

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2.

PAÍSES BAJOS 2025
Mercado Emisor

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

Con 18,1 millones de habitantes, los Países Bajos son uno de los mercados emisores más activos de Europa. El tercero en 2023 tras Noruega y Suecia. Ese año, el 80,8% de la población realizó al menos un viaje vacacional, con un promedio de 3,1 viajes por persona, principalmente internacionales (20,9 millones de viajes)¹.

El gasto total en vacaciones en 2023, -año más reciente del que se disponen datos globales-, alcanzó los 22.800 millones de euros, de los cuales 18.500 millones se destinaron a viajes al extranjero. El gasto medio en destino para los viajes internacionales fue de 887€ por persona y viaje, con importantes variaciones según el tipo de viaje. El poder adquisitivo ha sufrido por la inflación, aunque se espera una recuperación. La temporada alta se concentra entre mayo y septiembre (61%), siendo el verano clave para familias con hijos. Las principales motivaciones fueron escapadas urbanas (17%), turismo activo o deportivo (16%) y sol y playa (12%), influidas por el precio, la búsqueda de relajación y el buen clima.

4

En cuanto al transporte en el conjunto de los viajes vacacionales en 2024, el avión fue el medio más utilizado (51%), seguido del propio vehículo (38%) y el tren (5%)². La movilidad es buena, aunque la posible reducción en Schiphol y el aumento de coste del transporte aéreo pueden ser un reto. De hecho, como las aerolíneas están endureciendo sus políticas de equipaje de mano, el 66% de los neerlandeses investiga estas políticas al elegir aerolínea y el 37% se plantea no volar por este endurecimiento de las reglas³.

Volumen del mercado por gasto

En 2023, los residentes en Países Bajos gastaron 22.800 millones de euros en vacaciones, un 11% más que en 2022 y muy por encima de la inflación (+3,8%)⁴. De ese total, 18.500 millones se destinaron a viajes al extranjero (un 12% más), mientras que el gasto interno creció un 7%. Estos datos reflejan una fuerte recuperación del turismo internacional, con un gasto medio por viaje y persona de 887 euros.

Entre 2019 y 2023, el gasto turístico en el extranjero pasó de una caída abrupta a una recuperación sostenida. En 2019 fue de 17.200 millones de euros, descendiendo a 6.500 millones en 2020 por la crisis sanitaria. Luego repuntó hasta alcanzar los 18.500 en 2023, superando niveles prepandemia⁵.

¹ "Market scan Dutch holiday market 2023". Trends&Tourism

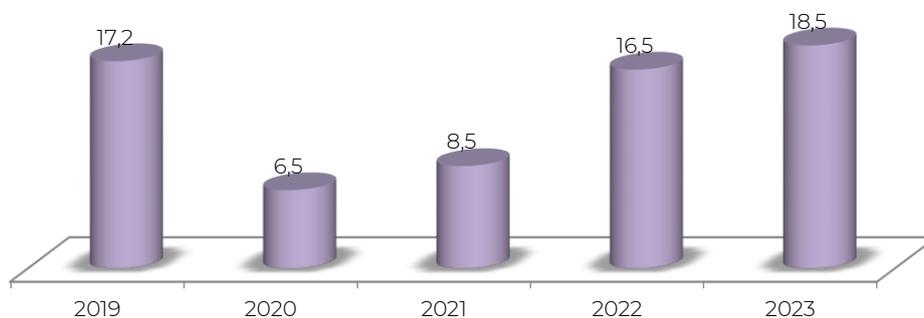
² ANVR Jaarmeting 2024. Gfk.

³ [Maatregelen handbagage laat Nederlanders nadenken over vliegreis | nrit.nl - trends, nieuws en kennis op het gebied van leisure, toerisme en hospitality.](#)

⁴ "Market scan Dutch holiday market 2023". Trends&Tourism

⁵ "Market scan Dutch holiday market 2023". Trends&Tourism

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



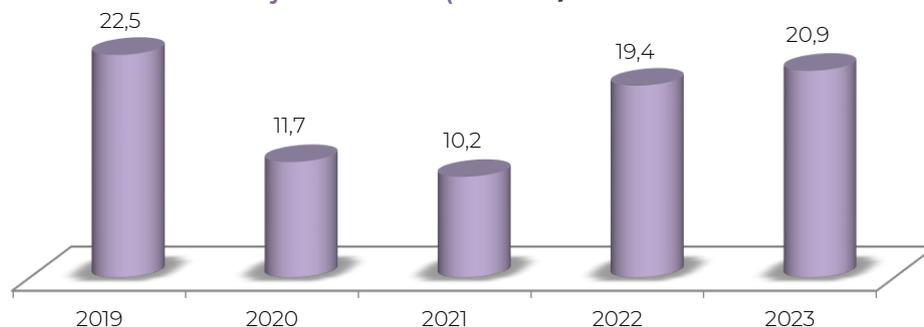
Fuente: "Market scan Dutch holiday market 2023". Trends&Tourism.

Volumen del mercado por número de viajes

Entre 2019 y 2023, los viajes al extranjero de residentes en Países Bajos reflejaron el impacto de la pandemia y una recuperación progresiva. En 2019 se registraron 22,5 millones de viajes, cifra que cayó a 11,7 millones en 2020 por las restricciones de movilidad¹. En 2021 se mantuvo baja (10,2 millones), pero desde 2022 comenzó a recuperarse con 19,4 millones, y en 2023 llegó a 20,9 millones de viajes al extranjero².

5

Viajes al exterior (Millones)



Fuente: "Market scan Dutch holiday market 2023", "Market scan Dutch holiday market 2022". Trends&Tourism y CBS.

Principales áreas emisoras

La población de los Países Bajos se concentra mayoritariamente en las provincias de Holanda Septentrional, Holanda Meridional y Utrecht, que conforman la región conocida como Randstad. Esta área urbana, que representa aproximadamente el 47% de la población nacional³, destaca no solo por su densidad demográfica, sino también

¹ [Halvering aantal vakanties naar buitenland in 2020 | CBS](#)

² "Market scan Dutch holiday market 2023". Trends&Tourism.

³ [Inwoners per gemeente | CBS](#)

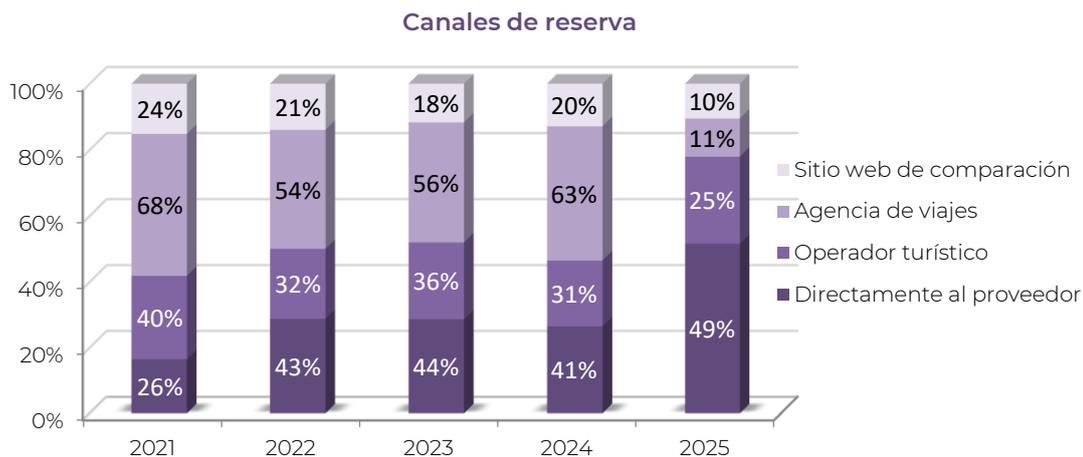
por su alto nivel de renta y su papel como principal zona emisora de turismo internacional. En ella se encuentra ubicado el aeropuerto de Ámsterdam-Schiphol, el más importante del país para vuelos internacionales¹.

Fuera del Randstad, también destacan ciudades de tamaño medio con dinamismo turístico, como Eindhoven y Breda en la provincia de Brabante Septentrional, Maastricht en Limburgo y Groninga en el norte, que funcionan como polos regionales de salida hacia el extranjero, especialmente en temporadas vacacionales.

Organización del viaje y reservas

El turista neerlandés organiza cada vez más sus viajes de forma autónoma y digital. Entre 2021 y 2025, las reservas directas con proveedores finales de servicios han pasado del 26% al 49%, reflejando una preferencia por la personalización, la transparencia y mejores precios. En paralelo, los canales tradicionales pierden peso: las reservas con operadores turísticos caen del 40% al 25%, las agencias de viajes del 68% al 11% y los comparadores del 24% al 20%². Aun así, el tipo de viaje influye: los urbanos se gestionan mayoritariamente de forma directa (58%), o en comparadores (21%), mientras que las vacaciones de playa aún se reservan a través de operadores (37%).

6



Fuente: "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK. También se han consultado los mismos informes de GfK entre el 2021 al 2024.

En cuanto a los canales empleados, la web es el medio más utilizado, por más del 80% de los viajeros en casi todas las formas de reserva, mientras que la atención presencial aún tiene relevancia en agencias (42%), especialmente entre quienes valoran el trato personalizado. El uso de apps móviles, aunque aún limitado, muestra un crecimiento progresivo entre los perfiles más jóvenes, sobre todo en plataformas comparadoras³.

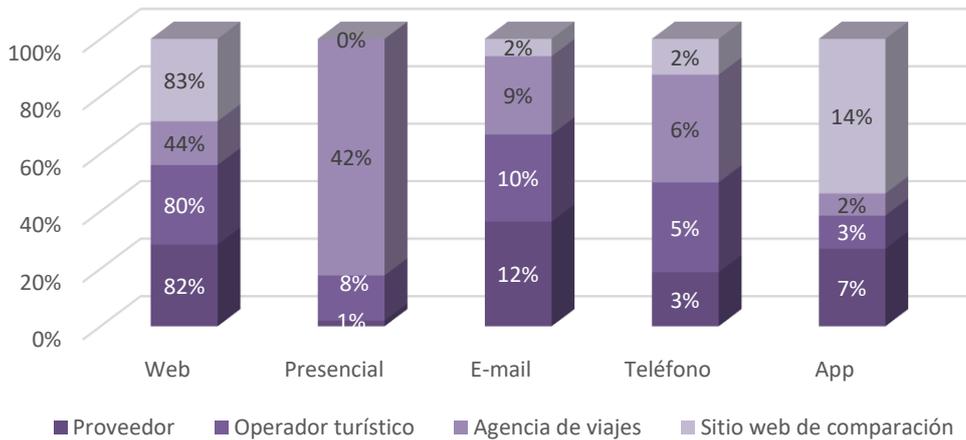
¹ "De Vliegende Hollander 2024". Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid KiM.

² "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK, y "ANVR Jaarmeting 2024", "ANVR Jaarmeting 2023", "ANVR Jaarmeting 2022" y "ANVR Jaarmeting 2021". GfK.

³ "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.

La organización del viaje entre los neerlandeses muestra una distribución equilibrada, reflejo de la diversidad de perfiles. Un 36% opta por paquetes que combinan transporte y alojamiento, mientras que un 29% prefiere reservar ambos servicios por separado, buscando mayor flexibilidad y control.

Forma de reservar

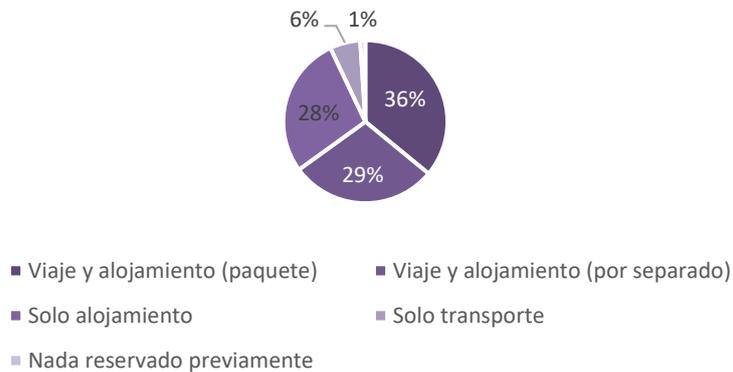


Fuente: "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.

7

El 28% reserva solo el alojamiento, vinculado a escapadas o viajes por carretera, y un 6% solo el transporte. Solo el 1% no realiza reservas previas, lo que confirma el carácter planificador del mercado neerlandés¹.

Forma de organizar el viaje en 2025



Fuente: "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.

El avión sigue siendo el principal medio de transporte para las vacaciones de los neerlandeses, con un uso creciente del 53% en 2023 al 55% en 2025, reflejando su

¹ "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.



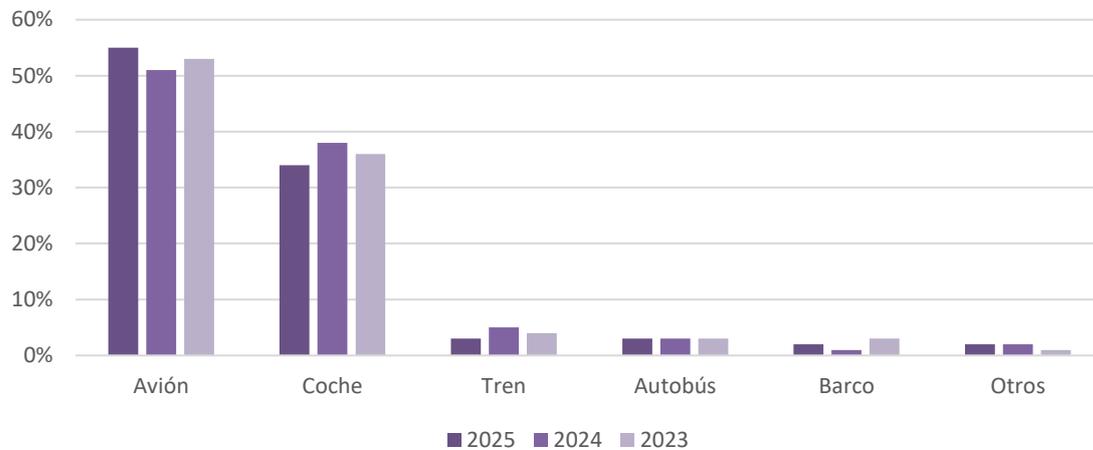
preferencia por destinos internacionales. Un 13% vuela desde aeropuertos extranjeros, destacando Düsseldorf (5%), Bruselas (3%) y Weeze (1%)¹. El coche, segunda opción, desciende del 38% al 34%, posiblemente por el alza del precio del combustible o el menor interés en viajes largos por carretera.

Pese al impulso europeo al tren como alternativa sostenible, su uso entre los neerlandeses cae del 5% en 2024 al 3% en 2025². La preferencia por volar puede responder a la tendencia de hacer escapadas cortas durante el año, donde el tiempo parece ser un factor clave³. Un estudio de Raisin (2025) muestra que el avión es de media un 62% más caro que el tren para una familia neerlandesa: las rutas ferroviarias más económicas son a destinos alemanes y checos, mientras que viajar a España, Francia o Italia en tren resulta menos competitivo⁴.

Por su parte, el autobús mantiene una cuota estable del 3% en el periodo analizado, siendo una opción minoritaria, generalmente vinculada a viajes organizados o de bajo presupuesto. El barco, con una participación marginal (del 3% en 2023 al 2% en 2025), se limita a destinos específicos, como las islas.

8

Medio de transporte más utilizado en vacaciones



Fuente: "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.

¹ "De vliegende Hollander 2024". Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM). Ministerie van Infrastructuur en Waterstraat.

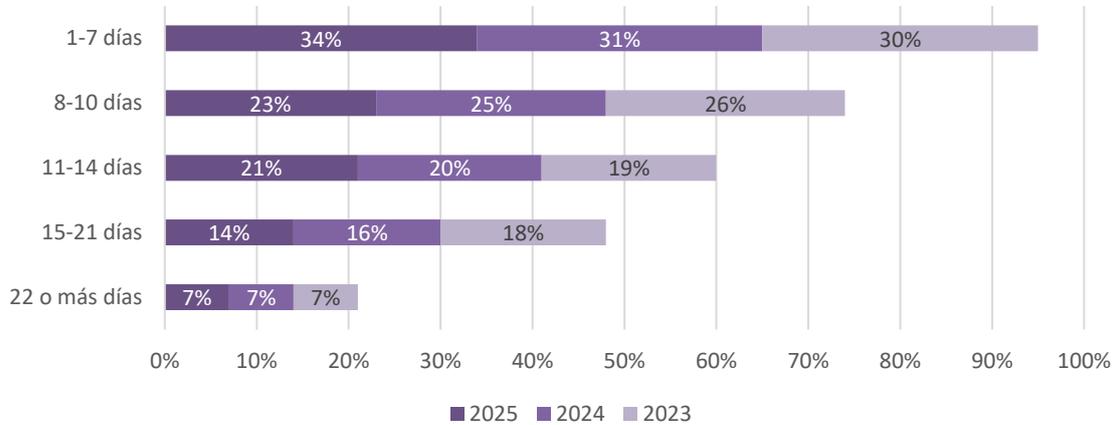
² "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.

³ "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK y "Market scan Dutch holiday. Market 2023". Trends&Tourism

⁴ [Verrassend: treinen goedkoper dan vliegen | nrit.nl - trends, nieuws en kennis op het gebied van leisure, toerisme en hospitality](https://www.nrit.nl/trends-nieuws-en-kennis-op-het-gebied-van-leisure-toerisme-en-hospitality)



Duración de las vacaciones de los neerlandeses

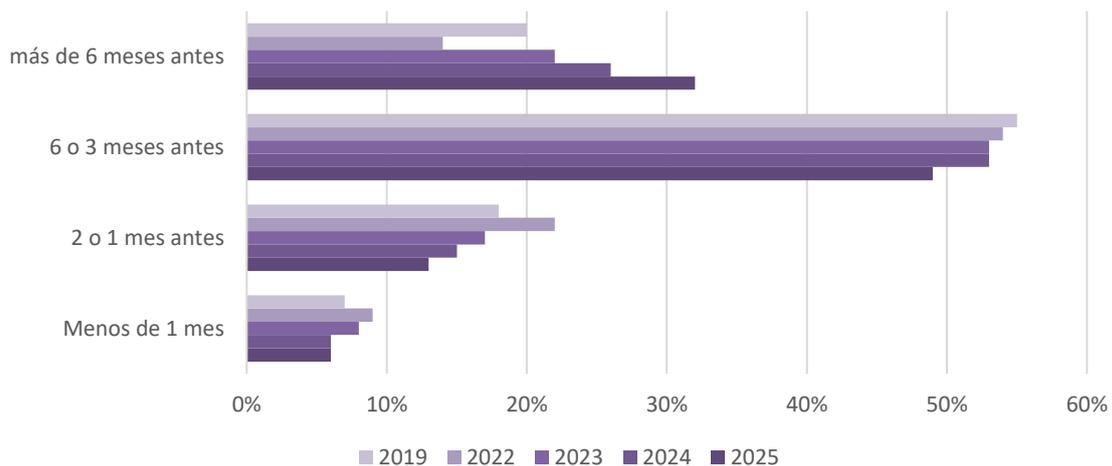


Fuente: "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.

9

Entre 2023 y 2025, los turistas neerlandeses prefieren estancias más cortas pero viajar con más frecuencia. Los viajes de hasta 7 días aumentaron del 30% al 34%, mientras que los de 8 a 10 días bajaron ligeramente del 26% al 23%. Las estancias de 11 a 14 días subieron del 19% al 21%, las de 15 a 21 días cayeron del 18% al 14%, y las de más de 22 días se mantuvieron en 7%¹.

Evolución del tiempo de antelación con el que los viajeros neerlandeses reservan sus vacaciones (2019-2025)



Fuente: "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK, y "ANVR Jaarmeting 2024". GfK.

¹ "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.



Entre 2019 y 2025, los turistas neerlandeses planifican cada vez más sus vacaciones con antelación. En 2025, el 32% reservó con más de seis meses antes sus vacaciones, frente al 26% en 2024 y el 14% en 2022. Aunque las reservas entre tres y seis meses siguen siendo las más comunes, han bajado del 55% en 2019 al 49% en 2025. Las reservas con uno o dos meses de antelación también disminuyeron del 18% en 2019 al 13% en 2025. Las de última hora (menos de un mes) se mantienen estables entre 6% y 9%. Estos datos reflejan un perfil de viajero cada vez más planificador y menos espontáneo¹.

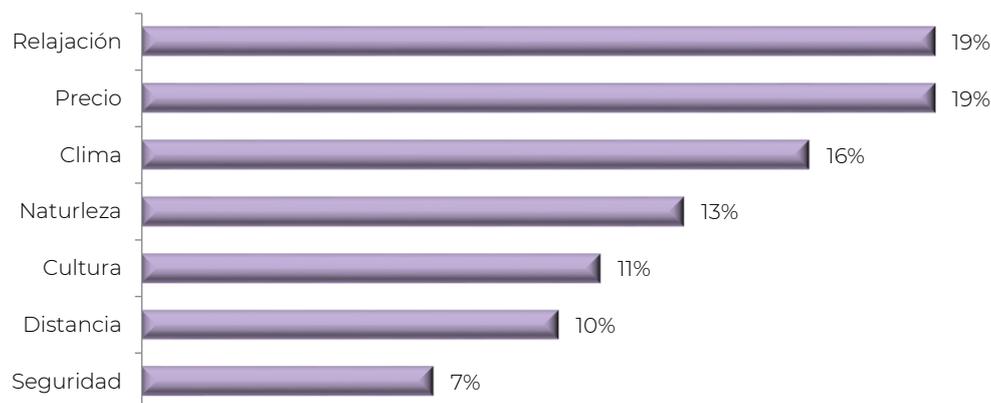
Comportamiento viajero

Los datos muestran que los principales factores que hacen decantarse a los turistas neerlandeses por un destino están relacionados con el bienestar personal y el coste del viaje. La relajación y el precio lideran con un 19% cada uno, reflejando una clara orientación hacia el descanso y la búsqueda de opciones asequibles. El clima (16%) y la naturaleza (13%) también son importantes, ya que el entorno natural y las condiciones meteorológicas influyen en la elección. Otros factores, como la cultura (11%) y la distancia (10%), tienen un peso secundario, complementando las prioridades de desconexión y coste. La seguridad es el menos mencionado (7%), indicando que suelen priorizar el disfrute sobre la precaución².

10

En conjunto, el perfil del viajero neerlandés se caracteriza por preferir experiencias accesibles, relajantes y con buen clima, sin que la seguridad o la proximidad sean determinantes en su decisión.

Factores en la elección de destino (%)

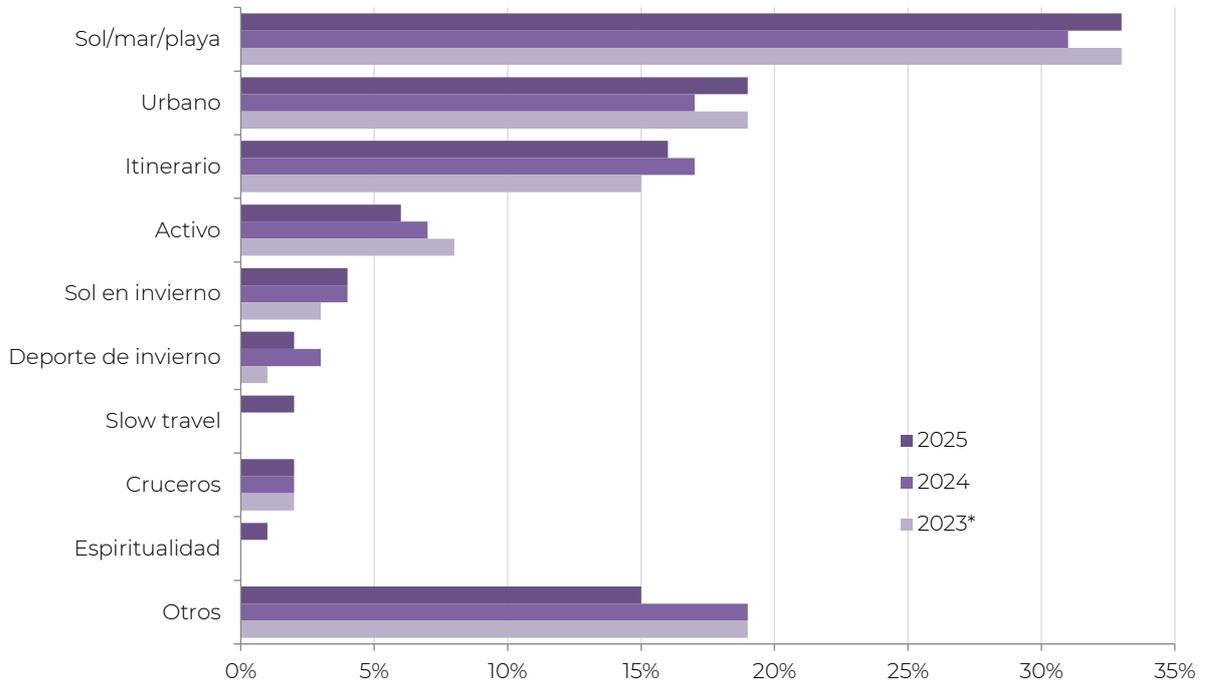


Fuente: "ANVR Jaarmeting 2025". GfK.

¹ "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK, y "ANVR Jaarmeting 2024". GfK.

² "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.

Tipo de vacaciones (%)



Fuente: "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.

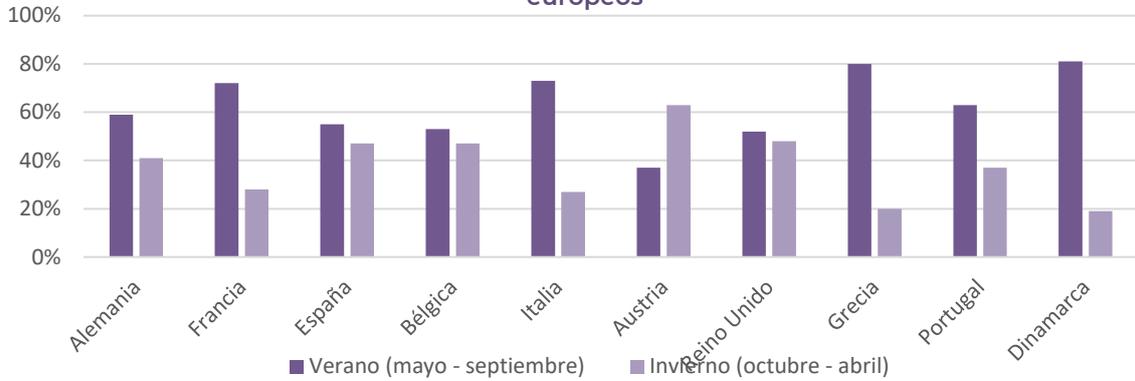
Entre 2023 y 2025, las preferencias vacacionales de los neerlandeses muestran estabilidad y ligeros cambios. Las vacaciones de verano de sol, mar y playa se mantienen populares (22% en 2023 y 2025, con un pico del 31% en 2024). Las escapadas urbanas oscilan entre el 17% y 19%, y los viajes con itinerarios crecen del 15% al 16%. Las vacaciones activas bajan del 8% al 6%, y las de invierno se mantienen minoritarias: turismo de sol estable en 4% y deportes de invierno que suben del 1% al 2%. La categoría "otros" baja del 19% al 15%, posiblemente redistribuyéndose hacia modalidades específicas. Aparecen nuevas tendencias de viaje en 2025 como el *slow travel* (2%) y vacaciones con motivación espiritual (1%), reflejando interés en viajes más sostenibles y orientados al bienestar.

Según el informe "ANVR Jaarmeting 2025", los neerlandeses quieren en sus próximas vacaciones más sol, descanso y relajación (13%), más experiencias e itinerarios (10%), estancias más largas (9%) o viajes más frecuentes (8%). Esto sugiere que las vacaciones de playa podrían ganar popularidad y que hay una división entre quienes prefieren mayor duración y quienes buscan más frecuencia¹.

El análisis de la estacionalidad del turismo neerlandés revela patrones claros en cuanto a la elección de destinos según la época del año.

¹ "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.

La estacionalidad del turismo neerlandés en 2023 por algunos países europeos



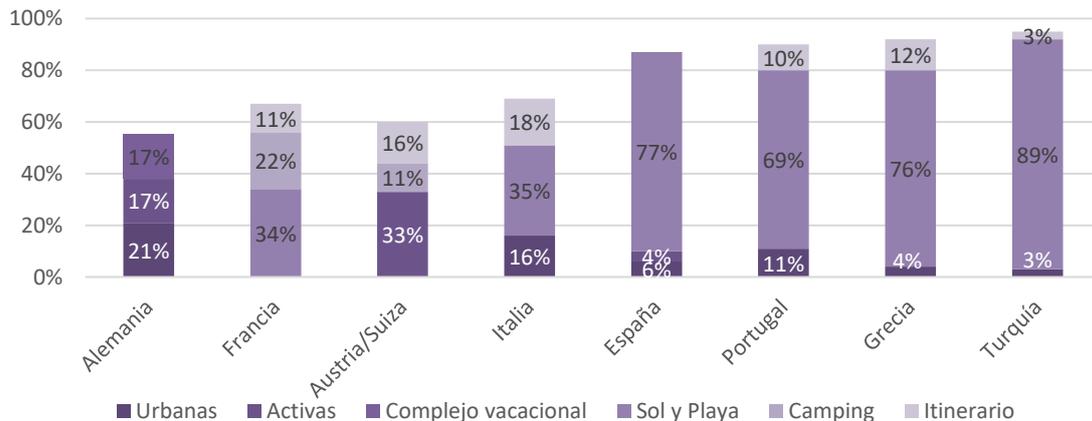
Fuente: "Market scan Dutch holiday market 2023". Trends&Tourism

12

Durante el verano (mayo a septiembre), la mayoría de los destinos cálidos y costeros concentran un alto porcentaje de las llegadas anuales de turistas neerlandeses: Grecia (80%), Italia (73%) y Francia (72%), seguidos por Portugal (63%) y Alemania (59%). En cambio, Austria (63% de llegadas de octubre a abril) concentra sus visitas en los meses de invierno, impulsadas por el turismo de nieve. Bélgica, España y Reino Unido presentan una distribución más equilibrada entre invierno y verano, mostrando menor estacionalidad. Además, crece el interés por viajar fuera del verano: mayo atrae al 35% de viajeros, la primavera al 21% y el otoño al 13%, reflejando una desestacionalización progresiva¹.

En 2023, los turistas neerlandeses seleccionaron sus destinos vacacionales principalmente en función de las características diferenciadoras de cada país: playas en el sur de Europa, cultura urbana en países cercanos y actividades en la naturaleza en regiones alpinas.

Tipo de vacaciones por destino



Fuente: "Holiday plans of the Dutch for summer 2025". Trends&Tourism

¹ "Market scan Dutch holiday market 2023". Trends&Tourism



En 2025, las preferencias vacacionales de los neerlandeses varían según el destino elegido. Alemania se perfila como una opción muy versátil, combinando viajes urbanos (21%), vacaciones activas (17%) y estancias en complejos vacacionales (17%). Francia, por su parte, destaca en turismo de sol y playa (34%) y camping (22%), lo que sugiere una combinación de descanso y contacto con la naturaleza.

Austria y Suiza atraen sobre todo a quienes buscan vacaciones activas (33%) y viajes con itinerarios definidos (16%), reafirmando su atractivo para el turismo de montaña. Italia muestra un perfil equilibrado, con interés tanto en escapadas urbanas (16%) como en recorridos con ruta (18%).

Los destinos del sur de Europa –España, Portugal, Grecia y Turquía– concentran claramente a los turistas neerlandeses que buscan sol y playa, con cifras especialmente elevadas: 77% en España, 69% en Portugal, 76% en Grecia y 89% en Turquía. Aunque en menor medida, también presentan algo de interés por viajes de itinerario o urbanos.

En conjunto, los datos muestran una clara segmentación: mientras el norte y centro de Europa se asocian a viajes más activos y variados, los países mediterráneos se consolidan como los destinos favoritos para el descanso al sol¹.

13

Segmentación de la demanda

En el estudio “Future Vision Dutch Holiday Market 2030” de Trends&Tourism (enero 2024) clasifica las generaciones neerlandesa según su relación con las vacaciones:

- Generación silenciosa: nacidos en las décadas de 1930 y 1940, durante e inmediatamente después de la Segunda Guerra Mundial. Sus valores son el esfuerzo y la sobriedad, y consideran las vacaciones un lujo, no una necesidad. Prefieren quedarse en su país o viajar a sus segundas residencias en destinos mediterráneos, especialmente Francia y España.
- Baby Boomers: nacidos en la década de los 50, contexto de crecimiento económico. Consideran las vacaciones un derecho conectado al trabajo. Optan por destinos seguros, viajes organizados y estancias prolongadas (más de 3 semanas), especialmente en invierno o en cruceros a climas cálidos.
- Generación X: (décadas de los 60 y 70). Con una fuerte cultura del esfuerzo, perciben las vacaciones como una recompensa. Valoran el bienestar físico y mental, por eso buscan destinos con opciones de mindfulness, yoga o instalaciones wellness.
- Millennials: (décadas de los 80 y 90). Priorizan el equilibrio entre vida personal y laboral. Ven las vacaciones como parte de su desarrollo personal, con alta preferencia por el turismo urbano y los viajes al extranjero. Hoy, muchos son padres, y escogen destinos familiares y populares en los 80 y 90.

¹ “Holiday plans of the Dutch for summer 2025”. Trends&Tourism

- Generación Z: (nacidos a partir de los 2000). Son nativos digitales, abiertos al mundo y habituados a moverse por Europa. Adoptan rápidamente tecnologías como apps de economía compartida y muestran una fuerte conciencia ambiental cuando viajan.

Se observa una tendencia hacia viajes más cortos pero frecuentes, especialmente fuera de temporada. Ha aumentado la planificación anticipada, aunque entre los jóvenes también crecen las reservas de última hora, motivadas por la incertidumbre climática o geopolítica¹. La inflación lleva a los viajeros, sobre todo familias con hijos en edad de escolarización y jóvenes, a optar por opciones más económicas o destinos cercanos, sin reducir significativamente su intención de viajar². La demanda está guiada por la relación calidad-precio, la seguridad, el clima y el descanso. Destaca la aparición de *slow travel*, y el interés por destinos menos masificados³. Ciudades medianas como Valencia, Cracovia o Sofía están ganando protagonismo frente a grandes capitales turísticas⁴.

Perfil del viajero

Los viajeros neerlandeses jóvenes y de mediana edad, entre 18 y 49 años, presentan un perfil dinámico y predominantemente urbano. Muestran una clara preferencia por las escapadas a ciudades, una modalidad que reservan con mayor frecuencia que los mayores de 50 años. Dentro de este grupo, los jóvenes de entre 18 y 34 años destacan por su espontaneidad y flexibilidad: suelen planificar sus vacaciones con muy poca antelación —a menudo con menos de una semana— y optan por gestionar sus reservas directamente con los proveedores, evitando intermediarios.

También se observa entre ellos una mayor inclinación por el uso del tren como medio de transporte, lo que refleja una mentalidad práctica y una mayor conciencia ambiental. Además, este grupo muestra una alta intención viajera a corto plazo, ya que más de la mitad (52%) tiene previsto viajar al extranjero en los próximos tres meses.

En el otro extremo del espectro generacional, los mayores de 65 años adoptan una planificación más tradicional. Prefieren estancias más largas —frecuentemente de más de tres semanas— y se inclinan por los paquetes turísticos que combinan transporte y alojamiento. Utilizan con mayor frecuencia el autobús (8%) y muestran una clara preferencia por destinos de sol en invierno o por cruceros, opciones que ofrecen comodidad y servicios organizados. Aunque menos espontáneos que los jóvenes, los mayores de 50 años también mantienen una actitud activa hacia los viajes: el 40% tiene intención de seguir viajando próximamente, lo que refleja una vitalidad notable incluso en etapas avanzadas de la vida.

La formación educativa también influye significativamente en los hábitos de viaje de los neerlandeses. Aquellos con estudios de orientación práctica tienden a elegir vacaciones de verano en la playa, organizadas con mayor frecuencia a través de

¹ [Geopolitieke spanningen beïnvloeden boekingen reiswereld | nrit.nl - trends, nieuws en kennis op het gebied van leisure, toerisme en hospitality](#)

² "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.

³ "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.

⁴ [Verrassende reistrends lente 2025: Valencia aan kop, onbekend populair en slim boeken loont | nrit.nl - trends, nieuws en kennis op het gebied van leisure, toerisme en hospitality](#)

operadores turísticos y mediante paquetes que combinan transporte y alojamiento¹. Esta modalidad ofrece comodidad y facilidad en la planificación, aspectos especialmente valorados por este perfil.

En cambio, las personas con una formación más teórica —como estudios universitarios o humanísticos— suelen optar por experiencias más autónomas, como los viajes itinerantes. Este grupo muestra una clara preferencia por realizar reservas directas con los proveedores y una mayor propensión a utilizar su propio vehículo (39%), lo que refuerza su autonomía y capacidad de autogestión durante el viaje.

El contexto familiar también desempeña un papel clave en los hábitos de viaje. Los padres con hijos en edad escolar suelen planificar sus vacaciones con más de seis meses de antelación buscando que coincidan con los periodos vacacionales del calendario académico. Al igual que los viajeros con formación teórica, este grupo prefiere desplazarse en su propio vehículo (58%)², lo que les proporciona mayor flexibilidad para organizar los desplazamientos en función de las necesidades familiares.

En término de género, los hombres neerlandeses tienden a preferir viajar en solitario o en pareja, reflejando un estilo más independiente y personalizado, en contraste con opciones más grupales o familiares. En cambio, las mujeres que viajan solas muestran una mayor preocupación por la seguridad (56% frente al 6% de los hombres). También otorgan más importancia a la planificación del equipaje: el 79% considera importante preparar la ropa con antelación, mientras que el 79% de los hombres no lo considera necesario³.

En términos económicos, el gasto promedio de los neerlandeses durante las vacaciones asciende a 100 euros por persona y por día. El coste medio por reserva ronda los 2.400 euros, mientras que el gasto previsto en destino supera los 800 euros. Entre las distintas tipologías de viaje, quienes optan por vacaciones itinerantes —más largas y personalizadas— son los que realizan el mayor desembolso, con una media total de 5.000 euros sumando reserva y gastos en destino. Por su parte, los viajeros urbanos presentan un gasto medio de aproximadamente 1.700 euros

La evolución del presupuesto vacacional entre 2019 y 2025 muestra un cambio significativo en los hábitos de consumo turístico de los neerlandeses⁴. En 2025, el 14% de los viajeros invertirá más de 4.000 euros en sus vacaciones, frente al 8% que lo hacía en 2019. También se observa un incremento en el tramo de gasto entre 2.001 y 4.000 euros, que pasa del 20% al 27%. En conjunto, casi uno de cada tres neerlandeses gasta ahora más de 2.000 euros, una proporción claramente superior a la de hace seis años.

En contraste, los tramos de gasto más bajos han perdido peso: el grupo que destina menos de 1.000 euros ha caído del 41% en 2019 al 32% en 2025⁵. Esta evolución refleja un aumento general en el presupuesto vacacional, atribuible tanto a la inflación como a una transformación en las preferencias del viajero, que ahora tiende a elegir

¹ "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.

² "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.

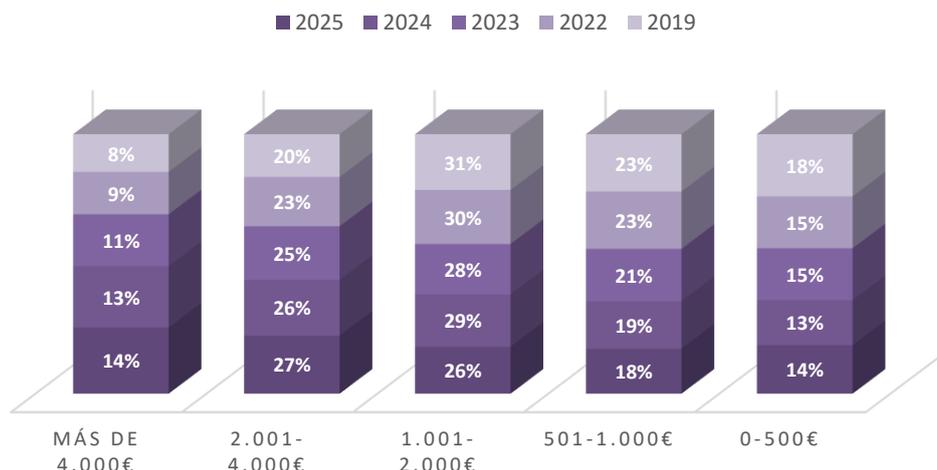
³ "Alleen op reis: de belangrijkste bestemmingen en uitdagingen voor soloreizigers". Columbus Travel y Sawadee. 2025.

⁴ "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK, y "ANVR Jaarmeting 2024". GfK.

⁵ "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.

vacaciones más largas, en destinos más lejanos o con un mayor grado de personalización. En definitiva, los neerlandeses buscan experiencias más completas y valiosas, lo que indica no solo una mayor capacidad de gasto, sino también un cambio en las expectativas del viajero contemporáneo.

IMPORTE TOTAL DE LAS VACACIONES RESERVADAS



16

Fuente: "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK, y "ANVR Jaarmeting 2024". GfK

El gráfico muestra una clara tendencia al alza en el gasto total de los neerlandeses en vacaciones entre 2019 y 2025, en consonancia con el alza de los precios. El segmento de quienes invierten más de 4.000 € ha crecido del 8 % en 2019 al 14 % en 2025¹, y también aumenta el grupo que gasta entre 2.001 € y 4.000 €, del 20 % al 27 %. En paralelo, los tramos de menor gasto, especialmente el de menos de 1.000 €, han perdido peso, reflejando una reducción del turismo más económico.

Estos son los costes medios de los neerlandeses dependiendo del tipo de vacaciones:

Costes medios de los diferentes tipos de vacaciones					
	Sol y playa	Urbano	Itinerario	Deportivo	De media
Cuántos días	11,5 días	5,8 días	17,8 días	10,3 días	11,4 días
Cuántas personas	3	2,6	2,6	3,2	2,8
Gasto reserva	2.711€	1.220€	3.679	1.613€	2.376€
Gasto promedio en destino	810€	525€	1.423€	666€	824€
Costes totales medios	3.522€	1.745€	5.102€	2.279€	3.200€
Gastos por día y persona	102€	116€	110€	69€	100€

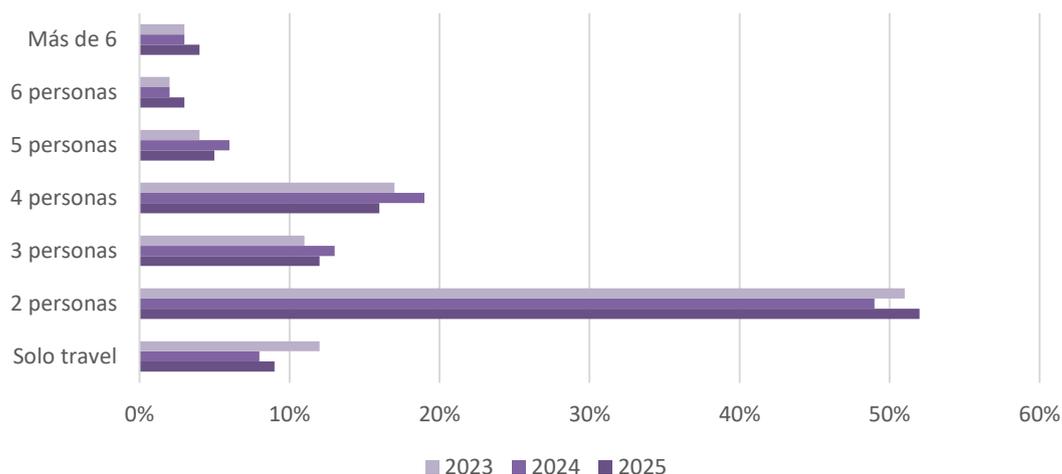
Fuente: "ANVR Jaarmeting 2024". GfK

¹ "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK, y "ANVR Jaarmeting 2024". GfK



Los datos del período 2023 al 2025 muestran que la mayoría de los viajes se realizan en pareja (2 personas), con un promedio cercano al 50%. Los viajes en grupo (4 o más personas) mantienen una participación menor y relativamente estable. El "solo travel" presenta una ligera baja en 2024, aunque repunta en 2025. En general, se observa una tendencia constante con variaciones mínimas en la composición de los grupos de viaje.

Número de personas por vacaciones reservadas



Fuente: "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.

En 2025, la mayoría de los neerlandeses viaja con su pareja (72%), lo que coincide con el predominio de las reservas para dos personas. A continuación se sitúan los viajes con hijos (29%), que explican la relevancia de grupos de tres o cuatro personas, típicos de familias nucleares. Otras formas de viajar, como los viajes con amistades (12%) o en solitario (8%), reflejan una creciente diversidad. Por su parte, los desplazamientos con familia extensa (8%) o política (5%) tienen un peso menor, pero siguen siendo opciones¹.

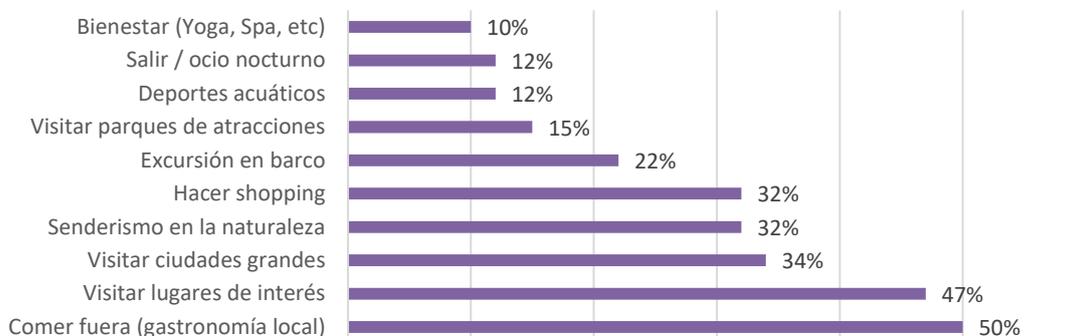
Productos turísticos demandados

Las actividades más demandadas por los neerlandeses en vacaciones de sol y playa en el Mediterráneo son comer fuera (50%) y visitar lugares de interés (47%), especialmente entre los mayores de 55 años (58%). También destacan visitar ciudades, hacer senderismo (39% entre quienes tienen estudio superiores), compras (36% en paquetes vacacionales y 43% con menor nivel educativo) y, entre los más jóvenes (18-34 años), el ocio nocturno (18%)².

¹ "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.

² "The Potential Market of Fly/Sun Holidays", Trends&Tourism (junio 2024).

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



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

Conclusiones y tendencias

18

El mercado turístico neerlandés se caracteriza por su madurez, digitalización y fuerte cultura viajera, con un alto grado de autonomía en la planificación. Es un mercado adaptable a los cambios económicos y sociales: pese a la inflación, la mayoría de los neerlandeses sigue viajando, priorizando el equilibrio entre calidad, precio y experiencias auténticas.

Predominan los viajes en pareja, especialmente en verano, aunque se consolida la preferencia por escapadas más breves y frecuentes. También se detecta una planificación más anticipada, con un aumento significativo de las reservas hechas con más de seis meses de antelación. El avión sigue siendo el medio de transporte más usado, aunque el alquiler de coche y el tren ganan protagonismo por precio y sostenibilidad.

Los factores más determinantes en la elección del destino son el descanso, el coste y el clima, mientras que la seguridad y la proximidad tienen un papel secundario. Destinos de playa y escapadas urbanas siguen siendo los favoritos¹, con un creciente interés por el *slow travel*², el turismo activo y la desestacionalización, especialmente en primavera y otoño.

Existen diferencias marcadas según edad y nivel educativo: los jóvenes reservan con menos antelación y prefieren experiencias urbanas y sostenibles; los mayores apuestan por paquetes organizados y viajes largos. Además, quienes tienen formación universitaria tienden a optar por vacaciones más autónomas e itinerantes, mientras

¹ [Hoe gaan Nederlanders deze zomer op vakantie? | nrit.nl - trends, nieuws en kennis op het gebied van leisure, toerisme en hospitality.](https://nrit.nl/trends-nieuws-en-kennis-op-het-gebied-van-leisure-toerisme-en-hospitality)

² [Verrassende reistrends lente 2025: Valencia aan kop, onbekend populair en slim boeken loont | nrit.nl - trends, nieuws en kennis op het gebied van leisure, toerisme en hospitality.](https://nrit.nl/trends-nieuws-en-kennis-op-het-gebied-van-leisure-toerisme-en-hospitality)

que los perfiles de trabajadores técnico-profesionales prefieren soluciones completas ofrecidas por turoperadores.

MERCADO EMISOR A ESPAÑA

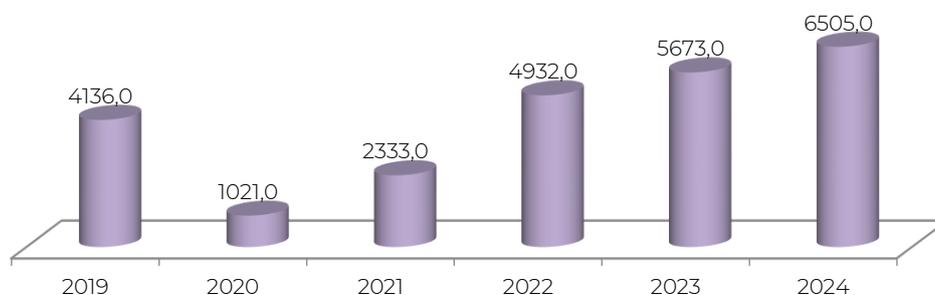
Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

Entre 2019 y 2024, el volumen de gasto de los turistas neerlandeses en sus viajes a España ha experimentado un crecimiento significativo, marcado por una recuperación sostenida tras el impacto de la pandemia. En 2019, el gasto total ascendía a 4.136 millones de euros. La crisis sanitaria provocó un desplome en 2020, reduciendo esta cifra a 1.021 millones de euros. No obstante, a partir de 2021 se observa una recuperación progresiva, con un incremento que llegó a los 5.673 millones en 2023 y una estimación de 6.505 millones de euros en 2024.

19

En paralelo, el gasto medio diario también ha mostrado una evolución positiva: de 147 euros en 2019 se ha incrementado hasta los 176 euros en 2024. En conjunto, los datos reflejan una recuperación robusta del mercado emisor neerlandés, con una tendencia creciente tanto en volumen como en gasto por persona¹.

Gasto Total (Millones de euros)



Fuente: EGATUR-INE.

Número de viajes a España

El mercado neerlandés ha mostrado un comportamiento dinámico y resiliente entre 2019 y 2025. Tras el fuerte descenso provocado por la pandemia —de 3,69 millones de turistas en 2019 a menos de un millón en 2020 y 2 millones en 2021—, la recuperación ha sido constante. En 2022 se superaron los niveles prepandemia con 3,9 millones de visitantes, cifra que ha seguido ascendiendo hasta llegar a 4,8 millones en 2024.

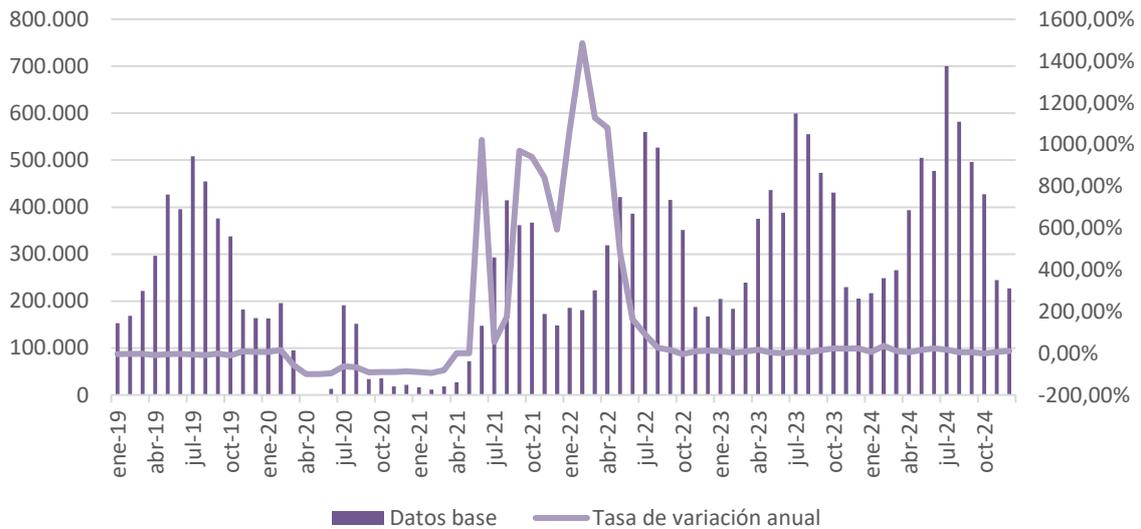
¹ EGATUR-INE.

Viajeros neerlandeses a España



Fuente: FRONTUR

Viajeros neerlandeses mensuales en España y tasa de variación anual (2019-2024)



Fuente: FRONTUR

Desde el punto de vista estacional, el turismo neerlandés muestra una fuerte concentración en los meses de verano. Julio y agosto registran el mayor número de llegadas, seguidos de mayo, junio y septiembre, reflejando una clara preferencia por las vacaciones estivales de sol y playa. En cambio, enero, febrero, noviembre y diciembre presentan menor afluencia. Este patrón, unido al aumento sostenido del gasto medio diario, apunta a un perfil de turista fiel, con alta capacidad de gasto y vinculado a destinos tradicionales, especialmente los de sol y playa¹.

¹ "Market scan Dutch holiday market 2023". Trends&Tourism

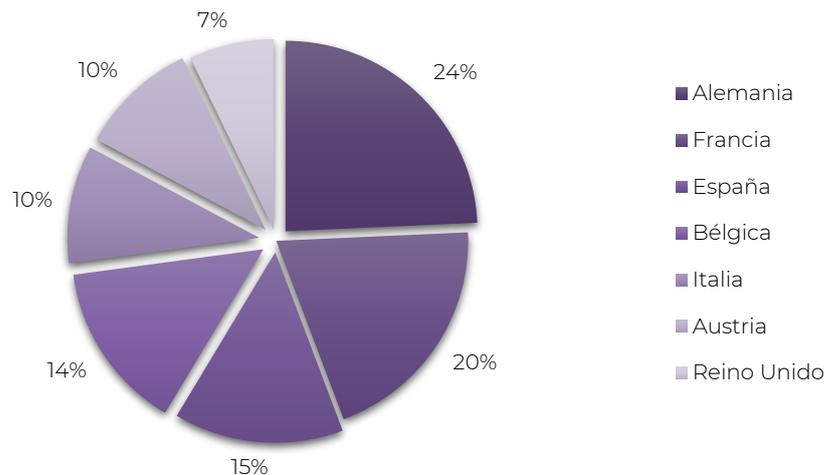


Entre 2019 y 2024, la evolución anual de las llegadas ha estado marcada por una fuerte caída en 2020 (con descensos del -100% en abril y mayo), seguida de una recuperación acelerada en 2021 y 2022 por efecto rebote. Desde 2023, las tasas de crecimiento se han moderado, mostrando una estabilización del mercado y un retorno a los niveles prepandemia, con una proyección de crecimiento más gradual en adelante.

Cuota de España en el mercado turístico emisor

En 2023, España captó el 10 % de la cuota de mercado del turismo neerlandés, consolidándose como uno de los destinos europeos preferidos por estos viajeros. España compite en un mercado donde Alemania lidera con un 17 % y Francia alcanza el 14 %, beneficiándose estos países de su proximidad geográfica y la facilidad de acceso. Además, Bélgica también comparte un 10 % de la cuota, apoyada en su cercanía y vínculos culturales con los Países Bajos. Otros destinos como Italia y Austria registran un 7 % cada uno, y el Reino Unido solo un 5 %¹.

Principales destinos internacionales escogidos por los neerlandeses

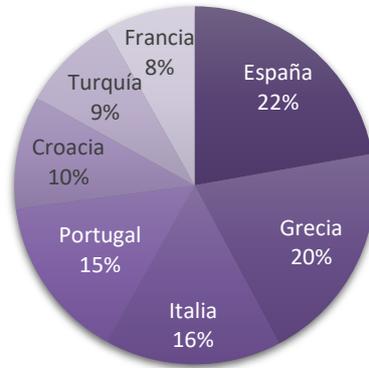


Fuente: "Market scan Dutch holiday market 2023". Trends&Tourism

En el segmento de turismo de sol y playa, España es el destino favorito para el 63% de los neerlandeses, según el estudio "The Potential Market of Fly/Sun Holidays" (junio 2024). Le siguen Grecia (57%), Italia (45%), Portugal (42%), y en menor medida Croacia (29%), Turquía (25%) y Francia (23%).

¹ "Market scan Dutch holiday market 2023". Trends&Tourism

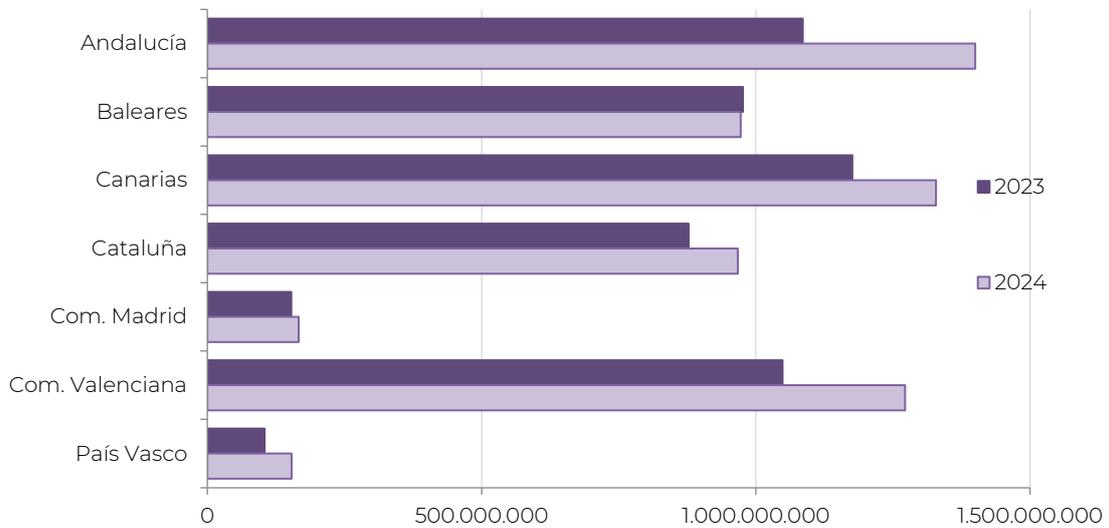
Principales destinos internacionales del segmento de turismo sol y playa



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

Principales destinos en España

Principales destinos por gasto total



Fuente: EGATUR

Los principales destinos en España para los turistas neerlandeses, medidos por el gasto total, son Andalucía, Canarias, Comunidad Valenciana, Baleares, Cataluña, Comunidad de Madrid y País Vasco. Representan conjuntamente más del 96% del gasto de los neerlandeses en España.

En 2024, Andalucía encabeza el ranking de gasto total con más de 1.400 millones de euros, seguida de cerca por Canarias y Comunidad Valenciana, que superan todas ellas



los 1.000 millones de euros de gasto. Respecto al gasto medio diario, la Comunidad de Madrid encabeza la lista con 281€ por día. En términos de gasto medio por persona es más elevado en Canarias, con 1.629,88€ por estancia, indicando estancias más largas y un mayor gasto por viaje. Le siguen Baleares y la Comunidad Valenciana, reforzando su posición como destinos relevantes no solo en volumen, sino también en intensidad del gasto turístico neerlandés.

Comunidad autónoma	Gasto turístico (Millones de €)	Gasto medio diario	Gasto medio por persona
Andalucía	1.400	190	1.339
Baleares	973	228	1.405
Canarias	1.329	207	1.630
Cataluña	967	167	1.189
Comunidad de Madrid	167	281	1.134
Comunidad Valenciana	1.272	128	1.347
País Vasco	153.510	243	1.261

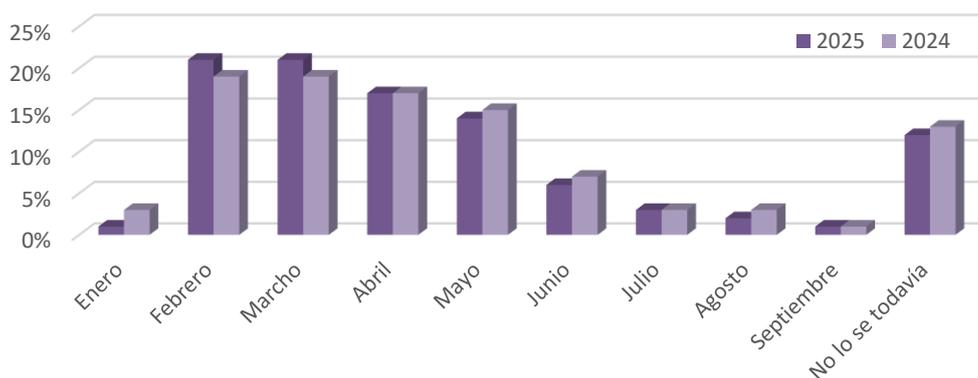
Fuente: EGATUR

Organización del viaje y reserva

Los neerlandeses suelen organizar sus vacaciones a destinos mediterráneos y del sur de Europa a través de intermediarios, como agencias, plataformas de reserva y turoperadores. En el caso de España, el 56% reserva por esta vía, mientras que el 32% lo hace directamente con proveedores. Entre quienes optan por paquetes turísticos, destacan TUI (63%), Corendon (39%), Sunweb (38%) y D-Reizen (33%)¹.

El 38% de los viajeros prefiere organizar el viaje por su cuenta, un 33% opta por paquetes turísticos y un 11% reserva únicamente el alojamiento². Los jóvenes de entre 18 y 35 años suelen buscar comodidad y se inclinan por paquetes vacacionales, mientras que las personas con estudios superiores prefieren organizar sus vacaciones por cuenta propia³.

Meses de reserva



Fuente: "Holiday plans of the Dutch for summer 2025". Trends&Tourism. 2025.

¹ "The Potential Market of Fly/Sun Holidays". Trends&Tourism. 2024.

² "Market scan Dutch holiday market 2023". Trends&Tourism.

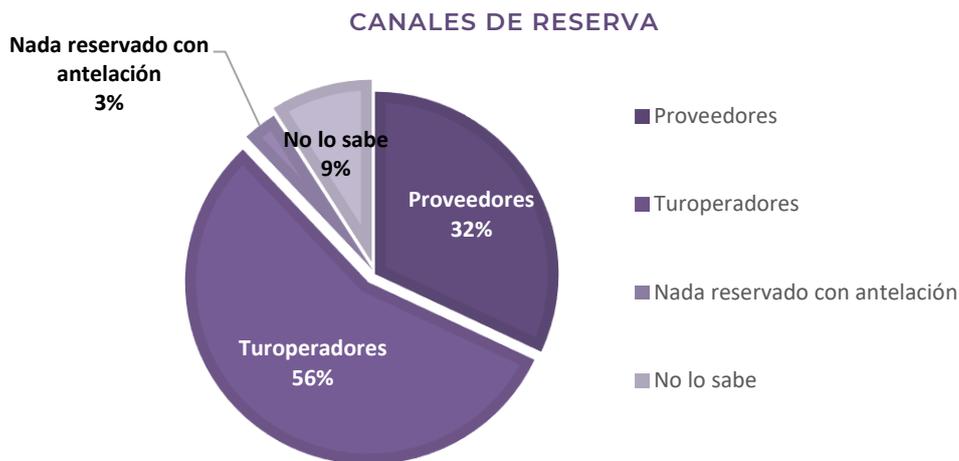
³ "The Potential Market of Fly/Sun Holidays" Trends&Tourism. 2024.

De acuerdo con el estudio de mercado realizado por la encuestadora Trends&Tourism a comienzos de año, en 2024 y 2025, la mayoría de los turistas neerlandeses que aún no han reservado sus vacaciones de verano en el extranjero tienden a hacerlo principalmente en febrero y marzo, con un 19-21 % en ambos meses. Abril y mayo también son meses importantes para las reservas, concentrando entre el 14 % y 17 % de las mismas. Los meses de verano (junio a agosto) registran una menor proporción de reservas, mientras que alrededor del 12-13 % de los viajeros todavía no saben en qué mes realizarán su reserva, mostrando cierta indecisión en el proceso de planificación.

En febrero del 2025, ya había 42% de los viajes a España reservados. Siguiendo los datos de "Holiday Plans of Dutch for Summer 2025", el 23% de los neerlandeses quieren marcharse de vacaciones a España en junio, en julio el 35%, en agosto el 23%, en septiembre el 16%, y hay un 4% que no lo sabe. El avión es el principal medio de transporte para viajar a España (80%), por delante del coche (14%) y el tren (1%). Este patrón es similar al que se observa para otros destinos mediterráneos como Grecia (89%) y Portugal (92%)¹.

En cuanto al alojamiento, los hoteles son la opción más reservada (56%). Les siguen los apartamentos turísticos (13%), los bungalós o segundas residencias (9%) y los campings (10%)².

24



Fuente: "Holiday Plans of the Dutch Summer 2024". Trends&Tourism.

La mayoría de los turistas neerlandeses reserva sus vacaciones a España a través de turoperadores, que concentran el 56 % de las reservas, lo que refleja una alta confianza en los paquetes organizados y en la intermediación especializada. Un 32 % opta por reservar directamente con proveedores, como alojamientos o aerolíneas, mientras que solo un 3 % viaja sin haber reservado con antelación. El 9 % restante aún no tiene claro

¹ "Market scan Dutch holiday market 2023". Trends&Tourism.

² "Holiday Plans of Dutch for Summer 2025". Trends&Tourism.

el canal que utilizará, lo que sugiere cierto margen de decisión en las fases iniciales de planificación¹.

Comportamiento viajero

El gráfico refleja una estacionalidad marcada en los viajes de los neerlandeses a España. En 2023 y 2024, la mayor afluencia se concentró en primavera y verano, con picos claros en julio. A partir de octubre, las llegadas disminuyen notablemente, alcanzando sus niveles más bajos en los meses de invierno (enero, febrero, noviembre y diciembre), con una media superior a los 200.000 visitantes mensuales.

En general, 2024 presenta un volumen superior de turistas neerlandeses respecto a 2023 en todos los meses excepto octubre. Las diferencias más significativas se registran entre mayo y julio, periodo en el que 2024 supera notablemente a 2023. Los datos del primer trimestre de 2025, según FRONTUR, muestran un ligero aumento respecto al mismo periodo de años anteriores, lo que podría anticipar un inicio de año más sólido o consolidar una tendencia de crecimiento sostenido del mercado neerlandés.

25



Fuente: INE-FRONTUR

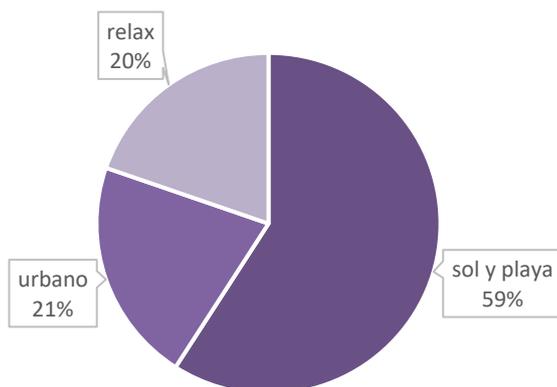
Según el "ANWB Holiday Monitor", las vacaciones de mayo están ganando popularidad en los Países Bajos, ya que permiten evitar tanto las aglomeraciones como los precios

¹ "Holiday Plans of the Dutch Summer 2024". Trends&Tourism.

elevados del verano¹. Asimismo, el informe de VakantieDiscounter² sobre las preferencias de los neerlandeses para las vacaciones de primavera³ (mayo y festivos de junio) señala que Valencia es el destino urbano preferido en España y Europa, superando a Barcelona o Lisboa.

En 2023, los turistas neerlandeses escogieron España principalmente para disfrutar de vacaciones de sol y playa (59%), seguidas por el turismo urbano (21%) y las estancias orientadas al relax (20%)⁴.

Tipo de turismo en 2023: neerlandeses en España



Fuente: "Market scan Dutch holiday market 2023". Trends&Tourism

Según los datos de FRONTUR, la principal motivación del viajero neerlandés para visitar España en 2024 fue el ocio y las vacaciones, representando el 88% del total de visitas, lo que equivale a 4.208.350 personas. En segundo lugar se sitúan los viajes de negocios (5%) y los desplazamientos por motivos personales (4%). Por su parte, los viajes por estudios suponen el 1% del total, con 54.907 visitantes registrados.

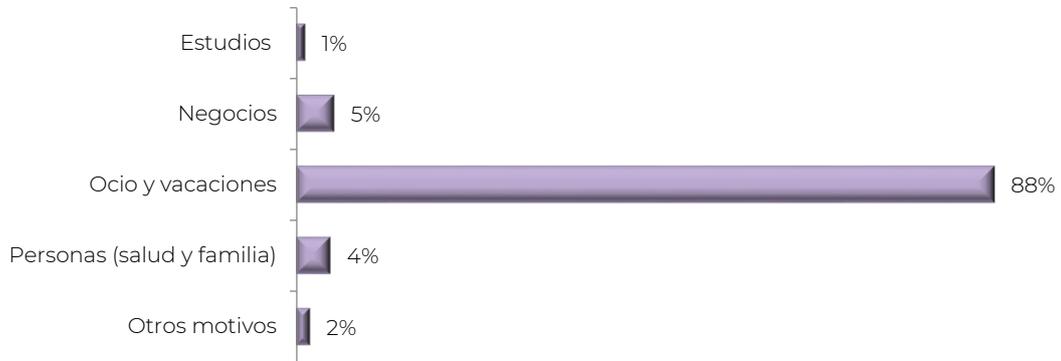
¹ [Las vacaciones de mayo son una alternativa cada vez más popular para la temporada alta | nrit.nl - tendencias, noticias y conocimientos en el ámbito del ocio, el turismo y la hostelería](#)

² [Sorprendentes tendencias de viaje primavera 2025: Valencia a la cabeza, las reservas populares desconocidas e inteligentes dan sus frutos | nrit.nl - tendencias, noticias y conocimientos en el ámbito del ocio, el turismo y la hostelería](#)

³ Las vacaciones de mayo son del 26 de abril al 4 de mayo. El 29 de mayo es festivo, es el Día de la Ascensión (Hemelvaartsdag); el 8 de junio es Pentecostés (Pinksteren) y el 9 de junio es Lunes de Pentecostés (Pinkstermaandag).

⁴ "Market scan Dutch holiday market 2023". Trends&Tourism.

Motivación del viaje (%)

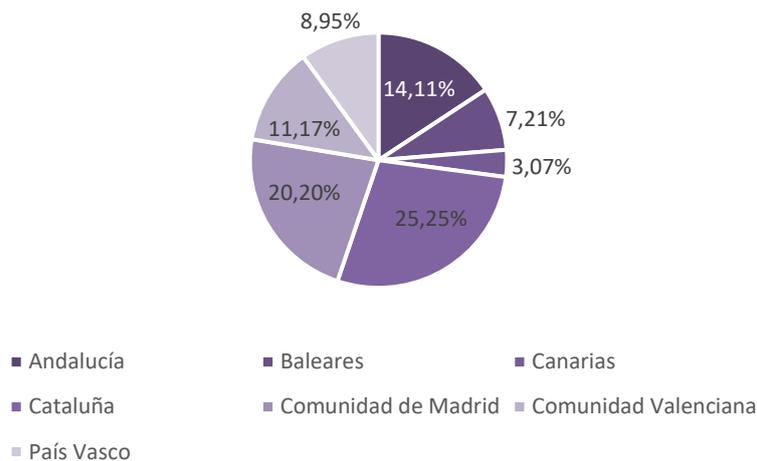


Fuente: INE-FRONTUR

Los viajes de negocios de los neerlandeses a España en 2024 se concentraron principalmente en Cataluña (25,25%) y la Comunidad de Madrid (20,20%), lo que refleja su relevancia económica, institucional y empresarial a nivel nacional. Andalucía (14,11%) y la Comunidad Valenciana (11,17%) también registraron una participación destacada, probablemente vinculada a la presencia de polos industriales y la celebración de eventos sectoriales.

Euskadi (8,95%) se posiciona como un destino relevante en este segmento, por su perfil tecnológico e industrial. Por el contrario, Baleares (7,21%) y Canarias (3,07%) presentan una participación más reducida, posiblemente debido a su orientación predominante hacia el turismo de ocio y vacaciones, más que al turismo corporativo.

Negocios



Fuente: INE-FRONTUR

Segmentación de la demanda

Según el “Plan estratégico de marketing 2021-2024” de Turespaña, se identifican ocho segmentos turísticos: M&M (Más que 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 se agrupan en tres grandes tipos de destinos: urbano, vacacional y naturaleza/interior. El turismo urbano está vinculado a los segmentos SUMA y CULTO, enfocados en ciudades de más de 200.000 habitantes. El turismo vacacional atrae a los segmentos M&M, FAM y SUNNY, que prefieren la costa mediterránea y los archipiélagos. Naturaleza/interior está asociado a JOMO y ROADIES que tienen preferencia por las zonas rurales y las ciudades pequeñas (menos de 200.000 hab.).

En el caso de los turistas neerlandeses en España, predomina el perfil vacacional. La mayoría pertenece al segmento SUNNY, centrado en el turismo de sol y playa. También es frecuente la combinación con el segmento FAM, por los viajes en familia y, con JOMO, debido al interés en actividades al aire libre y en la naturaleza.

Los segmentos M&M, SUMA y CULTO tienen poca representación entre los neerlandeses que visitan España, ya que prefieren experiencias culturales o urbanas que buscan en otras capitales europeas. En cambio, el segmento ROADIES destaca por su relevancia en este mercado. España acoge a estos viajeros que valoran destinos poco masificados y accesibles por carretera. Los neerlandeses son grandes aficionados a las autocaravanas. Este segmento realiza estancias más largas y tienen una mayor dispersión geográfica, lo que favorece la sostenibilidad económica y social del turismo. Aunque el segmento JOMO también busca naturaleza y tranquilidad, encuentra una oferta más atractiva en países próximos como Alemania o Austria.

28

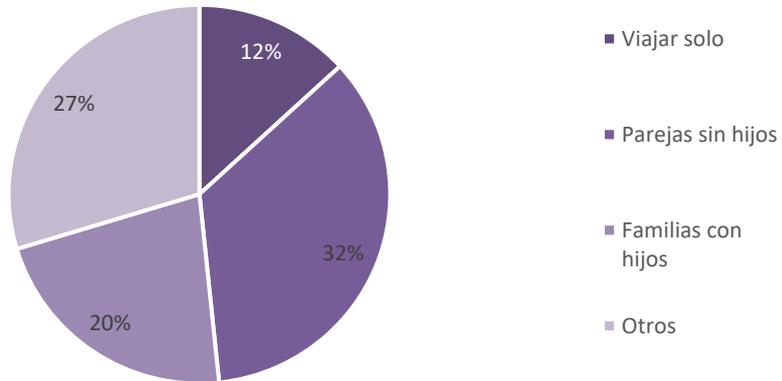
Perfil del viajero

El perfil más frecuente es el de parejas sin hijos (32%), seguido por quienes viajan en grupo o con amigos (27%), familias con hijos (20%) y personas que viajan solas (12%).

En cuanto a la duración de la estancia en España, el 49% de los viajeros permanecen más de 9 días y el 44% entre 5 y 8 días, lo que confirma una clara preferencia por estancias largas. Las visitas se concentran en verano (55%), aunque el 45% elige viajar en invierno, lo que apunta a una demanda estable a lo largo del año¹.

¹ “Market Scan Dutch Holiday Market 2023”. Trends&Tourism.

Composición del viaje de los neerlandeses a España



Fuente: "Market Scan Dutch Holiday Market 2023". Trends&Tourism.

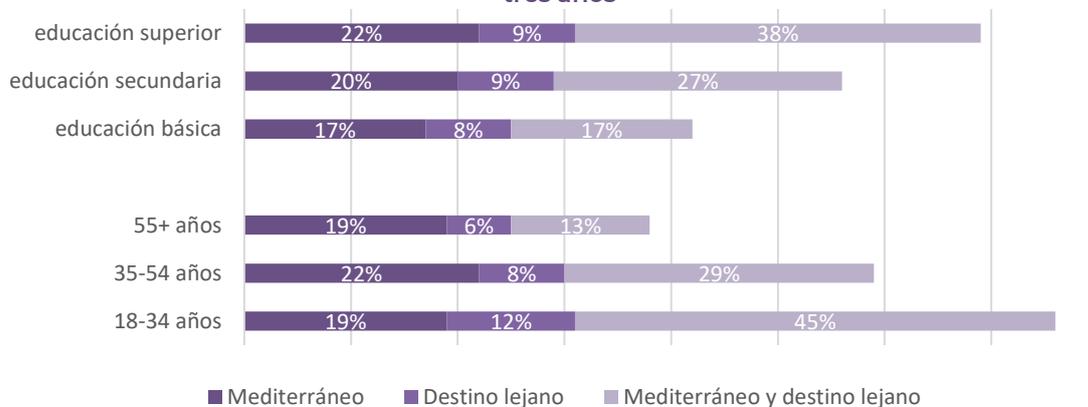
Podemos dividir el perfil del turista neerlandés que viaja a España según su intención de viajar al Mediterráneo y otras variables sociodemográficas. Los viajeros de entre 35 y 54 años son quienes muestran mayor preferencia por el sur de Europa, con un 22% de intención de viaje. Le siguen los grupos de 18 a 34 años y los mayores de 55, ambos con un 19%. Sin embargo, los más jóvenes destacan por su interés en destinos lejanos, con un 45%, frente al 13% en el grupo de mayor de 55 años.

29

Por nivel educativo, también se observan diferencias: un 22% de los turistas con estudios superiores optaría por el Mediterráneo como destino vacacional, frente al 20% con estudios medios y el 17% con educación básica.

En cuanto a las motivaciones de viaje, el turismo de sol y playa predomina con un 39%, seguido por el turismo urbano (14%) y el de relax (13%). Finalmente, las principales influencias a la hora de elegir destino son las recomendaciones de familiares o amigos (39%) y las redes sociales (37%), estas últimas especialmente relevantes entre los viajeros de 18 a 34 años¹.

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



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

¹ "Market Scan Dutch Holiday Market 2023". Trends&Tourism.



Productos turísticos demandados

Según FRONTUR, la principal motivación del viajero neerlandés en España es disfrutar del ocio y las vacaciones. De acuerdo con Trends&Tourism, las actividades más habituales son visitar playas (51%), comer fuera (47%) y descansar (40%)¹. Entre los potenciales viajeros al Mediterráneo, destacan también probar la gastronomía local (50%), visitar lugares de interés (47%), grandes ciudades (34%), hacer senderismo o compras (32%), excursiones en barco (22%), ir a parques de atracciones (15%) o deportes acuáticos (12%).

El 65% de estos viajeros afirma querer explorar la zona con coche de alquiler². Según NRIT Media, alquilar un coche durante una semana en aeropuertos españoles es un 51% más barato en 2025 que en 2022³. En Málaga, por ejemplo, los precios han bajado de 696€ a 316€ (-55%) y en Mallorca se sitúa en 334€, ligeramente por debajo de los 409€ de 2023⁴.

Conclusiones y tendencias

30

España mantiene una posición destacada como destino preferente para el mercado neerlandés, liderando entre los destinos de sol y playa. España es incluso la alternativa al turismo nacional durante las vacaciones de mayo en Países Bajos⁵. En 2024, alcanzó un gasto total de 1.359 millones de euros, con un gasto medio diario de 176€, impulsado por estancias largas y alto consumo⁶.

Los destinos más elegidos son Andalucía, Comunidad Valenciana, Cataluña, Canarias y Baleares, donde el turista neerlandés busca descanso, gastronomía y buen clima. Además, crece la demanda de viajes organizados y la atención hacia zonas menos saturadas, reflejada en segmentos como los ROADIES. Aunque la estacionalidad es marcada, con picos en mayo y julio, se destaca una ligera recuperación de las reservas en el primer trimestre de 2025.

¹ "Holiday Plans of the Dutch Summer 2023". Trends&Tourism.

² "The Potential Market of Fly/Sun Holidays". Trends&Tourism. (june 2024).

³ [Alquiler de coches de vacaciones: los precios se han reducido a más de la mitad desde 2022 | nrit.nl - tendencias, noticias y conocimientos en el ámbito del ocio, el turismo y la hostelería](#)

⁴ [Alquiler de coches de vacaciones: los precios se han reducido a más de la mitad desde 2022 | nrit.nl - tendencias, noticias y conocimientos en el ámbito del ocio, el turismo y la hostelería](#)

⁵ [Drukke en hitte hoogseizoen vormen succes meivakantie | nrit.nl - trends, nieuws en kennis op het gebied van leisure, toerisme en hospitality](#)

⁶ EGATUR-INE.

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

Análisis de la competencia

Las principales motivaciones de los neerlandeses al viajar son el sol, el descanso y la relajación (13%), seguidos por las experiencias e itinerarios (10%)¹. Las vacaciones de sol y playa son su opción preferida, con el sur de Europa como destino clave. En 2023, Grecia fue el país más elegido para este tipo de viaje (59%), seguido por España (39%), Portugal (20%) e Italia (16%). Para vacaciones centradas en el descanso, destacan Francia (18%), Alemania e Italia (14% cada una) y España (13%). En el segmento de turismo experiencial y cultural, los destinos urbanos más populares fueron ciudades de Reino Unido (41%), Bélgica (26%), Portugal (23%), Alemania (19%) y Francia (13%). En turismo activo, sobresalen Austria (73%), sobre todo en invierno, además de Alemania (17%) y Portugal (12%). Estos datos reflejan que los neerlandeses buscan un equilibrio entre relax y exploración durante sus vacaciones².

Los neerlandeses suelen desplazarse en coche a destinos cercanos como Alemania, Francia, Bélgica y Austria (entre el 76% y 79%), mientras que los destinos mediterráneos como España (80%), Grecia (89%) y Portugal (92%) se alcanzan principalmente en avión. El tren también es una alternativa destacada, especialmente hacia Reino Unido (23%), Alemania y Bélgica (13%) y Francia (10%)³.

España se posiciona como uno de los destinos favoritos para estancias largas: el 49% de los neerlandeses pasa allí más de 9 días. Por detrás están Italia, Grecia y Francia. Por el contrario, apenas un 7% elige España para escapadas de 2 a 4 días, donde predominan Bélgica y Alemania. Esto refuerza el papel de España como destino preferido para vacaciones prolongadas⁴.

En cuanto al alojamiento en 2023, los hoteles fueron la opción principal, sobre todo en Reino Unido (57%), Grecia (57%) y Alemania (51%). Las casas vacacionales destacaron en Francia (35%) y Bélgica (36%), mientras que España sobresalió en el uso de apartamentos (24%). El camping tuvo mayor presencia en Francia (21%) y Alemania (8%).

Respecto al nivel de organización del viaje, los neerlandeses reservaron mayoritariamente solo el alojamiento en destinos próximos como Alemania, Francia, Bélgica e Italia (63%-72%). Los paquetes vacacionales fueron más comunes en lugares más lejanos como Grecia (60%), España (33%) y Portugal (30%). Las vacaciones autoorganizadas tuvieron especial relevancia en Reino Unido (54%) y Portugal (52%)⁵.

¹ "Market Scan Dutch Holiday Market 2023". Trends&Tourism.

² "Market Scan Dutch Holiday Market 2023". Trends&Tourism.

³ [Verrassend: treinen goedkoper dan vliegen | nrit.nl - trends, nieuws en kennis op het gebied van leisure, toerisme en hospitality](#)

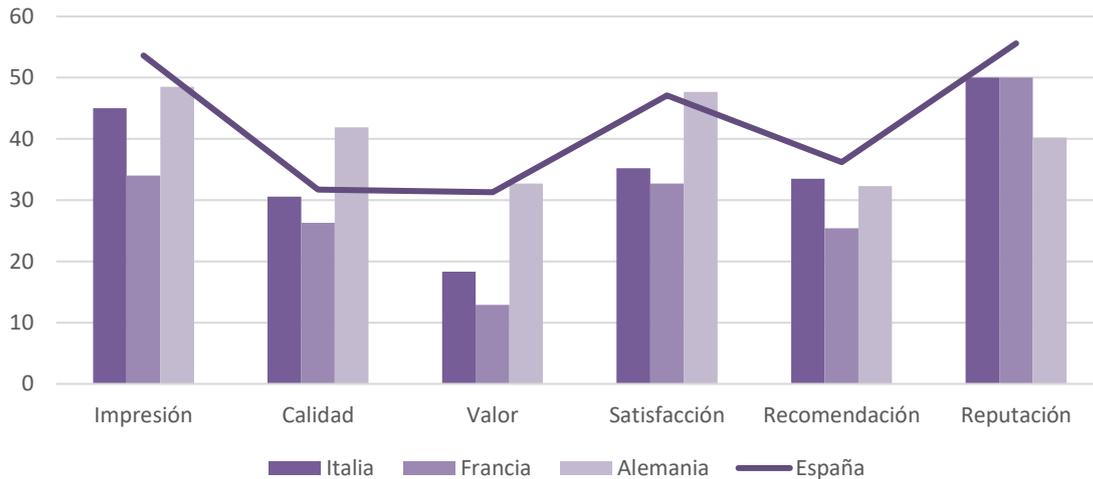
⁴ "Market Scan Dutch Holiday Market 2023". Trends&Tourism.

⁵ "Market Scan Dutch Holiday Market 2023". Trends&Tourism.

Posicionamiento e imagen de España

España consolida una imagen muy positiva entre el público neerlandés, situándose por encima de sus principales competidores europeos --Italia, Francia y Alemania-- en la mayoría de los indicadores clave de percepción.

¿Qué piensan los neerlandeses de España y sus competidores?



Fuente: YouGovBrandIndex.

España lidera en impresión general (53,6), reflejando una fuerte conexión emocional y una percepción inicial muy favorable. Esta impresión positiva se traduce en la mayor puntuación en recomendación (36,2) y en la mejor reputación (55,6) entre los destinos analizados, lo que posiciona a España como el país con mejor imagen de marca en el mercado neerlandés.

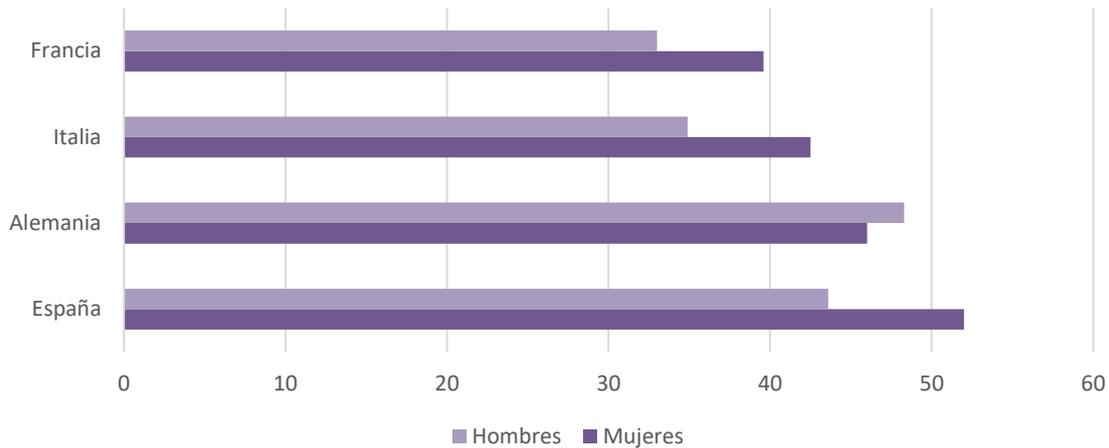
En cuanto a satisfacción general, España (47,1) se sitúa prácticamente al mismo nivel que Alemania (47,7), y por encima de Italia (35,2) y Francia (32,7), lo que indica que la experiencia del visitante neerlandés en el destino español es altamente valorada. La calidad percibida de España (31,7) se mantiene en niveles sólidos, por encima de Italia (30,6) y Francia (26,3), aunque por debajo de Alemania (41,9), que destaca en este indicador. En lo referente a la calidad/precio de España, el país obtiene una puntuación competitiva (31,3), muy próxima a la de Alemania (32,7) y significativamente superior a Italia (18,3) y Francia (12,9).

Por género, España lidera en satisfacción entre las mujeres neerlandesas en 2024, con una puntuación general de 52. Destaca especialmente entre las mujeres jóvenes de 18 a 34 años (56,6) y mantiene una valoración sólida entre las mayores de 50 (47,3). Italia solo destaca entre las más jóvenes, mientras que Alemania presenta un perfil más estable, aunque con puntuaciones inferiores a las de España. Francia queda en una posición claramente más baja. Respecto a los hombres, Alemania encabeza la lista, especialmente entre los mayores de 50 años. Sin embargo, España se consolida como



un destino transversalmente valorado, con una puntuación de 43,6 y un rendimiento destacado entre los jóvenes (42,2) y mayores (44,5). Italia y Francia mejoran, sobre todo entre los jóvenes, pero aún no alcanzan los niveles de España¹.

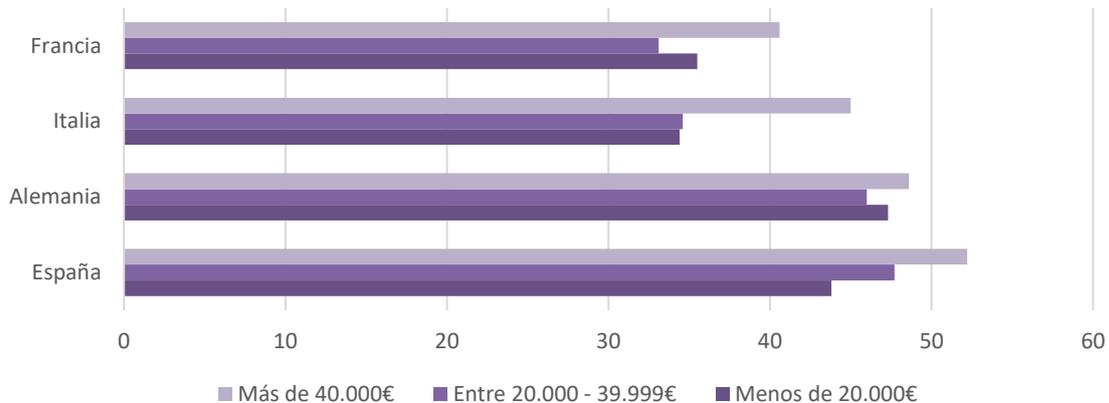
Satisfacción del público neerlandés a España y sus competidores según su género en 2024



Fuente: YouGovBrandIndex.

España muestra una valoración positiva en todos los tramos de ingresos. Entre quienes ganan menos de 20.000€, obtiene 43,8 puntos, y es la segunda opción más valorada tras Alemania. Lidera entre quienes ganan entre 20.000 y 39.999€, con 47,7 puntos, y alcanza su mayor puntuación (52,2) entre los ingresos altos (+40.000€), superando a todos los destinos, incluido Alemania.

Satisfacción del público neerlandés a España y sus competidores según su nivel adquisitivo en 2024



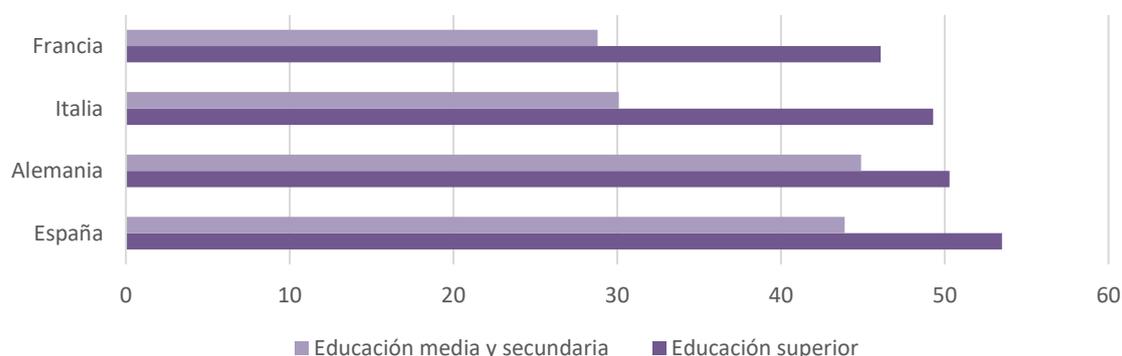
¹YouGovBrandIndex.



Fuente: YouGovBrandIndex.

Según YouGovBrandIndex, España es el destino mejor valorado por los neerlandeses con estudios superiores, con una puntuación de 53,5, por delante de Alemania (50,3), Italia (49,3) y Francia (30). También presenta un rendimiento sólido entre quienes tienen educación media o secundaria, alcanzando 43,9 puntos, muy cerca de Alemania (44,9) y por encima del resto de países europeos analizados¹.

Satisfacción del público neerlandés a España y sus competidores según su nivel educativo en 2024



Fuente: YouGovBrandIndex.

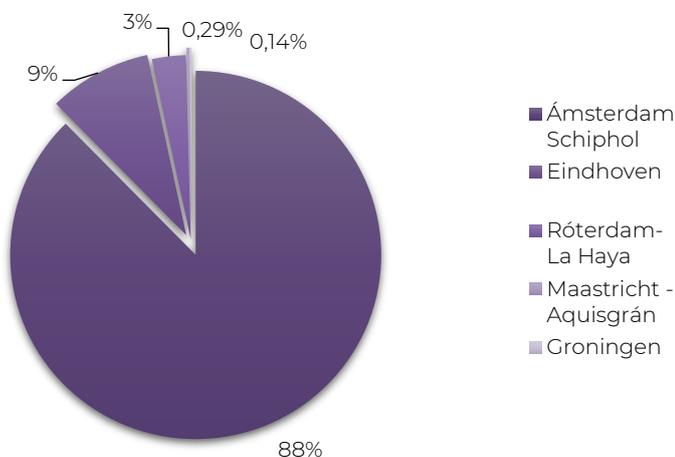
Conectividad aérea con España

Los Países Bajos disponen de cinco aeropuertos internacionales: Schiphol (en Holanda Septentrional), Eindhoven (Brabante Septentrional), Groninga (provincia de Groninga), Maastricht-Aquisgrán (Limburgo) y Rotterdam-La Haya (Holanda Meridional). Entre ellos, Schiphol continúa siendo el principal punto de salida para los residentes neerlandeses, concentrando el 67% del total de vuelos y el 84% de los viajes de negocios². Le siguen Eindhoven, con un 9,1% del tráfico aéreo nacional, y Rotterdam-La Haya, con un 2,9%. Además, cerca del 13% de los residentes neerlandeses inician sus vuelos desde aeropuertos situados fuera del país.

¹ YouGovBrandIndex.

² "De Vliegende Hollander 2024". Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid KiM.

Principales aeropuertos de origen



Fuente: CBS

35

En los aeropuertos regionales más pequeños como Groninga y Maastricht-Aquisgrán, la conectividad aérea con España se mantiene operativa durante todo el año, compartiendo protagonismo únicamente con Grecia¹. En el caso de Groninga, España es el principal destino internacional, con rutas regulares a Gran Canaria y Mallorca, siendo Gran Canaria una opción disponible incluso en invierno.

En 2024 y 2025, la conectividad aérea entre los Países Bajos y el sur de España se ha reforzado notablemente con nuevas rutas directas operadas por aerolíneas clave. Transavia ha anunciado su apertura por Andalucía con dos conexiones estratégicas: desde el 30 de septiembre de 2024, opera una ruta entre Ámsterdam Schiphol y Granada (Aeropuerto Federico García Lorca Granada-Jaén), con dos frecuencias semanales (lunes y viernes); además, a partir de noviembre de 2025, iniciará vuelos entre Schiphol y Sevilla, cuyos billetes salieron a la venta el 16 de abril de 2025, con tres vuelos semanales previstos. Paralelamente, easyJet ha incorporado a Sevilla como nuevo destino desde Schiphol, ampliando a 47 su red total de destinos desde este aeropuerto. Esta conexión estará disponible a partir del 27 de octubre de 2025, con frecuencias los lunes y jueves durante la temporada de invierno, lo que mejora las opciones de acceso directo al sur de España².

De cara a la temporada de invierno 2025-2026 (de noviembre a marzo), Transavia³ también ha anunciado nuevas rutas hacia destinos de sol, aunque no todos ellos están en España. Desde Róterdam-La Haya, la aerolínea reintroduce la conexión directa con Sevilla, lo que complementa su oferta desde Schiphol. Aunque también incorpora rutas a Marsa Alam (Egipto), Rabat y Agadir (Marruecos) o Amán (Jordania), novedades que refuerzan la imagen de Transavia como el operador clave para la conectividad desde Países Bajos hacia destinos cálidos en invierno⁴, incluyendo el sur de España. Todas

¹ Destinations - Maastricht Aachen Airport

² <https://www.travelpro.nl/easyjet-sevilla-nieuwe-bestemming-vanaf-schiphol/> y <https://www.travmagazine.nl/easyjet-voegt-sevilla-toe-aan-netwerk-vanaf-schiphol/>

³ Transavia start nieuwe routes vanaf Rotterdam

⁴ <https://www.travelpro.nl/transavia-opent-verkoop-winterseizoen-2025-2026/>



estas expansiones reflejan un interés creciente por mantener e intensificar las conexiones con Andalucía, consolidando a España como uno de los destinos prioritarios en la red aérea neerlandesa.

Para 2025, las aerolíneas desde Países Bajos ofrecen un total de plazas para viajar a varios destinos europeos clave. España lidera con 6.102.637 asientos disponibles, seguida del Reino Unido con 5.709.401 y luego de Italia con 2.840.667 plazas. Alemania también presenta una oferta considerable (1.533.341 asientos) aunque hay que tener en cuenta que este destino es más popular llegar a él en coche. Francia dispone de 1.959.494 y Portugal 1.591.295. Grecia y Turquía cierran la lista con 1.385.111 y 1.416.157 plazas respectivamente. Estos números reflejan la importancia y preferencia de estos destinos para los viajeros neerlandeses en 2025¹.

Tramitación de documentos de viaje

Los ciudadanos neerlandeses no requieren visado para viajar a España, Italia, Francia, Alemania, Grecia y Portugal, ya que todos estos países forman parte del espacio Schengen. Esto permite la libre circulación sin controles fronterizos entre ellos para estancias turísticas de corta duración (hasta 90 días). Es necesario llevar el pasaporte o documento nacional de identidad válido. Para estancias más largas, estudios o trabajo, sí se deben gestionar los permisos específicos según la legislación de cada país.

36

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

El turismo emisor neerlandés mantiene una tendencia de crecimiento moderado, impulsado por un alto interés en viajar: aproximadamente dos tercios de la población expresan su deseo de realizar más viajes². Las vacaciones continúan siendo una prioridad social y cultural para los neerlandeses, y el tiempo disponible no representa una barrera significativa, dado el buen equilibrio entre vida laboral y ocio en el país. Sin embargo, el contexto económico podría frenar esta expansión: tanto el Banco Central de los Países Bajos (DNB) como la Oficina Central de Planificación (CPB) advierten de posibles limitaciones derivadas del encarecimiento del coste de la vida, la inflación y otras tensiones económicas³.

A pesar de estos retos, el año 2024 marca una normalización del mercado turístico, con niveles de turismo internacional⁴ y tráfico aéreo que ya igualan –o incluso superan— los registrados antes de la pandemia. Las previsiones apuntan a una continuación del crecimiento, aunque este podría verse afectado por factores estructurales como el cambio climático, la volatilidad de los costes de transporte o la inestabilidad geopolítica.

¹ EGATUR-INE.

² "Market Scan Dutch Holiday Market 2023". Trends&Tourism.

³ "ANVR Jaarmeting 2025". NielsenIQ y GfK.

⁴ [El turismo internacional recuperará los niveles previos a la pandemia en 2024 | nrit.nl - tendencias, noticias y conocimientos en el ámbito del ocio, el turismo y la hostelería](#) y [Los aeropuertos europeos reciben más pasajeros que antes de la pandemia | nrit.nl - tendencias, noticias y conocimientos en el ámbito del ocio, el turismo y la hostelería](#)

Paralelamente, el comportamiento del viajero neerlandés está evolucionando, guiado por megatendencias como la digitalización, el envejecimiento de la población y un mayor interés por experiencias auténticas, sostenibles y de bienestar. La pandemia¹ aceleró transformaciones como el trabajo remoto, el auge de actividades como el senderismo o el ciclismo, y un cambio en los canales de búsqueda y decisión. Todo esto influirá directamente en la demanda futura, los destinos preferidos y las propuestas de valor del sector turístico.

A continuación, las 15 tendencias de consumo que determinarán el mercado vacacional neerlandés en los próximos años²:

1. **El aumento de las escapadas cortas:** los viajes de entre 2 y 4 días, principalmente dentro de los Países Bajos, están ganando popularidad. Las reservas se hacen con poca antelación y se reparten a lo largo del año. Su éxito se debe a que son accesibles en tiempo y dinero, fáciles de organizar y responden al deseo de desconexión frente al ritmo de vida acelerado. De hecho, el 52% de los neerlandeses sienten la necesidad de hacer estas escapadas, especialmente los menores de 54 años.
2. **Aumento del turismo senior:** los mayores de 55 años representan ya un tercio de todos los viajes y, como la población está envejeciendo solo se espera que esta proporción crezca. Además, los seniors actuales viajan más que generaciones anteriores. Este grupo gasta más por viaje, prefiere viajar fuera de temporada y prioriza la comodidad y accesibilidad. Se prevé que para el 2030 haya un millón más de personas mayores, y con una actitud activa y capacidad de gasto, el turismo senior continuará en expansión³.
3. **Autogestión del viaje:** cada vez más viajeros neerlandeses prefieren diseñar sus propias vacaciones, buscando flexibilidad y opciones a medida. En 2022, casi el 70% de los viajeros reservaron el transporte y el alojamiento por su cuenta, en 2002 fueron solo un 23%. Las agencias y turoperadores se adaptan ofreciendo productos personalizables y, la tecnología, incluyendo la inteligencia artificial, facilitará aún más este proceso. Aun así, en contextos de incertidumbre, muchos siguen confiando en agencias por su experiencia y garantías.
4. **Estar siempre conectados:** más del 95% de los neerlandeses tiene smartphone, y lo usan ampliamente durante las vacaciones para información práctica y redes sociales. Aunque muchos planifican y gestionan su viaje desde el móvil, un 63% prefieren no reservar ni pagar viajes desde él por comodidad de tener una pantalla más grande y la seguridad. Como contrapeso, crece el interés por limitar el uso del móvil en vacaciones y encontrar un equilibrio digital.
5. **Contacto con locales:** más neerlandeses buscan experiencias auténticas y valoran el contacto con la población local durante sus vacaciones. Esta tendencia responde al deseo de conocer mejor los destinos y vivir su identidad cultural. Plataformas como Airbnb facilitan este tipo de experiencias. Además, crece el interés por un turismo más socialmente responsable, donde los residentes también se beneficien. El 69% de los viajeros seniors y el 64% tanto

¹ ¿Qué ha traído la pandemia al sector de los viajes? | nrit.nl - tendencias, noticias y conocimientos en el ámbito del ocio, el turismo y la hostelería

² "Future Vision Dutch Holiday Market 2030". Trends&Tourism: January 2024.

³ "Ripe for adventure: how people aged 55+ are redefining the travel industry". ABN-AMRO (2023)

de hombres como de personas con educación superior prefieren tener contacto con los locales durante sus vacaciones.

6. **Vacaciones más lujosas:** el segmento de vacaciones con comodidades (hoteles, cruceros, glamping, wellness, todo incluido) está creciendo ya que se expande la idea del lujo ocasional como una necesidad básica. En 2002 este segmento representaba el 25% y en 2022 el 38% de los turistas. Los neerlandeses, especialmente los más formados (63%), valoran cada vez más experiencias personalizadas y confortables. Sin embargo, también surge una contracorriente hacia formas de turismo más sencillas y conectadas con la naturaleza como el camping tradicional.
7. **Turismo más sostenible¹:** el turismo representa el 12% de las emisiones de CO2 de los neerlandeses (mayormente por vuelos). Sin embargo, hay una brecha entre la preocupación ambiental y el comportamiento vacacional. Los jóvenes (80%) y personas con mayor formación (78%) están más dispuestas a cambiar hábitos y optar por medios de transporte más sostenibles como el tren o el coche eléctrico. A medida que volar se encarezca y aumenten las opciones sostenibles, se espera una mayor adopción de prácticas responsables por parte de viajeros y empresas.
8. **Fuero de los circuitos turísticos habituales:** ante el aumento del turismo masivo, muchos neerlandeses buscan evitar las multitudes y optan por destinos menos conocidos. Esta preferencia está vinculada al deseo de experiencias auténticas y únicas, especialmente entre personas mayores y con mayor nivel educativo. Aunque las grandes ciudades siguen atrayendo a los turistas, el crecimiento se da en destinos secundarios. La saturación turística global y el auge de nuevas clases medias en países en vías de desarrollo refuerzan esta tendencia hacia lo inesperado y local. Al 70% de los neerlandeses les gustaría descubrir lugares menos conocidos y el 77% de estos tienen un nivel educativo superior. El 55% de los turistas neerlandeses seniors evitan los destinos de turismo masivo frente al 37% de los jóvenes que lo hacen.
9. **Vacaciones con propósito:** más neerlandeses buscan experiencias con significado, como voluntariado, viajes espirituales, retos personales, solo travel, deportivo. Este tipo de turismo responde a un deseo de desarrollo personal, especialmente entre jóvenes y personas con mayor nivel educativo. En un contexto de bienestar creciente y pérdida de referentes tradicionales como la religión, las vacaciones se convierten en una vía de autorrealización y búsqueda de sentido.
10. **Vida saludable:** cada vez más neerlandeses buscan integrar hábitos saludables también durante sus vacaciones. Alimentación sana, ejercicio, relajación y desarrollo personal son elementos clave, especialmente valorados por seniors y millennials. Las vacaciones se ven como una oportunidad para cuidar cuerpo y mente. Aunque existe una contracorriente de desconexión total (menos ejercicio, más indulgencias), la tendencia general es hacia un estilo de vida equilibrado y sostenible, incluso durante el tiempo libre.

¹ "The attitude of the Dutch holidaymaker towards sustainability". Trends&Tourism. (2023).

11. **Revalorización de las vacaciones domésticas:** aunque los viajes internacionales han superado los niveles prepandemia, las vacaciones nacionales están ganando terreno, sobre todo en escapadas cortas y entre los mayores. La pandemia hizo que muchos redescubrieran el atractivo local. Mejores alojamientos, clima más favorable y menor huella de carbono refuerzan esta opción. Además, la percepción social de que unas vacaciones nacionales pueden ser igual de satisfactorias que una en el extranjero ha mejorado notablemente aunque más entre las personas mayores (64%) que entre los jóvenes (36%).
12. **Aumento de las workations:** el teletrabajo ha impulsado el fenómeno de las vacaciones laborales, especialmente entre jóvenes (59%) y profesionales con alta formación (51%). Consiste en trabajar desde un destino vacacional, combinando ocio y trabajo. Gracias al avance tecnológico y a políticas laborales más flexibles, muchas empresas lo ven como una estrategia para atraer talento. El sector turístico se adapta con alojamientos preparados para estancias largas y trabajo remoto. Esta tendencia crecerá a medida que más empresas ofrezcan esta opción y destinos internacionales promuevan visados especiales para nómadas digitales.
13. **Redes sociales como fuente de inspiración:** Instagram, TikTok, Facebook... influyen cada vez más en la planificación de viajes, sobre todo entre jóvenes, mujeres y personas con estudios superiores (50%, 41% y 39%, respectivamente). Son fuente de inspiración, entretenimiento y expresión personal, especialmente útiles para compartir contenido visual como vídeos. Las empresas turísticas están apostando por estas plataformas en sus estrategias de marketing, que se vuelven más interactivas, visuales y personalizadas gracias a la inteligencia artificial. Las generaciones mayores aún recurren a medios tradicionales.
14. **Conexión con la naturaleza:** tras la pandemia, los neerlandeses valoran pasar más tiempo en la naturaleza. Buscan tranquilidad, hacer ejercicio y experiencias únicas como ver auroras boreales o cielos estrellados. Esta tendencia impulsa el interés por el camping, las actividades al aire libre o los destinos escandinavos. Actualmente, además, hay cada vez más jóvenes en riesgo de agotamiento o burn out por eso el contacto con la naturaleza se populariza. También crece la curiosidad por la flora y la fauna. Las personas con mayor educación valoran más este tipo de actividades durante sus vacaciones (75%).
15. **Adaptación al cambio climático:** el 27% de los neerlandeses experimentó clima extremo durante sus vacaciones (olas de calor, incendios, lluvias intensas). Esto influye cada vez más en la elección del destino. El sur de Europa seguirá siendo popular, pero más en primavera y otoño; en verano, se buscarán destinos más frescos. También preocupan las condiciones para deportes de invierno que seguirán siendo viables en zonas alpinas de gran altitud aunque la oferta se reducirá y los precios aumentarán por la escasez de nieve. La creciente conciencia sobre los riesgos climáticos hace que los viajeros prioricen destinos con clima estable y predecible.

Características clave del mercado

El mercado vacacional neerlandés está dominado por unos pocos grandes operadores turísticos centrados en viajes de sol y playa, junto a numerosos especialistas¹. Aunque muchos viajeros prefieren personalizar sus viajes combinando transporte y alojamiento, la principal ventaja de los operadores y agencias sigue siendo el contacto personal, la experiencia y el asesoramiento, especialmente valorados en tiempos de incertidumbre, aunque la inteligencia artificial podría transformar este rol.

Por otro lado, las agencias online (OTA) y metabuscadores han crecido mucho²; Booking lidera claramente el mercado neerlandés, seguido a distancia por Expedia, mientras los actores menores tienen dificultades en este mercado maduro. Aerolíneas y hoteles también invierten en captar reservas directas. A nivel global, el mercado online se caracteriza por la consolidación en tres grandes grupos (Booking Holdings, Expedia y Trip.com), que operan múltiples marcas para diferentes fases del viaje y buscan crecer mediante adquisiciones y venta cruzada. Además, amplían su oferta integrando vuelos, alojamientos, actividades y alquiler de coches, enfrentándose a la competencia de redes sociales, buscadores y canales directos.

El impacto del cambio climático en los destinos turísticos hará que los visitantes se adapten a las condiciones meteorológicas cambiantes como consecuencia del cambio climático³: en el Mediterráneo habrá más olas de calor e incendios forestales que reducirán su atractivo en verano. Las vacaciones de sol y playa, por lo tanto, se trasladarán a primavera y otoño. El centro y norte europeos ganarán atractivo por su clima moderado y las regiones de costa de Francia, Bélgica y Países Bajos serán alternativas crecientes⁴.

Previsiones a medio plazo

El crecimiento y envejecimiento de la población neerlandesa amplía el número de turistas potenciales, aunque con perfiles diferenciados: los mayores de 60 años tienden a preferir el turismo interno, mientras que las nuevas generaciones, especialmente la generación Z, impulsan la demanda de experiencias auténticas, tecnológicas y sostenibles⁵. Aunque la generación Alpha aún no muestra pautas turísticas claras, se prevé que crezca en un entorno altamente digitalizado y que, por lo tanto, la tecnología redefinirá los viajes con herramientas como biometría para documentos y accesos, pero el deseo de desconexión y contacto real seguirá siendo esencial para los neerlandeses.

Al mismo tiempo, se afianza un cambio social hacia valores colectivos y sostenibles, impulsado por la preocupación ante la desigualdad, el cambio climático y la presión

¹ "The Potential Market of Fly/Sun Holidays". Trends&Tourism. 2024.

² [Sterke groei vakantieboekingen via online platforms in Nederland | nrit.nl - trends, nieuws en kennis op het gebied van leisure, toerisme en hospitality](#)

³ "Holiday plans of the Dutch for summer 2025". Trends&Tourism.

⁴ Entre 1881 y 1970, De Bilt tuvo una media de 36 días de buen tiempo al año, la mitad de ellos en los tres meses de verano. En los últimos cuarenta años, este número ha aumentado hasta una media de 43 días. En la actualidad, la media de días de buen tiempo es de unos 50 al año, pero debido a la irregularidad del tiempo, las diferencias de un año a otro son grandes.

⁵ "Future Vision Dutch Holiday Market 2030". Trends&Tourism: January 2024.

sobre los recursos naturales¹. Se espera una reducción progresiva del uso del avión, considerado cada vez más un lujo, en favor del tren y otras opciones de transporte más sostenibles. Tanto la Unión Europea como el Gobierno neerlandés persiguen un modelo de turismo climáticamente neutro para 2050².

El contexto geopolítico actual –marcado por conflictos como la guerra en Ucrania o la situación en Palestina, junto al auge de tensiones globales y flujos migratorios—genera una elevada incertidumbre que podría afectar la estabilidad del turismo internacional. Aunque los neerlandeses valoran el descanso y la seguridad, el mercado vacacional está cada vez más condicionado por factores externos impredecibles.

El transporte en el mercado neerlandés está en transición hacia opciones más sostenibles. La aviación, aunque recuperada tras la pandemia, enfrenta desafíos como el aumento de precios por combustible e impuestos, y restricciones en Schiphol para reducir ruido y emisiones³, lo que puede convertir volar en un lujo y limitar su crecimiento. Paralelamente, el tren de alta velocidad y nocturno gana protagonismo en distancias media (hasta 700Km), mientras el coche sigue siendo el medio preferido para viajes vacacionales, con un parque automovilístico en crecimiento y una fuerte electrificación prevista para 2035⁴. Los autobuses de larga distancia, como Flixbus, emergen como alternativa sostenible, aunque su uso es limitado por falta de conductores y prejuicios sobre comodidad y duración, lo que podría mejorar con mejor comunicación⁵.

41

En cuanto al alojamiento, la capacidad hotelera crece, especialmente en el segmento de lujo, mientras que parques de bungalows, tiny houses y casas de playa revitalizan el turismo doméstico⁶. Sin embargo, la sobreoferta en alojamientos económicos y el aumento de viviendas vacacionales y alquileres entre particulares, liderados por plataformas como Airbnb, incrementan la competencia y generan tensiones con residentes, impulsando regulaciones⁷. El camping ha experimentado un resurgimiento tras la pandemia, con mercados diferenciados entre pequeños campings tranquilos y grandes complejos, y un incremento en la venta de caravanas y autocaravanas, especialmente en los Países Bajos⁸.

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

En mayo de 2025, Ryanair anunció la cancelación de todos sus vuelos desde y hacia el aeropuerto de Maastricht a partir del 26 de octubre, debido al aumento de tarifas aeroportuarias y tasas gubernamentales, que han convertido a esta terminal en una de

¹ "The attitude of the Dutch holidaymaker towards sustainability". Trends&Tourism. (2023).

² [Koersdocument 'Op weg naar klimaatneutraal toerisme' - NBTC](#)

³ https://www.nritmedia.nl/kennisbank/48954/Reisbranche_verliest_kort_geding_om_verbod_op_fossiele_reclame/?zoekhash=700b0161c44602d8e218daff245f9d2e.

⁴ [Contouren Toekomstbeeld OV 2040 | Specials IenW](#)

⁵ [El autobús es ideal para viajar, pero ¿dónde están las mejoras? | nrit.nl - tendencias, noticias y conocimientos en el ámbito del ocio, el turismo y la hostelería](#)

⁶ "Holiday plans of the Dutch for summer 2025". Trends&Tourism.

⁷ "The attitude of the Dutch holidaymaker towards sustainability". Trends&Tourism. (2023).

⁸ [Nederlandse caravanverkoop stijgt als enige in Europa | nrit.nl - trends, nieuws en kennis op het gebied van leisure, toerisme en hospitality](#)



las más caras de Europa¹. Esto implicará la pérdida de 150.000 plazas anuales² y cinco rutas directas, incluidas dos a España (Alicante y Gerona), afectando significativamente la conectividad directa desde esta región. No se descarta que otras aerolíneas también reconsideren sus operaciones por los altos costes.

El cambio climático y las políticas medioambientales están aumentando los costes del transporte aéreo, frenando el crecimiento del turismo en avión. La aviación neerlandesa debe enfrentar la subida del precio de los combustibles, impuestos y restricciones como la prohibición de vuelos nocturnos por contaminación acústica³. Además, el aeropuerto de Schiphol no cuenta con permiso ecológico por incumplimientos en la normativa de contaminación por nitrógeno y ruido, lo que podría limitar su operatividad futura si no se resuelve⁴.

Como alternativa sostenible y económica, el tren gana terreno, pero la falta de interoperabilidad entre sistemas ferroviarios europeos limita su uso para viajar a España⁵. La esperada conexión nocturna Ámsterdam-Barcelona, prevista para primavera de 2025, se ha retrasado un año por problemas técnicos y administrativos⁶. Esta línea es parte de un proyecto europeo para fortalecer el transporte ferroviario frente al avión y al coche⁷.

Otros factores de incertidumbre incluyen el envejecimiento poblacional, que podría aumentar el turismo doméstico en detrimento del internacional⁸, y episodios como el apagón ocurrido en la Península Ibérica en abril de 2025⁹, que afectaron transportes, comunicación y alojamientos, generando inquietud entre los viajeros. También preocupa la creciente tensión social en España, con protestas contra el turismo de masas que podría complicar la convivencia entre locales y visitantes¹⁰; pese a ello, el gobierno neerlandés mantiene el código verde para todas las comunidades autónomas españolas¹¹.

Finalmente, las elecciones nacionales neerlandesas previstas para el 29 de octubre de 2025¹² generan incertidumbre política, con un gobierno en funciones tras la ruptura de la coalición liderada por el PVV de extrema derecha, lo que podría afectar decisiones relacionadas con movilidad y turismo.

¹ [Nederlandse caravanverkoop stijgt als enige in Europa | nrit.nl - trends, nieuws en kennis op het gebied van leisure, toerisme en hospitality](#)

² [Nederlandse caravanverkoop stijgt als enige in Europa | nrit.nl - trends, nieuws en kennis op het gebied van leisure, toerisme en hospitality](#)

³ [Twee maatregelen voor minder geluid Schiphol vastgelegd in regelgeving | Luchtvaart in de toekomst](#)

⁴ [Rechtbank vernietigt natuurvergunning Schiphol, gevolgen onduidelijk](#)

⁵ [Barcelona, sin trenes nocturnos por el desistimiento de Renfe y los impedimentos de las autoridades francesas | Noticias de Cataluña | EL PAÍS y Amsterdam to Barcelona night train delayed by a year | NL Times](#)

⁶ [Barcelona | European Sleeper](#)

⁷ [Transport Infrastructure - European Commission](#)

⁸ "Ripe for adventure: how people aged 55+ are redefining the travel industry". ABN-AMRO (2023)

⁹ <https://www.travelpro.nl/stroomvoorziening-in-spanje-en-portugal-bijna-volledig-hersteld/>

¹⁰ [Massaal protest in Málaga tegen uitwassen massatoerisme, Massaal protest in Málaga tegen uitwassen massatoerisme o Duizenden demonstreren tegen massatoerisme op Mallorca | Buitenland | NU.nl](#)

¹¹ [Reisadvies Spanje | Ministerie van Buitenlandse Zaken | NederlandWereldwijd](#)

¹² [Wilders blows up coalition amid elevated uncertainty | ABN AMRO](#)

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 