

# ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



## 2. PAÍSES BAJOS 2024 Mercado Emisor

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en La Haya

NIPO: 219-24-018-5

Junio 2024



**TABLA DE CONTENIDO**

Mercado emisor

---

Mercado emisor a España

---

Destinos competidores y posicionamiento

---

Perspectivas a medio plazo

---

# MERCADO EMISOR

### Datos Clave

Países Bajos, con una población de 17,9 millones de habitantes, es uno de los primeros países de Europa en intensidad viajera de sus habitantes, ocupando la tercera posición, solo detrás de Finlandia y Noruega y realizando unos 36 millones de viajes vacacionales al año. En particular, el 54% del total de vacaciones (unas 19,4 millones) son en el extranjero, mientras que el 46% (16,5 millones) son vacaciones domésticas.

Desde el inicio del nuevo milenio, las vacaciones se han convertido en una necesidad básica para los neerlandeses, también en tiempo de crisis. Solo en el caso de la pandemia de Covid-19, se registró una caída importante en la participación en vacaciones (en particular hacia el exterior), desde un 84% en 2019 a un 69% en 2020, debido a la incertidumbre general y a las restricciones sanitarias. Sin embargo, los años siguientes se caracterizaron por una rápida recuperación de la industria de viajes y el número de vacaciones al extranjero volvió a subir.

4

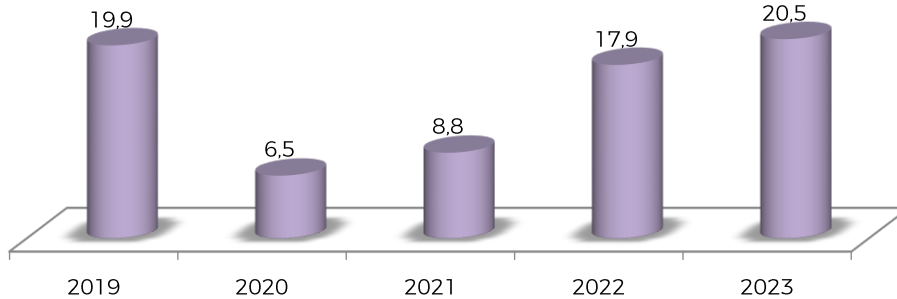
Atendiendo a los destinos vacacionales favoritos para el mercado neerlandés, a nivel internacional, en 2022 destacan entre las primeras posiciones: Francia, Alemania y España. Siguen Bélgica, Italia y Austria. Finalmente, aparte de los países señalados se destacan a cierta distancia otros destinos vacacionales competidores de España como Grecia, Portugal o Turquía.

### Volumen del mercado por gasto

Según datos de Oxford Economics, en 2019 los neerlandeses gastaron casi 20 mil millones de euros en viajes al exterior, las cifras bajaron drásticamente los años siguientes a causa de la crisis sanitaria global y las restricciones de viaje, hasta los 6,5 mil millones de euros en 2020 y 8,8 mil millones de euros en 2021. En 2022, gracias al levantamiento de las restricciones y una positiva recuperación económica, los neerlandeses gastaron casi 18 mil millones de euros en viajes al exterior, mientras que en 2023, se registró un nuevo record por primera vez desde 2019, con un gasto total de 20,5 mil millones de euros. Según datos del informe de Trends&Tourism, el 80% del gasto total (16,5 mil millones de euros) fue destinado a viajes al exterior, mientras que el restante 20% (4 mil millones de euros) se destinó a turismo doméstico.



### Gasto Total en viajes al exterior (mil millones de euros)



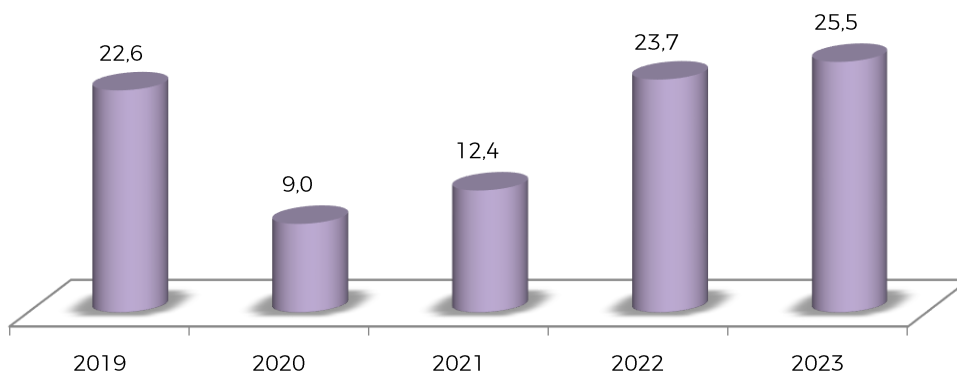
Fuente: Oxford Economics (Gasto total en transporte y viajes al exterior).

### Volumen del mercado por número de viajes

Tras la importante caída en el número de viajes vacacionales al exterior por parte de los viajeros neerlandeses durante los años de la crisis sanitaria, vimos una fuerte recuperación en 2022, año en el que se registró un nuevo récord de viajes (23,7 millones), superando las cifras de 2019 (22,6 millones). En 2023 se ha registrado un nuevo incremento, hasta alcanzar los 25,5 millones de viajes vacacionales al exterior por parte de los neerlandeses.

5

### Viajes al exterior (Millones)



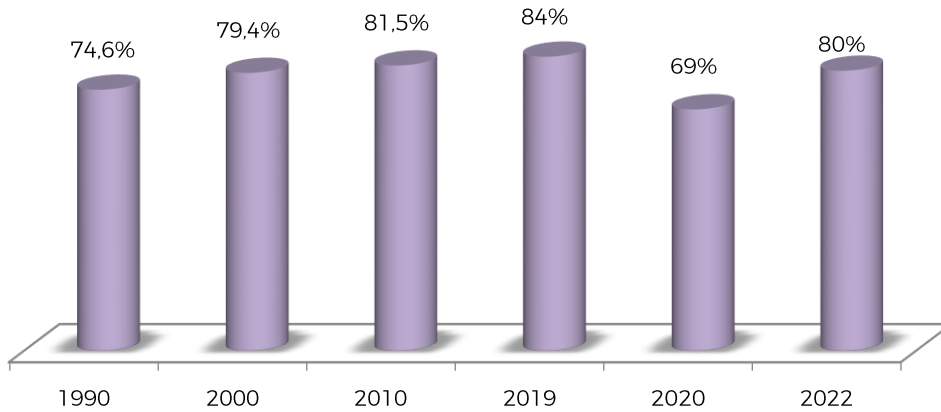
Fuente: Oxford Economics (Viajes de vacaciones al exterior)

Según datos de Oxford Economics, el total de viajes al exterior sería mayor, si incluyéramos los viajes por motivos de trabajo ("business trips") y otros. En este caso, estaríamos hablando de un total de 37,2 millones de viajes en 2023, de los cuales el

16,7% fueron de trabajo y el 14,7% por otros motivos. Por lo tanto, la mayor parte de los viajes (68,6%) fueron vacacionales.

Los neerlandeses muestran una alta participación en actividades vacacionales, con un 80% de los neerlandeses tomando al menos unas vacaciones y una frecuencia promedio de vacaciones de 3,1 veces al año, según datos de Trends&Tourism para el año 2022<sup>1</sup>. La tasa viajera de los neerlandeses es, además, una de las más altas de la Unión Europea, posicionándose solo detrás de Finlandia (91%) y Noruega (89%). Resulta interesante destacar como dicha tasa ha ido creciendo progresivamente desde 1990, registrando una caída notable solo con el estallido de la crisis sanitaria en 2020.

**Desarrollo de la participación vacacional en el mercado neerlandés desde 1990 hasta 2022**



Fuente: Trends&Tourism "Update Future Vision Dutch Holiday Market 2030"

### Principales áreas emisoras

La población de Países Bajos se concentra principalmente en las provincias de Holanda septentrional y meridional, y en la provincia de Utrecht. Esta zona, conocida como el Randstad, alberga aproximadamente el 47% de la población total de los Países Bajos y es también la zona con mayor nivel de renta y principal zona emisora de turismo internacional. En esta zona se encuentra el principal aeropuerto de salidas internacionales: Ámsterdam-Schiphol.

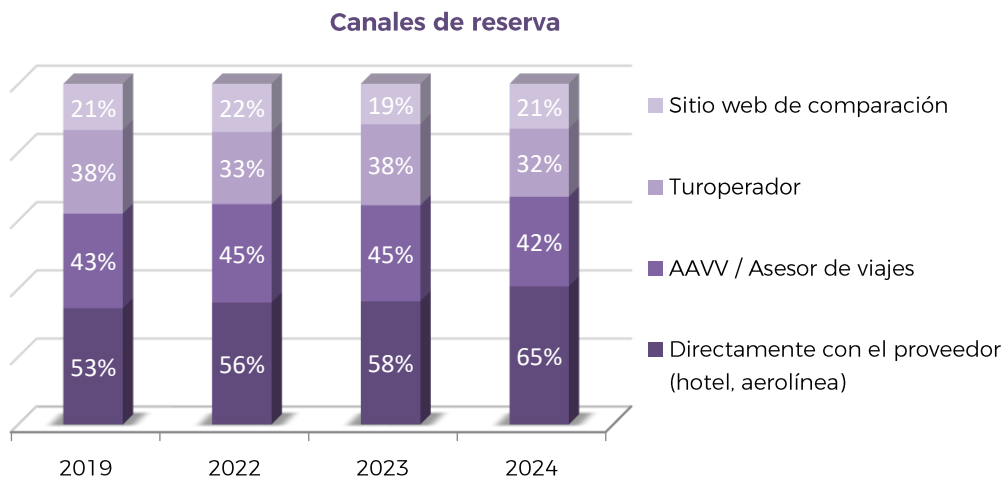
<sup>1</sup> "Future Vision Dutch Holiday Market 2030". Trends&Tourism: January 2024.

Fuera del Randstad destacan otras ciudades de mediano tamaño como Breda e Eindhoven, en Brabante, Maastricht en Limburgo y Groningen en el norte del País.

### Organización del viaje y reservas

De acuerdo con los resultados de las últimas encuestas de GFK<sup>1</sup> para la ANVR, a partir de 2020 disminuyó el porcentaje de viajes independientes al extranjero. A causa del clima generalizado de incertidumbre que generó la pandemia y la búsqueda de una mayor seguridad por parte de los viajeros a la hora de contratar viajes, u otros productos y servicios turísticos, aumentó la tendencia a confiar en intermediarios de viaje, como los turoperadores, sobre todo si ofrecían alguna garantía de reembolso y/o mayor flexibilidad en sus procesos de reserva y políticas de cancelación. Esta tendencia se vio compensada, no obstante, por el aumento de la proporción de viajes domésticos o a destinos de proximidad donde existe menos intermediación. Con la recuperación de la industria turística y de viajes a partir de 2022, la contratación directa ha vuelto a crecer, alcanzando un 65% en el informe GFK de este junio 2024, en detrimento de la reserva a través de una agencia de viajes (42%) o un operador turístico (32%).

7

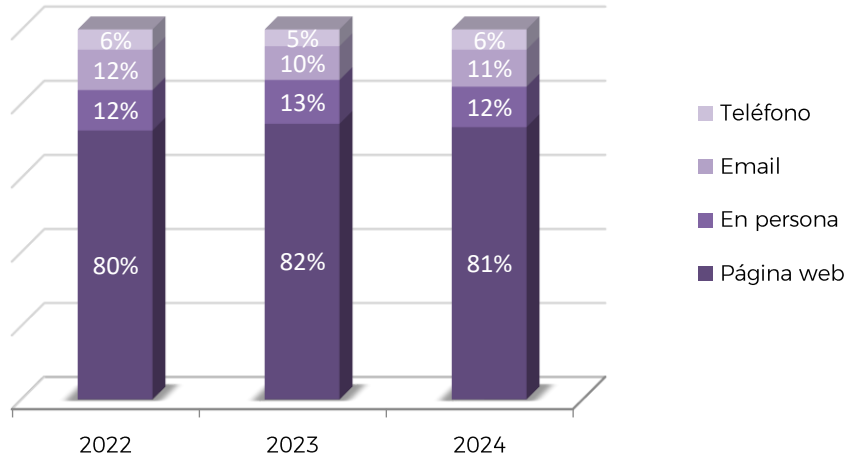


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [GFK-ANVR Jaarmeting 2024](#)

Atendiendo a la forma de realización de reserva, la mayoría de los neerlandeses reservan sus vacaciones por Internet, a través de la página web (81%). Los mayores de 65 años son relativamente más propensos a reservar por correo electrónico (18%) o en persona (26%).

<sup>1</sup> [GFK-ANVR Jaarmeting](#).

Forma de reservar

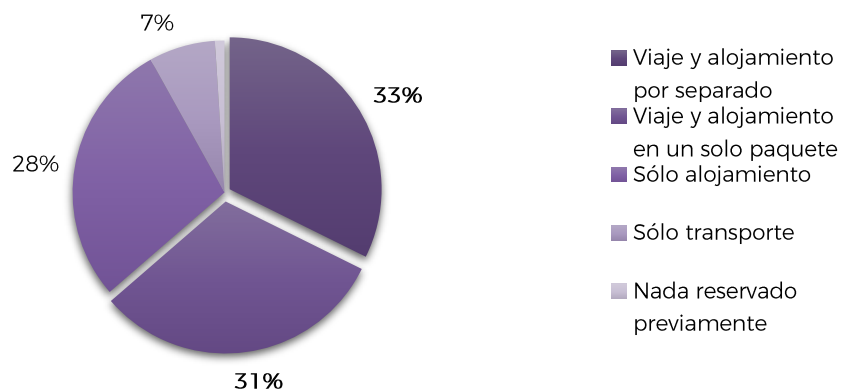


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [GFK-ANVR Jaarmeting 2024](#)

8

Para cada proveedor, la forma más frecuente de reservar sigue siendo a través de la página web: en el caso de las AAVV/ Asesores de viajes es de un 69% y los turoperadores es un 74%, mientras que en el caso de reservas directamente con el alojamiento/ aerolínea o a través de un sitio web de comparación sube a un 79% y 85%, respectivamente. La reserva en persona sigue siendo una opción frecuente cuando se trata de reservas a través de agencias de viajes (19%) y operadores turísticos (12%). La mitad de las vacaciones de verano en la playa consisten en viaje y alojamiento en un solo paquete<sup>1</sup>.

Forma de organizar el viaje



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [GFK-ANVR Jaarmeting 2024](#)

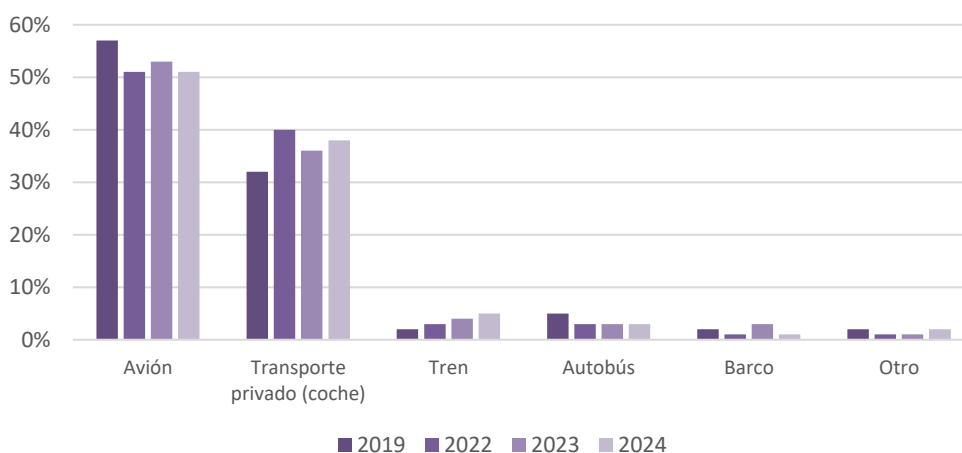
<sup>1</sup> [GFK-ANVR Jaarmeting](#).





En cuanto al medio de transporte utilizado, el avión sigue siendo el medio de transporte más elegido (51%), aunque su uso ha bajado de forma considerable desde 2019 (57%), probablemente debido también a los precios más elevados. Por otro lado, el transporte privado ha aumentado desde 2019 (32%), alcanzando un 38% en 2024. El uso del tren sigue siendo muy bajo pero sigue aumentando progresivamente. En particular, los viajeros de 35 a 49 años prefieren optar por el transporte propio (47%), mientras que los jóvenes de 18 a 34 años suelen preferir el avión (57%). Para los citytrips, el tren también se coge con relativa frecuencia (15%).

Medio de transporte más utilizado



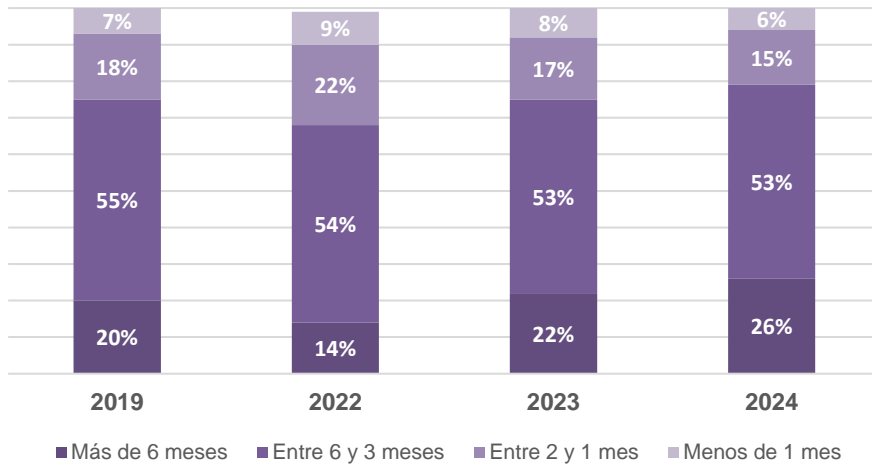
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [GfK-ANVR Jaarmeting 2024](#)

Al igual que el año pasado, las vacaciones reservadas por los viajeros neerlandeses duran una media de 12 días, y se reservan cada vez con más antelación. Las opciones más populares son unas vacaciones de una duración de 1 a 7 días (31%) o de 8-10 días (25%). Siguen los viajes de una duración de 11 a 14 días o de 15 a 21 días (20% y 16%, respectivamente). Los viajes con una duración superior a 22 días representan solo el 7%, siendo probablemente más característicos de los viajes de largo radio.

Finalmente, atendiendo al tiempo de antelación con el que los viajeros neerlandeses reservan sus vacaciones, los meses en los que más se reserva han sido tradicionalmente los primeros del año, de enero a junio. Sin embargo, debido a la pandemia, el clima de incertidumbre y las restricciones de viaje, este patrón sufrió un cambio, haciendo que los viajeros neerlandeses reservaran sus vacaciones con menos tiempo de antelación. Desde 2023, los viajeros neerlandeses comenzaron a retomar sus patrones habituales, en lo que va de año, vemos que el porcentaje de los que reservan con más de 6 meses de antelación ha sido del 26%, superando los datos de 2019 (20%).



Evolución del tiempo de antelación con el que los viajeros neerlandeses reservan sus vacaciones (2019-2024)

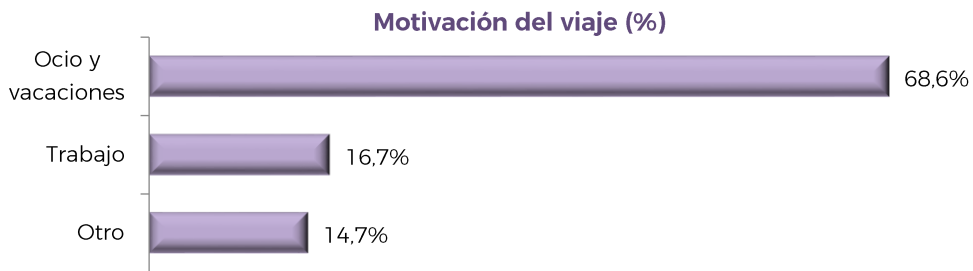


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [GfK-ANVR Jaarmeting \(2024\)](#)

10

Comportamiento viajero

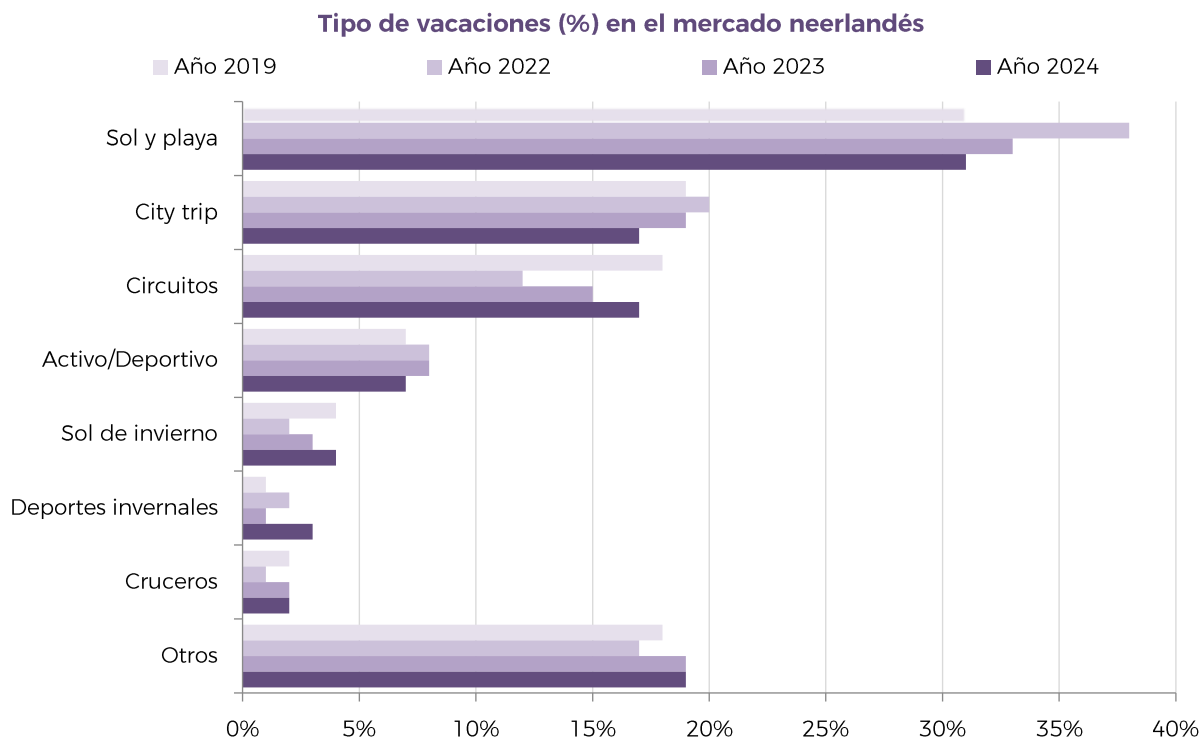
Según datos de Oxford Economics (2023), la principal motivación del turista neerlandés a la hora de viajar al extranjero sigue siendo mayoritariamente la búsqueda de ocio y vacaciones (68,6%), mientras que un 16,7% viaja al extranjero por motivos de trabajo y un 14,7% viaja movido por otras razones.



Fuente: Oxford Economics

Atendiendo al tipo de vacaciones, según datos de la última encuesta anual de vacaciones de GfK para el ANVR Jaarmeting 2024, el número de reservas de vacaciones de sol y playa ha disminuido en los últimos años, al igual que las escapadas urbanas. Por otro lado, los viajes circuitos o roundtrip, y de deportes invernales, han ganado popularidad.



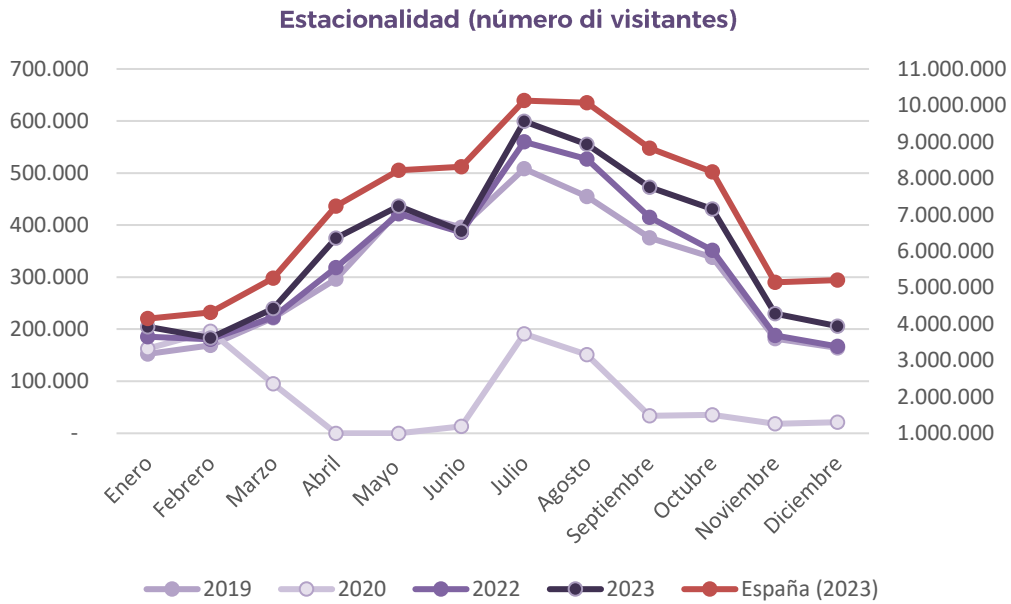


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [GFK-ANVR Jaarmeting \(2024\)](#)<sup>1</sup>

En particular, la mayoría de los jóvenes de 18 a 34 años reserva vacaciones de sol y la playa (38%), mientras que los mayores de 65 años son relativamente más propensos a reservar unas vacaciones hacia destino cálidos en temporada invernal, turismo activo o de cruceros. Además, los viajeros neerlandeses que cuentan con estudios superiores reservan generalmente menos vacaciones sol y playa, optando más a menudo por viajes urbanos, o city trips, comparado con los que tienen menos estudios.

Atendiendo a la estacionalidad del viajero neerlandés, calculada a partir del total de visitantes de los últimos años y tomando de referencia el patrón de estacionalidad de España de la base de datos la OMT, vemos que esta cambió drásticamente en 2020 debido a la situación excepcional creada por la pandemia. Tras las campañas de vacunación en 2021 y la progresiva reducción de las restricciones de viajes a nivel internacional, en 2022 se recuperó el patrón de estacionalidad de 2019. En 2023, se destaca un incremento en las llegadas en el mes de abril, comparado al patrón de años anteriores; entre los meses de verano destacan julio y agosto; finalmente, se destaca también un incremento en la llegadas en el mes de octubre.

<sup>1</sup> En la categoría "Otros" se incluyen las vacaciones en familia, bungalós, el turismo cultural y de naturaleza (GFK-ANVR Jaarmeting 2024).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de INE-FRONTUR y OMT (2023)

12

Los picos más altos se registran en los meses de julio y agosto debido a que España es considerado prevalentemente un destino de sol y playa para los neerlandeses. De acuerdo con el estudio de Trends&Tourism sobre el mercado potencial de las vacaciones Sol y Playa (“The Potential Market of Fly/Sun Holidays”) de junio 2024, la mayoría de los turistas neerlandeses planean sus vacaciones de sol y playa para julio/agosto (40%) y septiembre/octubre (30%)<sup>1</sup>.

**Segmentación de la demanda**

En el estudio “Future Vision Dutch Holiday Market 2030” de Trends&Tourism (enero 2024) clasifica las generaciones dentro la población neerlandesa según el significado de las vacaciones en cada grupo:

- **Generación silenciosa.** Nacidos en la década de los 30 y 40 del pasado siglo, antes, durante e inmediatamente después de la II Guerra Mundial. Sus valores son el esfuerzo y la sobriedad y consideran las vacaciones como un extra. Este grupo es el menos representativo actualmente entre la población que viaja al

<sup>1</sup> “The Potential Market of Fly/Sun Holidays”. Trends&Tourism. June 2024



extranjero en Países Bajos. Sus viajes suelen ser en el propio país o a segundas residencias en los países del mediterráneo, especialmente Francia y España.

- **Baby Boomers.** Nacidos en la década de los 50. Han crecido en un entorno de crecimiento económico constante y consideran las vacaciones como un derecho adquirido ligado al trabajo. Son un grupo amplio y muy representativo de seniors que manifiestan una mayor intención de viajes a destinos más seguros. En la encuesta de Trends&Tourism manifiestan una mayor propensión a ir más veces de vacaciones en el futuro en periodos cortos. Dan una especial importancia a las condiciones de seguridad y atención sanitaria en el destino.
- **Generación X.** Nacidos en las décadas de los 60 y 70. Pertenecen a la cultura del esfuerzo y los resultados, y las vacaciones son un premio al esfuerzo. Las vacaciones dedicadas al mindfulness, la meditación y el yoga son cada vez más populares entre este grupo. Dan por ello importancia al estilo de vida saludable y a la existencia de instalaciones wellness en destino.
- **Millennials.** Nacidos en las décadas de los 80 y 90. Buscan un mayor equilibrio entre la vida personal y laboral. Las vacaciones contribuyen a la autorrealización como personas. Tienen una mayor propensión a las vacaciones en el extranjero que el resto de segmentos y en particular a los city-trips. Ahora que muchos de los millennials son padres de niños pequeños, los destinos que eran favoritos en las décadas de 1980 y 1990 para los neerlandeses vuelven a ser populares para este grupo.
- **Generación Z.** Nacidos en este siglo. Son nativos digitales habituados a moverse por Europa y con ganas de conocer mundo. Adoptan más rápidamente los cambios tecnológicos, como las nuevas apps de economía compartida en alojamiento y viaje. Son también los viajeros en los que predomina en mayor medida la conciencia medioambiental.

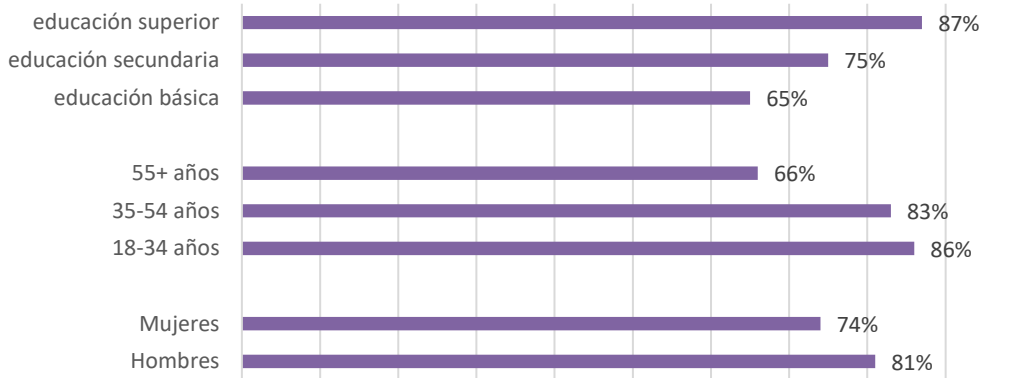
### Perfil del viajero

De acuerdo con los datos de la encuesta de Trends&Tourism sobre planes de vacaciones de verano<sup>1</sup> (de junio a septiembre 2024), en el mercado neerlandés, los

<sup>1</sup> "Holiday Plans of the Dutch for Summer 2024". Trends&Tourism. February 2024.

hombres, los jóvenes entre 18 y 34 años y las personas con estudios superiores son los que más planean irse de vacaciones.

### Planes de vacaciones según género, edad y nivel de estudios

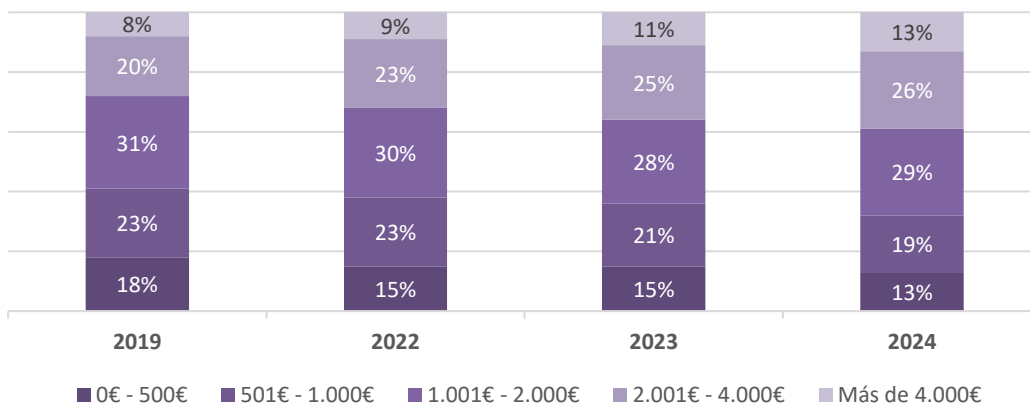


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Trends&Tourism (2024).

14

Respecto al gasto, según datos de la última encuesta de GFK<sup>1</sup> para la ANVR, publicada en junio 2024, el viajero neerlandés, en promedio, se gasta 2.279 euros en unas vacaciones, generalmente para un grupo de 2 a 3 personas. El gasto medio ha ido aumentando respecto a años anteriores: en 2022 fue un promedio de 1.968 euros, mientras que en 2023 fue de 2.090 euros. En 2019, el promedio era de 1.838 euros para un grupo de 2 personas.

### Importe total de las vacaciones reservadas



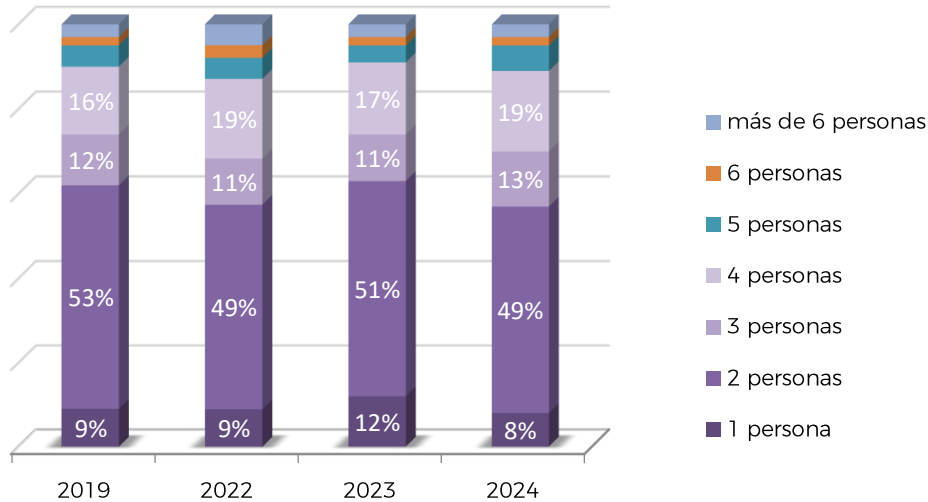
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de GFK-ANVR Jaarmeting (2023,2024).

<sup>1</sup> [GFK-ANVR Jaarmeting 2024.](#)



El viajero neerlandés suele viajar generalmente en pareja (49%), en grupos de 4 personas (19%) o de 3 personas (13%).

Número de personas por vacaciones reservadas



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de GFK-ANVR Jaarmeting (2024)

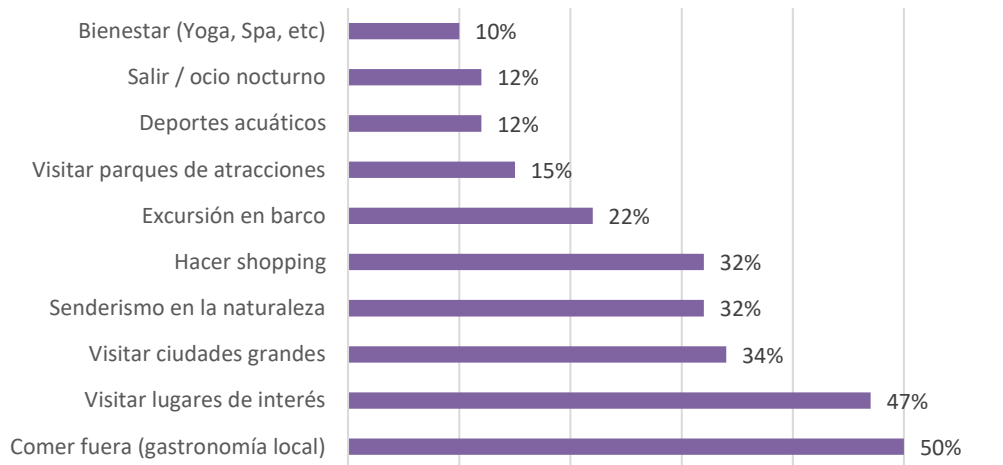
Productos turísticos demandados

De acuerdo con los resultados del estudio de Trends&Tourism sobre el mercado potencial de vacaciones sol y playa<sup>1</sup>, comer fuera (degustando la cocina local) y visitar un lugar de interés son las dos actividades más populares para las vacaciones sol y playa en el mediterráneo, con un 50% y 47% respectivamente. Esto se aplica especialmente a los turistas neerlandeses mayores de 55 años (58%). Siguen actividades como visitar ciudades grandes, hacer senderismo en la naturaleza, sobre todo para los viajeros con estudios superiores (39%), o hacer shopping, particularmente atractivo para quienes prefieren paquetes vacacionales (36%) y los viajeros con menos estudios (43%). Finalmente, el ocio nocturno es una actividad atractiva para un público de viajeros más joven, entre 18 y 34 años (18%).

<sup>1</sup> "The Potential Market of Fly/Sun Holidays". Trends&Tourism. June 2024



**Actividades más demandadas por el viajero neerlandés en vacaciones sol y playa en el mediterráneo**



Fuente: Elaboración propia a partir del estudio "The Potential Market of Fly/Sun Holidays" elaborado por Trends&Tourism (junio 2024)

**Conclusiones y tendencias**

De acuerdo con el estudio "Future Vision Dutch Holiday Market 2030" elaborado por Trends&Tourism (2024), la participación de lo neerlandeses en el turismo seguirá aumentando, aunque ligeramente debido al crecimiento económico relativamente modesto previsto para los próximos años. Además, en los últimos años/décadas, el viajero se ha acostumbrado a un mundo siempre más inseguro, debido a eventos geopolíticos de envergadura como la guerra ruso-ucraniana y el más reciente conflicto entre Israel y Hamas, sin contar otros desafíos como la crisis migratoria o el cambio climático y sus efectos. Según datos de la encuesta GFK-ANVR Jaarmeting 2024<sup>1</sup>, en la actualidad, más de la mitad de los viajeros utilizan las advertencias de viaje al menos de vez en cuando, y un 16% incluso con regularidad.

A pesar de eso, el viajero neerlandés es experimentado y no se deja disuadir fácilmente. La alta participación en vacaciones es una clara demostración de que las vacaciones se han convertido cada vez más en una necesidad básica para este mercado. De acuerdo con los resultados del estudio de Trends&Tourism<sup>2</sup>, casi dos tercios de los neerlandeses piensan que irse de vacaciones es importante (dan una puntuación de 8 o más), sobre todo los jóvenes y las personas con estudios superiores conceden gran importancia a las vacaciones. Si los neerlandeses tuvieran mayor poder adquisitivo, las

<sup>1</sup> [GFK-ANVR Jaarmeting 2024](#).

<sup>2</sup> "Future Vision Dutch Holiday Market 2030". Trends&Tourism: January 2024.





vacaciones/viajes ocuparían un lugar destacado en la lista de prioridades, independientemente del sexo, la edad o el nivel educativo.

Según datos del Jaarmeting 2024, elaborado por GFK, habrá menos vacaciones de sol y playa y city trips, mientras que los viajes de circuito (roundtrip) ganarán popularidad. El avión vuelve a ser el medio de transporte más elegido, seguido del transporte privado; mientras que viajar en tren ha ganado popularidad en los últimos años, sobre todo para viajes urbanos. Respecto al canal de reserva, casi dos tercios de los viajeros neerlandeses lo hacen directamente con el proveedor, lo que parece ir en detrimento de la reserva a través de una agencia de viajes (AAVV) o un turoperador. La mayor parte de las reservas se hacen por Internet, aunque las que se hacen en persona son relativamente más frecuentes en agencias de viajes y turoperadores. En comparación con años anteriores, se eligen más a menudo las vacaciones organizadas por uno mismo y algo menos los viajes combinados. La gente suele decir que le gusta descubrirlo todo por sí misma y el aspecto del coste parece desempeñar un papel más importante en ambas opciones. Además, la mitad de los neerlandeses ve con buenos ojos tener más libertad para combinar el trabajo a distancia con las vacaciones. Por término medio, la gente se gasta más de 2.200 en unas vacaciones y viaja en grupos de 2-3 personas. La estancia dura 12 días de media, y las vacaciones se reservan cada vez con más antelación.

17

Debido al crecimiento demográfico, el número de turistas potenciales también está en aumento. El cambio en la composición de la población, con más emigrantes y personas mayores, implica diferentes deseos y preferencias en cuanto a vacaciones y recreación. A pesar de la general recuperación turística, desde la pandemia se aprecia una mayor tendencia a las vacaciones en Países Bajos por diversos motivos:

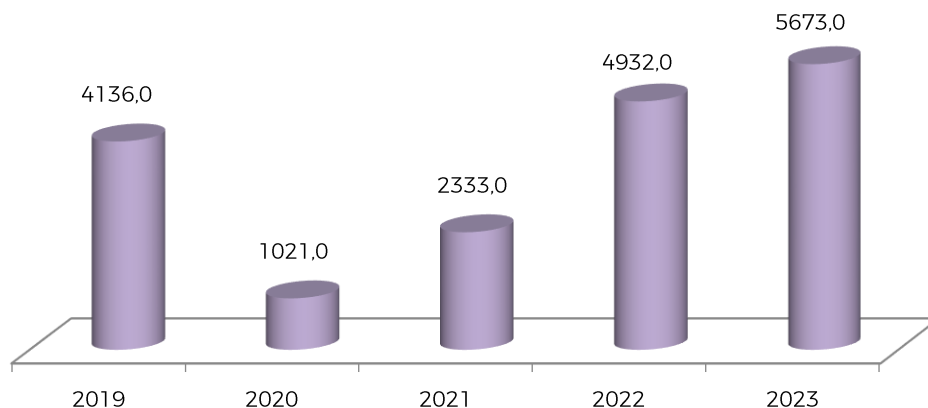
- El aumento del número de vacaciones de corta duración propicia más vacaciones en el propio país. En particular, el segmento senior (54%) suele preferir unas vacaciones de corta duración, a diferencia de los más jóvenes que son relativamente más propensos a mencionar las vacaciones de larga duración (29%).
- La mayor participación del segmento senior (mayores de 65 años) con más propensión a vacaciones domésticas y de proximidad.
- La mejora del clima en países bajos. El encarecimiento de los vuelos y las razones medioambientales para no volar.
- La transición hacia el vehículo eléctrico que en Países Bajos es bastante importante e incentiva los viajes de proximidad.

## MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

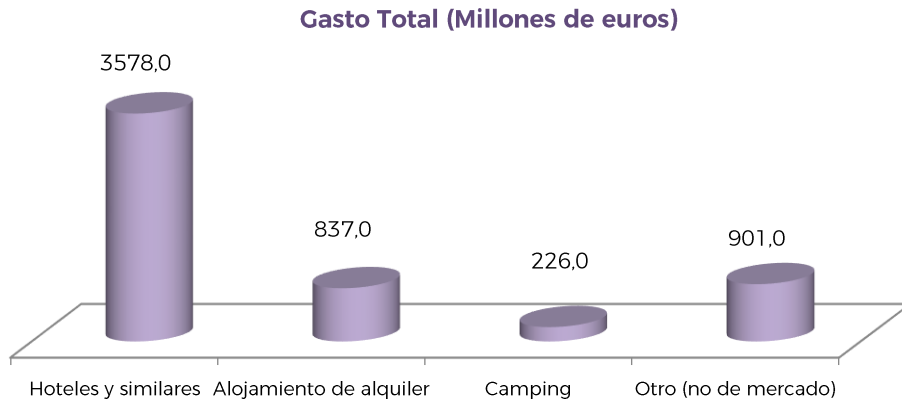
La evolución del gasto total en España por parte del mercado neerlandés se ha recuperado totalmente en los últimos dos años, a pesar de la caída drástica registrada en los años de la crisis sanitaria por Covid-19. En 2020, el gasto total de los viajeros neerlandeses en España cayó un 75,3%. A partir de 2021 empezó una lenta recuperación que se materializó en 2022, registrando por primera vez un nuevo récord en gasto turístico de este mercado. El año pasado, el gasto total y medio por persona volvieron a subir, alcanzando un total de 5.673 millones de euros, un gasto medio diario de 163 euros y 1.313 euros por persona.

Gasto Total (Millones de euros)



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de INE (Egatur)

El aumento en el gasto turístico de 2022 se explica mayormente por la tendencia de los viajeros neerlandeses a ahorrar durante los años de la pandemia, y el subsiguiente levantamiento de las restricciones sanitarias y de viajes. El incremento registrado en 2023 ha reforzado esta tendencia y el renovado entusiasmo por viajar que caracteriza al mercado neerlandés.



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de INE (Egatur)

19

En cuanto al gasto total de 5.673 millones de euros en 2023, el 97,7% de este es el realizado en alojamientos vacacionales: en su mayoría por los que se alojan en hoteles y establecimientos similares (3,578 millones de euros), o en alquileres (837 millones de euros); aunque hay una parte importante del gasto realizado por los que se alojan en segunda vivienda o casa de familiares o amigos (901 millones de euros).

### Número de viajes a España

En 2023 los viajeros neerlandeses fueron unos 4,3 millones, según datos de FRONTUR. Si comparamos los datos de llegadas en los primeros cuatro meses, en los años 2019 a 2024, según FRONTUR, se ha registrado un incremento del 25% en viajes a España en el periodo de enero a abril.



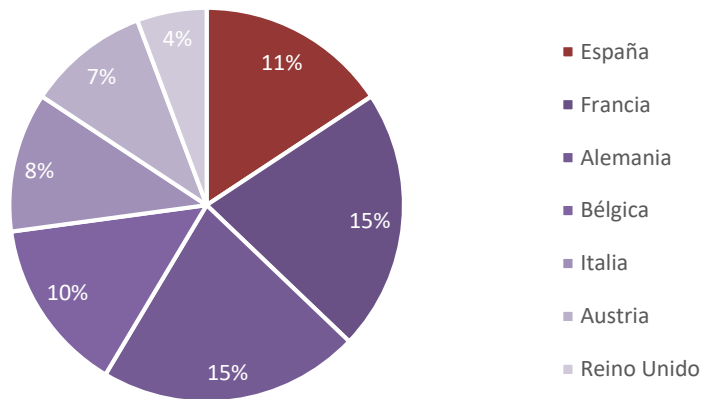
Fuente: FRONTUR



### Cuota de España en el mercado turístico emisor

Según datos del estudio “Update Future Vision Dutch Holiday Market 2030” de Trends&Tourism, basado en encuestas, España figura entre los tres principales destinos internacionales para los viajeros neerlandeses, con una cuota del 11%, solo detrás de Francia y Alemania, con una cuota del 15% cada uno. Otros destinos competidores son Bélgica (10%) y en menor medida Italia, Austria y Reino Unido.

Principales destinos internacionales

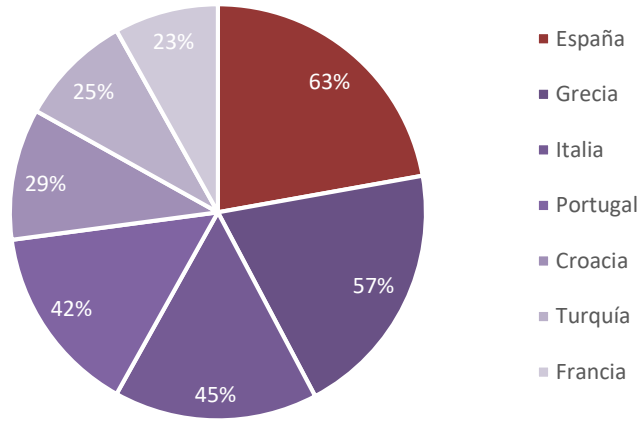


Fuente: Trends&Tourism “Update Future Vision Dutch Holiday Market 2030” basado en datos de CBS Holiday Survey 2022.

Por otro lado, si consideramos exclusivamente el segmento de turismo sol y playa, según datos de un reciente estudio de Trends&Tourism sobre este mercado potencial, España es la primera opción entre sus competidores mediterráneos, con un 63% de encuestados que afirmaron que la prefieren a otros países. Le siguen Grecia (57%), Italia (45%) y Portugal (42%), y en menor medida Croacia, Turquía y Francia. En particular, un 74% de los turistas neerlandeses que prefieren España también consideran Grecia como segunda opción. A su vez, un 77% de los que prefieren Grecia también consideran España como segunda opción<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> “The Potential Market of Fly/Sun Holidays” Trends&Tourism. June 2024

Principales destinos internacionales atendiendo al segmento de turismo sol y playa



Fuente: Trends&Tourism "The Potential Market of Fly/Sun Holidays" (June 2024)..

21

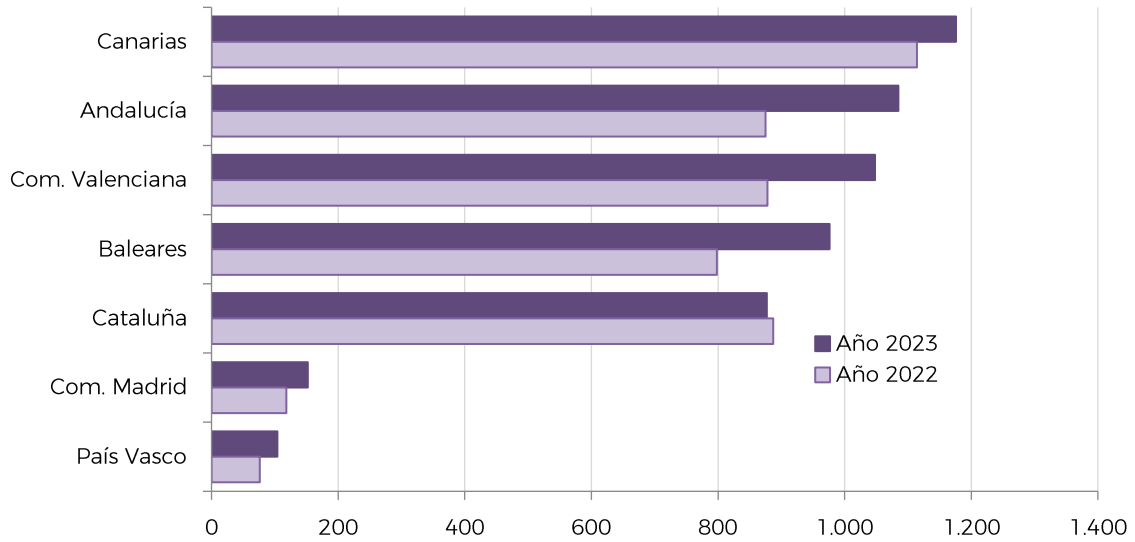
Principales destinos en España

En 2023, las principales CCAA de destino de los turistas neerlandeses, en función del gasto realizado, fueron Canarias (20,7%), Andalucía (19,1%), la Comunidad Valenciana (18,5%), Baleares (17,2%), Cataluña (15,5%) y, en menor medida, la Comunidad de Madrid (2,7%) y el País Vasco (1,8%). Entre las siete sumaron el 95,5% del gasto total realizado en España. En particular, se destaca un importante crecimiento en Andalucía, Com. Valenciana y Baleares, y también en Canarias, Comunidad de Madrid y País Vasco, si bien más modesto. Por otro lado, Cataluña es la única CCAA que registra un ligero decrecimiento en el gasto realizado por este mercado emisor.

Si atendieramos al total de llegadas de turistas neerlandeses a España en 2023, vemos que el posicionamiento de las CCAA cambia. En este caso, tendríamos Andalucía, la Comunidad Valenciana, Cataluña, Baleares, Canarias, y, finalmente, la Comunidad de Madrid y País Vasco.



Principales destinos por gasto (en millones de euros)



Fuente: INE-EGATUR

Comunidad Autónoma	Gasto turístico	Gasto medio diario	Gasto medio por persona
Canarias	1.176.112.012	197	1.544
Andalucía	1.085.507.904	165	1.319
Comunidad Valenciana	1.048.815.710	121	1.325
Baleares	976.293.263	208	1.344
Cataluña	877.561.353	176	1.130
Comunidad de Madrid	152.775.649	217	1.208
País Vasco	104.074.866	242	1.234

Fuente: INE-EGATUR (2023)

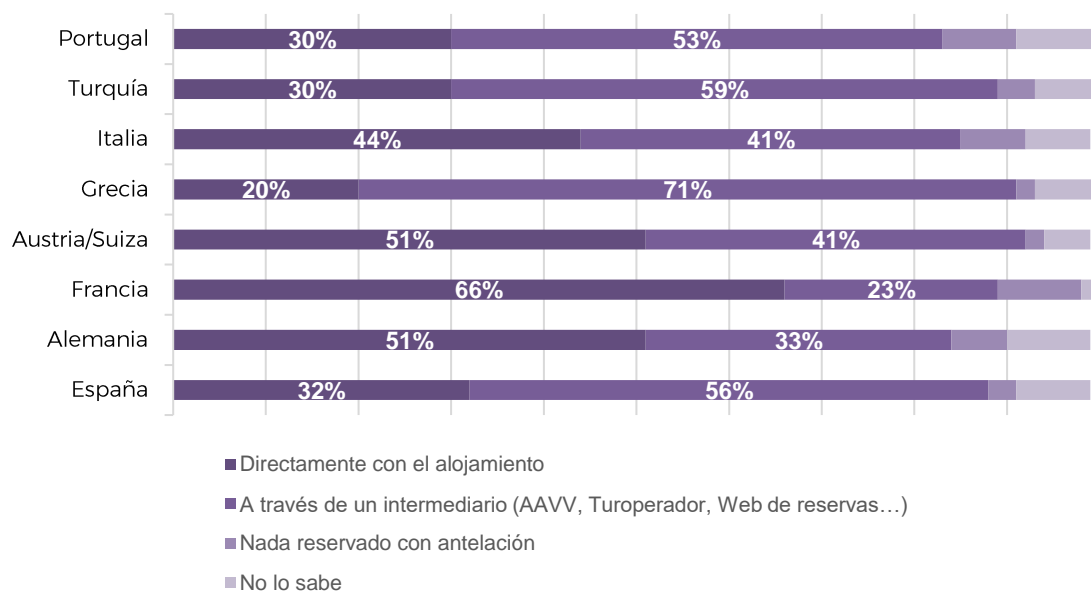
Organización del viaje y reserva

En los estudios, basados en encuestación, elaborados por Trends&Tourism sobre los planes de vacaciones de verano 2024 y el mercado potencial de vacaciones sol y playa, se destaca la variedad en el modo de reserva según el destino vacacional elegido.

Los viajes vacacionales a países mediterráneos y del sur de Europa se reservan principalmente a través de un intermediario – AAVV, Turoperador, Web de reserva u otro tipo. De los que reservan paquete, TUI (63%) es el turoperador leader del mercado, seguido por Corendon (39%), Sunweb (38%) y D-Reizen (33%). Por otro lado, cuando se trata de destinos vacacionales más cercanos, como Alemania y Francia, los neerlandeses prefieren reservar directamente con el alojamiento. En el caso de España, el 56% de los viajeros neerlandeses reserva mediante un intermediario, mientras que el 32% opta por reservar directamente con el alojamiento<sup>1</sup>.

23

Modo de reserva del viajero neerlandés según destino



Fuente: Elaboración propia a partir del estudio Research Holiday Plans of the Dutch Summer 2024, elaborado por Trends&Tourism. (Febrero 2024).

Además, según datos de Trends&Tourism los meses de reserva varían en función del destino elegido. En el caso de las vacaciones de verano 2024, las reservas suelen realizarse principalmente en los meses de febrero/marzo (41%), le siguen abril/mayo

<sup>1</sup> "The Potential Market of Fly/Sun Holidays" Trends&Tourism. June 2024.



(32%) y, en menor medida, de junio a septiembre (14%). En el caso de los destinos mediterráneos y del sur de Europa, los neerlandeses suelen preferir los meses de febrero/marzo para reservar: es el caso de España (42%), Italia (46%), Francia (47%), Grecia (52%) o Turquía (43%). Para otros destinos como Alemania, Austria, Suiza, y Portugal como excepción, los meses de reserva suelen ser abril/mayo<sup>1</sup>.

Atendiendo al medio de transporte más utilizado para viajar a España, según datos de Trends&Tourism sobre planes de vacaciones de verano 2024, destaca el uso del avión (75%), al ser una característica de los destinos del mediterráneo y del sur de Europa – es el mismo caso de Portugal (81%), Grecia (95%) y Turquía (92%). Le siguen el coche (20%) y, en menor medida, el tren (4%). Por otro lado, para destinos más cercanos como Alemania, Francia, Austria o Suiza, destaca el uso del coche (con un 66%, 77%, 63%, respectivamente) antes que el avión. La única excepción en el mediterráneo es Italia, con muy poca diferencia en la preferencia de medio de transporte: un 50% usa el coche y el 41% prefiere el avión<sup>2</sup>.

24

Por último, atendiendo al tipo de alojamiento según destino vacacional, los turistas neerlandeses cuando visitan España suelen preferir alojarse en hoteles (54%) en su mayoría. Le siguen los apartamentos turísticos (18%) y, en menor medida, los bugalows o segundas residencias (8%) y los campings (7%). Además, en el caso de vacaciones sol y playa en el mediterráneo, casi la mitad de los potenciales turistas neerlandeses (48%) prefieren un alojamiento a gran escala, con muchas comodidades, ubicados cerca de tiendas, restaurantes y otros servicios, siendo los hoteles de gama media (31%) y de lujo (23%) las opciones más demandadas. Un porcentaje igualmente importante (40%) prefiere un alojamiento más pequeño, alejado del ajetreo y las masas turísticas. En el primer caso, se trata de viajeros potenciales que prefieren paquetes vacacionales y tienen una edad comprendida entre los 18 y 35 años. En el segundo caso, se trata de viajeros que prefieren componer las vacaciones por su cuenta y tienen estudios superiores<sup>3</sup>.

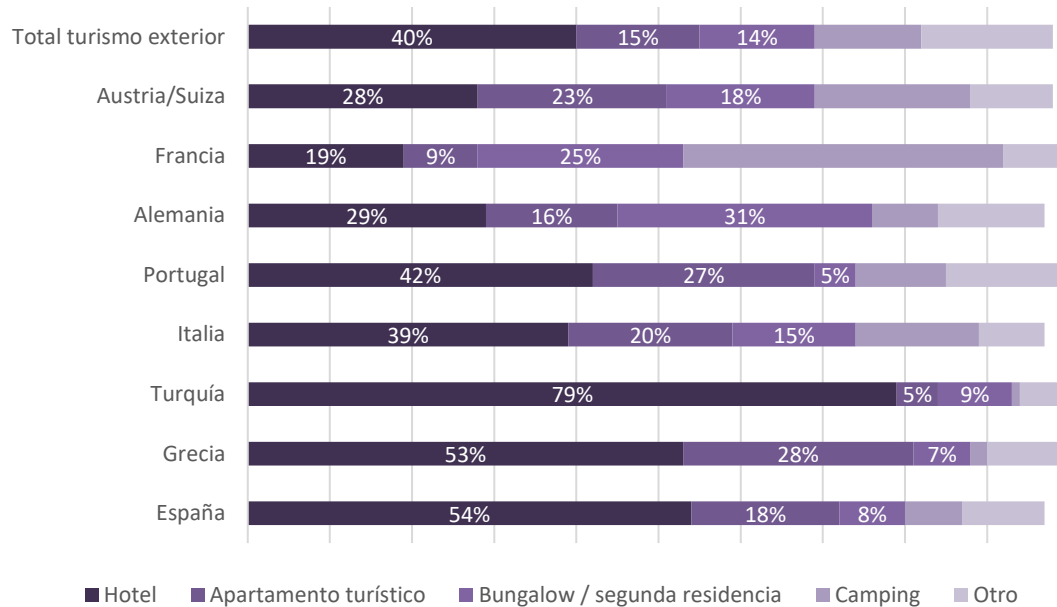
<sup>1</sup> "Holiday Plans of the Dutch for Summer 2024". Trends&Tourism. February 2024.

<sup>2</sup> "Holiday Plans of the Dutch for Summer 2024". Trends&Tourism. February 2024.

<sup>3</sup> "The Potential Market of Fly/Sun Holidays" Trends&Tourism. June 2024.



### Tipo de alojamiento según destino vacacional



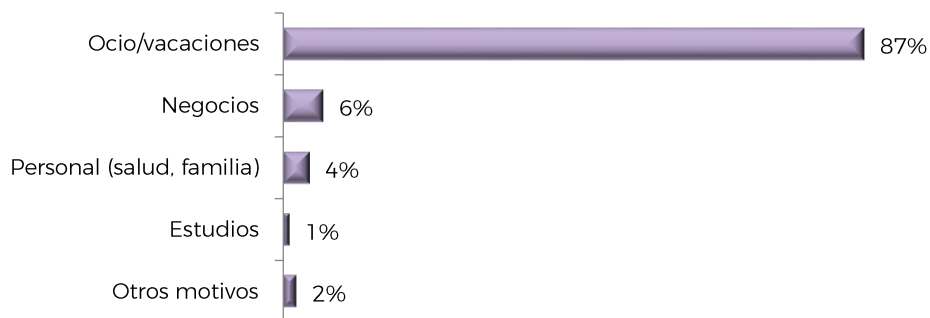
25

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio Research Holiday Plans of the Dutch Summer 2024, elaborado por Trends&Tourism..

### Comportamiento viajero

De acuerdo con datos de FRONTUR, la principal motivación del viajero neerlandés a la hora de visitar España es principalmente el ocio y vacaciones, con un 87%. (unos 3,7 millones de viajes) Le siguen los viajes de negocios (6%) y por motivos personales (4%).

### Motivación del viaje (%)

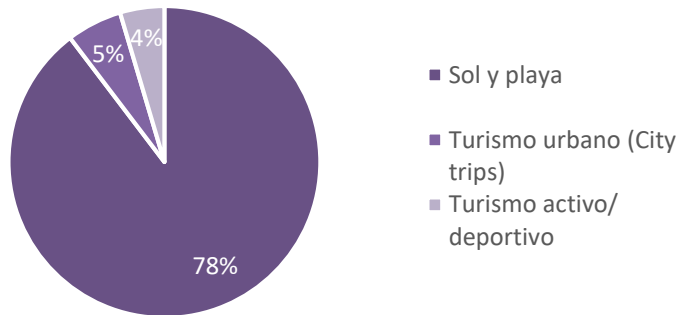


Fuente: INE-FRONTUR



Atendiendo al tipo de vacaciones, la gran mayoría de los turistas neerlandeses siguen viajando a España para realizar principalmente vacaciones de sol y playa (78%), mientras que una pequeña parte realiza viajes de turismo urbano (5%) y de turismo activo (4%).

Top 3 tipos de vacaciones en España según el mercado neerlandés

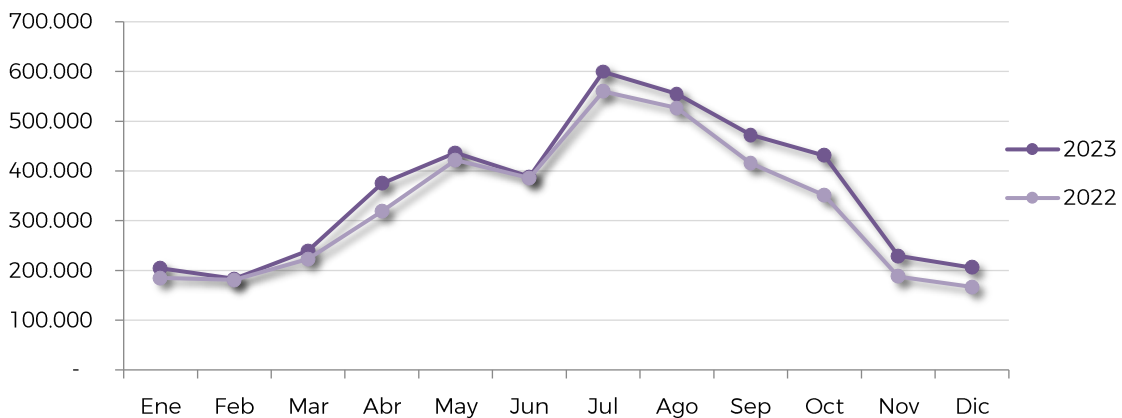


Fuente: Elaboración propia a partir del estudio Holiday Plans of the Dutch Summer 2024, elaborado por Trends&Tourism..

26

Por otro lado, los viajes de los turistas neerlandeses a España por lo general se han venido repartiendo por todo el año, sin una estacionalidad especialmente alta, aunque con un mayor número de turistas en los meses de verano, en particular julio y agosto. En el mes de junio se suele producir una moderación en el número de llegadas consecuencia de la llegada del verano a Países Bajos, la época de exámenes, las barbacoas familiares, etc. Además, en 2023 se ha observado un aumento en las llegadas de neerlandeses durante los meses de abril y octubre en comparación con el año anterior, lo que podría marcar el inicio de una tendencia a viajar a España en temporada baja y una mayor desestacionalización turística de este mercado emisor.

Estacionalidad del turista neerlandés



Fuente: INE-FRONTUR y OMT (2023)



### Segmentación de la demanda

De acuerdo con el Plan Estratégico de Marketing 2021-2024 de Turespaña, se identifican 8 segmentos: M&M (Más qué Mar), FAM (Familia, Arena, Mar), SUNNY (Sun, Umbrella and Yummy), SUMA (Shopping, Urbano, Moderno y Abierto), CULTO (Cultura total), JOMO (Joy of Missing Out), ROADIES (Ciudades y atracciones)

Estos segmentos se agrupan en torno a una definición de tres tipos de destinos:

- Urbano: ciudades con más de 200.000 habitantes de España y de los principales destinos competidores. Atrae principalmente a los segmentos SUMA y CULTO
- Vacacional: destinos del litoral mediterráneo y archipiélagos, salvo aquellas ciudades categorizadas como destinos urbanos. Atrae principalmente a los segmentos M&M, FAM y SUNNY.
- Naturaleza e interior: puntos turísticos por su naturaleza, o lugares del interior, así como las ciudades de menos de 200.000 habitantes. Atrae principalmente a los segmentos JOMO y ROADIES.

27

España, junto con Francia, es uno de los dos principales destinos vacacionales de costa del mercado emisor internacional de Países Bajos. En nuestro país los neerlandeses disfrutan fundamentalmente de estancias vacacionales puras (SUNNY) y a menudo también viajando en familia y combinando la estancia con actividades deportivas o en la naturaleza (FAM Y JOMO).

El segmento M&M de turistas que, a pesar de visitar lugares de costa, lo hace por motivaciones vinculadas a la cultura, con reducido interés en sus playas es escasamente representativo en Países Bajos.

Los segmentos SUMA y CULTO son segmentos importantes en este mercado infrarrepresentados entre los turistas que nos visitan, ya que tienen mayor propensión a viajar otros destinos con un atributo urbano y cultural más fuerte en este mercado, como las grandes capitales europeas y del este de Europa.

En el caso del segmento JOMO los principales destinos competidores actualmente para este tipo de perfil en los Países Bajos son por proximidad, Alemania, Bélgica, Austria y norte de Italia. Dinamarca está creciendo también en este segmento gracias a sus infraestructuras de cicloturismo y a una gran inversión en publicidad.

Los neerlandeses tienen también una buena representación en el segmento de ROADIES caracterizado por visitar lugares menos conocidos y concurridos y a menudo



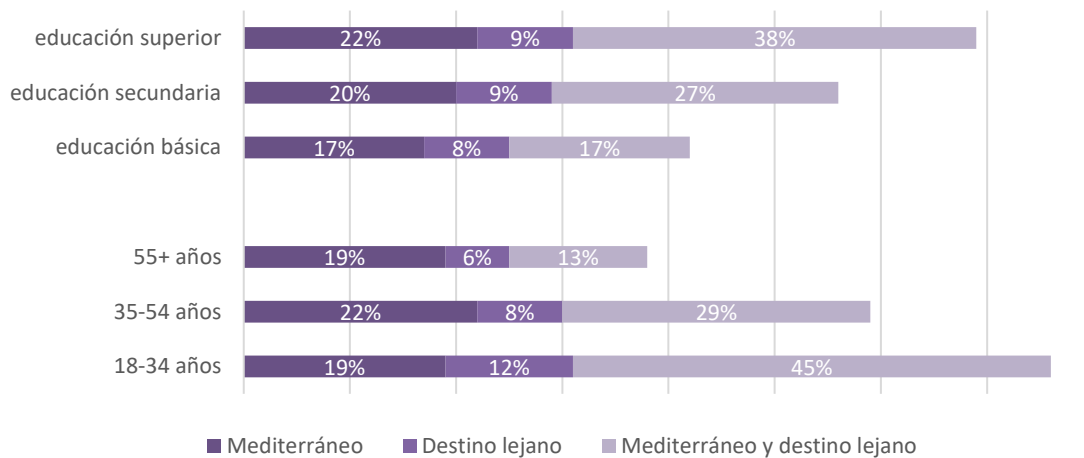
por carretera. Se trata de uno de los países de Europa donde las vacaciones en autocaravana son más populares. Este segmento tiende a realizar estancias más largas y a diversificar geográficamente los destinos contribuyendo de este modo los objetivos de sostenibilidad económica y social.

Perfil del viajero

Como mencionado anteriormente, el perfil del viajero neerlandés suele ser principalmente un hombre joven, entre 18 y 34 años, con estudios superiores. Atendiendo a una ulterior segmentación del viajero en base a los datos del estudio de Trends&Tourism sobre el mercado potencial de las vacaciones sol y playa en el mediterráneo (2024), el 19% de los encuestados de entre 18 y 34 años que quiere irse de vacaciones en avión elegirá sólo un destino mediterráneo (el 45% viajaría también a un destino lejano); los senior con edad superior a 55 años comparten la misma opinión, pero en este caso el porcentaje de los que viajarían también a un país más distante baja al 13%. Finalmente, el 22% de los viajeros de entre 35 y 54 años viajaría exclusivamente a un destino mediterráneo. Atendiendo al nivel de estudios, de los encuestados que elegirían el mediterráneo como destino vacacional, el 22% cuenta con estudios superiores, el 20% tiene estudios medios y el 17% tiene educación básica. Por último, las personas del círculo más cercano y los social media son las primeras fuentes de inspiración a la hora de elegir un destino sol y playa en el mediterráneo (un 39% y 37%, respectivamente), en particular para los viajeros de 18 a 34 años, que componen sus propias vacaciones.

28

Planes de vacaciones sol y playa según perfil viajero en los próximos tres años



Fuente: Elaboración propia a partir del estudio The Potential Market of Fly/Sun Holidays, elaborado por Trends&Tourism (2024).



### Productos turísticos demandados

Considerando los datos de FRONTUR, según los cuales la principal motivación del viajero neerlandés cuando visita España es para pasar su tiempo de ocio y vacaciones, así como los resultados de los estudios de Trends&Tourism, las principales actividades realizadas por los viajeros neerlandeses cuando visitan España son: visitar playas (51%), comer fuera (47%) y descansar (40%)<sup>1</sup>. Asimismo, otras actividades atractivas para los potenciales viajeros neerlandeses que quieren pasar sus vacaciones de verano en el mediterráneo son: probar la gastronomía local (50%), visitar lugares de interés (47%), visitar ciudades grandes (34%), hacer senderismo o shopping (32%), hacer una excursión en barco (22%), visitar parques de atracción (15%) o prácticas deportes acuáticos (12%). Además, de los potenciales viajeros neerlandeses interesados en realizar sus vacaciones en el mediterráneo, el 65% afirmó querer explorar los alrededores con un coche de alquiler<sup>2</sup>.

### Conclusiones y tendencias

29

En 2023, España recibió alrededor de 4,3 millones de viajeros neerlandeses, según datos de FRONTUR. Con las cifras de llegadas que ya se tienen para los primeros meses de este año 2024, se espera que la tendencia en cuanto al número de llegadas seguirá siendo positiva.

Sin embargo, los altos precios sí que pueden tener incidencia en el gasto que realizarán los turistas en destino, ya sea por un acortamiento de las estancias o por la búsqueda de ofertas o alojamientos más baratos en nuestro país. Según diversos estudios, el gasto en vacaciones y los altos precios figuran entre las prioridades de los neerlandeses y son la principal razón para no irse de vacaciones durante una o más semanas en este mercado. Sin embargo, las vacaciones son una prioridad para los neerlandeses, y un 59% manifiestan este año que el aumento de los precios no tendrá impacto en su decisión de tomar vacaciones<sup>3</sup>.

En cuanto a la distribución de llegadas por Comunidades Autónomas se prevé que en términos relativos se den incrementos porcentuales mayores en las llegadas turísticas a regiones del norte y del centro. De hecho, según datos de FRONTUR, en 2023, las regiones de la España Verde registraron los mayores aumentos relativos en el número de llegadas: País Vasco (+45 mil), Cantabria (+10 mil), Asturias (+5 mil). Por otro lado,

<sup>1</sup> "Holiday Plans of the Dutch Summer 2023". Trends&Tourism. February 2023.

<sup>2</sup> "The Potential Market of Fly/Sun Holidays" Trends&Tourism. June 2024.

<sup>3</sup> GFK-ANVR (Jaarmeting 2024).

entre las comunidades centrales se destaca un importante aumento de llegadas de turistas neerlandeses a Castilla-La Mancha (+8 mil) y Castilla y León (+5 mil).

España destaca como el tercer destino vacacional más popular entre los neerlandeses, detrás de Alemania y Francia; y es el primer destino entre sus competidores mediterráneos. La principal motivación para viajar a España sigue siendo el ocio y las vacaciones de sol y playa. Entre las actividades más populares se encuentran probar la gastronomía local, visitar lugares de interés y grandes ciudades, así como el senderismo, lo que refleja una tendencia creciente hacia el turismo activo. Asimismo, más de la mitad de potenciales viajeros neerlandeses afirman querer alquilar un coche en el destino vacacional elegido para poder explorar los alrededores, lo que confirma la creciente popularidad de los viajes circuitos (roundtrip) en este mercado.

## DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

**30**

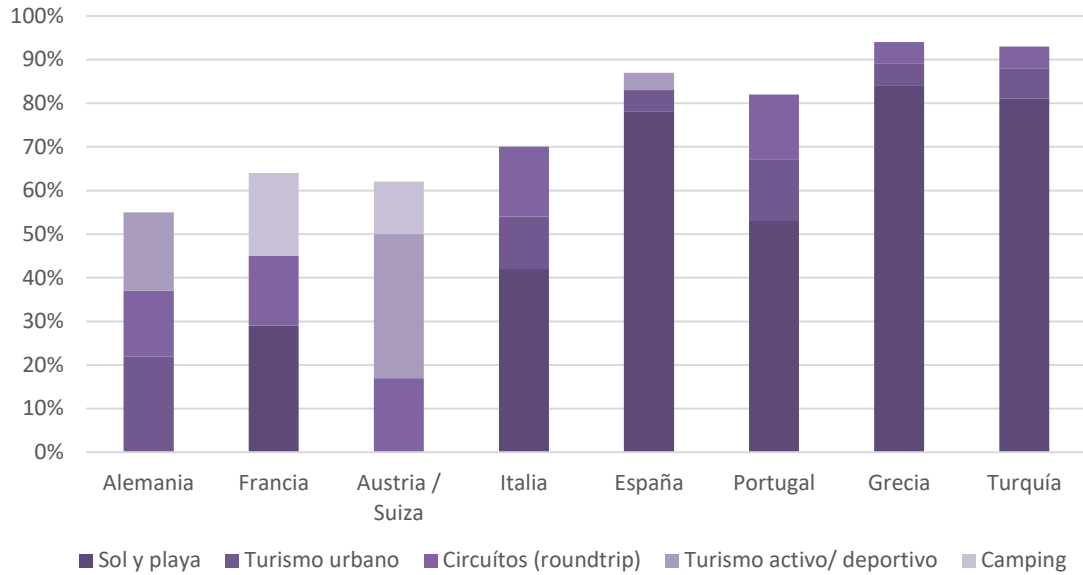
### Análisis de la competencia

Atendiendo a los resultados de Trends&Tourism (2024)<sup>1</sup> sobre los tres principales tipos de vacaciones que realizan los turistas neerlandeses en temporada de verano según el destino vacacional, podemos ver como en España son principalmente de sol y playa (78%) y solo una mínima parte realiza vacaciones de turismo urbano (5%) y activo/deportivo (4%). Otros competidores del sur de Europa como Italia o Portugal destacan por contar también con cierto turismo urbano y de circuito; mientras que Francia destaca por ser también un destino vacacional ideal para el segmento camping (19%). Por otra parte, otros destinos competidores como Alemania, Austria o Suiza destacan por su turismo urbano o activo/deportivo. Por lo tanto, aunque compiten con España en cuanto al número de llegadas de turistas, no lo hacen en el tipo de turismo que se realiza en estos destinos.

<sup>1</sup> Holiday Plans of the Dutch Summer 2024, Trends&Tourism



Top 3 tipos de vacaciones según destino



Fuente: Elaboración propia a partir del estudio Holiday Plans of the Dutch Summer 2024, elaborado por Trends&Tourism.

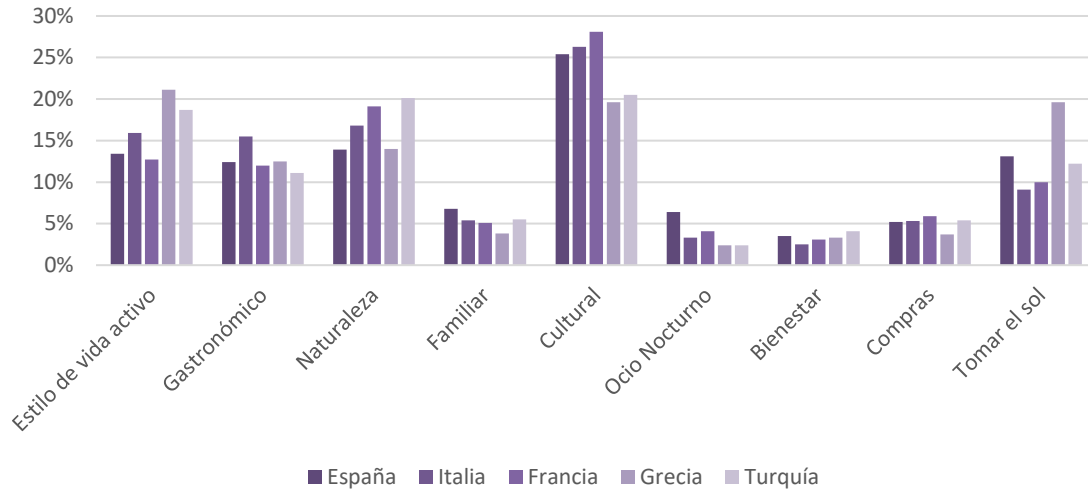
31

Para comparar los productos turísticos demandados por los viajeros neerlandeses cuando viajan a España y los de sus competidores, se ha utilizado la base de datos de Mabrian, en particular las actividades que reciben mayor volumen de menciones para cada destino. Los competidores disponibles son Italia, Francia, Grecia y Turquía; mientras que los productos turísticos analizados son: turismo natural, gastronómico, actividades en familia, arte y cultura, ocio nocturno, bienestar, irse de compras, y tomar el sol.

En 2023, España ha destacado por ser un destino vacacional donde realizar actividades culturales (25,4%), o relacionadas con un estilo de vida activo (13,4%) en la naturaleza (13,9%), un lugar donde tomar el sol (13,1%) y realizar turismo gastronómico (12,4%). Respecto a los competidores analizados, España destaca como destino vacacional donde realizar actividades en familia y ocio nocturno.



Principales actividades de viajeros neerlandeses según destino vacacional



Fuente: MABRIAN (2023)

32

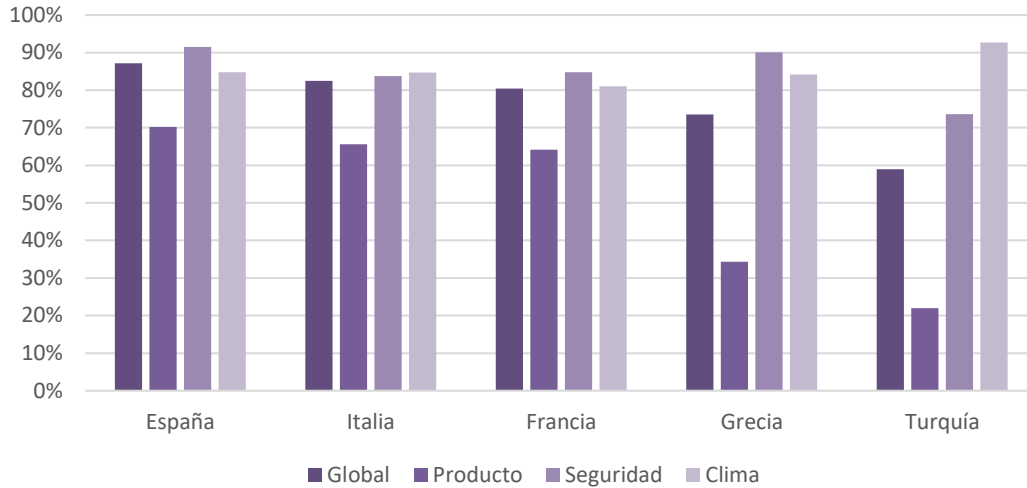
Posicionamiento e imagen de España

España destaca como el tercer destino vacacional más popular entre los neerlandeses, detrás de Alemania y Francia; y es el primer destino donde pasar las vacaciones de verano y, sobre todo, las de sol y playa. De acuerdo con datos Mabrian de 2023, el Índice de Percepción Turística Global que registra el público neerlandés sobre su nivel general de satisfacción con España es de 87,2%, superior a todos los demás competidores de los que se dispone de datos (Italia, Francia, Grecia y Turquía). Asimismo, España registra también el mejor resultado en el Índice de Satisfacción con el Producto Turístico (70,2%); así como en el Índice de Percepción de Seguridad (91,5%). Finalmente, en el Índice de Percepción del Clima queda en segundo lugar (84,8%), solo detrás de Turquía (92,7%).





Índice de satisfacción turística del mercado neerlandés según destino



Fuente: MABRIAN (2023)

33

Tomando en consideración tanto los productos turísticos más demandados en España como su posicionamiento, respecto a los de otros competidores, la imagen de España sigue siendo principalmente la tradicional de “sol y playa”, aunque se ha apreciado un aumento en el “turismo activo” así como un incremento considerable en las visitas de neerlandeses al norte de la península, sobre todo a la España Verde. Todavía el turista neerlandés prefiere otros países según qué tipo de vacaciones, bien por la imagen que tiene de España o bien por su relativa lejanía.

**Conectividad aérea con España**

España, con 5,6 millones de asientos programados para 2024, es el segundo país mejor conectado por detrás de Reino Unido, con 5,8 millones de asientos, y muy por delante de otros destinos competidores del mediterráneo como Italia (2,9), Portugal (1,5), Turquía (1,4) y Grecia (1,3)

Los Países Bajos cuentan con cinco aeropuertos principales: Schiphol (Ámsterdam, AMS), Eindhoven (EIN), Rotterdam (RTM), Groningen (GRQ) y un último en Maastricht/Aachen (MST). Estos cinco aeropuertos suman conexiones a lo largo del año con 20 aeropuertos españoles: Alicante, Almería, Asturias, Barcelona, Bilbao, Fuerteventura, Girona, Gran Canaria, Granada, Ibiza, Lanzarote, Madrid, Málaga, Menorca,



Palma de Mallorca, Reus, Santa Cruz de La Palma, Santiago de Compostela, Sevilla, Tenerife Sur y Valencia.

### Tramitación de documentos de viaje

Tanto Países Bajos como España forman parte del espacio Schengen por lo que no existen requisitos de viaje más allá de las medidas que han estado vigentes durante la pandemia y que, actualmente, han sido eliminadas.

## PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

Siguiendo el estudio de Trends&Tourism sobre el futuro del mercado turístico neerlandés<sup>1</sup>, podemos identificar doce tendencias principales:

34

1. **Vacaciones cortas más frecuentes.** En gran proporción se trata de escapadas breves (2-4 días) dentro del propio país (70%, frente a un 30% que viaja al extranjero). Suelen caracterizarlas cierto grado de impulsividad, por lo que el proceso de reserva ocurre poco antes del viaje. Más de la mitad de los neerlandeses sienten cada vez más la necesidad de tomarse un breve descanso debido al ajetreo de la vida cotidiana, esto es particularmente acentuado en los grupos de edad de hasta 54 años.
2. **Más vacaciones en el segmento de edad senior.** Debido al aumento de este grupo de edad con el envejecimiento de la población, las mejores condiciones de salud de este segmento y también a que los seniors de hoy en día se van de vacaciones con más frecuencia que las generaciones anteriores. Los seniors, además, gastan más en promedio por vacaciones, tienden a viajar más a menudo en primavera y otoño (desestacionalizando el flujo turístico), y prefieren alojarse en hoteles.
3. **Mayor autonomía en el diseño de las propias vacaciones.** Continuación de una tendencia de las últimas décadas hacia la auto reserva de viaje y el paquete dinámico en detrimento del paquete de viaje tradicional, debido a una necesidad de mayor flexibilidad y libertad por parte de los viajeros. La aparición de la inteligencia artificial puede jugar un importante papel en este proceso. Sin embargo, en tiempos de incertidumbre, muchos consumidores prefieren

<sup>1</sup> "Future Vision Dutch Holiday Market 2030". Trends&Tourism: January 2024.

operadores turísticos y agencias de viajes por su experiencia, asesoramiento personal y garantía de seguridad.

4. **Permanente conexión digital en destino.** El móvil está cada vez más presente en todas las fases del viaje con la excepción de la reserva, donde en Países Bajos todavía va por detrás de otros medios online y offline. Los jóvenes tienen muchas más probabilidades de haber hecho una reserva a través de un smartphone que los mayores de 55 años (71% frente a 30%).
5. **Mayor importancia del contacto con la población local.** Esta tendencia se apoya fundamentalmente en las posibilidades que ofrecen las aplicaciones de la economía compartida a la hora de viajar, alojarse o contratar experiencias con un guía o un chef local. Es especialmente importante entre los segmentos más jóvenes como Millennials y Generación Z. Respecto a destinos más lejanos también se combina con la tendencia a viajar fuera de la zona de confort.
6. **Aumento del interés por el lujo.** Las vacaciones en la oferta reglada han ganado algo de popularidad, pero especialmente las que incorporan algún componente novedoso o experiencial de lujo, como wellness, gastronomía, bodegas, alojamiento singular, glamping,... a veces impulsado por la importancia de la imagen que se transmite en las redes sociales. La definición de "lujo" no se refiere exclusivamente a algo material o caro, sino también a experiencias únicas o singulares. Las personas con estudios superiores son las más dispuestas a pagar un poco más por comodidad y lujo (63%).
7. **Elección de medios de transporte más ecológicos.** Impulsado por la mayor conciencia en la necesidad de reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>. Las llegadas en tren o en autobús a España, aunque todavía residuales, han experimentado una subida constante en los últimos años. Es previsible que para los recorridos de menos de 1000 Kms las conexiones por tren sustituyan al avión en los próximos años. Asimismo, seguirá aumentando la propiedad y el uso de coches eléctricos, así como el número de estaciones de recarga en Europa.
8. **Búsqueda de lugares menos conocidos.** Se trata de una reacción al turismo de masa y aunque las ciudades más visitadas siguen manteniendo una gran popularidad se empiezan a apreciar crecimientos importantes en visitas a ciudades menos conocidas de mediano tamaño. En particular, el segmento senior suele preferir destinos con una menor concentración de turistas. respecto a los más jóvenes (un 55% frente a un 37%, respectivamente).
9. **Mayor importancia a la experiencia vivida.** Responde a la tendencia a otorgar un mayor valor de lo inmaterial respecto a lo material. Se conjuga en el mercado neerlandés con otras microtendencias, como los viajes que combinan trabajo y ocio con compañeros de la misma empresa, o los realizados por clubs deportivos u organizaciones benéficas/ voluntariados.

10. **Equilibrio y vida sana.** Para los holandeses también es cada vez más importante buscar el bienestar de la mente, el cuerpo y el alma. La vida sana es importante tanto para el creciente grupo de seniors como para los Millennials, en particular estos últimos valoran mucho el equilibrio en la vida (están a la vanguardia del yoga, la comida orgánica, etc.).
11. **Redescubrimiento de destinos domésticos.** La crisis del COVID-19 provocó un punto de inflexión, contribuyendo a preferir un turismo doméstico en lugar del internacional. Sin embargo, dicha tendencia seguirá siendo popular entre los neerlandeses, especialmente para el segmento senior (64%).
12. **Incremento de viajes bleisure y workations.** El trabajo híbrido y a distancia está en auge, especialmente entre millennials. Las mismas empresas lo utilizan como una forma de atraer y retener empleados al ofrecer condiciones laborales atractivas. En respuesta, las empresas turísticas están adaptándose, ofreciendo diferentes tipos de alojamientos de larga estancia y espacios de co-working. Las posibilidades del trabajo remoto seguirán mejorando, con más empresas ofreciendo esta opción y siempre más destinos extranjeros ofreciendo visados especiales para "trabajadores a distancia" o los nómadas digitales.

### Características clave del mercado

España seguirá creciendo como destino vacacional preferido en el mercado turístico emisor de los Países Bajos. La tendencia en cuanto al número de llegadas seguirá siendo positiva.

La recuperación de la conectividad y la extensión de las rutas y frecuencias aéreas hacia destinos del norte y centro de España, con la nueva conexión reciente a Granada, así como el desarrollo de la red de alta velocidad y los bajos precios de este medio de transporte en nuestro país tendrán un impacto positivo en una mayor diversificación en cuanto a las formas de turismo y su distribución geográfica. Por ello, en cuanto a la distribución de llegadas por Comunidades Autónomas se prevé que en términos relativos se den incrementos porcentuales mayores en las regiones del norte y del centro.

### Previsiones a medio plazo

Existen diversos factores que apuntan a un modesto pero sostenido aumento de las llegadas de neerlandeses a España en el medio plazo. El propio crecimiento del volumen del mercado emisor, la tendencia a un mayor número de vacaciones aunque más cortas, así como la familiaridad y cercanía del destino y el buen clima juegan a

favor de esta tendencia. En nuestra contra juegan favores como el cambio climático, la tendencia a un mayor número de vacaciones en el propio país, la sensibilidad medioambiental respecto a la aviación, etc.

Todo parece indicar que la tendencia a viajar al extranjero por parte de los neerlandeses seguirá siendo elevada en el medio plazo. Conforme al estudio de Trends&Tourism sobre viajes vacacionales de los neerlandeses en 2024, las razones más mencionadas para no irse de vacaciones, una semana o más, el próximo verano son de tipo económico (costes elevados, aumento de los precios), seguidas de "nunca voy de vacaciones"<sup>1</sup>.

Según el mismo estudio, España permanece como el destino vacacional más deseado para esta próxima temporada de verano (17%), seguido por Francia (12%), Italia (10%) y Grecia (8%). Este hecho unido a la mayor propensión manifestada a viajar nos hace ser optimistas en cuanto a la cifra de llegadas para este año. Sin embargo, las subidas de precios tanto en los vuelos como en la oferta alojativa nos hace ser más cautelosos respecto al nivel de gasto.

37

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

Al ser España el principal destino vacacional de los neerlandeses en el Mediterráneo, el cambio climático puede ser uno de los principales factores que afecten a la demanda en los próximos años. En el periodo de 1881 a 1970, el número de días de buen tiempo<sup>2</sup> en Países Bajos fue de una media de 36 al año, la mitad de ellos en los tres meses de verano. En los últimos cuarenta años, el número de días de buen tiempo ha sido de una media de 43 al año, también la mitad de ellos en los tres meses de verano. El número medio de días de buen tiempo es ahora de unos 50 al año, pero – debido a la irregularidad del tiempo – las diferencias son grandes de un año a otro.

Una mayor conciencia ecológica también puede incidir en el volumen de vacaciones hacia España, respecto a otros destinos vecinos o el propio país, debido a que el mayor volumen de llegadas de turistas neerlandeses a España es por avión. Por otro lado, una mayor flexibilidad entre trabajo y vacaciones, así como la tendencia creciente al workation en Países Bajos, puede contribuir a una mayor estancia media y frecuencia

<sup>1</sup> "Holiday Plans of the Dutch Summer 2023". Trends&Tourism. February 2023.

<sup>2</sup> Se considera un día de buen tiempo en Países Bajos cuando el sol brilla durante al menos la mitad del día, la temperatura es superior a la media en histórica y no hay más de 0.2 milímetros de precipitaciones.

de viajes a nuestro país, así como a un decrecimiento de la estacionalidad y mayor diferenciación en los productos turísticos demandados por los neerlandeses<sup>1</sup>.

Otros factores como la situación de altos precios del combustible que encarecen los precios de los billetes de avión, así como de inflación generalizada que conlleva también a un aumento de los precios en los hoteles pueden tener un impacto negativo. Asimismo, las interrupciones en el tráfico aéreo por la falta de personal o por huelgas en los aeropuertos europeos pueden incidir en el corto plazo, aunque se prevé mínima gracias a la resiliencia que muestra el mercado emisor neerlandés y su capacidad de adaptación a las circunstancias.

---

<sup>1</sup> "Future Vision Dutch Holiday Market 2030". Trends&Tourism: January 2024.

85%

56%

69%



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

TURESPAÑA 