

PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA

**FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSTELERÍA
Y TURISMO DE LAS PALMAS**

**SOCIEDAD DE PROMOCIÓN ECONÓMICA
DE GRAN CANARIA**

TURESPAÑA

**INFORME DE COYUNTURA DEL MERCADO
TURÍSTICO DEL BENELUX Y FRANCIA.
VERANO 2006.**

**PROYECTO “INTERNACIONALIZACIÓN DE LA OFERTA
TURÍSTICA DE GRAN CANARIA”**

Preparado por:
Natalia Valido Albarenque
Representante de Gran Canaria en la Oficina Española de Turismo de Bruselas

INDICE

	<i>Pag.</i>
1. COYUNTURA ECONÓMICA	1
1.1 BÉLGICA	1
1.2 PAISES BAJOS	1
1.3 FRANCIA	2
2. SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO	3
2.1 BÉLGICA	3
2.2 PAISES BAJOS	4
2.3 FRANCIA	4
3. DEMANDA DE VIAJES HACIA ESPAÑA	6
3.1 BÉLGICA	6
3.2 PAISES BAJOS	6
3.3 FRANCIA	7
4. DESTINOS COMPETIDORES	8
4.1 BÉLGICA	8
4.2 PAISES BAJOS	8
4.3 FRANCIA	8
5. CONCLUSIONES	9
5.1 BÉLGICA	9
5.2 PAISES BAJOS	9
5.3 FRANCIA	9
6. CBC'c & CIAS TRADICIONALES	10
6.1 BÉLGICA	11
6.2 PAISES BAJOS	11
6.3 FRANCIA	11
7. EFECTO INTERNET	13
8. BIBLIOGRAFÍA	14

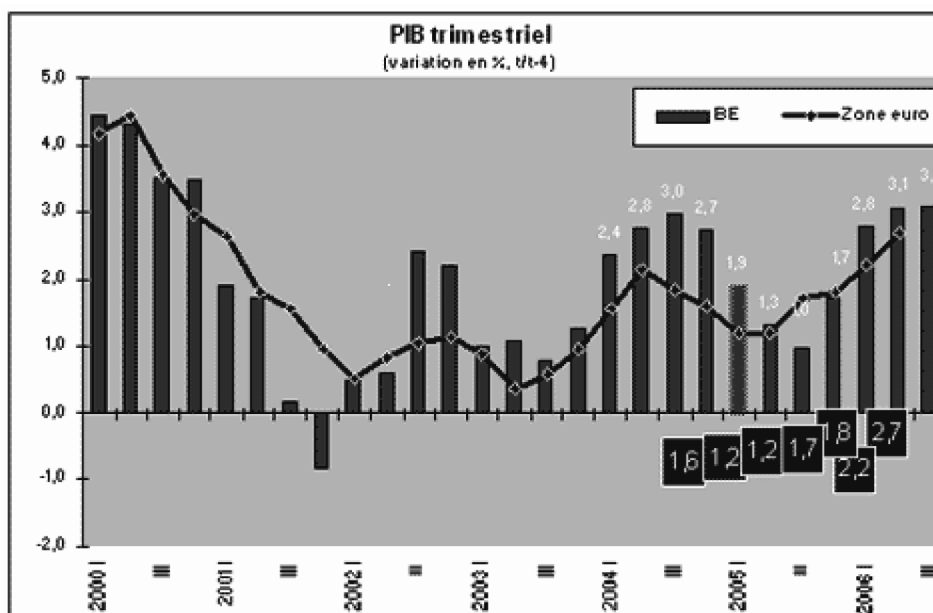
1. COYUNTURA ECONÓMICA

1.1 BÉLGICA

Tras la aceleración sufrida por la economía belga a finales de 2005 y el crecimiento económico registrado en el primer semestre de 2006 como consecuencia inmediata de dicha aceleración, cabe señalar que a lo largo del tercer trimestre de 2006 Bélgica ha registrado un crecimiento sostenido en su actividad económica. El volumen del PIB ha progresado el 0,6% con respecto al segundo trimestre de este mismo año y el 3,1% si lo comparamos con el tercer trimestre de 2005.

Todos los sectores de actividad han registrado un crecimiento significativo durante el segundo trimestre de 2006: la construcción (+1,8 %), la industria (+1,2) y el sector servicios (+0,8). La demanda interior ha favorecido, sin duda alguna, el crecimiento del PIB; mientras, el dinamismo de las exportaciones durante este trimestre se ha visto fortificado.

La ya señalada aceleración de 2005 ha supuesto una mejora de empleo que se reafirma con una tasa del 8,6% de desempleados según los datos arrojados por el Banco Nacional de Bélgica.



1.2 PAÍSES BAJOS

Durante la primera mitad de 2006 la economía holandesa se ha consolidado siguiendo los pasos de la recuperación iniciada a finales de 2005. De esta manera se espera que en los dos próximos años el PIB continúe creciendo a tasas elevadas y comience a moderarse a partir de 2008.

En cuanto al mercado laboral, después de los últimos tres años de caída registrados, se observan importantes signos de recuperación y se espera que para comienzos de 2007 la tasa de desempleo se sitúe por debajo del 3%.

PIB	+2,8 (segundo trimestre 2006)
INFLACIÓN	+1,1(agosto 2006)
DESEMPLEO	5,3(agosto 2006)

Fuente: CBS, Statistics Netherland

1.3. FRANCIA

Durante el tercer trimestre del año en curso el Producto Interior Bruto de Francia permaneció estable con respecto al mismo período del año 2000. Los gastos de consumo han aumentado en un 0,6% (en el segundo trimestre lo hizo un 0,7%) y de esta manera se ha contribuido a la evolución del PIB en un 0,3%. Las exportaciones sufren un retroceso de -0,7 % con respecto al +1,1% obtenido en el segundo trimestre; mientras que las importaciones marcan el paso (+2,8% durante el segundo trimestre).

PIB	+1,2 (segundo trimestre 2006)
INFLACIÓN	+2,15 (agosto 2006)
DESEMPLEO	9,0 (agosto 2006)

2. SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO

2.1 BÉLGICA

	Enero-Agosto 2005	Enero-Agosto 2006	Variación Interanual	% sobre el total 2006
TOTAL	38.906.909	40.817.090	4,9	100
BÉLGICA	1.318.171	1.389.577	5,4	3,4

Fuente: IET.FRONTUR Octubre 2006

Según concluye el estudio de coyuntura turística realizado por Turespaña para la temporada invierno 2006-2007 la oferta recogida en los diferentes catálogos de los diversos Tour operadores para dicha temporada permanece estable y no se perciben variaciones significativas en la oferta alojativa.

% Variación de capacidad a la venta	España	Total
	+0,4	+0,4

Se aprecia un tímido crecimiento en la programación de destinos de proximidad (Belgica, Francia, Luxemburgo) así como la tendencia a interesarse por nuevos productos : deportes, naturaleza, gastronomía, etc.

Según la encuesta ómnibus elaborada por la Wes que trata acerca de las intenciones de viaje de los belgas para el otoño-invierno 2006-2007 muestra que el 18,3% de los belgas están convencidos de que realizarán viajes por motivo de ocio entre los meses de octubre 2006 y marzo 2007 ; mientras que el 15,7% estima que viajarán sin más detalles. Si comparamos estos resultados con los obtenidos en una encuesta similar en el año 2004 en la que los resultados eran del 16,1% y del 12% respectivamente podemos estimar que el número de turistas belgas aumentará moderadamente durante este invierno.

Cabe señalar que el comportamiento para viajar no es el mismo en Flandes, que en Bruselas o en Valonia. Los flamencos son los belgas que más viajan con un 21%, seguido de los bruselences con un 18% y de los valones con un 13%.

La encuesta realizada por la Wes tuvo lugar en el mes de septiembre y por ese entonces ya un 85% de los belgas había decidido el lugar en el que pasarían sus vacaciones. Dentro de este porcentaje el 23,8% se decanta por Francia y el 14,4% por España. Le siguen de cerca Bélgica con un 9,4%, Italia 6,7%, Austria 6,1% y la agotada Turquía con un 4,4%.

En cuanto al tipo de vacaciones escogidas el 23,7% piensa pasar el invierno en un destino de sol ; el 22,4% se decanta por los city trips y los destinos culturales y el 21% prefiere las vacaciones blancas.

Los datos que arroja el ABTO nos permite ser cuanto menos optimistas, pues hasta el mes de septiembre los paquetes y vuelos reservados para este otoño-invierno 2006/2007 habían obtenido un crecimiento del 10,8%. Hasta finales del mes de septiembre se habían reservado 230.000 paquetes.

Informe de coyuntura del mercado turístico del Benelux y Francia. Verano 2006.

Patronato de Turismo de Gran Canaria / F.E.H.T. / Sociedad de Promoción Económica de G.C.

2.2 PAÍSES BAJOS

La temporada de invierno ha comenzado con un aumento del 5% para viajes a realizar dentro de esta misma temporada. Las reservas para la práctica de deportes de nieve han sufrido un notable incremento (9%) con respecto al mismo período del año anterior. Destinos como Alemania, Austria, Suiza y Andorra parecen ser los predilectos de los holandeses para la práctica de deportes de invierno. Por su parte, los destinos lejanos muestran un crecimiento del 12%, en especial extremo Oriente que alcanza un 30% más que en el mismo período de año anterior. Por el contrario, los destinos europeos registran un 11% de disminución con respecto al año 2005. No obstante, cabe señalar que la preferencia por el *last minute* en los turistas holandeses pueden hacer variar todas estas predicciones.

2.3 FRANCIA

La temporada de invierno en Francia se presenta algo incierta debida principalmente a los últimos indicadores de consumo y a las próximas elecciones presidenciales que tendrán lugar en abril 2007. Ambos hechos pueden haber causado una atonía y una espera en la demanda.

La oferta de invierno se centra principalmente en el turismo de ciudad. En este sentido cabe reseñar dos hechos: el valor añadido que ofrecen los destinos clásicos y la emergencia de nuevos destinos con interés.

La oferta es muy amplia y los Tour Operadores optan por presentar en sus catálogos destinos más exóticos o lugares con valor añadido: estancia en hoteles singulares, espectáculos culturales o exposiciones importantes. Se ponen de relieve nuevos destinos en América del Sur.

Lo que más destaca en los catálogos de los T.O son los fines de semana en ciudades europeas con encanto cultural: Viena, Berlín, Praga, varias ciudades italianas, etc. Las ciudades europeas accesibles sin necesidad de transporte aéreo encuentran un valor añadido en el hecho de que muchas agencias las ofertan por Internet.

El turista francés se interesa más en el «qué se puede hacer que en el destino en sí». Las ofertas de los T.O se centran en la calidad, especialización y consejo ya que esta es la única forma de competir frente a las ofertas lanzadas en Internet. Surge un nuevo comportamiento denominado «multicanal» (venta en agencia, directo e Internet); con lo cual una venta que se ha iniciado en una agencia puede concluirse en Internet. Durante este período los T.O resaltan la oferta del interior de Francia (hoteles rurales, lugares de nieve, turismo de naturaleza, etc). En general los T.O buscan productos nuevos, primando la rentabilidad sobre el volumen.

CARACTERÍSTICAS DE TURISTAS	CONCEPTO	2005		2006			
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	INCREMENTO	% INCREM.
CARACTERÍSTICAS DE TURISTAS	TOTAL EXCURSIONISTAS	20.429.214	71,78	20.250.506	70,94	-178.708	-0,87
	TOTAL TURISTAS	8.032.023	28,22	8.293.535	29,06	261.512	3,26
	TOTAL VISITANTES	28.461.237	100,00	28.544.041	100,00	82.804	0,29
ACCESO	AEROPUERTO	1.712.656	21,32	1.747.078	21,07	34.422	2,01
	CARRETERA	5.698.369	70,95	5.902.221	71,17	203.852	3,58
	SIN ESPECIFICAR	620.998	7,73	644.236	7,77	23.238	3,74
	SUMA	8.032.023	100,00	8.293.535	100,00	261.512	3,26
MOTIVO	OCIO	5.491.318	68,37	5.690.645	68,62	199.327	3,63
	TRABAJO Y NEGOCIOS	1.155.901	14,39	1.173.047	14,14	17.146	1,48
	PERSONAL	988.384	12,31	968.636	11,68	-19.748	-2,00
	OTROS	396.420	4,94	461.207	5,56	64.787	16,34
	SUMA	8.032.023	100,00	8.293.535	100,00	261.512	3,26
ALOJAMIENTO	NO HOTELERO	3.781.956	47,09	3.745.723	45,16	-36.233	-0,96
	HOTELERO	4.174.611	51,97	4.416.656	53,25	242.045	5,80
	SIN ESPECIF.	75.456	0,94	131.156	1,58	55.700	73,82
	SUMA	8.032.023	100,00	8.293.535	100,00	261.512	3,26
ORGANIZACIÓN	CON PAQUETE	1.926.632	23,99	1.735.355	20,92	-191.277	-9,93
	SIN PAQUETE	6.029.935	75,07	6.427.024	77,49	397.089	6,59
	SIN ESPECIF.	75.456	0,94	131.156	1,58	55.700	73,82
	SUMA	8.032.023	100,00	8.293.535	100,00	261.512	3,26
PERNOCTACIONES	1 NOCHE	1.476.772	18,39	1.527.248	18,41	50.476	3,42
	DE 2 A 3 NOCHES	1.541.095	19,19	1.616.515	19,49	75.420	4,89
	DE 4 A 7 NOCHES	2.782.275	34,64	2.960.015	35,69	177.740	6,39
	DE 8 A 15 NOCHES	1.599.818	19,92	1.572.423	18,96	-27.395	-1,71
	MÁS DE 15 NOCHES	632.063	7,87	617.334	7,44	-14.729	-2,33
	SUMA	8.032.023	100,00	8.293.535	100,00	261.512	3,26
EIDADES	ENTRE 25 Y 44 AÑOS	2.620.511	32,63	2.693.368	32,48	72.857	2,78
	ENTRE 45 Y 64 AÑOS	2.291.262	28,53	2.449.861	29,54	158.599	6,92
	RESTO	3.120.250	38,85	3.150.306	37,99	30.056	0,96
	SUMA	8.032.023	100,00	8.293.535	100,00	261.512	3,26

Fuente: Estudio de Mercado de la OET de París.

Se recogen a continuación los datos CETO por destinos de evolución del mercado para el período noviembre 2005/octubre 2006 relativos a salidas de turistas franceses con paquetes turísticos y a reservas francesas de paquetes turísticos:

DESTINOS	SALIDAS	RESERVAS
BALEARES	6,6%	10,4%
CANARIAS	-4,4%	-2,5%
ESPAÑA CONTINENTAL	-4,9%	0,6%
CROACIA	-1,7%	-2,3%
EGIPTO	-38,2%	-30,0%
TURQUÍA	-26,4%	-25,2%
MARRUECOS	9,3%	10,6%
TÚNEZ	7,6%	9,5%
CARIBE	6,9%	9,9%
EUROPA/MEDITERRÁNEO	-3,8%	-0,1%
INTERCONTINENTALES	-0,1%	6,0%
TOTALES	-1,2%	2,2%
FRANCIA	3,7%	4,5%

Fuente: CET & Estudio de Mercado de la OET de París

3. DEMANDA DE VIAJES HACIA ESPAÑA

3.1 BÉLGICA

Las reservas hacia España han obtenido un incremento moderado con un crecimiento del 2,1% situándose, no obstante, por debajo de la media. Cabe destacar que en la actualidad las reservas que se hacen con antelación son las de Navidad y las de Semana Santa que coinciden con las campañas publicitarias que los T.O realizan para poner de relieve la importancia de reservar con antelación. Éste es el caso de Thomas Cook que recientemente ha realizado una importante campaña para las vacaciones de nieve y esquí.

Si nos centramos en destinos concretos cabe señalar crecimientos importante en Costa de la Luz y Canarias, destino de invierno por excelencia.

Destinos	% Variación de reservas realizadas en el período abril-sept. 2006 para el invierno sobre igual período del año anterior
Total España	2,1
Costa Blanca	3,8
Costa Brava	-32,4
Costa de Almería	-22,9
Costa de la Luz	78,2
Costa del Azahar	0,0
Costa del Sol	-3,6
Costa Dorada	-12,5
Ibiza, Formentera	0,0
Mallorca	-3,0
Menorca	0,0
Fuerteventura	15,7
Lanzarote	15,1
Gran Canaria	10,5
Tenerife	-0,1
La Palma	10,7
Resto de España	-60,6

Fuente: ABTO-WES

3.2 PAÍSES BAJOS

La información facilitada por la Asociación de Touroperadores Holandeses (ANVR) tiene fecha del 10 de septiembre y hacen referencia a los viajes que se realizarán entre el 1 de noviembre y el 31 de marzo de 2007.

Los viajes en avión supondrán más del 98% de los desplazamientos; lo que supondrá 40.770 reservas, un 3% menos que en el mismo período del año anterior.

Si nos basamos en las reservas efectuadas para destinos españoles y concretamente para los desplazamientos en avión, Canarias ocupa el primer lugar con un 83,5% del total de reservas. A rasgos generales Canarias ocupa el tercer lugar de reservas después de Austria y Francia. No

obstante, cabe señalar que Canarias ha sufrido un descenso del 4% con respecto al mismo período del año anterior.

En segundo lugar le sigue la Costa del Sol con el 7% de reservas al igual que el año pasado; la Costa Blanca con un 5,12% y un descenso del 5,6% y por último Cataluña, que con un 3,25% de reservas ha obtenido un aumento del 12,5% con respecto al año anterior.

Los viajes en automóvil sólo suponen el 1,6% de las reservas de viajes a España y han aumentado un 12% si lo comparamos con el año anterior.

Mención especial merecen las nuevas conexiones aéreas. Desde el 22 de noviembre la compañía Ryanair ha establecido un vuelo diario desde Eindhoven a Madrid mientras que a partir del 1 de marzo de 2007 la nueva compañía de bajo coste Clickair tendrá vuelos diarios Ámsterdam- Barcelona. Hasta ese entonces estos vuelos seguirán operándose con Iberia. La puesta en marcha de la compañía Clickair no supondrá un aumento de vuelos aunque si una ampliación de pasajeros debido a la importancia que tienen los CBC's en Holanda.

3.3 FRANCIA

Según lo que se afirma en el estudio de mercado realizado por Turespaña es complicado realizar predicciones en cuanto la demanda del turista francés. Si debiéramos dar razones a esta impredeción una de ellas sería; por un lado, el notable aumento del turismo independiente en Francia, en especial en las ciudades, y por otra parte el corto plazo de tiempo que hay entre la compra de las vacaciones y el disfrute de éstas.

Una vez más el turista francés muestra su predilección por destinos cercanos a los que pueda acceder por carretera haciendo uso de su propio vehículo.

En cuanto a las CCAA con conexión de vuelos directos puede que vean un leve aumento en la visita de turistas franceses; en particular, Barcelona, Valencia, Bilbao, Madrid y Sevilla. No obstante, es importante ofrecer una programación de eventos variada para favorecer la fidelización. Este último detalle es el que Gran Canaria debería tener en cuenta para atraer a un mayor número de clientes franceses. Se cuenta con un vuelo directo desde París con la compañía Binter Canarias con una frecuencia de dos vuelos por semana; no obstante, el turista francés no asocia a Gran Canaria con una marca determinada, con un producto concreto, con un interés cultural que vaya más allá del tan agotado recurso de «sol y playa» y es esta razón la que evita que la Isla se afiance dentro de este mercado.

Los viajes organizados no terminan de atraer a esta clientela que se inclina mayoritariamente por los viajes individuales. Por esta razón las expectativas de los TT.OO con respecto a los viajes organizados no son del todo alentadoras y no se espera que durante el 2007 se acuda a un crecimiento notable.

4. DESTINOS COMPETIDORES

4.1 BÉLGICA

El país competidor de España durante estos últimos tres años ha sido Turquía, no obstante y debido a los problemas que este destino ha tenido últimamente su cuota de mercado ha caído en un 20,5%. Asimismo, tanto Croacia como Malta tampoco obtienen buenos resultados.

Los países que esperan mayores crecimientos son los destinos cercanos de nieve como lo son Austria (39,4%), Francia (30,5%) e Italia (17,9%).

4.2 PAÍSES BAJOS

Durante la temporada de invierno el destino predilecto de los holandeses, es sin lugar a dudas Austria. Debido al interés de este sector en los deportes de invierno, Francia también se constituye como favorita durante esta época del año.

Las reservas a Turquía han sufrido un descenso del 66% y alcanza una cuota de mercado de tan sólo el 1%. Debido a este hecho el T.O HTC Reizen ha quebrado.

Otros destinos mediterráneos competidores aumentan sus números de reservas; sin embargo, están muy lejos de alcanzar a Canarias.

Los viajes de avión suponen el 40% de las reservas y los aumentos más notables se registran en Italia (11,4%), Austria (10,4%), Portugal (3,6%), Grecia (51%), Túnez (61%), Marruecos (56%) y Extremo Oriente (30%).

Los descensos más notables han sido los de Francia (-36%), Turquía (-66%), Caribe (-45%) y Estados Unidos (-17%).

4.3 FRANCIA

Como en todos los demás mercados turísticos la inestabilidad de ciertos destinos como Túnez, Turquía, etc; continúan teniendo repercusión en la demanda. No obstante, y al contrario de lo que sucede en Benelux, Canarias no se termina de beneficiar de esta circunstancia ya que el turista francés parece preferir otros destinos como Méjico, Brasil o el Caribe debido principalmente al factor precio. El hecho de que las horas de vuelo sean notablemente superiores no parece ser un impedimento para la supremacía de estos destinos en detrimento de Canarias y en concreto de Gran Canaria.

Cabe mencionar que tanto Egipto como Túnez están llevando a cabo grandes campañas publicitarias que van dirigidas a un consumidor de poder adquisitivo alto. Han cambiado totalmente su oferta y presentan productos de alta gama para un cliente determinado.

Marruecos por su parte continúa presentando una oferta diversificada, con una comercialización extraordinaria y factores tan importantes como un buen transporte y comunicación en francés.

Los destinos de largo recorrido como lo son Sudáfrica, Usa y Australia presentan unas ofertas que deben tenerse en cuenta.

5. CONCLUSIONES

5.1 BÉLGICA

La temporada de invierno para los diferentes destinos españoles se mantendrá estable sin grandes altibajos. Sólo Canarias, por ser un destino de Sol, ha comenzado la temporada con buenas cifras. Como ya se ha señalado, este año las vacaciones de invierno obtienen un crecimiento mayor con lo cual destinos como Austria, Francia e Italia tendrán un incremento notable en sus reservas. Las vacaciones de invierno al sol continúan siendo las preferidas con lo cual los destinos que gocen de esta situación verán un aumento en la llegada de turistas belgas.

5.2 PAÍSES BAJOS

En la temporada de invierno las reservas hacia España han sufrido un descenso del 3%. Canarias a pesar de ser el destino más reservado presenta un ligero descenso con respecto al año anterior. En destinos peninsulares Cataluña crece de manera espectacular (12,5%), Costa del Sol se mantiene estable y Costa Blanca cae.

Las nuevas conexiones aéreas de CBC's hacia España ayudarán al desarrollo del turismo independiente.

5.3 FRANCIA

El mercado francés, es sin lugar a dudas uno de los más complicados de prever debido principalmente al comportamiento independiente de sus turistas. Se carece de datos exactos, pero se estima que la cuota de mercado hacia España permanezca estable y sólo se cuente con un leve crecimiento en fechas determinadas y en aquellos destinos accesibles por carretera.

6. CBC's Y COMPAÑÍAS TRADICIONALES

Durante los meses objeto de estudio en este informe, los aeropuertos españoles han recibido casi unos 17 millones de pasajeros procedentes del extranjero; lo que supuso una variación interanual media del 5,5%.

Las CBC's que más volumen de pasajeros alcanzaron durante los meses analizados fueron Easyjet Airline Co. Ltd., Air berlin y Ryanair Ltd; siendo los aeropuertos españoles más transitados los de Palma de Mallorca, Málaga y Barcelona, respectivamente.

ESPAÑA	CIAS DE BAJO COSTE		CIAS TRADICIONALES		TOTAL	
	Nº Pasajeros	Variación Interanual	Nº Pasajeros	Variación Interanual	Nº Pasajeros	Variación Interanual
JULIO	1.976.422	13,10%	4.242.571	1,70%	6.218.993	5,10%
AGOSTO	1.835.714	13,20%	4.240.549	1,40%	6.076.263	4,70%
SEPTIEMBRE	1.774.740	14,80%	3.876.614	3,90%	5.651.354	7,10%
OCTUBRE	1.605.702	13,20%	3.344.587	2,00%	4.950.289	5,40%

Fuente: IET. Elaboración: PTGC, Promotora Benelux

Canarias recibió durante estos meses del año unos 3.117.805 pasajeros extranjeros; siendo el destino que más ha crecido con respecto a los mismos meses de 2005. Durante julio, agosto y septiembre la Comunidad Canaria obtuvo un volumen de llegadas que la situó detrás de la Comunidad de Madrid. No obstante, en el mes de octubre Canarias consiguió posicionarse por delante de la Comunidad de Madrid con 101.000 pasajeros en CBC's; el 6,3% del total nacional. Los principales países emisores hacia Canarias continúan siendo Reino Unido, Alemania y Holanda. Dichas compañías efectuaron el 70% de los traslados durante el tan destacado mes de octubre.

CANARIAS	CIAS DE BAJO COSTE		CIAS TRADICIONALES		TOTAL	
	Nº Pasajeros	Variación Interanual	Nº Pasajeros	Variación Interanual	Nº Pasajeros	Variación Interanual
JULIO	89.250	10,60%	692.845	4,60%	782.095	5,20%
AGOSTO	74.942	12,20%	679.846	1,60%	754.788	2,60%
SEPTIEMBRE	81.084	25,30%	627.281	0,60%	708.365	2,90%
OCTUBRE	101.194	9,90%	771.363	-4,10%	872.557	-2,60%

Fuente: IET. Elaboración: PTGC, Promotora Benelux

Gran Canaria acogió un total de 852.980 visitantes durante los meses de julio, agosto, septiembre y octubre; lo que supuso una variación interanual del 3%. El máximo obtenido se registró durante el mes de octubre en contraposición del resto de destinos españoles; lo que nos viene a confirmar una vez más que somos mayoritariamente un destino de invierno. Las compañías tradicionales continúan acumulando el mayor volumen de pasajeros aunque las CBC's empiezan a gozar de cierta relevancia. Cabe destacar que en este estudio los tan demandados vuelos *charter*, que gozan de gran relevancia en Benelux, están incluidos dentro de las compañías tradicionales.

GRAN CANARIA	CIAS DE BAJO COSTE		CIAS TRADICIONALES		TOTAL	
	Nº Pasajeros	Variación Interanual	Nº Pasajeros	Variación Interanual	Nº Pasajeros	Variación Interanual
JULIO	26.123	Nd	193.939	12,60%	220.062	10,30%
AGOSTO	22.263	Nd	174.383	0,30%	196.646	-0,20%
SEPTIEMBRE	22.368	Nd	164.069	8,20%	186.437	8,10%
OCTUBRE	29.250	-6,70%	220.585	-6,50%	249.835	-6,50%

Fuente: IET. Elaboración: PTGC, Promotora Benelux

6.1 BÉLGICA

La CBC's más utilizada en Bélgica continúa siendo sin lugar a dudas Virgen Express y los destinos españoles más transitados bajo esta compañía son Cataluña, Andalucía y la Comunidad Valenciana. Si nos centramos en Canarias los vuelos más contratados son los charters que ofrecen TT.OO como Thomas Cook y Jetair.

BÉLGICA	CIAS DE BAJO COSTE		CIAS TRADICIONALES		TOTAL	
	Nº Pasajeros	Variación Interanual	Nº Pasajeros	Variación Interanual	Nº Pasajeros	Variación Interanual
JULIO	76.798	2,50%	126.139	3,20%	202.937	2,90%
AGOSTO	62.749	3,30%	108.377	9,80%	171.126	7,40%
SEPTIEMBRE	64.552	7,90%	98.411	7,90%	162.963	7,90%
OCTUBRE	65.901	15,50%	86.232	2,50%	152.133	7,80%

6.2 PAÍSES BAJOS

La compañía Transavia Holland Bv ha ocupado durante los meses estudiados la 5ª posición entre las compañías que mayor volumen de pasajeros alcanza. Las CBC's en Holanda tienen un volumen mayor que las compañías tradicionales; de este modo, la variación interanual media para las compañías de bajo coste es del 21,9% mientras que la de las compañías tradicionales es de -1,5%. Los destinos más visitados por los holandeses fueron Cataluña, seguido de Baleares y Canarias.

PAÍSES BAJOS	CIAS DE BAJO COSTE		CIAS TRADICIONALES		TOTAL	
	Nº Pasajeros	Variación Interanual	Nº Pasajeros	Variación Interanual	Nº Pasajeros	Variación Interanual
JULIO	161.739	22,30%	119.531	0,80%	281.270	12,20%
AGOSTO	132.131	22,20%	103.608	-2,50%	236.319	10,00%
SEPTIEMBRE	128.973	26,90%	95.883	-0,10%	224.856	13,80%
OCTUBRE	114.913	16,20%	93.601	-4,30%	208.514	6,00%

Fuente: IET. Elaboración: PTGC, Promotora Benelux

6.3 FRANCIA

Air France y la compañía holandesa Transavia.com han anunciado recientemente la creación de una nueva compañía que recibirá el nombre de France Transavia.com y que contará con las mismas estructuras y características de la actual Transavia.com. Esta nueva CIA es fruto de las ansias de Transavia.com por expandir su mercado en Europa y será independiente del grupo ya conocido Air France-KLM. El 60% de esta nueva compañía será para Air France mientras que a Transavia.com le corresponderá el 40% restante. Gracias a esta nueva iniciativa se fijarán nuevos

destinos con los que Air France-KLM no operan: Marruecos, Túnez y España. Está previsto que esta nueva CBC comience a operar en junio de 2007 y que lo haga desde el aeropuerto de Paris-Orly (sur)

FRANCIA	CIAS DE BAJO COSTE		CIAS TRADICIONALES		TOTAL	
	Nº Pasajeros	Variación Interanual	Nº Pasajeros	Variación Interanual	Nº Pasajeros	Variación Interanual
JULIO	42.129	23,10%	316.926	-1,30%	359.055	1,10%
AGOSTO	44.414	41,40%	289.911	1,40%	334.325	5,40%
SEPTIEMBRE	42.223	42,10%	268.461	4,50%	310.684	8,40%
OCTUBRE	43.870	40,90%	258.544	8,80%	302.414	12,50%

7. EFECTO INTERNET

En **Bélgica**, la evolución del uso de Internet en las reservas de viajes es algo menor que en Holanda y Francia; pero también es patente y evoluciona de manera estable.

La importancia de Internet como medio informativo y como canal de ventas en **Holanda** resulta imparable.

Según estudios recientes casi un 68% de los holandeses se conectan como mínimo una vez al día a Internet. Se podría asegurar que el holandés medio pasa más tiempo conectado a Internet que frente al televisor. Esta tendencia tiene, lógicamente, un importante efecto en el sector turístico.

En **Francia** hay 26.339.0000 internautas. Si se tiene en cuenta tan sólo a los mayores de 18 años, son 24,5 millones de internautas activos (una conexión diaria como promedio), lo que representa el 54% de la población (en España es el 35%). El 87% de los internautas tienen acceso desde casa. En el último año la cifra de usuarios ha aumentado el 12%. El 57% de los internautas compra por Internet, siendo el sector viajes y turismo (billetes y reservas hoteleras) y el cultural (libros, entradas a espectáculos, museos y exposiciones) los dos sectores estrellas del e-comercio. La gran mayoría de los TT.OO y mayoristas cuenta con su oferta en Internet; tanto para agencias como para consumidores finales. Por parte de los TT.OO y las redes hay un creciente interés en realizar campañas de publicidad compartidas de producto vía Internet.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Estudio de mercado de Turespaña, invierno 2006/2007
- Estudios y análisis de mercados de las OET's de Bruselas, La Haya y París respectivamente.
- ABTO, Asociación de Turoperadores Belgas
- ANVR, Asociación de Turoperadores Holandeses
- CETO, Asociación de Turoperadores Franceses
- FRONTUR