgas:

Aeropuerto de Lieja: Santa Cruz de Tenerife, Alicante, Málaga, las Palmas de Gran Canaria, Palma de Mallorca. Sólo opera TUI Fly Belgium.

Aeropuerto de Bruselas Zaventem: Alicante, Almería, Barcelona, Bilbao, Fuerteventura, Las Palmas de Gran Canaria, Ibiza, Lanzarote, Madrid, Málaga, Menorca, Palma de Mallorca, Reus, Sevilla, Tenerife, Valencia. Operan con vuelos a España las compañías Vueling, Ryanair, Brussels Airlines, Air Europa, Iberia y Transvia Airlines.

Aeropuerto de Ostende-Brujas: Alicante, Ibiza, Málaga, Murcia, Palma de Mallorca, Las Palmas de Gran Canaria, Tenerife. Sólo opera TUI Fly Belgium.

Aeropuerto de Bruselas Charleroi: Alicante, Almería, Asturias, Barcelona, Castellón, Fuerteventura, Gerona, Ibiza, Lanzarote, Las Palmas de Gran Canaria, Madrid, Málaga, Menorca, Palma de Mallorca, Reus, Santiago de Compostela, Santander, Valencia, Zaragoza. Operan con vuelos a España las compañías Ryanair y TUI Fly.

Aeropuerto de Amberes-Deurne: Tenerife, Las Palmas de Gran Canaria, Alicante, Ibiza, Málaga, Murcia, Palma de Mallorca, Ibiza. Sólo opera TUI Fly Belgium.



Tramitación de documentos de viaje

Tanto Bélgica como España forman parte del espacio Schengen, por lo que los viajeros entre ambos países no requieren aportar ningún tipo de documento o visado de viaje, únicamente su tarjeta de identidad oficial o pasaporte.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

Características clave del mercado

Las características del mercado turístico belga, pese a haber sufrido algunos cambios en su comportamiento a causa de la crisis del coronavirus, siguen estables, si bien se espera que se produzcan algunos cambios temporales a raíz del aumento del precio de la energía y la inflación.

30

La demanda turística tras el coronavirus se caracteriza por el aumento de los viajes domésticos, seguidos de los viajes a países vecinos, que se desarrollan en entornos naturales, buscando evitar la masificación y reservando las vacaciones a última hora y con seguro de cancelación, hecho que ha provocado el aumento de las reservas en agencias de viajes, cada vez más digitalizadas.

La naturaleza como una de las motivaciones principales del viaje es una característica clásica del mercado turístico belga. Actividades como el senderismo, ciclismo o nadar disminuyeron en 2022 con respecto al año anterior a causa del aumento de las visitas a museos/lugares de valor turístico y asistencia a diferentes tipos de eventos, si bien las actividades que se desarrollan en la naturaleza se siguen realizando en mayor cantidad de lo que se hacía antes de la crisis del coronavirus. Este aspecto se refleja en el mercado turístico belga que viaja a España en el aumento del peso de los segmentos "Roadies" y "JOMO", que representan el 6,4% y 4,7% respectivamente del total de turistas de ambos segmentos, aún con mayor capacidad de crecimiento.

Otro aspecto que se mantiene como característica en la demanda turística belga tras la crisis del coronavirus es el aumento de las reservas de última hora, esperándose que en 2023 el porcentaje de reservas realizadas en los 30 días previos al viaje sea del 23%, según datos de ABTO, porcentaje todavía mayor que los registrados en años previos a la pandemia (19% en 2019).



La digitalización de las agencias de viaje es un aspecto que ha avanzado en los últimos años, pero que ha experimentado un mayor crecimiento en 2020 y 2021. Así, en 2022, el 70% de las reservas de alojamiento y el 58% de transporte se realizó online. El papel de la tecnología y las redes sociales en el viaje está cada vez más presente, siendo claves en la inspiración del viaje, recopilación de información, reserva y posterior difusión. Se prevé que esta tendencia continúe al alza en todas las fases del viaje.

Por otra parte, la guerra de Ucrania, el aumento de los precios de la energía y la inflación amenazan con afectar a las características de la demanda turística belga en el corto plazo y de forma temporal. A causa del contexto, los niveles de ahorro de las familias se han visto disminuidos en el último año, hecho que repercute sobre el comportamiento turístico.

Según el informe Travel Intentions Summary 2023 de ABTO, el 41% de los turistas se encuentra muy inquieto (12%) o inquieto (29%) sobre la situación en general, aunque la intención de viaje para 2023 ha aumentado con respecto a 2022.

31

Si bien la inflación y la disminución de los ahorros constituyen una preocupación para los belgas, viajar continúa siendo una prioridad. Según el barómetro de las vacaciones de 2023 de Europ Assistance, los belgas no han renunciado a sus vacaciones, pero disminuirán el gasto realizado en las mismas. Un 26% ha elegido un alojamiento más económico y un 24% un destino más cercano con el fin de reducir el gasto del transporte. Para los belgas que no viajarán, el 76% afirma que una de las razones es económica.

El gasto turístico aumentó considerablemente en 2022 superando los valores de 2019, como efecto de la reanudación de los viajes tras la pandemia, por lo que un descenso en el gasto en 2023 es previsible.

Se espera que las medidas tomadas para paliar la inflación, como la indexación de los salarios y la paulatina bajada de los precios de la energía, regularicen el gasto turístico en el medio plazo.

Previsiones a medio plazo

Las principales amenazas para el sector turístico en este momento son la subida de los precios de la energía y la inflación, sobre todo desde el punto de vista del gasto.



Según ABTO, los paquetes turísticos se han encarecido un 9% con respecto al año anterior, y el aumento de los precios de los billetes de avión ha causado un descenso de 6 puntos en la intención de utilizar este medio como transporte de viaje en 2023.

Esta situación afectará a la toma de decisiones y al comportamiento turístico, previéndose en el medio plazo una disminución del gasto que, en cualquier caso, acabará estandarizándose en los próximos años en los valores previos a la pandemia. De esta forma, los desplazamientos en tren se prevé que continúen aumentando, siguiendo la tendencia creciente de los últimos años. La red de transporte ferroviario entre países del centro de Europa es excelente y sigue en crecimiento, por lo que en el medio plazo se espera una mayor preferencia por viajes a países vecinos en tren, como opción más económica y sostenible. Igualmente, la selección del tipo de alojamiento se verá afectada, aumentando la preferencia por productos alternativos como el alquiler de alojamientos turísticos o de no mercado.

Este cambio en el comportamiento de la demanda turística belga afectará principalmente a los viajes que se realizan a los países vecinos, puesto que, como se ha visto anteriormente, la intención de viaje no se ve alterada por la situación económica, y, puesto que el concepto de vacaciones está muy relacionado con el sol y playa, se espera que los viajes a países de esta tipología se mantengan estables.

32

Factores y circunstancias que pueden incidir en el volumen de negocio hacia España

España es un destino maduro en el mercado turístico belga, tradicionalmente posicionado como tercer destino favorito para disfrutar las vacaciones, y así seguirá siendo en 2023, como apunta el informe de tendencias de ABTO.

Uno de los factores que podría influir en el volumen de negocio a España es el aumento de viajes a países que también ofrecen el producto de sol y playa en el Mediterráneo, como Turquía, Grecia, Italia y Portugal.

Según ABTO, la intención de viajar a España en 2023 disminuye un 8,6%, bajada que también registran Bélgica (-9%) y Francia (-2%) en contra del aumento de Italia (8%), Países Bajos (30%), Grecia (15%), Alemania (40%) y Portugal (60%). De materializarse los datos de ABTO en los viajes de 2023, se acentuaría la disminución del turismo doméstico y aumentarían los viajes a los países vecinos, caracterizados por ser de menor duración y no tener una marcada estacionalidad, así como a los países del Mediterráneo particularmente económicos.



Esta situación se vería como el resultado de la crisis del precio de la energía y la inflación, agravada por la subida de precios de los billetes de avión.

Pese a los aspectos anteriormente señalados para el corto plazo, España tiene un buen posicionamiento como destino turístico frente a sus competidores, con una cuota de mercado muy superior a otros destinos mediterráneos.

Los productos turísticos más demandados por los turistas belgas son los citytrips y el sol y playa, aunque el turismo rural registra valores cada vez más altos. Los productos relacionados con la naturaleza y la visita de ciudades de interior se adaptan a las motivaciones del turista belga, así como con el aumento de la concienciación por la sostenibilidad, y resultan ventajosos para el sector turístico español, al contribuir a la desestacionalización, a la dinamización de las zonas de interior y a la diversificación. Se espera que los segmentos catalogados en estos productos, "roadies" y "JOMO", aumenten en el corto y medio plazo siguiendo la tendencia de crecimiento actual.

33

Se prevé que el volumen de negocio a España siga estable en el tiempo, afianzando los productos maduros de sol y playa y citytrips, y aumentando la demanda de aquellos con potencial de crecimiento, centrados en destinos de interior y relacionados con la naturaleza.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 