

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2.

Países Bajos 2026
Mercado Emisor

TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

Con una población de 18,2 millones de habitantes, los Países Bajos se erigen como uno de los mercados emisores turísticos más dinámicos de Europa y entre los de mayor propensión viajera del continente.¹ Según datos del *Centraal Bureau voor de Statistiek* (CBS) y del *Netherlands Board of Tourism & Conventions* (NBTC), más del 80% de la población neerlandesa realiza al menos un viaje vacacional al año, con una elevada orientación internacional.² En el ejercicio 2025-2026 ha cristalizado la normalización definitiva del mercado tras el fuerte crecimiento postpandemia, manteniéndose un elevado volumen de viajes al extranjero y una clara preferencia por destinos europeos, todo ello pese a los vaivenes de las crisis recurrentes que vienen sucediéndose en el plano geopolítico³. España sigue siendo el principal destino vacacional internacional para los neerlandeses, concentrando aproximadamente el 19% de la intención de viaje para la temporada estival 2026 por delante de Francia e Italia, tanto por su capacidad para seguir proyectando valores de marca atractivos como por la propia inelasticidad del destino España que afronta desde una enorme solidez los movimientos de flujos de la demanda internacional en posición de líder turístico mundial.⁴

El mercado neerlandés destaca por su elevada capacidad de gasto y por una planificación anticipada de los viajes. El gasto medio por vacaciones internacionales se sitúa en torno a los 3.000 euros por reserva, incluyendo aproximadamente 2.200 euros en la contratación previa y unos 800 euros de gasto en destino, con una estancia media de 11 días⁵. La demanda de viajes presenta una marcada concentración entre mayo y septiembre aunque se observa una progresiva desestacionalización favorecida por escapadas urbanas, viajes de larga distancia y vacaciones fuera de temporada alta.⁶ Entre las principales motivaciones destacan los viajes de sol y playa, los circuitos y escapadas urbanas, impulsados principalmente por factores como el clima, la

¹ Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), *Population growth*, 2025-2026. Disponible en: <https://www.cbs.nl/en-gb/visualisations/dashboard-population/population-dynamics/population-growth>

² Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), *Holiday participation statistics*. Disponible en: <https://www.cbs.nl/nl-nl/cijfers/detail/84364NED>; Netherlands Board of Tourism & Conventions (NBTC), *Holiday Sentiment Monitor*, 2026. Disponible en: <https://www.nbtc.nl/en/site/knowledge-base/publication/holiday-sentiment-monitor>

³ Netherlands Board of Tourism & Conventions (NBTC), *Holiday Sentiment Monitor*, 2026. Disponible en: <https://www.nbtc.nl/en/site/themes/knowledge-and-data/holiday-sentiment-monitor>

⁴ Trends & Tourism, *Research Holiday Plans Summer Season 2026*, 2026. Estudio elaborado para Spaans Verkeersbureau / Oficina Española de Turismo.

⁵ Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

⁶ Trends & Tourism, *Research Holiday Plans Summer Season 2026*. Estudio elaborado para Spaans Verkeersbureau / Oficina Española de Turismo.

búsqueda de descanso y la relación calidad-precio.⁷ Asimismo, crece el interés por experiencias más auténticas, sostenibles y vinculadas al bienestar.⁸

En cuanto a la conectividad, el avión continúa siendo el principal medio de transporte utilizado en los viajes internacionales, representando cerca del 58% de los desplazamientos vacacionales al extranjero, seguido del vehículo privado.⁹ Schiphol mantiene su papel como principal hub emisor del país, canalizando aproximadamente dos tercios de los viajes aéreos internacional.¹⁰ Paralelamente, los viajeros neerlandeses muestran una creciente sensibilidad hacia el precio del transporte y las condiciones de viaje, especialmente en relación con el incremento de tarifas aéreas, políticas de equipaje y posibles impactos derivados de la congestión aeroportuaria o de la situación geopolítica internacional.¹¹ Pese a ello, el contexto actual confirma la fortaleza estructural del mercado emisor neerlandés y su relevancia estratégica para el turismo español, que continúa situándose entre los destinos prioritarios para este perfil de viajero

5

.Volumen del mercado por gasto

En 2024, los residentes en Países Bajos realizaron un gasto turístico en viajes al extranjero de 25.465 millones de euros, lo que supone un incremento del 15,1% respecto a 2023, cuando el gasto alcanzó los 22.124 millones de euros. Según *Centraal Bureau voor de Statistiek* (CBS), este crecimiento confirma la fortaleza del mercado emisor neerlandés y la consolidación de la recuperación del turismo internacional, impulsada por la elevada demanda de viajes al exterior y por el incremento de los precios de los servicios turísticos registrados en los últimos años.¹²

Tras el fuerte impacto de la pandemia sobre la movilidad internacional, el gasto turístico de los neerlandeses en el extranjero pasó de 5.415 millones de euros en 2020 a 7.964 millones en 2021, alcanzando posteriormente los 19.358 millones en 2022 y los 22.124 millones en 2023. En 2024 se situó en 25.465 millones de euros, el valor más

⁷ Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR), *Nederlanders onverminderd reislustig*, análisis sectorial sobre comportamiento vacacional y tendencias de reserva, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/reisnieuws/anvr-onderzoek-nederlanders-onverminderd-reislustig>

⁸ Netherlands Board of Tourism & Conventions (NBTC), *Trendpublicatie: inzicht in de toekomst van toerisme*. Disponible en: <https://www.nbtc.nl/nl/site/themas/kennis-en-data/trendpublicatie-inzicht-in-de-toekomst-van-toerisme>

⁹ Trends & Tourism, *Research Holiday Plans Summer Season 2026*. Estudio elaborado para Spaans Verkeersbureau / Oficina Española de Turismo.

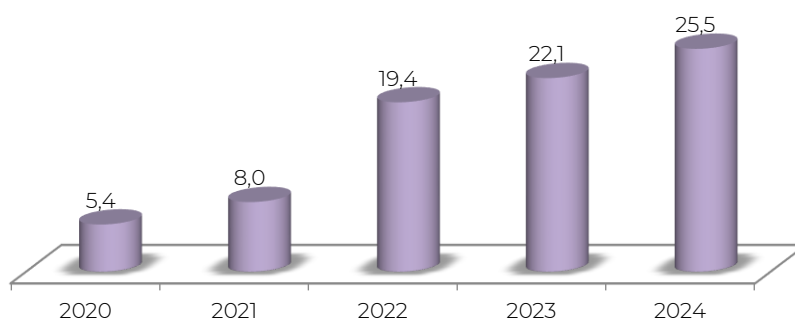
¹⁰ Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

¹¹ Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR), *ANVR/NIQ Boekingsmonitor 2026* (monitores mensuales de reservas internacionales). Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-boekingsmonitor-2026>

¹² Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), *Tourism; expenditure, National Accounts*. Indicador: Outbound tourism expenditure (million euros), value at current prices. Disponible en: <https://www.cbs.nl/en-gb/figures/detail/85931ENG>

elevado de toda la serie reciente. Esta evolución refleja una recuperación sostenida del mercado emisor neerlandés, con un crecimiento acumulado superior al 370% entre 2020 y 2024, lo que evidencia la elevada capacidad de recuperación de la demanda turística internacional y la importancia de los viajes al extranjero para los consumidores neerlandeses.¹³

Gasto Total (Mil millones de euros)



Fuente: Elaboración propia a partir de Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Tourism; expenditure, National Accounts*. Indicador: Outbound tourism expenditure (million euros), value at current prices. Disponible en: <https://www.cbs.nl/en-gb/figures/detail/85931ENG>

6

Volumen del mercado por número de viajes

En 2024, los residentes en Países Bajos realizaron 20,1 millones de viajes vacacionales al extranjero, lo que supone un ligero descenso del 3,9% respecto a 2023, cuando se registraron 20,9 millones de viajes. Según *Centraal Bureau voor de Statistiek* (CBS), la tasa viajera de la población neerlandesa se situó en el 63,8%, frente al 64,6% del año anterior, manteniéndose en niveles elevados y reflejando la consolidación de la demanda turística internacional tras la recuperación posterior a la pandemia.¹⁴

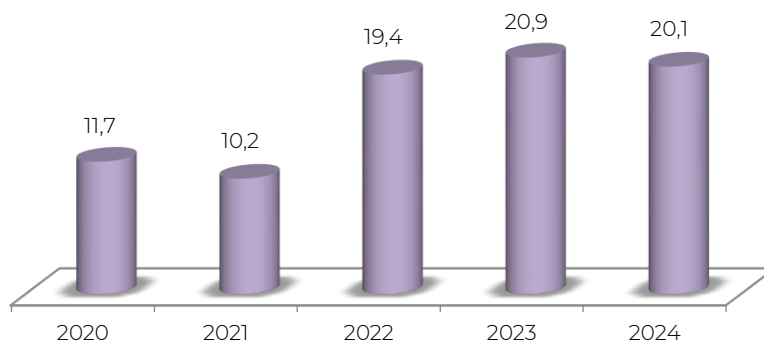
La evolución del número de viajes al extranjero durante los últimos cinco años muestra una recuperación muy significativa del turismo emisor neerlandés. Tras descender hasta 11,7 millones de viajes en 2020 debido a las restricciones internacionales de movilidad, el mercado comenzó a recuperarse progresivamente con 10,2 millones de viajes en 2021 y 19,4 millones en 2022. En 2023, se alcanzaron 20,9 millones de viajes al extranjero y en 2024 se mantuvieron en torno a los 20,1 millones, consolidándose en niveles cercanos a los registrados antes de la pandemia, 22,5 millones de viajes en 2019.

¹³ Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Tourism; expenditure, National Accounts*. Indicador: Outbound tourism expenditure (million euros), value at current prices. Disponible en: <https://www.cbs.nl/en-gb/figures/detail/85931ENG>

¹⁴ Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Vakanties van Nederlanders; buitenland, vakantiekenmerken*. Indicadores: Totaal vakanties (x 1.000) y Deelname Percentage Nederlanders (%). Disponible en: <https://www.cbs.nl/nl-nl/cijfers/detail/84365NED>

Asimismo, la tasa viajera pasó del 44,7% en 2021 al 63,8% en 2024, lo que evidencia la elevada propensión de la población neerlandesa a realizar viajes internacionales.¹⁵

Viajes al exterior (Millones)



Fuente: Elaboración propia a partir de Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Vakanties van Nederlanders; buitenland, vakantiekenmerken*. Indicadores: Totaal vakanties (x 1.000) y Deelname Percentage Nederlanders (%). Disponible en: <https://www.cbs.nl/nl-nl/cijfers/detail/84365NED>

7

Principales áreas emisoras

Las principales áreas emisoras de turistas en Países Bajos se concentran en la región del Randstad, integrada por las áreas metropolitanas de Ámsterdam, Róterdam, La Haya y Utrecht. Esta región constituye el principal núcleo demográfico, económico y urbano del país y concentra aproximadamente la mitad de la población neerlandesa, además de una elevada proporción del empleo, la actividad empresarial y las infraestructuras de transporte.¹⁶

La relevancia del Randstad como principal mercado emisor se ve reforzada por los patrones de movilidad identificados por el informe oficial *De Vliegende Hollander 2024*, elaborado por el *Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid* (KiM). El estudio concluye que la frecuencia de los viajes aéreos aumenta significativamente entre los residentes de áreas altamente urbanizadas, los hogares con mayores niveles de renta y las personas con un nivel educativo superior. Asimismo, señala que la actividad aérea se concentra

¹⁵ Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Vakanties van Nederlanders; buitenland, vakantiekenmerken*. Indicadores: Totaal vakanties (x 1.000) y Deelname Percentage Nederlanders (%). Disponible en: <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/84365NED/table>

¹⁶ Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Dashboard Bevolking – Regionaal: Inwoners*. Indicador: población residente por provincia (Inwoners per provincie). Disponible en: <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/regionaal/inwoners>

especialmente entre los residentes de las grandes aglomeraciones urbanas del oeste del país, donde la accesibilidad a las infraestructuras aeroportuarias es mayor.¹⁷

El papel central del Randstad se ve además reforzado por la presencia del aeropuerto de Ámsterdam-Schiphol, principal puerta de entrada y salida internacional de Países Bajos. Según el KiM, el 67% de los viajes aéreos realizados por residentes neerlandeses tienen su origen en Schiphol, lo que confirma la importancia estratégica de esta región en la movilidad internacional del país.¹⁸ Los datos de Schiphol muestran además que el aeropuerto registró 68,8 millones de pasajeros en 2025, un 2,9% más que el año anterior, con 477.552 movimientos aéreos y una red de 300 destinos directos operados por 87 aerolíneas, consolidando su posición como principal hub internacional de los Países Bajos y uno de los principales nodos de conectividad aérea de Europa.¹⁹ Los datos más recientes del CBS muestran que, en el primer trimestre de 2026, Schiphol concentró 14,4 millones de pasajeros, lo que representó el 88% del tráfico aéreo de pasajeros de los cinco principales aeropuertos neerlandeses. A pesar de registrar un descenso interanual del 3,1%, asociado principalmente a las cancelaciones provocadas por los episodios de nieve registrados a comienzos de enero, el aeropuerto mantuvo su clara posición dominante dentro del sistema aeroportuario nacional.²⁰

8

Fuera del Randstad, Brabante Septentrional constituye la principal área emisora complementaria, apoyada en su elevada densidad de población, dinamismo económico y conectividad internacional, especialmente a través del aeropuerto de Eindhoven. También destacan otras provincias densamente pobladas como Güeldres (Gelderland), que contribuyen de forma significativa a la demanda turística internacional. En conjunto, el oeste y el sur de los Países Bajos concentran la mayor parte del potencial emisor del mercado turístico neerlandés.²¹

¹⁷ Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM). *De Vliegende Hollander 2024*. Indicadores: frecuencia de vuelos de los residentes neerlandeses, comportamiento viajero según nivel de urbanización, utilización de aeropuertos y participación de Schiphol en los viajes aéreos de los residentes. Disponible en: <https://www.kimnet.nl/documenten/2024/12/12/de-vliegende-hollander-2024>

¹⁸ Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM). *De Vliegende Hollander 2024*. Indicadores: frecuencia de vuelos de los residentes neerlandeses, comportamiento viajero según nivel de urbanización, utilización de aeropuertos y participación de Schiphol en los viajes aéreos de los residentes. Disponible en: <https://www.kimnet.nl/documenten/2024/12/12/de-vliegende-hollander-2024>

¹⁹ Royal Schiphol Group. *Traffic Review 2025*. Indicadores de tráfico aeroportuario, pasajeros, movimientos aéreos, destinos y conectividad del Aeropuerto de Ámsterdam-Schiphol. Disponible en: <https://www.schiphol.nl/en/schiphol-group/traffic-review/>

²⁰ Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Fewer air passengers in Q1 due to winter weather and Middle East war*. Indicadores: número de pasajeros aéreos transportados, cuota de pasajeros por aeropuerto, movimientos aéreos y evolución interanual del tráfico aéreo en los principales aeropuertos neerlandeses durante el primer trimestre de 2026. Disponible en: <https://www.cbs.nl/en-gb/news/2026/21/fewer-air-passengers-in-q1-due-to-winter-weather-and-middle-east-war>

²¹ Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Dashboard Bevolking – Regionaal: Inwoners*. Indicador: población residente por provincia. Disponible en: <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/regionaal/inwoners>; Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM). *De Vliegende Hollander 2024*. Indicadores: frecuencia de vuelos de los residentes neerlandeses, comportamiento viajero según nivel de urbanización, utilización de aeropuertos y participación de Schiphol en los viajes aéreos de los residentes. Disponible en: <https://www.kimnet.nl/documenten/2024/12/12/de-vliegende-hollander-2024>

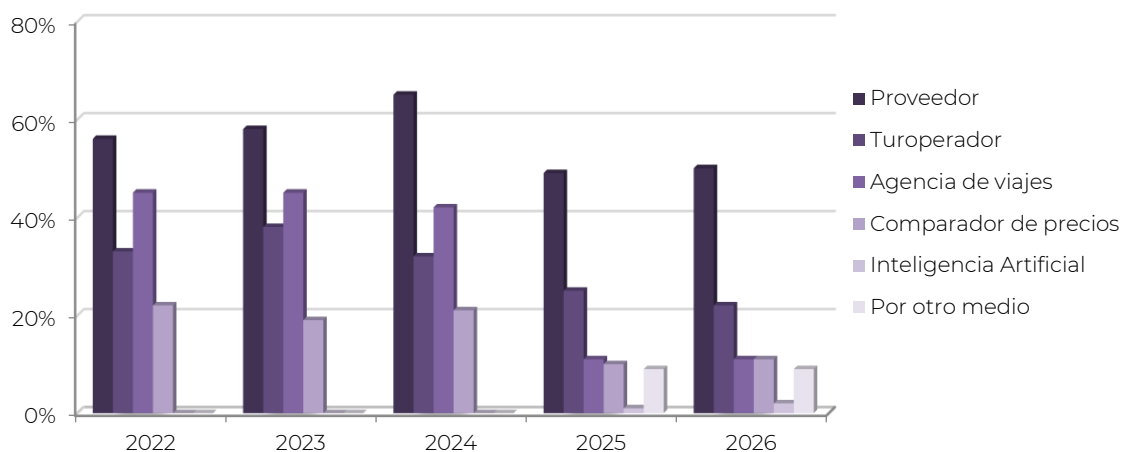
Organización del viaje y reservas

El mercado emisor neerlandés mantiene una clara preferencia por la contratación directa de servicios turísticos. En 2026, el 50% de los viajes al extranjero se reservó directamente con el proveedor, frente al 22% gestionado mediante turoperadores y al 11% a través de agencias de viajes o comparadores online. Además, alrededor del 9% de las reservas se realizó mediante plataformas digitales y otros canales online, como Booking.com o Airbnb, lo que refuerza el peso de la digitalización en el mercado. Aunque la reserva directa ha perdido peso respecto al máximo alcanzado en 2024 (65%), sigue siendo el principal canal, mientras que las herramientas de inteligencia artificial mantienen una presencia todavía marginal.

La evolución reciente confirma la mencionada digitalización del sector, y autonomía del viajero neerlandés, si bien el canal utilizado varía según el tipo de viaje y el perfil del consumidor. Las escapadas urbanas, los viajes deportivos, las vacaciones de camping y las visitas a familiares y amigos se reservan con mayor frecuencia de forma directa, mientras que los circuitos y las vacaciones de sol y playa recurren más a la intermediación debido a su mayor complejidad. Asimismo, los viajeros jóvenes utilizan más comparadores y herramientas digitales, mientras que los mayores de 65 años muestran una mayor preferencia por agencias y turoperadores.²²

9

Canales de reserva



Fuente: Elaboración propia a partir de Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernehmelingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, (2024-2026). Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

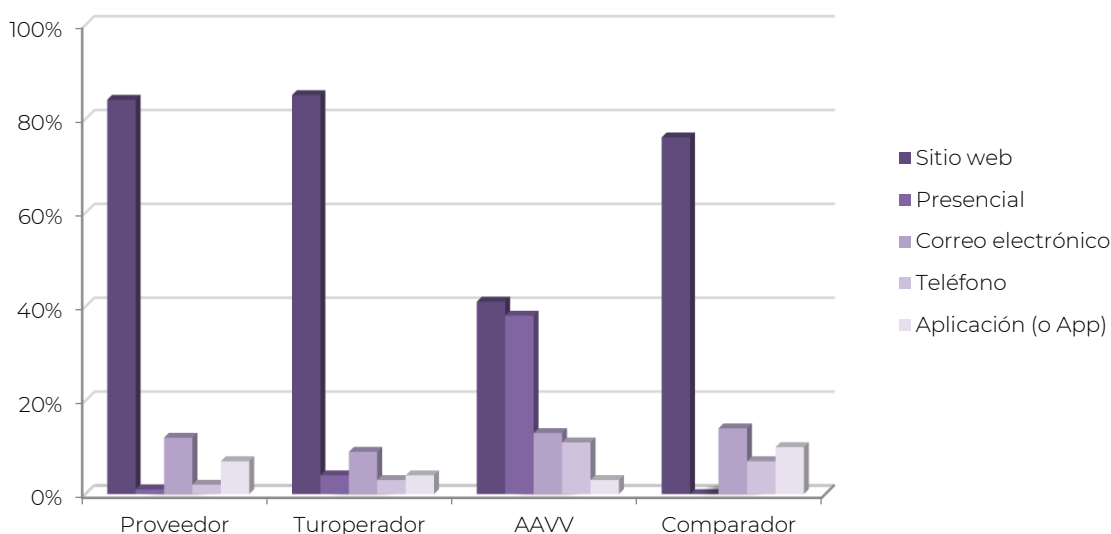
²² Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernehmelingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, (2024-2026). Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

La reserva online domina claramente la contratación turística en el mercado neerlandés. La página web es el principal medio de reserva en todos los canales, representando el 84% de las contrataciones directas y el 85% de las realizadas a través de turoperadores. Los comparadores también presentan una fuerte orientación digital, con un 76% de reservas efectuadas mediante sitios web, mientras que el uso de aplicaciones móviles continúa siendo relativamente limitado. En los canales intermediados, el correo electrónico y el teléfono conservan una presencia complementaria, aunque claramente secundaria frente a la contratación online.

Las agencias de viajes constituyen la principal excepción. Aunque el canal online sigue siendo el más utilizado (41%), la atención presencial mantiene un peso relevante (38%), reflejando la importancia que determinados viajeros siguen otorgando al asesoramiento personalizado, especialmente en viajes de mayor complejidad o presupuesto. En conjunto, estos datos confirman el elevado grado de digitalización del mercado neerlandés, donde la contratación online convive con una demanda significativa de atención especializada en determinados segmentos.²³

10

Medios de reserva



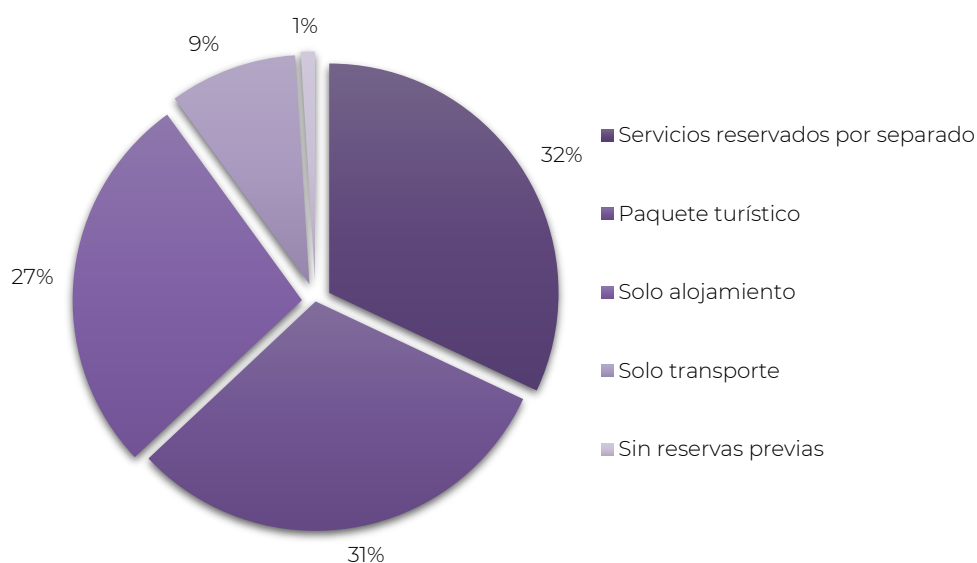
Fuente: Elaboración propia a partir de Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

²³ Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

La organización de las vacaciones entre los viajeros neerlandeses se divide prácticamente a partes iguales entre los viajes compuestos por servicios reservados por separado y los paquetes turísticos. En 2026, el 32% combinó por separado los distintos servicios del viaje, mientras que el 31% eligió un paquete turístico que incluía transporte y alojamiento en una única reserva. Esta preferencia varía según el perfil del viajero, los mayores de 65 años recurren con más frecuencia a paquetes turísticos, mientras que los jóvenes de 18 a 34 años muestran una mayor tendencia a organizar sus vacaciones de forma independiente.

Además, el 27% reservó únicamente el alojamiento y el 9% solo el transporte, mientras que apenas un 1% viajó sin realizar ninguna reserva previa. Las familias con hijos en edad escolar optan con mayor frecuencia por reservar solo el alojamiento, una pauta también habitual en las vacaciones de camping y los viajes deportivos. Por el contrario, las escapadas urbanas, los circuitos y los viajes culturales suelen organizarse mediante la contratación independiente de distintos servicios.²⁴

Servicios reservados dentro del viaje contratado



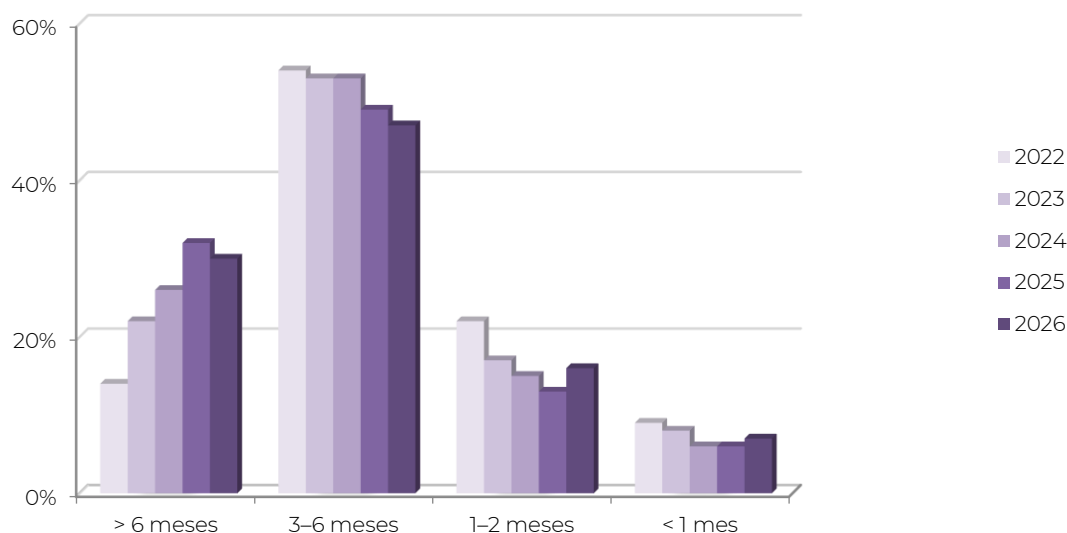
Fuente: Elaboración propia a partir de Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

²⁴ Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

La planificación anticipada constituye uno de los rasgos más característicos del viajero neerlandés. En 2026, el 77% de las vacaciones se reservó con más de tres meses de antelación, un 30% con más de seis meses y un 47% entre tres y seis meses antes de la salida. Las reservas realizadas entre uno y dos meses antes del viaje representaron el 16%, mientras que las de última hora (menos de un mes) se mantuvieron en niveles reducidos, con un 7%.

Esta tendencia confirma la consolidación de la reserva anticipada, impulsada por la búsqueda de mejores tarifas, una mayor disponibilidad de opciones y la planificación de las principales vacaciones del año. Según ANVR (Asociación de Empresarios del Sector Turístico de Países Bajos) esta pauta es especialmente acusada entre las familias con hijos en edad escolar, de las que un 38% reserva con más de seis meses de antelación. En cambio, las escapadas urbanas muestran un comportamiento más flexible, concentrando una parte significativa de las reservas en los dos meses previos al viaje. Para los destinos turísticos, este comportamiento convierte al mercado neerlandés en un emisor especialmente receptivo a las acciones promocionales desarrolladas con varios meses de antelación.²⁵

Antelación de reserva de las vacaciones



Fuente: Elaboración propia a partir de Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking, (2024-2026). Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

²⁵ Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking, (2024-2026). Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

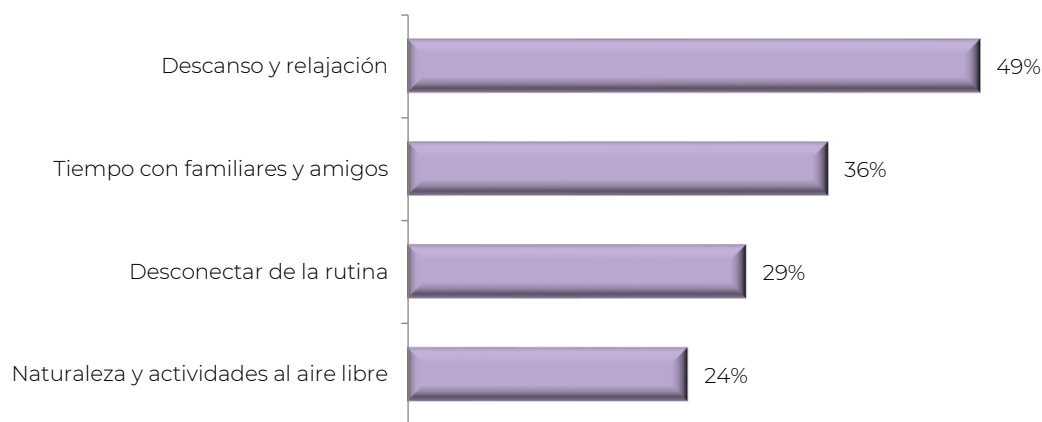
Comportamiento viajero

Según el *Holiday Sentiment Monitor* de NBTC,²⁶ las principales motivaciones vacacionales de los viajeros neerlandeses se centran en el descanso y la desconexión, el tiempo compartido con familiares y amigos y el contacto con la naturaleza. En concreto, el 49% señala la relajación como uno de los principales motivos para viajar, seguido por pasar tiempo con familiares y amigos (36%), escapar de la rutina cotidiana (29%) y disfrutar de la naturaleza y las actividades al aire libre (24%).

Estas preferencias son coherentes con los resultados de la medición anual realizada por ANVR²⁷ en 2026, que sitúa el descanso y la relajación como la principal motivación de viaje y pone de relieve el interés por los destinos de sol y playa, los entornos naturales, el descubrimiento de nuevos lugares y las experiencias culturales y activas. En términos generales, el viajero neerlandés busca combinar el bienestar y la desconexión con experiencias enriquecedoras, valorando tanto el contacto con la naturaleza como la posibilidad de conocer nuevos destinos, disfrutar de la gastronomía local y realizar actividades al aire libre. En conjunto, estos resultados reflejan una demanda orientada hacia experiencias auténticas que equilibran descanso, disfrute y descubrimiento.

13

Motivación del viaje (%)



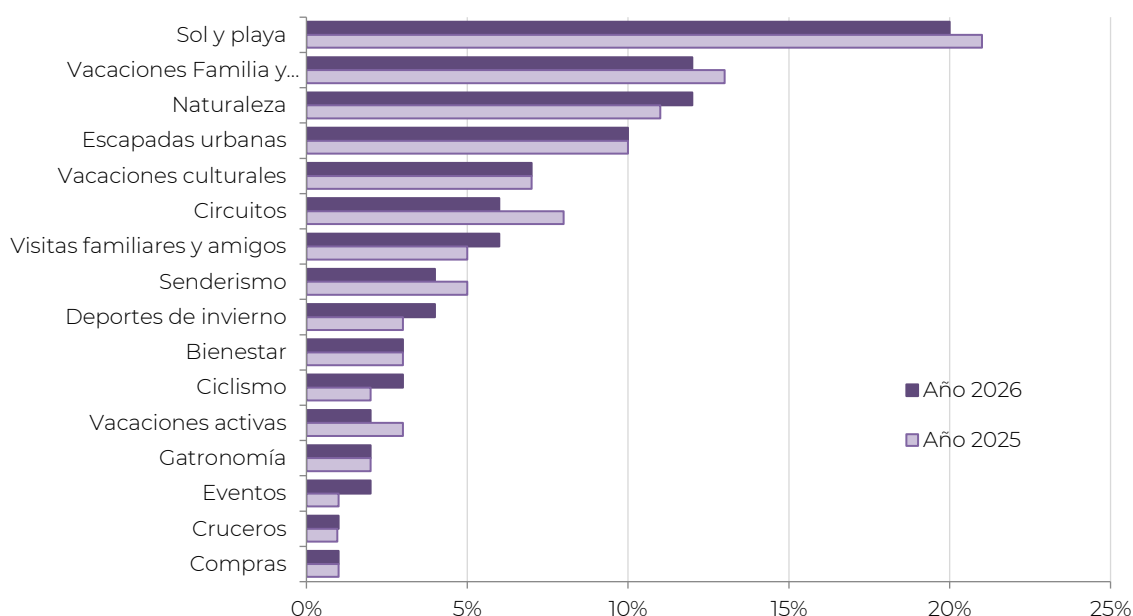
Fuente: Elaboración propia a partir de Netherlands Board of Tourism & Conventions (NBTC), *Holiday Sentiment Monitor*, July 2025. Disponible en: <https://www.nbtc.nl/en/site/download/report-holiday-sentiment-monitor-july-2025>

²⁶ Netherlands Board of Tourism & Conventions (NBTC), *Holiday Sentiment Monitor*, July 2025. Disponible en: <https://www.nbtc.nl/en/site/download/report-holiday-sentiment-monitor-july-2025>

²⁷ Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

Las vacaciones de sol y playa continúan siendo la modalidad más popular entre los viajeros neerlandeses (20%), seguidas por las vacaciones con amigos y familiares (12%), los viajes de naturaleza (12%) y las escapadas urbanas (10%). En comparación con 2025, las preferencias muestran una elevada estabilidad, aunque aumentan ligeramente los viajes de naturaleza, las visitas a familiares y amigos y las vacaciones en bicicleta, mientras que los circuitos reducen su peso. En conjunto, los datos reflejan una demanda diversificada en la que el descanso, el clima y el litoral siguen siendo elementos centrales, combinados cada vez más con experiencias culturales, actividades al aire libre y el descubrimiento de nuevos destinos.²⁸ Asimismo, se observan diferencias según el perfil del viajero, los jóvenes de 18 a 34 años muestran una mayor preferencia por las escapadas urbanas, mientras que los mayores de 65 años optan con más frecuencia por vacaciones de invierno en destinos soleados, cruceros y visitas a familiares y amigos.²⁹

Tipo de vacaciones (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de NBTC, *Holiday Sentiment Monitor*, January 2025; January 2026.
Disponible en: <https://www.nbtc.nl/en/site/themes/knowledge-and-data/holiday-sentiment-monitor>

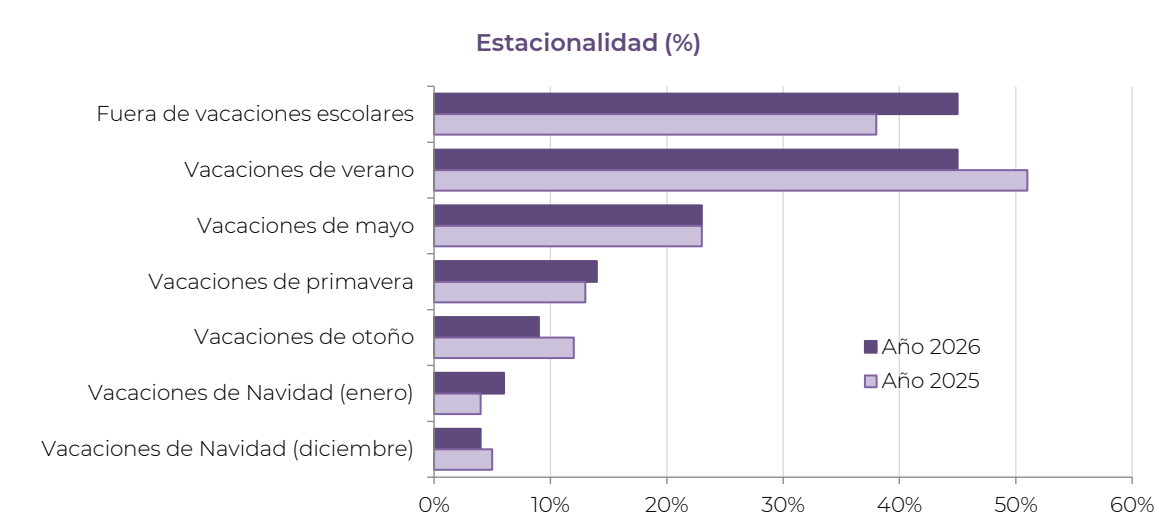
²⁸ Netherlands Board of Tourism & Conventions (NBTC), *Holiday Sentiment Monitor*, January 2026. Disponible en: <https://www.nbtc.nl/en/site/download/report-holiday-sentiment-monitor-january-2026>

²⁹ Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

Los viajes se concentran principalmente en dos momentos del año, el verano y los periodos fuera de las vacaciones escolares tradicionales, ambos mencionados por el 45% de los viajeros. Esta distribución refleja la coexistencia de dos perfiles de demanda, por un lado, quienes siguen condicionados por el calendario escolar y laboral, y por otro, segmentos con mayor flexibilidad para viajar fuera de la temporada alta, contribuyendo a una progresiva desestacionalización de los flujos turísticos. De hecho, frente a 2025 aumenta el peso de los viajes realizados fuera de los periodos vacacionales estándar, lo que sugiere una búsqueda de mayor comodidad, menor masificación y mejores condiciones de precio.

Aun así, las vacaciones de verano continúan siendo el principal periodo vacacional escolar, especialmente entre las familias con hijos en edad de educación primaria, de las cuales el 76% viaja durante esta temporada. Asimismo, el verano mantiene una relevancia particularmente elevada para determinados productos turísticos, como las vacaciones de camping, que se concentran de forma muy marcada en estos meses (80%). Por otro lado, las familias con niños en edad escolar también muestran una mayor propensión a viajar durante las vacaciones de mayo, periodo elegido por el 45% de este colectivo, lo que evidencia la influencia que siguen ejerciendo los calendarios escolares en la planificación de los viajes familiares y la importancia de los periodos vacacionales intermedios para repartir la demanda a lo largo del año.³⁰

15



Fuente: Elaboración propia a partir de Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

³⁰ Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

Segmentación de la demanda

La demanda turística neerlandesa se organiza principalmente a partir de variables demográficas, composición del hogar, tipo de vacaciones y comportamiento de reserva. Aunque los estudios identifican diferencias entre generaciones, la segmentación actual del mercado incorpora cada vez más variables relacionadas con los hábitos de viaje y las preferencias de consumo.³¹

En este sentido, la demanda presenta distintos patrones según la edad, la situación familiar, el nivel educativo y la experiencia viajera, factores que influyen tanto en la planificación del viaje como en la elección del destino y de los servicios turísticos.³² Asimismo, la composición del hogar constituye un elemento relevante para comprender el comportamiento de reserva y la organización de las vacaciones.³³

Junto a estas variables sociodemográficas, los estudios recientes ponen de manifiesto la importancia de factores relacionados con la forma de viajar, como el grado de digitalización, los canales de reserva utilizados o la anticipación en la contratación de los viajes.³⁴ Estas variables permiten identificar distintos comportamientos dentro de un mercado caracterizado por una elevada propensión a viajar y una creciente diversificación de preferencias. El estudio *Future Vision Dutch Holiday Market 2030* complementa la segmentación sociodemográfica tradicional con una perspectiva generacional. Según este análisis, la Generación Silenciosa concibe las vacaciones como un lujo; los Baby Boomers como un derecho asociado al trabajo; la Generación X como una recompensa al esfuerzo; los Millennials como una herramienta de desarrollo personal; y la Generación Z como una oportunidad para descubrir el mundo y vivir nuevas experiencias.³⁵

³¹ Trends & Tourism, *Future Vision Dutch Holiday Market 2030*, 2024. Estudio elaborado para Spaans Verkeersbureau / Oficina Española de Turismo; Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

³² Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

³³ Netherlands Board of Tourism & Conventions (NBTC), *Holiday Sentiment Monitor*, January 2026. Disponible en: <https://www.nbtc.nl/en/site/download/report-holiday-sentiment-monitor-january-2026>

³⁴ Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

³⁵ Trends & Tourism, *Future Vision Dutch Holiday Market 2030*, 2024. Estudio elaborado para Spaans Verkeersbureau / Oficina Española de Turismo.

Perfil del viajero

El mercado emisor neerlandés se caracteriza por una elevada propensión al viaje internacional y una amplia participación de todos los grupos de edad. No obstante, se observan diferencias significativas en los comportamientos turísticos según la edad, la composición del hogar y el nivel educativo.³⁶

Los viajeros jóvenes, especialmente entre 18 y 34 años, muestran una mayor preferencia por las escapadas urbanas y destacan por un uso intensivo de las herramientas digitales para la inspiración, planificación y reserva de viajes. Son también el grupo que utiliza con mayor frecuencia aplicaciones basadas en inteligencia artificial para organizar sus vacaciones.³⁷

Por su parte, los viajeros mayores de 65 años presentan una participación relativamente más elevada en productos como las vacaciones de invierno en destinos cálidos, los cruceros y los viajes para visitar familiares y amigos.³⁸ El envejecimiento progresivo de la población neerlandesa refuerza además la importancia de este segmento dentro del mercado emisor.

La composición del hogar constituye otro elemento diferenciador. Los hogares con hijos muestran una mayor tendencia a planificar con antelación sus vacaciones y presentan los niveles más elevados de reserva anticipada para el año siguiente.³⁹

En cuanto al nivel educativo, los estudios disponibles muestran que los viajeros con formación práctica optan con mayor frecuencia por vacaciones de sol y playa, mientras que otros segmentos presentan pautas de consumo turístico más diversificadas.⁴⁰

En conjunto, el viajero neerlandés se caracteriza por un elevado grado de experiencia viajera, una amplia utilización de canales digitales y una fuerte orientación hacia la

³⁶ Trends & Tourism, *Future Vision Dutch Holiday Market 2030*, 2024. Estudio elaborado para Spaans Verkeersbureau / Oficina Española de Turismo; Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

³⁷ Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

³⁸ Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

³⁹ Netherlands Board of Tourism & Conventions (NBTC), *Holiday Sentiment Monitor*, January 2026. Disponible en: <https://www.nbtc.nl/en/site/download/report-holiday-sentiment-monitor-january-2026>

⁴⁰ Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

planificación de sus viajes, factores que contribuyen a la madurez y estabilidad de este mercado emisor.⁴¹

Productos turísticos demandados

Las vacaciones de sol y playa continúan siendo el principal producto turístico demandado por los viajeros neerlandeses. Según ANVR (2026), constituyen la modalidad vacacional más reservada, especialmente entre los viajeros con formación práctica.

Las escapadas urbanas figuran entre los productos turísticos más relevantes y muestran una especial aceptación entre los viajeros jóvenes de entre 18 y 34 años. Este tipo de viajes se beneficia de la elevada conectividad aérea de los Países Bajos y de la tendencia a realizar varias vacaciones de menor duración a lo largo del año.

Los circuitos y viajes itinerantes ocupan igualmente una posición destacada dentro de la demanda neerlandesa, reflejando el interés de este mercado por conocer varios destinos durante un mismo viaje.

18

Otros productos con una presencia significativa son las vacaciones culturales, los viajes deportivos y de naturaleza, así como las visitas a familiares y amigos. Asimismo, entre los mayores de 65 años destacan las vacaciones de invierno en destinos cálidos y los cruceros, productos cuya demanda presenta una mayor concentración en los segmentos de mayor edad.

En conjunto, la demanda neerlandesa presenta una combinación de productos vacacionales tradicionales, como el sol y playa, junto con escapadas urbanas, circuitos, viajes culturales, deportivos y visitas a familiares y amigos.⁴²

Conclusiones y tendencias

Los estudios más recientes muestran que la intención de viaje de la población neerlandesa se mantiene en niveles elevados. Según el *Holiday Sentiment Monitor* (enero 2026) el 88 % de los neerlandeses prevé realizar al menos unas vacaciones durante el año y quienes tienen intención de viajar estiman realizar una media de 2,4 viajes vacacionales.⁴³

⁴¹ Trends & Tourism, *Future Vision Dutch Holiday Market 2030*, 2024. Estudio elaborado para Spaans Verkeersbureau / Oficina Española de Turismo; Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

⁴² Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

⁴³ Netherlands Board of Tourism & Conventions (NBTC), *Holiday Sentiment Monitor*, January 2026. Disponible en: <https://www.nbtc.nl/en/site/download/report-holiday-sentiment-monitor-january-2026>

La demanda continúa mostrando un alto grado de digitalización tanto en la búsqueda de información como en la reserva de viajes. En este contexto, destaca la creciente incorporación de herramientas de inteligencia artificial para la inspiración y planificación turística, especialmente entre los viajeros más jóvenes y las familias con hijos.⁴⁴

A pesar de la incertidumbre geopolítica y del contexto económico internacional, la propensión a viajar de la población neerlandesa continúa siendo elevada. Las fuentes consultadas más recientes indican que las vacaciones siguen considerándose una prioridad para una gran parte de los consumidores e incluso una vía para desconectar de un entorno percibido como cada vez más incierto. En este contexto, más que una reducción de la demanda turística, se observa una adaptación de los patrones de viaje, con una mayor atención al presupuesto, a la seguridad percibida de los destinos y a la relación calidad-precio de la oferta turística. Todo ello apunta a que el mercado neerlandés mantiene una sólida predisposición a viajar, aunque con decisiones de consumo cada vez más reflexivas y selectivas.⁴⁵

19

Aunque los datos de ANVR muestran una clara preferencia por la reserva directa y la organización independiente del viaje, diversos operadores turísticos europeos señalan que los contextos de incertidumbre geopolítica pueden modificar temporalmente determinados patrones de comportamiento. En 2026 se ha observado una mayor cautela en la toma de decisiones de viaje, favoreciendo tanto un incremento de las reservas realizadas en fechas más próximas a la salida como una mayor valoración de los paquetes turísticos por las garantías, la asistencia y la seguridad que ofrecen. Asimismo, se aprecia un desplazamiento de la demanda desde algunos destinos del Mediterráneo oriental hacia destinos del Mediterráneo occidental, entre los que España, incluidas las Islas Baleares y Canarias, así como Grecia, figuran entre los destinos más demandados para la temporada estival.⁴⁶

Por otra parte, los datos consultados de reservas apuntan a una reorientación de la demanda neerlandesa hacia destinos europeos frente a los viajes de larga distancia. Según el monitor de reservas de ANVR/NIQ de abril de 2026, los destinos próximos registran una evolución especialmente favorable, destacando tanto los países limítrofes como otros destinos europeos accesibles por carretera. En el caso de España,

⁴⁴ Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

⁴⁵ Koninklijke Nederlandse Toeristenbond (ANWB), *Vakantiemonitor: groot deel Nederlanders behoefte aan vakantie door onrust in wereld*. Disponible en: [ANWB Vakantiemonitor 2026: groot deel Nederlanders behoefte aan vakantie door onrust in wereld](https://www.anwb.nl/vakantie/nieuws/2026/april/anwb-vakantiemonitor-8-miljoen-nederlanders-kiezen-ondanks-wereldwijde-spanningen-voor-vakantie); Koninklijke Nederlandse Toeristenbond (ANWB), *8 miljoen Nederlanders kiezen ondanks wereldwijde spanningen voor vakantie*. Disponible en: <https://www.anwb.nl/vakantie/nieuws/2026/april/anwb-vakantiemonitor-8-miljoen-nederlanders-kiezen-ondanks-wereldwijde-spanningen-voor-vakantie>

⁴⁶ TravMagazine, *Pakketreis is gouden standaard in onrustige tijden*. Disponible en: [Halfjaarcijfers TUI Group: 'Pakketreis is gouden standaard in onrustige tijden' - TravMagazine](https://www.travmagazine.nl/nieuws/2026/april/halfjaarcijfers-tui-group-pakketreis-is-gouden-standaard-in-onrustige-tijden)

el crecimiento de las reservas se sitúa en torno al 10 %, impulsado principalmente por el aumento de la demanda hacia la península ibérica, mientras que el interés por Baleares y Canarias muestra una evolución más moderada. Esta tendencia refleja una mayor preferencia por destinos europeos percibidos como accesibles, consolidados y con una buena relación entre coste y experiencia de viaje.⁴⁷

Por último, continúa aumentando la sensibilidad hacia la sostenibilidad y la masificación turística. El *Holiday Sentiment Monitor* (enero 2026) muestra que una parte creciente de los viajeros evita determinados destinos debido a informaciones negativas relacionadas con la masificación turística, reflejando una mayor atención a la calidad de la experiencia turística y a la gestión de los flujos de visitantes.⁴⁸

En conjunto, el mercado neerlandés continúa caracterizándose por una elevada frecuencia de viaje, una fuerte orientación hacia los destinos europeos, una creciente digitalización de los procesos de planificación y reserva, y una mayor selectividad en la toma de decisiones, sin que ello implique una disminución significativa de la demanda turística.

⁴⁷ Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *Boekingsmonitor april 2026*. Disponible en: <https://www.anvr.nl/reisnieuws/anvr-niq-boekingsmonitor-april-2026>

⁴⁸ Netherlands Board of Tourism & Conventions (NBTC), *Holiday Sentiment Monitor*, January 2026. Disponible en: <https://www.nbtc.nl/en/site/download/report-holiday-sentiment-monitor-january-2026>

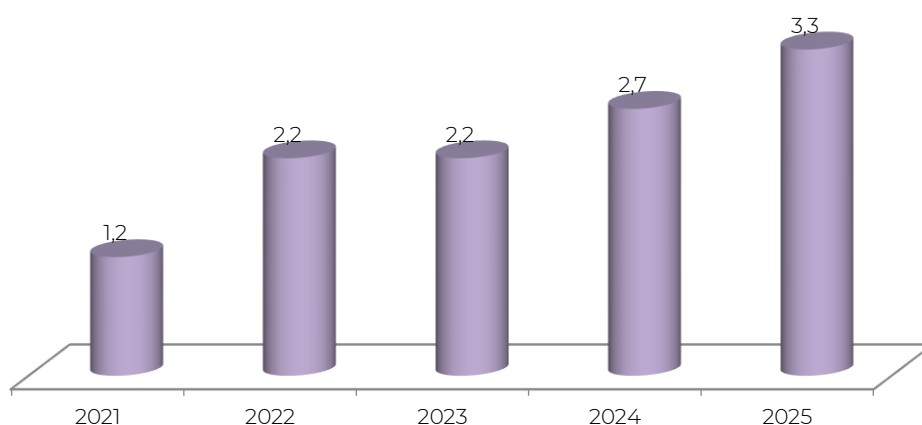
MERCADO EMISOR A ESPAÑA

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

El gasto de los turistas neerlandeses en España muestra una evolución positiva durante el periodo 2021-2025. Tras la recuperación registrada a partir de 2022, el gasto total mantiene una tendencia de crecimiento sostenida hasta alcanzar su nivel más elevado al final del periodo analizado.

Asimismo, el gasto medio diario aumenta de 90 euros en 2021 a 123 euros en 2025. En conjunto, los indicadores reflejan una evolución favorable tanto del gasto total como de la intensidad de gasto de los turistas neerlandeses en España.⁴⁹

Gasto Total (Mil millones de euros)



Fuente: Elaboración propia a partir de Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Vakanties van Nederlanders; buitenland, bestemmingen*. Indicador: número de vacaciones de residentes neerlandeses en el extranjero por país de destino (Vakanties naar bestemming). Disponible en: <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/84367NED/table>

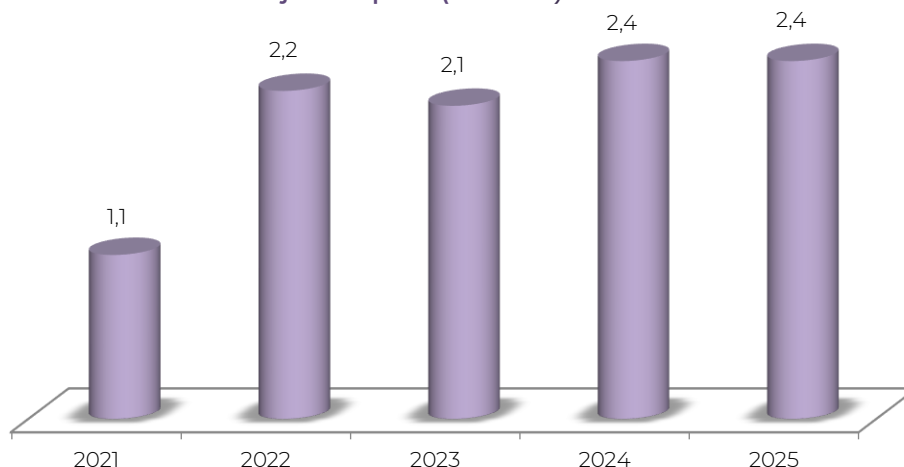
⁴⁹ Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Vakanties van Nederlanders; buitenland, bestemmingen*. Indicador: número de vacaciones de residentes neerlandeses en el extranjero por país de destino (Vakanties naar bestemming). Disponible en: <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/84367NED/table>

Número de viajes a España

El número de viajes de residentes neerlandeses a España muestra una evolución muy favorable durante el periodo 2021-2025. Tras la recuperación registrada a partir de 2022, la demanda mantiene una trayectoria ascendente que permite alcanzar los 2,4 millones de viajes en 2025, el valor más elevado de la serie analizada.⁵⁰

Esta evolución refleja la fortaleza de la demanda turística neerlandesa hacia España y la consolidación del destino dentro de las preferencias de viaje de este mercado. Asimismo, el volumen de viajes registrado al final del periodo supera ampliamente los niveles observados desde la pandemia, lo que evidencia la capacidad de recuperación de los flujos turísticos y el atractivo sostenido de España para los viajeros neerlandeses.

Viajes a España (Millones)



Fuente: Elaboración propia a partir de Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Vakanties van Nederlanders; buitenland, bestemmingen*. Indicador: número de vacaciones de residentes neerlandeses en el extranjero por país de destino (*Vakanties naar bestemming*). Disponible en: <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/84367NED/table>

Cuota de España en el mercado turístico emisor

España se mantiene entre los principales destinos internacionales del mercado emisor neerlandés. En 2024 ocupó la tercera posición por número de vacaciones al extranjero, con 2,4 millones de viajes y una cuota aproximada del 12 %, por detrás de Alemania, que lideró el ranking con el 16 %, y Francia, con el 14 %.

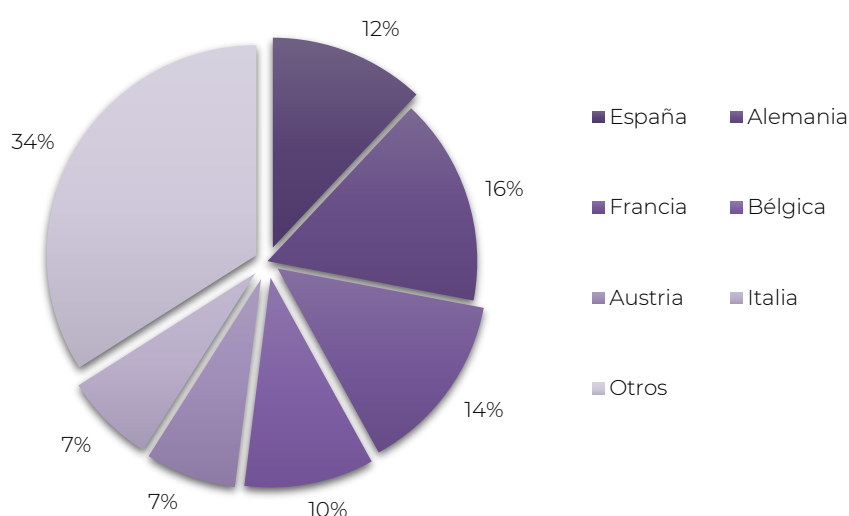
La estructura del mercado refleja el peso de los destinos europeos de proximidad, especialmente Alemania, Francia y Bélgica, favorecidos por la accesibilidad por

⁵⁰ Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Vakanties van Nederlanders; buitenland, bestemmingen*. Indicador: número de vacaciones de residentes neerlandeses en el extranjero por país de destino (*Vakanties naar bestemming*). Disponible en: <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/84367NED/table>

carretera y la cercanía geográfica. Frente a ellos, España mantiene una posición destacada como principal destino mediterráneo del mercado neerlandés, apoyada en su atractivo vacacional, la conectividad aérea y el peso del producto de sol y playa.

Aunque Alemania y Francia concentran las mayores cuotas en el conjunto del mercado emisor, España muestra una evolución favorable respecto al año anterior y se consolida como el tercer destino internacional más visitado por los residentes neerlandeses.⁵¹

Principales destinos internacionales



Fuente: Elaboración propia a partir de Trends & Tourism, *Market scan Dutch holiday market 2024*. Estudio elaborado para miembros de ANTOR.

Principales destinos en España

El gasto turístico de los viajeros neerlandeses en España se concentra principalmente en los grandes destinos vacacionales del país. Canarias, Andalucía, Comunidad Valenciana, Cataluña y Baleares ocupan las primeras posiciones, reflejando la importancia que siguen teniendo los productos asociados al turismo de sol y playa dentro de este mercado emisor.

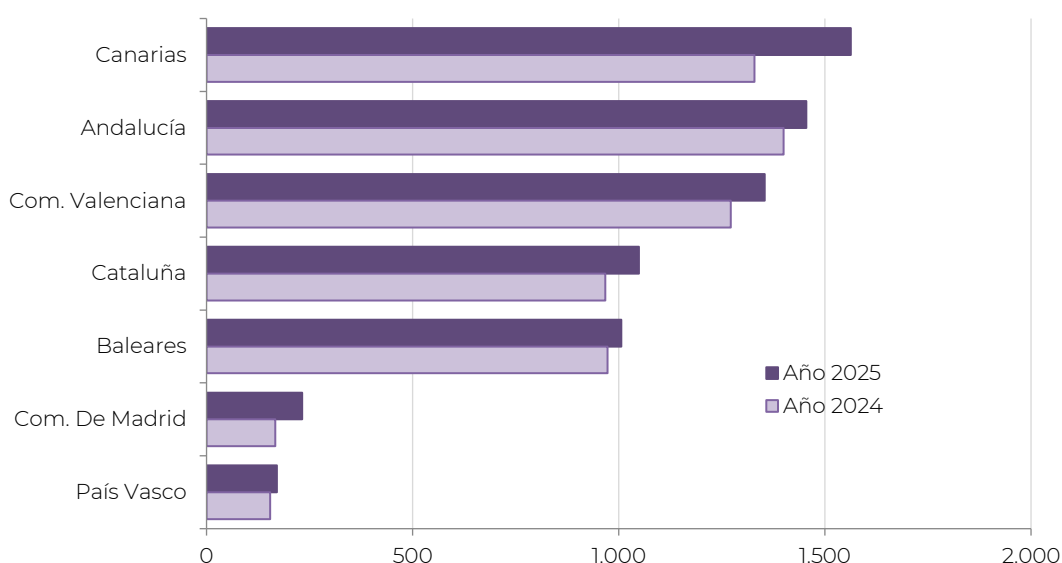
La distribución territorial del gasto pone de manifiesto la fortaleza de los destinos con elevada conectividad aérea y una amplia oferta turística, especialmente en el litoral mediterráneo y los archipiélagos. Asimismo, destinos como la Comunidad de Madrid y

⁵¹ Trends & Tourism, *Market scan Dutch holiday market 2024*. Estudio elaborado para miembros de ANTOR.

el País Vasco complementan esta distribución con una oferta más vinculada al turismo urbano, cultural y de negocios.

En 2025, todas las comunidades autónomas incluidas en la serie registran un aumento del gasto respecto al año anterior, lo que refleja la evolución favorable de la demanda neerlandesa hacia los principales destinos españoles.⁵²

Principales destinos por gasto (Millones de euros)



Fuente: Elaboración propia a partir de Egatur INE

Organización del viaje y reserva

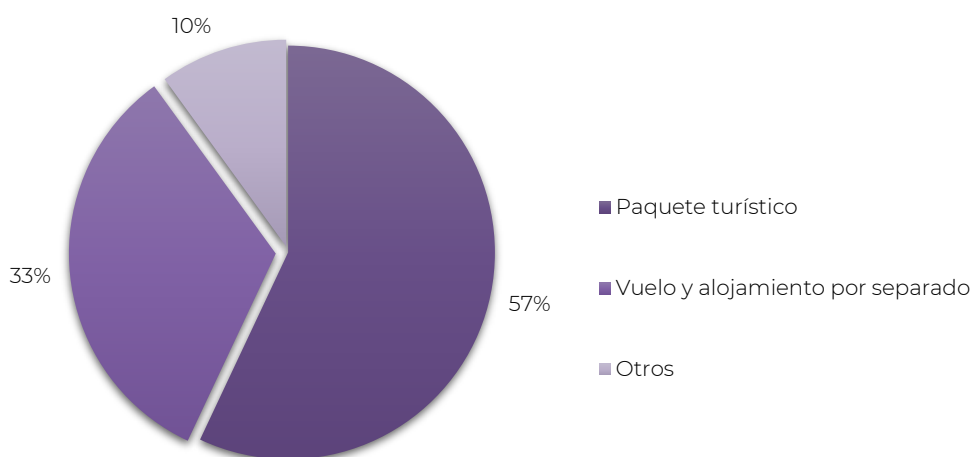
España figura como el destino de sol y playa más considerado y preferido por los viajeros neerlandeses dentro del Mediterráneo. Según *The Potential Market of Fly/Sun Holidays* (junio de 2024), el 63% de los potenciales viajeros incluye España entre sus opciones vacacionales y el 34% la identifica como su destino preferido.

En el segmento de vacaciones mediterráneas de sol y playa, la contratación mediante paquetes turísticos mantiene una posición destacada, siendo la modalidad elegida por el 57% de los potenciales viajeros, frente a aproximadamente un tercio que prefiere contratar por separado el transporte y el alojamiento. España ocupa además la primera posición tanto entre quienes optan por paquetes turísticos como entre quienes organizan sus vacaciones por cuenta propia. Entre quienes optan por paquetes turísticos destacan operadores como TUI, Corendon, Sunweb y D-Reizen. Estos

⁵² Egatur INE

resultados ponen de manifiesto la relevancia que sigue manteniendo la intermediación turística en este tipo de vacaciones, a pesar del elevado grado de digitalización del mercado neerlandés.⁵³

Organización de las vacaciones mediterráneas de sol y playa (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de Trends & Tourism, *The Potential Market of Fly/Sun Holidays*. Junio de 2024. Estudio elaborado para Spaans Verkeersbureau / Oficina Española de Turismo.

Comportamiento viajero

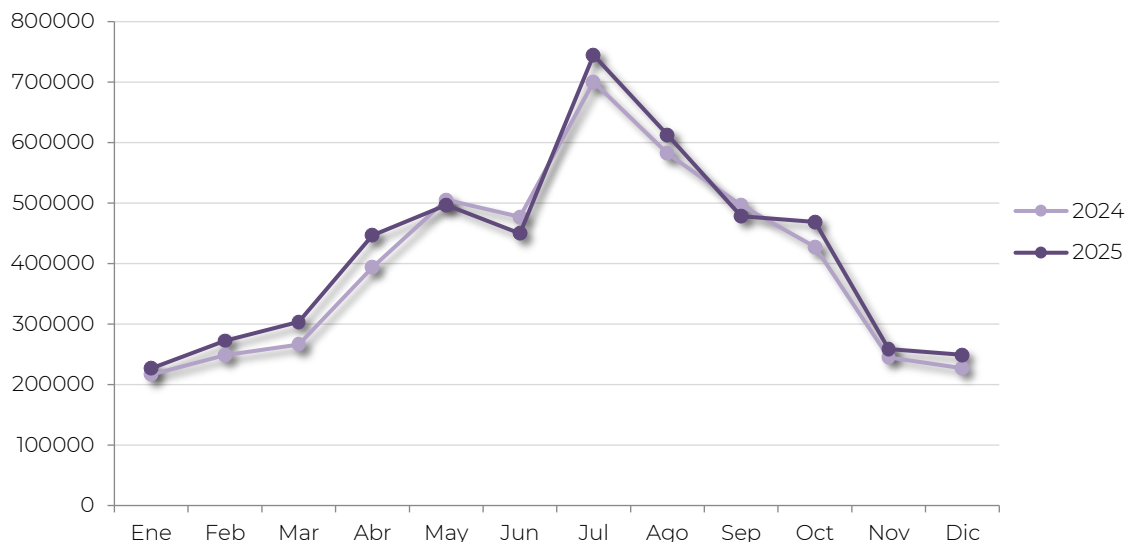
La llegada de viajeros neerlandeses a España presenta una marcada concentración en los meses estivales, con julio como principal mes de viaje tanto en 2024 como en 2025. En 2025, julio y agosto concentran conjuntamente algo más de una cuarta parte del total anual, lo que confirma el peso de la temporada alta dentro de este mercado.

No obstante, la demanda neerlandesa mantiene una presencia relevante fuera del verano. Los meses de abril, mayo, septiembre y octubre registran también volúmenes elevados, reflejando la capacidad de España para atraer viajeros en periodos de primavera y otoño. Esta distribución resulta coherente con el calendario vacacional neerlandés, en el que la movilidad se ve influida por las vacaciones escolares de verano y por otros periodos vacacionales repartidos a lo largo del año.⁵⁴

⁵³ Trends & Tourism, *The Potential Market of Fly/Sun Holidays*. Junio de 2024. Estudio elaborado para Spaans Verkeersbureau / Oficina Española de Turismo.

⁵⁴ Frontur INE

Estacionalidad

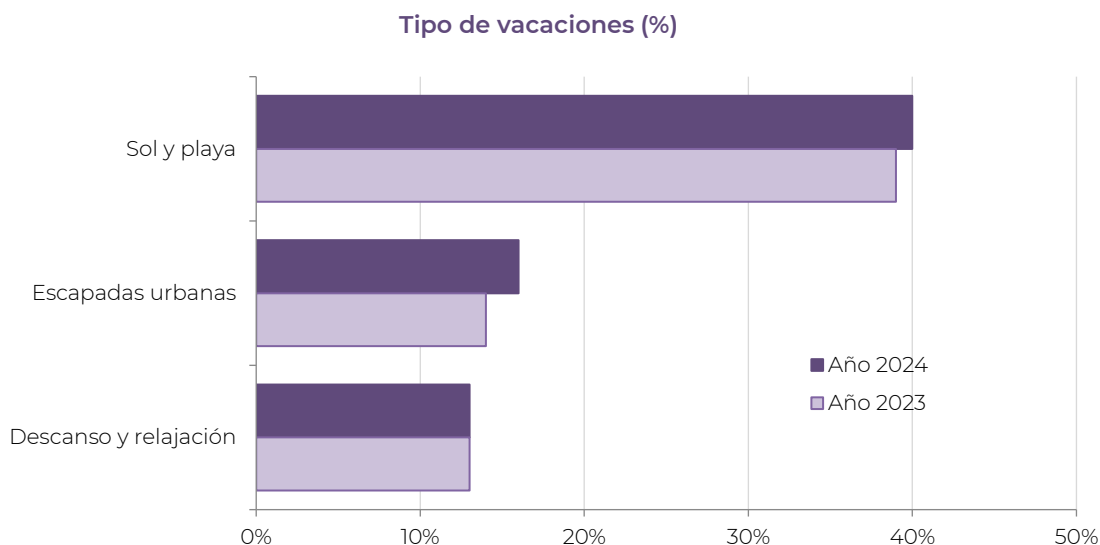


Fuente: : Elaboración propia a partir de Frontur INE

Las vacaciones de sol y playa constituyen el principal tipo de viaje realizado por los residentes neerlandeses en España, representando el 40% de las vacaciones efectuadas en el destino en 2024. A continuación se sitúan las escapadas urbanas (16%) y los viajes orientados al descanso y la relajación (13%), lo que refleja una demanda turística diversificada más allá del producto vacacional tradicional.

La distribución de los tipos de viaje confirma la fortaleza de España como destino vacacional para el mercado neerlandés. El predominio del producto de sol y playa está estrechamente vinculado a factores como el clima, la amplia oferta costera y la elevada conectividad aérea entre ambos países. Al mismo tiempo, el peso de las escapadas urbanas y de los viajes orientados al descanso evidencia la capacidad del destino para atraer perfiles de viajeros diversos y complementar su oferta más allá del turismo estrictamente estacional.⁵⁵

⁵⁵ Trends & Tourism, *Market scan Dutch holiday market 2024*. Estudio elaborado para miembros de ANTOR; Trends & Tourism, *Market scan Dutch holiday market 2023*. Estudio elaborado para miembros de ANTOR.



Fuente: Elaboración propia a partir de Trends & Tourism, *Market scan Dutch holiday market 2024*. Estudio elaborado para miembros de ANTOR; Trends & Tourism, *Market scan Dutch holiday market 2023*. Estudio elaborado para miembros de ANTOR.

27

Segmentación de la demanda

La demanda neerlandesa hacia España presenta una marcada orientación vacacional, con un predominio de las vacaciones de sol y playa, aunque también existe una presencia relevante de escapadas urbanas y viajes orientados al descanso. Esta composición refleja una demanda madura y familiarizada con el destino, concentrada principalmente en productos turísticos consolidados.

Al mismo tiempo, España cuenta con capacidad para atraer segmentos complementarios vinculados al turismo urbano, cultural, gastronómico y de naturaleza, lo que favorece una mayor diversificación de la demanda y amplía el atractivo del destino para distintos perfiles de viajeros.⁵⁶

Perfil del viajero

El viajero neerlandés que visita España responde mayoritariamente a un perfil vacacional atraído por el clima, la costa, el descanso y la amplia oferta turística del destino. España se mantiene entre los principales destinos internacionales para este mercado y ocupa una posición destacada dentro de los destinos mediterráneos.

⁵⁶ Trends & Tourism, *Market scan Dutch holiday market 2024*. Estudio elaborado para miembros de ANTOR.

La demanda combina viajeros interesados en el producto tradicional de sol y playa con otros perfiles atraídos por experiencias urbanas, culturales y de descubrimiento del territorio. Esta diversidad contribuye a reforzar el posicionamiento de España entre distintos segmentos del mercado neerlandés.⁵⁷

Productos turísticos demandados

Las vacaciones de sol y playa constituyen el principal tipo de viaje realizado por los residentes neerlandeses en España, concentrando el 40% de las vacaciones efectuadas en el destino. A continuación, se sitúan las escapadas urbanas (16%) y los viajes orientados al descanso y la relajación (13%).

Estos resultados reflejan la fortaleza de España como destino vacacional mediterráneo y muestran una demanda que combina productos tradicionales de costa con experiencias urbanas y de ocio. Según *The Potential Market of Fly/Sun Holidays* (2024), España es además el destino mediterráneo más considerado y preferido por los potenciales viajeros neerlandeses.⁵⁸

28

Conclusiones y tendencias

España mantiene una posición muy consolidada dentro del mercado emisor neerlandés. En 2024 ocupó la tercera posición entre los destinos internacionales más visitados por los residentes neerlandeses, por detrás de Alemania y Francia, y se situó como el principal destino mediterráneo del mercado. Asimismo, continúa siendo uno de los destinos vacacionales más atractivos para los viajeros neerlandeses, especialmente en los segmentos vinculados al sol y playa.⁵⁹

La demanda sigue apoyándose principalmente en este producto, aunque los estudios más recientes apuntan a una creciente diversificación de intereses hacia experiencias urbanas, culturales, gastronómicas y de naturaleza. Esta evolución, unida a la búsqueda de destinos auténticos, espacios abiertos y experiencias de mayor valor añadido, ofrece oportunidades para ampliar el atractivo de España más allá de los destinos tradicionalmente asociados al turismo vacacional. En este contexto, productos como el turismo urbano, las rutas culturales, la gastronomía, el senderismo o el cicloturismo

⁵⁷Trends & Tourism, *Market scan Dutch holiday market 2024*. Estudio elaborado para miembros de ANTOR; Trends & Tourism, *The Potential Market of Fly/Sun Holidays*. Junio de 2024. Estudio elaborado para Spaans Verkeersbureau / Oficina Española de Turismo.

⁵⁸Trends & Tourism, *Market scan Dutch holiday market 2024*. Estudio elaborado para miembros de ANTOR; Trends & Tourism, *The Potential Market of Fly/Sun Holidays*. Junio de 2024. Estudio elaborado para Spaans Verkeersbureau / Oficina Española de Turismo.

⁵⁹Trends & Tourism, *Market scan Dutch holiday market 2024*. Estudio elaborado para miembros de ANTOR.

presentan potencial para contribuir a una distribución más equilibrada de los flujos turísticos tanto territorial como estacionalmente.⁶⁰

Como señal coyuntural de 2026, algunos operadores neerlandeses apuntan a un repunte de la demanda de última hora hacia destinos de sol. Prijsvrij Vakanties & D-reizen registró en junio un aumento del 41% en el número de viajeros con reserva respecto al mismo mes del año anterior, con un crecimiento especialmente elevado en los canales online. Dentro de los destinos de sol más demandados, España creció un 46%, junto con Grecia y Turquía, lo que refuerza la buena posición de los principales destinos mediterráneos en la temporada estival.⁶¹

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

Análisis de la competencia

29

La demanda turística neerlandesa hacia destinos internacionales se concentra principalmente en productos de sol y playa, escapadas urbanas, turismo cultural, circuitos itinerantes y turismo de naturaleza. En 2025, los principales destinos vacacionales de los neerlandeses fueron Francia (3,2 millones de viajes), Alemania (2,8 millones), España (2,4 millones) y Bélgica (2,1 millones), lo que sitúa a estos países entre los destinos internacionales con mayor presencia en el mercado emisor neerlandés.⁶²

En el segmento de sol y playa, principal producto vacacional entre los viajeros neerlandeses que planean viajar al extranjero, España compite fundamentalmente con Grecia, Italia, Portugal y Turquía. Según el estudio *The Potential Market of Fly/Sun Holidays* (2024), España es el destino mediterráneo más considerado por los potenciales viajeros neerlandeses (63 %) y también el más preferido (34 %), situándose por delante de Grecia (26 %) y del resto de destinos competidores. Estos resultados confirman la posición de liderazgo de España dentro del principal producto vacacional del mercado neerlandés.⁶³

En otros productos turísticos, España mantiene una competencia más diversificada. Las escapadas urbanas y el turismo cultural encuentran como principales competidores a Francia, Italia y Alemania, así como a destinos de proximidad como

⁶⁰ Turespaña, *Plan Anual Operativo Países Bajos 2025*.

⁶¹ TravMagazine. *Prijsvrij & D-reizen negeert marktkrimp en boekt 41% meer reizigers in juni*. Disponible en: <https://www.travmagazine.nl/prijsvrij-d-reizen-negeert-marktkrimp-en-boekt-41-meer-reizigers-in-juni/>

⁶² Trends & Tourism, *Market scan Dutch holiday market 2024*. Estudio elaborado para miembros de ANTOR; Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Vakanties van Nederlanders; buitenland, bestemmingen*. Indicador: número de vacaciones de residentes neerlandeses en el extranjero por país de destino (Vakanties naar bestemming). Disponible en: <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/84367NED/table>

⁶³ Trends & Tourism, *The Potential Market of Fly/Sun Holidays*. Junio de 2024. Estudio elaborado para Spaans Verkeersbureau / Oficina Española de Turismo.

Bélgica. Por su parte, los viajes de naturaleza, senderismo y turismo activo compiten especialmente con Austria, Alemania y los países nórdicos. Esta diversidad de productos permite a España atender distintos perfiles de demanda más allá del tradicional turismo de sol y playa.⁶⁴

La conectividad aérea constituye uno de los factores que favorecen el posicionamiento competitivo de España en el mercado neerlandés. Según *Centraal Bureau voor de Statistiek* (CBS), España fue en 2025 el principal mercado internacional del transporte aéreo neerlandés, con 10,6 millones de pasajeros transportados entre ambos países, superando ampliamente a otros destinos mediterráneos competidores como Italia (4,9 millones), Portugal (2,8 millones), Turquía (2,6 millones) y Grecia (2,5 millones). Esta elevada movilidad aérea refleja la intensidad de las conexiones existentes entre ambos mercados y contribuye a reforzar la accesibilidad de España frente a otros destinos mediterráneos donde el transporte aéreo constituye igualmente el principal medio de acceso.⁶⁵

Posicionamiento e imagen de España

30

La imagen de España en el mercado neerlandés es claramente positiva y constituye uno de los principales activos competitivos del destino. Según *YouGov DestinationIndex*,⁶⁶ España obtiene 48,4 puntos en el indicador de Imagen (*Impression*) y 61,4 puntos en Reputación (*Reputation*), la valoración más elevada entre los principales destinos competidores analizados. Mientras el indicador de Imagen refleja la percepción general que los consumidores neerlandeses tienen del destino, la Reputación mide la valoración consolidada de la marca turística, poniendo de manifiesto la fortaleza de España frente a sus principales competidores.

Esta percepción favorable resulta coherente con el posicionamiento alcanzado por España en el mercado neerlandés. España se sitúa entre los principales destinos internacionales elegidos por los viajeros neerlandeses⁶⁷ y es el destino mediterráneo de sol y playa más considerado (63 %) y preferido (34 %) por los potenciales viajeros neerlandeses.⁶⁸ La elevada valoración de España en los indicadores de Imagen y Reputación es coherente con el sólido posicionamiento que mantiene el destino en el mercado neerlandés y refuerza su competitividad frente a otros destinos europeos y mediterráneos.

⁶⁴ Trends & Tourism, *Market scan Dutch holiday market 2024*. Estudio elaborado para miembros de ANTOR.

⁶⁵ Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Over 78 million air passengers in 2025*. Disponible en: <https://www.cbs.nl/en-gb/news/2026/07/over-78-million-air-passengers-in-2025>

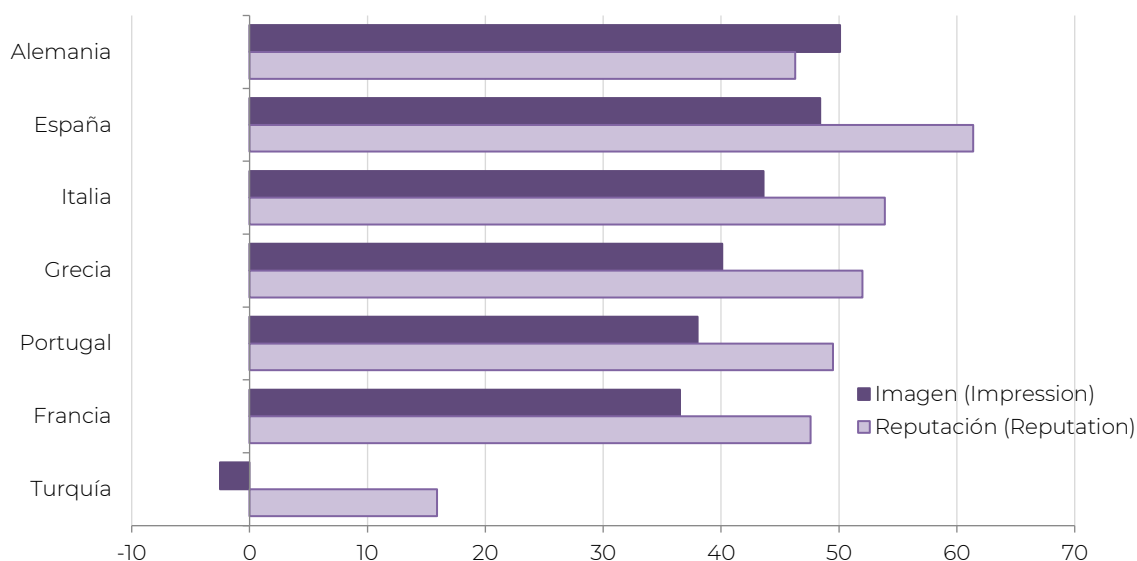
⁶⁶ YouGov DestinationIndex, Países Bajos. Indicadores: Impression [Net] (Imagen) y Reputation [Net] (Reputación). Datos de mayo de 2026.

⁶⁷ Trends & Tourism, *Market scan Dutch holiday market 2024*. Estudio elaborado para miembros de ANTOR.

⁶⁸ Trends & Tourism, *The Potential Market of Fly/Sun Holidays*. Junio de 2024. Estudio elaborado para Spaans Verkeersbureau / Oficina Española de Turismo.

Los estudios más recientes muestran, además, una progresiva diversificación de la demanda hacia productos urbanos, culturales, gastronómicos y de naturaleza,⁶⁹ lo que amplía la imagen tradicional asociada al turismo de sol y playa y constituye uno de los principales elementos diferenciadores de la marca turística España frente a otros destinos mediterráneos.

Imagen de España y principales competidores



Fuente: Elaboración propia a partir de YouGov DestinationIndex, Países Bajos. Indicadores: Impression [Net] (Imagen) y Reputation [Net] (Reputación). Datos de mayo de 2026.

Conectividad aérea con España

La elevada conectividad aérea entre los Países Bajos y España constituye uno de los principales factores que favorecen la competitividad del destino español en este mercado. La amplia oferta de vuelos directos durante todo el año desde los principales aeropuertos neerlandeses facilita tanto las escapadas de corta duración como las vacaciones de sol y playa, reforzando la accesibilidad de los principales destinos españoles.⁷⁰

El tráfico aéreo internacional neerlandés se concentra mayoritariamente en el aeropuerto de Ámsterdam-Schiphol, que canalizó el 87,8 % de los pasajeros de los cinco principales aeropuertos nacionales en 2025, mientras que Eindhoven y Rotterdam-La

⁶⁹ Trends & Tourism, *Market scan Dutch holiday market 2024*. Estudio elaborado para miembros de ANTOR.

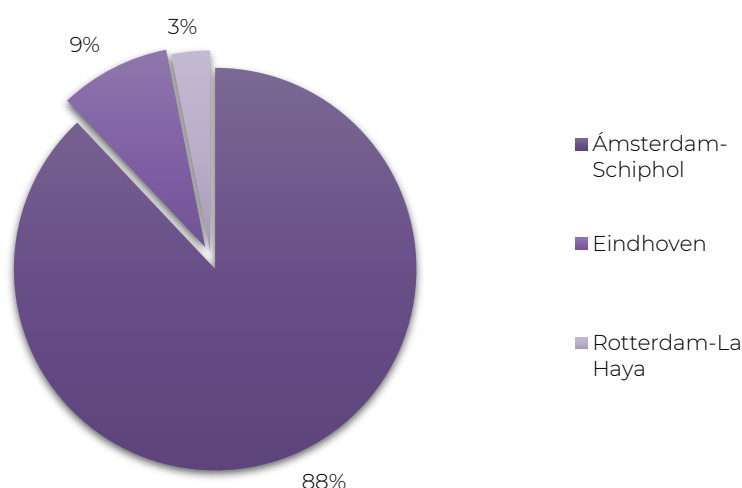
⁷⁰ Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Over 78 million air passengers in 2025*. Disponible en: <https://www.cbs.nl/en-gb/news/2026/07/over-78-million-air-passengers-in-2025>

Haya desempeñan un papel complementario.⁷¹ En el conjunto de la red aeroportuaria neerlandesa, España se consolidó como el principal mercado internacional, con 10,6 millones de pasajeros, manteniendo esta posición desde 2021. Asimismo, Barcelona-El Prat fue el aeropuerto con mayor volumen de tráfico entre los Países Bajos y un destino internacional, con 1,9 millones de pasajeros.⁷² En el aeropuerto de Ámsterdam-Schiphol, España ocupó la segunda posición entre los mercados europeos, con 7,54 millones de pasajeros, únicamente por detrás del Reino Unido, mientras que Barcelona, Madrid y Málaga figuraron entre los principales destinos europeos conectados con Schiphol.⁷³

Como novedad operativa para 2026, el cierre temporal del aeropuerto de Eindhoven ha motivado el traslado provisional de parte de la programación de Transavia y TUI fly al aeropuerto de Maastricht-Aachen, manteniendo conexiones con destinos españoles como Alicante, Málaga, Palma de Mallorca, Valencia, Sevilla, Gran Canaria, Tenerife e Ibiza, lo que garantiza la continuidad de la conectividad aérea desde el sur del país durante el periodo de obras.⁷⁴

32

Principales aeropuertos de origen



Fuente: Elaboración propia a partir de Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Aviation; monthly figures of Dutch airports*. Disponible en: <https://www.cbs.nl/en-gb/figures/detail/37478eng>

⁷¹ Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Over 78 million air passengers in 2025*. Disponible en: <https://www.cbs.nl/en-gb/news/2026/07/over-78-million-air-passengers-in-2025>

⁷² Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). *Over 78 million air passengers in 2025*. Disponible en: <https://www.cbs.nl/en-gb/news/2026/07/over-78-million-air-passengers-in-2025>

⁷³ Royal Schiphol Group. *Traffic Review 2025*. Disponible en: <https://www.schipholannualtrafficreview.nl/2025/>

⁷⁴ TravMagazine. *Volgend jaar ook naar Ibiza, Zakynthos, Kreta en Rhodos vanaf Maastricht Aachen Airport*. Disponible en: <https://www.travmagazine.nl/volgend-jaar-ook-naar-ibiza-zakynthos-kreta-en-rhodos-vanaf-maastricht-aachen-airport/>

Tramitación de documentos de viaje

Los ciudadanos neerlandeses, como nacionales de un Estado miembro de la Unión Europea y del espacio Schengen, no necesitan visado para viajar a España y pueden acceder al país con un documento nacional de identidad o un pasaporte en vigor, en aplicación del principio de libre circulación de personas dentro de la Unión Europea y del espacio Schengen.⁷⁵

Esta situación es equivalente a la de los principales competidores europeos de España, como Francia, Italia, Portugal, Grecia y Alemania, por lo que la tramitación de documentos de viaje no constituye un factor diferencial en la elección del destino. En el caso de Turquía, uno de los principales competidores de España en el segmento de sol y playa, los ciudadanos neerlandeses tampoco necesitan visado para estancias turísticas de hasta 90 días, por lo que tampoco existen diferencias significativas desde el punto de vista de los requisitos de entrada.⁷⁶

33

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

España mantiene actualmente una posición destacada dentro del mercado neerlandés gracias a su elevada conectividad, la fortaleza de su imagen turística y una oferta diversificada capaz de responder a distintos perfiles de viajeros. El producto de sol y playa seguirá concentrando buena parte de la demanda, aunque continuará creciendo el interés por propuestas complementarias vinculadas al turismo urbano, cultural, gastronómico, activo y de naturaleza, en línea con la diversificación observada en el mercado vacacional neerlandés.⁷⁷

Los análisis más recientes muestran asimismo una mayor atención al presupuesto por parte de los viajeros neerlandeses, sin que ello reduzca su elevada intención de viajar. Paralelamente, las tendencias del mercado apuntan a una creciente aceptación de modalidades de alojamiento más flexibles, como apartamentos turísticos, viviendas

⁷⁵ Comisión Europea (Your Europe). *Documentos de viaje para ciudadanos de países de la UE*. Disponible en: https://europa.eu/youreurope/citizens/travel/entry-exit/eu-citizen/index_es.htm

⁷⁶ Ministerio de Asuntos Exteriores de la República de Turquía. *Visa Information for Foreigners*. Disponible en: <https://www.mfa.gov.tr/visa-information-for-foreigners.en.mfa>

⁷⁷ Trends & Tourism, *Future Vision Dutch Holiday Market 2030, 2024*. Estudio elaborado para Spaans Verkeersbureau / Oficina Española de Turismo; Netherlands Board of Tourism & Conventions (NBTC), *Holiday Sentiment Monitor*, January 2026. Disponible en: <https://www.nbtc.nl/en/site/download/report-holiday-sentiment-monitor-january-2026>

vacacionales y *glampings*, especialmente entre los viajeros que buscan experiencias más personalizadas.⁷⁸

Características clave del mercado

Las previsiones apuntan a que el mercado emisor neerlandés mantendrá un crecimiento moderado durante los próximos años. El estudio *Future Vision Dutch Holiday Market 2030* estima un incremento anual del mercado vacacional de entre el 1 % y el 1,5 %, apoyado en factores como el envejecimiento de la población, el incremento del tiempo libre y la consolidación del viaje como parte esencial del estilo de vida neerlandés.⁷⁹

El viajero continuará avanzando hacia un comportamiento cada vez más digital. Las plataformas online, los comparadores y las herramientas basadas en inteligencia artificial ganarán peso en las fases de inspiración y planificación, mientras que la intermediación seguirá siendo relevante en viajes complejos o cuando el consumidor priorice seguridad, flexibilidad y asistencia. Los datos más recientes muestran además que la intención de viaje permanece en niveles muy elevados y que el presupuesto condicionará cada vez más la elección del destino, favoreciendo aquellos que ofrezcan una buena relación calidad-precio.⁸⁰

Previsiones a medio plazo

A pesar de la incertidumbre geopolítica y de la percepción de un aumento del coste de vida, la propensión a viajar del mercado neerlandés continúa siendo elevada. Los estudios más recientes muestran que la mayoría de los consumidores mantiene sus planes vacacionales, aunque con una mayor atención al presupuesto, a la elección del destino y al medio de transporte. Más que una reducción de la demanda turística, se observa una adaptación de los patrones de viaje, favoreciendo en algunos casos destinos europeos más próximos y percibidos como accesibles.⁸¹

Según datos de las plataformas de inteligencia turística *Sojern* y *Mabrian* recogidos por Reuters en abril de 2026, España registró un incremento interanual del 32 % en las

⁷⁸ Trends & Tourism, *Future Vision Dutch Holiday Market 2030*, 2024. Estudio elaborado para Spaans Verkeersbureau / Oficina Española de Turismo; Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>

⁷⁹ Trends & Tourism, *Future Vision Dutch Holiday Market 2030*, 2024. Estudio elaborado para Spaans Verkeersbureau / Oficina Española de Turismo.

⁸⁰ Trends & Tourism, *Future Vision Dutch Holiday Market 2030*, 2024. Estudio elaborado para Spaans Verkeersbureau / Oficina Española de Turismo; Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR) & NielsenIQ/GfK, *ANVR/NIQ/GfK Jaarmetingen Buitenlandse Boeking*, 2026. Disponible en: <https://www.anvr.nl/anvr-niq-gf-k-buitenlandse-boeking>; Trends & Tourism, *Market scan Dutch holiday market 2024*. Estudio elaborado para miembros de ANTOR.

⁸¹ Verkeersbureaus.info. *Vakantie voelt dit jaar duurder, maar vergelijkbare reizen kosten ongeveer hetzelfde als vorig jaar*. Disponible en: <https://verkeersbureaus.info/nieuws/2026/06/02/204630-vakantie-voelt-dit-jaar-duurder-maar-vergelijkbare-reizen-kosten-ongeveer-hetzelfde-als-vorig-jaar/>

reservas aéreas y del 28 % en las búsquedas hoteleras para la temporada estival, mientras que Portugal registró aumentos del 21 % y del 16 %, respectivamente. El análisis atribuye parte de este crecimiento a un desplazamiento temporal de la demanda hacia destinos percibidos como más estables y accesibles dentro del Mediterráneo occidental, en un contexto de incertidumbre geopolítica en Oriente Medio.⁸²

A medio plazo, la evolución del gasto turístico estará condicionada no solo por los niveles reales de precios, sino también por la percepción de asequibilidad de los viajes entre los consumidores. Aunque una parte significativa de los viajeros neerlandeses considera que las vacaciones son cada vez más caras, diversos análisis del sector muestran que los precios de los viajes vacacionales comparables se han mantenido relativamente estables entre 2025 y 2026. Esta aparente divergencia entre percepción y realidad podría contribuir a sostener la demanda turística internacional, siempre que los incrementos de costes asociados al transporte, la fiscalidad o la inflación permanezcan contenidos.⁸³

35

Entre los factores que podrían incidir en la evolución del mercado emisor neerlandés a medio plazo destaca el debate sobre el incremento de la fiscalidad aplicada al transporte aéreo en los Países Bajos. Diversos actores del sector turístico y aéreo han mostrado su preocupación por la prevista subida del impuesto sobre los vuelos a partir de 2027, que situaría a los Países Bajos entre los países con una mayor carga fiscal sobre el transporte aéreo dentro de la Unión Europea. Las encuestas realizadas por el sector apuntan a una elevada sensibilidad de los consumidores ante posibles incrementos del coste de los vuelos, lo que podría afectar especialmente a la demanda de los segmentos más sensibles al precio y favorecer, en determinados casos, el uso de aeropuertos alternativos en países vecinos. Dada la elevada dependencia del transporte aéreo en los viajes internacionales de los neerlandeses, la evolución de esta medida constituye un elemento a seguir en los próximos años por su posible impacto sobre los flujos turísticos.⁸⁴

⁸² Reuters. *Spain and Portugal flight and hotel bookings jump as tourists avoid Middle East*. Disponible en: <https://www.reuters.com/business/spain-portugal-flight-hotel-bookings-jump-tourists-avoid-middle-east-2026-04-15/>

⁸³ Verkeersbureaus.info. *Vakantie voelt dit jaar duurder, maar vergelijkbare reizen kosten ongeveer hetzelfde als vorig jaar*. Disponible en: <https://verkeersbureaus.info/nieuws/2026/06/02/204630-vakantie-voelt-dit-jaar-duurder-maar-vergelijkbare-reizen-kosten-ongeveer-hetzelfde-als-vorig-jaar/>

⁸⁴ Algemene Nederlandse Vereniging van Reisondernemingen (ANVR). *Nederlander vreest dat hogere vliegtaks vliegen te duur maakt*. Disponible en: <https://www.anvr.nl/reisnieuws/nederlander-vreest-dat-hogere-vliegtaks-vliegen-te-duur-maakt>; TravMagazine. *KLM-topvrouw uit felle kritiek op vliegtaks, waarschuwt voor annuleringen*. Disponible en: <https://www.travmagazine.nl/klm-topvrouw-uit-felle-kritiek-op-vliegtaks-waarschuwt-voor-annuleringen/>

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

Los ciudadanos neerlandeses, como nacionales de un Estado miembro de la Unión Europea y del espacio Schengen, no necesitan visado para viajar a España. La libre circulación de personas dentro de la Unión Europea facilita los desplazamientos turísticos y elimina barreras administrativas que puedan afectar al volumen de viajes hacia España.⁸⁵

En el ámbito regulatorio, la Comisión Europea inició en 2026 un procedimiento de infracción contra España en relación con las obligaciones de recopilación y conservación de datos aplicables a empresas turísticas. Diversas asociaciones sectoriales europeas, entre ellas ECTAA, HOTREC y ETOA, consideran que la normativa genera una carga administrativa significativa para agencias de viajes, alojamientos y otros operadores turísticos. Aunque el procedimiento se encuentra en una fase inicial y no tiene un impacto directo sobre la demanda turística, su evolución podría influir en las condiciones operativas y de comercialización de los viajes hacia España.⁸⁶

⁸⁵ Comisión Europea (Your Europe). *Documentos de viaje para ciudadanos de países de la UE*. Disponible en: https://europa.eu/youreurope/citizens/travel/entry-exit/eu-citizen/index_es.htm

⁸⁶ Travelution. *Brussel onderzoekt Spaanse dataverplichting met steun brancheverenigingen*. Disponible en: <https://www.travelution.expert/post/brussel-onderzoekt-spaanse-dataverplichting>

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

