

Anexo II (b)

Acuerdo de 3 de diciembre de 2024, del Consejo de Gobierno, por el que se toma conocimiento de las medidas adoptadas para el impulso turístico de la Conectividad Aérea de Andalucía 2023-2025 y de la jornada "Fly Andalucía Summit 2024", celebrada en Sevilla.

RELACIÓN DE DOCUMENTOS

TODOS LOS DOCUMENTOS DEL EXPEDIENTE SON ACCESIBLES


Nº orden	Denominación del documento
1	Memoria justificativa de la Secretaría General para el Turismo, 27-11-2024.
2	Informe ejecutivo y seguimiento de objetivos (nov-2024).

En virtud de lo establecido en el Acuerdo de 17 de diciembre de 2013, del Consejo de Gobierno, por el que se adoptan medidas para la transparencia del Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía, y dando cumplimiento a las Instrucciones de coordinación para asegurar la homogeneidad en el tratamiento de la información en cumplimiento de lo establecido en el citado Acuerdo, se emite la presente propuesta sobre la aplicación de los límites de acceso de los documentos que integran el expediente relativo al asunto indicado.

EL VICECONSEJERO DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR

C/ San José, 13.
41004 Sevilla
Telf: 955064171
Correo-e:
coordinacion.vcsj.ctcd@juntadeandalucia.es



Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACION			
FIRMADO POR	VICTOR MANUEL GONZALEZ GARCIA	04/12/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jmTK8MQVXF7PQCS4RYDZAG5SF8T	PÁG. 1/1	

Memoria justificativa del Acuerdo del Consejo de Gobierno, por el que se toma conocimiento de las medidas adoptadas para el impulso turístico de la Conectividad Aérea de Andalucía 2023-2025 y de la jornada “Fly Andalucía Summit 2024”.

El Estatuto de Autonomía para Andalucía, en su artículo 37.1.14º, establece como uno de los principios rectores de las políticas públicas de la Comunidad Autónoma el fomento del sector turístico, como elemento económico estratégico de Andalucía. Asimismo, en su artículo 71, atribuye a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de turismo que incluye, entre otras, la ordenación, la planificación y la promoción del sector turístico, funciones que, conforme a lo previsto en el Decreto del Presidente 6/2024, de 29 de julio, sobre reestructuración de Consejerías, desempeña la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior.

A su vez, el artículo 3.1 de la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía señala que, de conformidad con las competencias establecidas en el artículo 71 del Estatuto de Autonomía para Andalucía, corresponde a la Administración de la Junta de Andalucía la promoción interna y externa de la imagen turística de Andalucía, estableciéndose, asimismo, en el artículo 56 como uno de los principios de actuación en la materia, la consideración de Andalucía en su conjunto como destino turístico global con tratamiento unitario en su promoción fuera de su territorio, así como la potenciación del destino turístico de Andalucía en el mercado nacional e internacional, favoreciendo el ajuste adecuado entre las acciones promocionales a desarrollar y las demandas del mercado. El citado artículo 56 establece también que la promoción se orientará a los distintos segmentos de mercado, diversificando una oferta turística auténtica y de calidad que ofrezca una imagen de Andalucía como destino turístico singular, programándose y ejecutándose por la Consejería competente en materia de turismo campañas de promoción para fomentar y mantener la imagen de calidad y diversidad de Andalucía como destino turístico.

En ejecución de estas competencias, la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior viene desarrollando medidas para el impulso turístico de la Conectividad Aérea de Andalucía 2023-2025, diseñadas y consensuadas con destacados agentes públicos y privados del ámbito aeroportuario (incluyendo Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea, Sociedad Mercantil Estatal, S.A. (en adelante AENA) y las direcciones de su red de aeropuertos en la comunidad autónoma). Estas medidas persiguen ofrecer nuevas oportunidades a los turistas definidos como objetivo, para viajar de forma directa y rápida hasta cualquiera de los aeropuertos andaluces y, de ahí, a todos los destinos de Andalucía en el menor tiempo posible.

La actuación se enmarca en el conjunto de tácticas previstas en el Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027 (Plan META), con el siguiente nivel estructural:

Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027 (en adelante Plan META).

Eje 3: Potenciación de la Experiencia y Calidad Turística.

Línea Estratégica LE6: Optimización del marketing turístico del destino.

Programa PR02: Promoción y Comunicación Turística.


Táctica: Iniciativa Turística para el Impulso de la Conectividad Aérea de Andalucía 2023-2025.

La puesta en marcha de estas medidas obedece a la necesidad de aportar nuevos impulsos a los programas de promoción del destino regional que favorezcan la competitividad de la industria turística andaluza facili-

Avenida de la Guardia Civil, 1
Casa Rosa
41013 - Sevilla
Correo electrónico:
sgtur.ctae@juntadeandalucia.es



Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma> indicando el código de VERIFICACIÓN

FIRMADO POR	YOLANDA DE AGUILAR ROSELL	27/11/2024	
VERIFICACIÓN	Pk2jmY6ZGWCVA8SNHVUNSD8HQBYZB	PÁG. 1/5	



tando la reducción de la estacionalidad, al tiempo que mejoren la calidad de su oferta, imagen de marca y otros aspectos relevantes para su posicionamiento.

Así, el propio Plan META destaca en su análisis CAME (Corregir, Adaptar, Mantener y Explotar) la necesidad de potenciar elementos que mantengan la fortaleza del destino, como los acuerdos con actores clave para la conectividad aérea, marítima y terrestre y las acciones conducentes al retorno de la conectividad aérea perdida con mercados emisores tradicionales tras la pandemia, junto a la mejora de las conexiones con mercados emisores considerados estratégicos como los asiáticos y americanos.

De esta manera, se trata de mejorar las conexiones turísticas aéreas entre mercados emisores de interés (actuales y potenciales) y el destino Andalucía, buscando orígenes que posibiliten una mejor distribución de los flujos de visitantes en el tiempo y en el territorio, así como atraer preferentemente perfiles de viajeros de mayor gasto y estancia en el destino.

Las referidas medidas presentan los siguientes objetivos (cualitativos y cuantitativos) y acciones a desarrollar en el periodo 2023-2025, así como algunos resultados intermedios, a fecha actual, alcanzados desde su lanzamiento:

1. Objetivos cuantitativos:

- a) Incrementar un 8% la oferta global de asientos en vuelos al destino Andalucía.
- b) Incrementar un 12% la oferta doméstica de asientos.
- c) Incrementar un 5% la oferta de asientos procedente de Europa, un 23% del Norte de África, un 35% desde Norteamérica y un 85% desde Oriente Medio y Golfo Pérsico.

2. Objetivos cualitativos:

2.1. Conectividad intercontinental, que comprende, entre otros:

- a) Conseguir conectividad de calidad (máximo una escala menor a 3 horas) con los 35 destinos mundiales identificados como objetivo.
- b) Incrementar la oferta actual a Norteamérica, aumentando frecuencias, minimizando su estacionalidad y ampliando destinos receptores.
- c) Desestacionalizar la oferta actual desde Oriente Medio y el Golfo (inexistente en invierno), así como conseguir nuevos destinos como Dubái.
- d) Seguir trabajando para conseguir alguna ruta desde Asia.
- e) Incrementar la oferta actual desde el norte de África y abrir nuevos mercados de forma estable.

2.2. Conectividad europea, que persigue, entre otros:

- a) Incrementar la conectividad con grandes 'hubs' europeos.
- b) Equilibrar la demanda y prolongar la temporada de la oferta europea.
- c) Incrementar la oferta (destinos y frecuencias) en países de Europa Oriental y Nórdicos, donde actualmente la oferta es menor y existe demanda relevante.

2.3. Conectividad doméstica: Disponer de conectividad directa con los principales aeropuertos nacionales de la península, Canarias y Baleares, y hacia un mayor número de aeropuertos andaluces, incluyendo el Aeropuerto de Córdoba.

2.4. Otros objetivos cualitativos:

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma> indicando el código de VERIFICACIÓN

FIRMADO POR

YOLANDA DE AGUILAR ROSELL

27/11/2024

VERIFICACIÓN

Pk2jmY6ZGWCVA8SNHVUNSD8HQBYZB

PÁG. 2/5





- a) Incrementar el establecimiento de bases de aerolíneas en aeropuertos andaluces y hacer crecer las bases existentes en volumen de aviones.
- b) Gran presencia y participación con stand propio en los eventos relevantes de conectividad que se celebran anualmente.
- c) Atracción de eventos del sector aviación/conectividad aérea en Andalucía.
- d) Establecer contactos clave y favorecer la captación de *decision makers* mediante acciones comerciales y presentaciones, entre otros.

3. Acciones: Para alcanzar los objetivos descritos anteriormente, se han identificado ocho grupos de acciones de realización prioritaria:

- a) Difusión y validación de la iniciativa, haciendo partícipes a todos los componentes en las seis mesas técnicas de conectividad andaluzas, que incluyen a entidades con responsabilidad e interés en la mejora de la conectividad y donde se proponen estrategias y objetivos comunes a llevar a cabo, con resultados medibles y tangibles.
- b) Negociación con compañías aéreas, participando en ferias y eventos sectoriales que permitan el acercamiento y contacto directo con las aerolíneas y generar reuniones bilaterales con documentación técnica específica y/o *business cases*.
- c) Gestión de congresos de aviación/aeronáuticos, para lo cual, entre otros, se ha conseguido la organización en nuestra región del *Routes Europe 2025* (en Sevilla) y el *CAPA Airlines Leader Summit* (celebrado el pasado marzo en Granada).
- d) Promoción local, dando soporte a la organización de acciones que permitan la promoción de nuevas rutas y el posicionamiento de aerolíneas en la región.
- e) Intensificar el trabajo en mercados de larga distancia, en particular Norteamérica y Asia para incentivar nuevas rutas, incrementar frecuencias y reducir la estacionalidad.
- f) Realizar acciones específicas de marketing digital en este ámbito, así como otras iniciativas que aporten información de valor a las aerolíneas.
- g) Integrar acciones de promoción internacional de la carga aérea, para favorecer el rendimiento de larga distancia y a los diferentes actores de la cadena logística local.
- h) Potenciar la sostenibilidad del sector, integrando aspectos de sostenibilidad dentro de los indicadores que se analizan periódicamente (acciones de aerolíneas para reducir emisiones, utilización de *Sustainable Aviation Fuel*, *SAF*, etc.).

4. Seguimiento de los objetivos:

A fecha del presente Acuerdo, noviembre de 2024, los objetivos planteados en la iniciativa turística de impulso de la conectividad aérea de Andalucía 2023-2025 presentan el siguiente nivel de consecución:

4.1. En cuanto a los objetivos cuantitativos:

- Se ha alcanzado un incremento del 12,7% en la oferta global aérea de asientos hacia Andalucía, casi 5 puntos superior al objetivo marcado (+8%) para el bienio 2023-2025.
- En lo que respecta a Europa, la oferta de asientos ha aumentado un 15,3%, el triple de lo establecido como objetivo.
- La procedente de Norteamérica ha crecido un 54,1% (sobre el 35% planteado).
- Y en lo que respecta a Oriente Medio y Golfo Pérsico se ha conseguido incrementar la oferta de asientos un 87,2%, 2,2 puntos por encima del objetivo propuesto.
- En tanto se trabaja para consolidar estos resultados a largo plazo y alcanzar en 2025 los propuestos para la oferta doméstica (nacional) y la procedente de África, aún por debajo del índice propuesto.

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma> indicando el código de VERIFICACIÓN

FIRMADO POR

YOLANDA DE AGUILAR ROSELL

27/11/2024

VERIFICACIÓN

Pk2jmY6ZGWCVA8SNHVUNSD8HQBYZB

PÁG. 3/5





4.2. En cuanto a los objetivos cualitativos:

- Con respecto a Norteamérica, en 2024 se ha incrementado en 52.000 asientos la oferta y aumentó la frecuencia de vuelos procedes de New York, que pasa de las 3 semanales a contar con frecuencia diaria.
- Se ha desestacionalizado la oferta a Qatar en 2024 y a Arabia Saudí de junio a agosto.
- Se han realizado diversas reuniones con operadores aéreos y turísticos para establecer una posible ruta desde Asia.
- Han aumentado en 15.000 asientos adicionales la oferta procedente de África.
- Se eleva la conectividad con los principales “hubs” europeos, del 3,8 al 21,8% respecto a 2023.
- Crece un 35% la oferta desde Europa Oriental respecto 2023, con nuevos destinos como Lodz y Ostrava. En los países nórdicos, la oferta aumentó un 9%.
- En cuanto a la oferta nacional, a excepción de Valencia, el resto de los principales aeropuertos están conectados directamente, pasando las frecuencias semanales con Santiago-Rosalía de Castro de 24 a 29, y de entre 1 y 4 las que conectan Canarias con Andalucía (según aeropuerto), al igual que se ha mejorado la oferta procedente de Baleares en 6 puntos.
- En lo que respecta a la presencia de Andalucía en eventos de conectividad (principales foros de reunión y generación de negocio aéreo), la consejería ha contado con stand propio en el evento Routes Europe 2024 (Dinamarca) y en el Routes World 2024 (Baréin), además de trabajar en la oferta de Andalucía como ser para acoger estos grandes eventos (con el apoyo y patrocinio de la consejería, se celebró el CAPA Airline Leader Summit 2024 en Granada, y se ha cerrado la celebración del Routes 2025 en Sevilla).

Por otra parte, el 2 de diciembre 2024 tiene lugar en Sevilla la Jornada “*Fly Andalucía Summit 2024*”. Organizada por la consejería, este encuentro de alto nivel en torno a la conectividad turística andaluza sirve para analizar las estrategias de conectividad y su impacto en la industria y territorio, así como su repercusión en las políticas de sostenibilidad y la competitividad de nuestra región, abordando aspectos cruciales para consolidar Andalucía como destino turístico de referencia a nivel global.

En este foro de debate aportará una perspectiva clave sobre las tendencias, desafíos y oportunidades del sector, contando con la participación de destacados representantes de la Asociación de Líneas Aéreas, que desde 1952 es la asociación de referencia del sector aéreo en España y la organización líder por tráfico aéreo en este país, ya que aglutina el 85% del tráfico aéreo en España, estando integrada por 71 compañías aéreas, nacionales e internacionales, de todos los modelos de negocio, incluyendo a las 10 aerolíneas con más tráfico.

Las aerolíneas asociadas en la ALA transportaron a más de 240 millones de pasajeros durante 2023 en los aeropuertos de la red de AENA y operaron más de 1,6 millones de despegues y aterrizajes, el 70% del total de vuelos que se realizaron el año pasado, superando los 565 millones de toneladas de mercancías transportadas, lo que representa algo más de la mitad de la carga que se movió por aire el año pasado.

En el seno de la jornada también se llevarán a cabo mesas redondas de CEOs de aerolíneas (sobre reactivación de las aerolíneas, sostenibilidad y perspectivas de futuro) y de expertos del sector (cooperación público-privada en la conectividad aérea).

Dado que las medidas adoptadas para el impulso de la Conectividad Aérea de Andalucía 2023-2025 ofrecen nuevas oportunidades a los turistas para viajar de forma directa y rápida hasta cualquiera de los aeropuertos andaluces y mejoran las conexiones turísticas aéreas entre mercados emisores de interés y el destino Andalucía y que, por otra parte, la organización y participación de la Junta de Andalucía en la jornada “*Fly Andalucía Summit 2024*”, a través de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior, contribuye a la consoli-

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma> indicando el código de VERIFICACION

FIRMADO POR

YOLANDA DE AGUILAR ROSELL

27/11/2024

VERIFICACIÓN

Pk2jmY6ZGWCVA8SNHVUNSD8HQBYZB

PÁG. 4/5





dación del prestigio y el reconocimiento de la región como destino turístico de excelencia, actividad que es vital para la economía andaluza, se considera oportuno y conveniente su toma de conocimiento por el Consejo de Gobierno.

LA SECRETARIA GENERAL PARA EL TURISMO

Puede verificar la integridad de una copia de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma> indicando el código de VERIFICACION

FIRMADO POR	YOLANDA DE AGUILAR ROSELL	27/11/2024
VERIFICACIÓN	Pk2jmY6ZGWCVA8SNHVUNSBD8HQBYZB	PÁG. 5/5



Iniciativa Turística para el Impulso de la Conectividad Aérea de Andalucía 2023-2025

Informe ejecutivo y seguimiento de objetivos (nov-2024)

Andalucía

Iniciativa Turística para el Impulso de la Conectividad Aérea de Andalucía 2023-2025

Informe ejecutivo

1. Aspectos diferenciales de Andalucía
2. Análisis interno y externo
3. Definición de objetivos globales

Seguimiento de objetivos (nov-2024)

4. Informe de seguimiento de objetivos (nov-2024)
 - Situación indicadores cuantitativos
 - Situación indicadores cualitativos
 - Novedades rutas aéreas 2024-2025

Análisis regional

1. Aspectos diferenciales de Andalucía

- 1.1.** ¿Por qué Andalucía?
- 1.2.** Principales indicadores geográficos y sociales
- 1.3.** Visitantes
- 1.4.** Ferias y Congresos
- 1.5.** Sector aéreo: Infraestructuras y cifras clave
- 1.7.** Mesas de coordinación aeroportuaria de Andalucía



1.1. ¿Por qué Andalucía?



Por su **conectividad**

- ✓ 6 aeropuertos.
- ✓ Gran Línea de Alta Velocidad Ferroviaria.
- ✓ 7 puertos marítimos.
- ✓ 33,2M pasajeros aéreos (2023).



Por su **sociedad**

- ✓ Mayor población activa de España.
- ✓ 13 universidades.
- ✓ Población similar a Portugal, Grecia, Austria o Hungría.



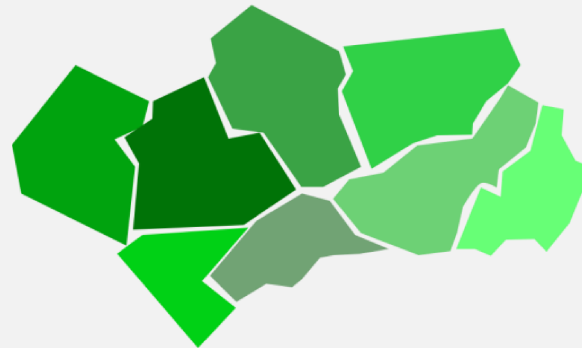
Por su **estrategia industrial**

- ✓ 500.000 empresas (2023).
- ✓ +130 empresas aeronáuticas, de defensa y mantenimiento.
- ✓ Incentivos fiscales e inversiones implantación bases operativas.



Por su **economía**

- ✓ 2ª región exportadora de España (2022).
- ✓ +115% interanual crecimiento PIB respecto Eurozona (2022).



Por su **oferta cultural**

- ✓ Legado cultural milenario.
- ✓ Museos con mejor valoración de Europa.



Por su **patrimonio**

- ✓ Jornadas Europeas de Patrimonio (2023).
- ✓ 3 ciudades andaluzas Patrimonio de la Humanidad.
- ✓ Ciudad más antigua de España.
- ✓ Única Catedral-Mezquita del mundo.



Por su **localización**

- ✓ 300 días de sol al año y T. media de 18°C.
- ✓ Zona estratégica entre Europa y África.
- ✓ Puerto de entrada Mediterráneo (Asia).
- ✓ Conexión atlántica (Sudamérica).



Por su **calidad turística**

- ✓ Primer destino de Golf de Europa.
- ✓ 2ª destino gastronómico de España.
- ✓ 32M turistas internacionales (2023).
- ✓ +600.000 congresistas anuales (2023).

1.2. Principales indicadores geográficos y sociales

8.600.224

Habitantes
(2023)

82 años

Esperanza de vida
(2022)

16.988 €

Renta media/hab.
(2021)

34.275.915

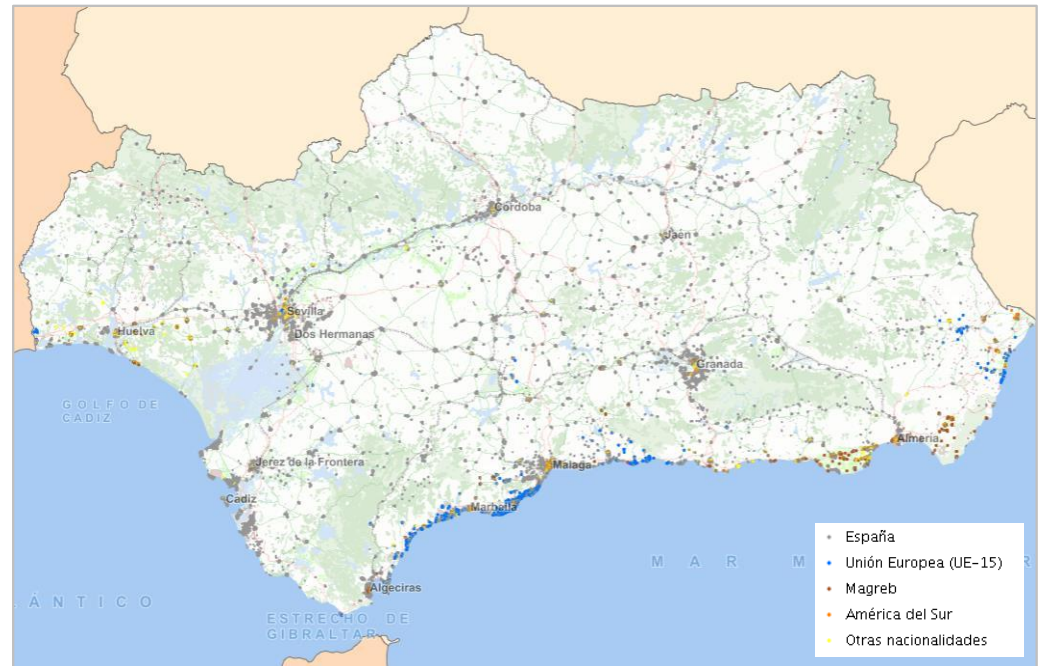
Turistas
(2023)

33.182.836

Pasajeros aéreos
(2023)

500.000

Empresas
(2023)

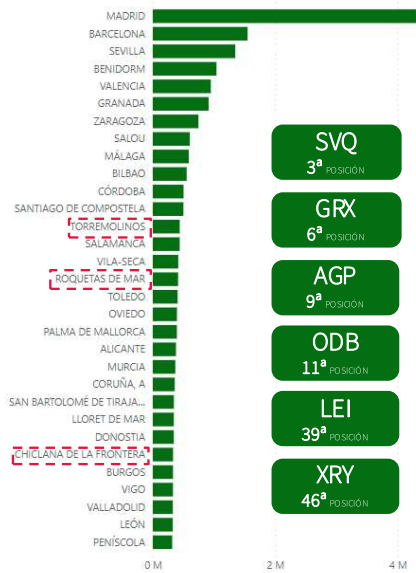


Distribución de la población según nacionalidad 2021
(Fuente: Junta de Andalucía)

Fuente: Junta de Andalucía, Eurostat, INE.

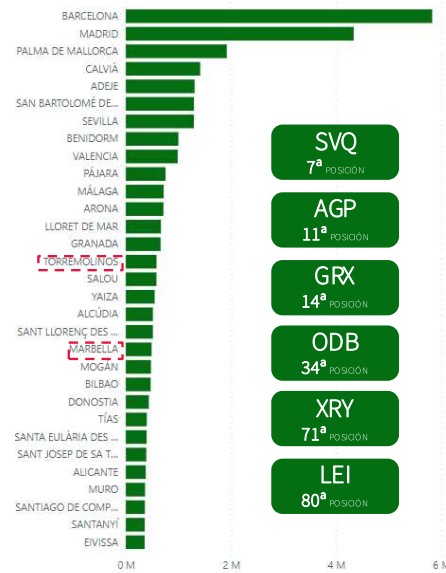
1.3. Visitantes

Ciudades españolas más visitadas por residentes (2023)



Poblaciones secundarias (no capitales).

Ciudades españolas más visitadas por extranjeros(2023)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística. 2023.

1. SEVILLA es la marca más potente y conocida de Andalucía, aunque no se traduce en pasajeros aéreos.
2. CÓRDOBA una de las 10 ciudades más visitadas por nacionales que no cuenta con un aeropuerto en activo.
3. MÁLAGA importante como provincia de ocio familiar.
4. CÁDIZ destino preferente para estancias cortas de playa.
5. GRANADA atracción de visitantes culturales y deportivos.
6. ALMERÍA destino preferente para estancias largas de playa.
7. GRANADA y MÁLAGA referencias culturales durante todo el año.
8. SEVILLA y CÁDIZ gran volumen de viajes por trabajo.
9. CÓRDOBA importante destino de congresos fuera de verano.
10. Únicamente el **12,11%** hace los viajes en transporte aéreo.

MOTIVACIONES

- | | | | |
|---|---------------------|---|--------------|
| 1 | Visita a familiares | 5 | Deportivo |
| 2 | Sol y Playa | 6 | Gastronómico |
| 3 | Cultural | 7 | Religioso |
| 4 | Naturaleza | 8 | Congresos |

TIPOLOGIA

- | | | | |
|---|---------------|---|-------------------|
| 1 | Fin de semana | 5 | Semana Santa |
| 2 | Otros ocios | 6 | Puente y festivos |
| 3 | Verano | 7 | Navidad |
| 4 | Trabajo | 8 | Estudios |

Fuente: DataEstur. SEGITTUR. 01/23 - 09/23.

[< Volver al índice](#) | 6

1.4. Ferias y congresos



Fuente: Guía MICE. Junta de Andalucía, 2019

18

Recintos feriales y congresos (2023)

300.000.000 €

Impacto directo e indirecto (2023)

600.000

Visitantes (2023)

+350.000

Plazas feriales (2023)

173,47 €

Gasto por congresista (2023)

+1.300

Congresos y ferias (2023)

1.5. Sector aéreo: Infraestructuras y cifras clave (datos)



6

Aeropuertos



33,2 M

Pasajeros totales
(2023)



48,2%

Vuelos
internacionales
(2023)



142

Rutas
internacionales
(2022)



77

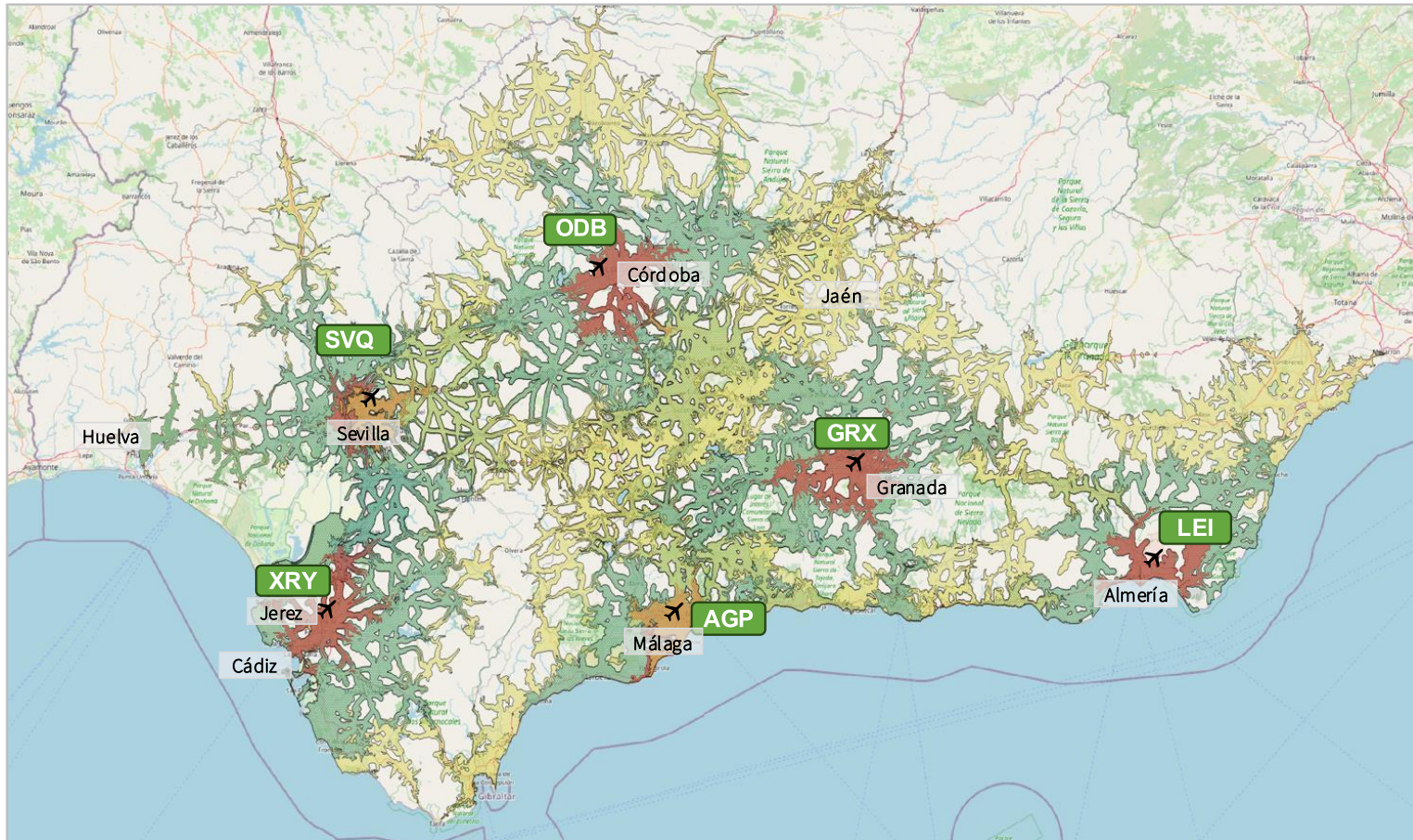
Aerolíneas
operativas (2022)



+130

Empresas del sector
aéreo y aeronáutico
(2023)

1.6. Sector aéreo: Infraestructuras y cifras clave: Área de influencia



LEYENDA

Infraestructuras

✈️ Aeropuerto

Movilidad

<30 minutos*

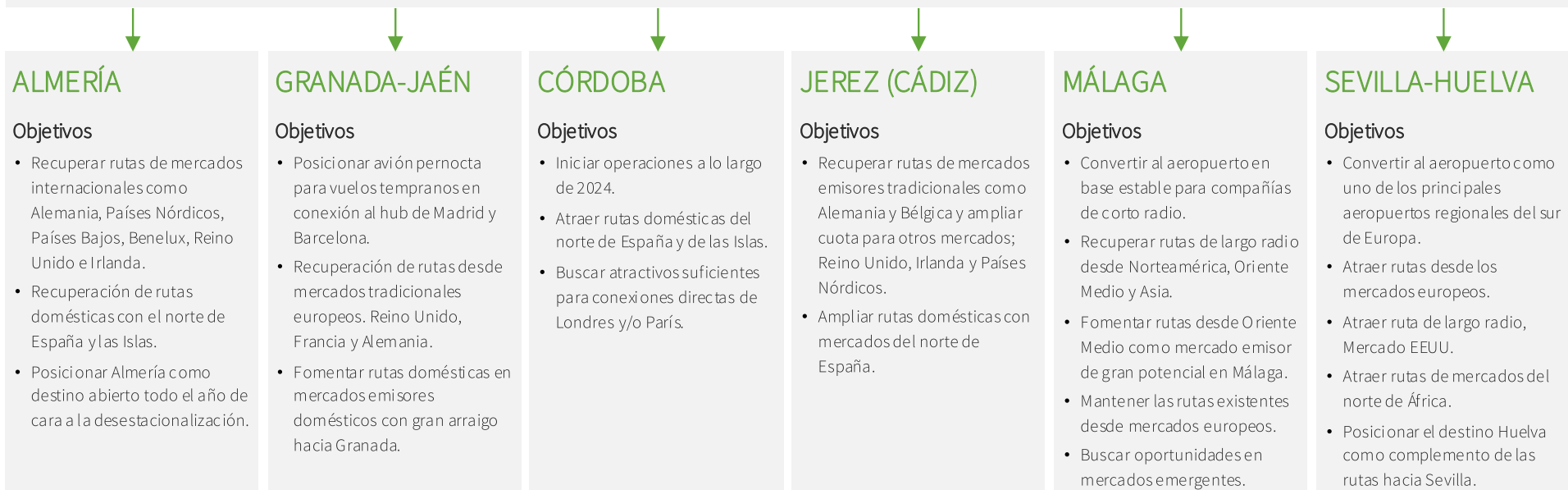
<60 minutos*

<90 minutos*

*por carretera

1.7. Mesas de coordinación aeroportuaria de Andalucía

La **Consejería de Turismo y Acción Exterior**, dentro de sus competencias en materia de Turismo, tiene constituidas y forma parte de distintas **mesas técnicas de trabajo** con los seis aeropuertos de Andalucía. En ellas, se discuten **estrategias** y **objetivos comunes** a llevar a cabo, con resultados medibles y tangibles.



Análisis regional

2. Análisis interno y externo

- 2.1. Posicionamiento de Andalucía en el contexto europeo
- 2.2. Oferta: Evolución histórica de la capacidad, destinos y frecuencia
- 2.3. Oferta: Análisis de la estacionalidad
- 2.4. Oferta: Análisis de las tarifas
- 2.5. Demanda: Evolución histórica de la demanda
- 2.6. Demanda: Identificación y caracterización de mercados clave
- 2.7. Demanda no servida y aeropuertos en conexión
- 2.8. Análisis DAFO



2.1. Posicionamiento de Andalucía en el contexto europeo

OFERTA (CONECTIVIDAD)

Dos aeropuertos andaluces (Málaga y Sevilla) se sitúan en el TOP-100 de aeropuertos europeos con **mejor conectividad directa** (*).

AGP
30ª POSICIÓN

SVQ
89ª POSICIÓN

(*) Según el informe “ACI Europe Airport Connectivity Report 2023).

DEMANDA (PASAJEROS)

Dos aeropuertos andaluces (Málaga y Sevilla) se situaron en el TOP-100 de aeropuertos europeos con **mayor tráfico de pasajeros** en 2022 (*).

AGP
27ª POSICIÓN

SVQ
60ª POSICIÓN

(*) Según datos de ACI World, 2022.

DESTINOS: En el ranking de aeropuertos europeos, Málaga se ubicó en la **24ª posición** en **número de destinos mundiales** durante la temporada de verano 2023. Considerando destinos europeos, se posicionó en la **9ª plaza**.

AGP
24ª POS. VOLUMEN DESTINOS MUNDIALES
9ª POS. VOLUMEN DESTINOS EUROPEOS

ASIENTOS: De nuevo en el ranking de aeropuertos europeos, Málaga se ubicó en la **29ª posición** en **volumen de asientos** durante la temporada de verano 2023.

AGP
29ª POS. VOLUMEN ASIENTOS MUNDIALES

(*) Según datos de MIDT.

Contabilizando únicamente **pasajeros internacionales**, Málaga asciende a la **23ª posición**.

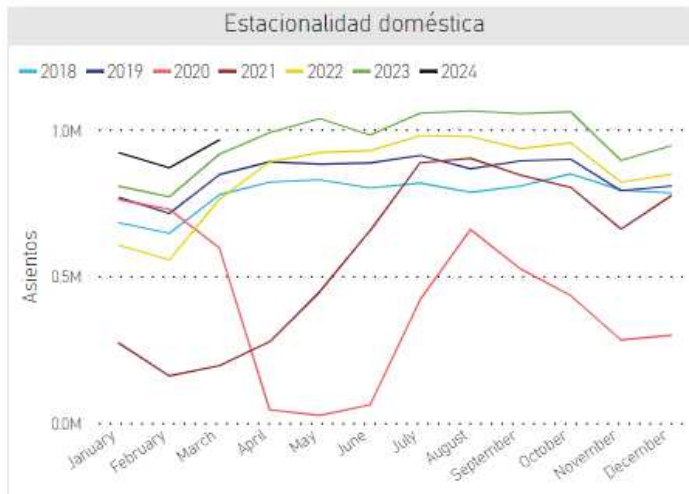
AGP
23ª POSICIÓN

Contabilizando únicamente **pasajeros domésticos**, Sevilla asciende a la **30ª posición** (por delante de Málaga).

SVQ
30ª POSICIÓN

(*) Según datos de ACI World, 2022.

2.3. Oferta: Análisis de la estacionalidad (I)



Se puede observar una **ligera desestacionalización** del mercado doméstico -si se compara con el 2019- ya que **no** se ve reflejado la **alta demanda de verano** ni la reducción en los primeros meses de invierno. Los **valores** son más estables durante todo el año.



Se puede observar una **ligera desestacionalización** del mercado internacional -si se compara con el 2019- aunque la **temporada de verano** tiende a **alargarse** hasta finales octubre y descender muy pronunciadamente durante el invierno.

2.3. Oferta: Análisis de la estacionalidad (II)

CÁLCULO NUMÉRICO DE LA ESTACIONALIDAD

El siguiente gráfico muestra el nivel de estacionalidad de la oferta de asientos hacia las distintas regiones.

¿Cómo se ha calculado?

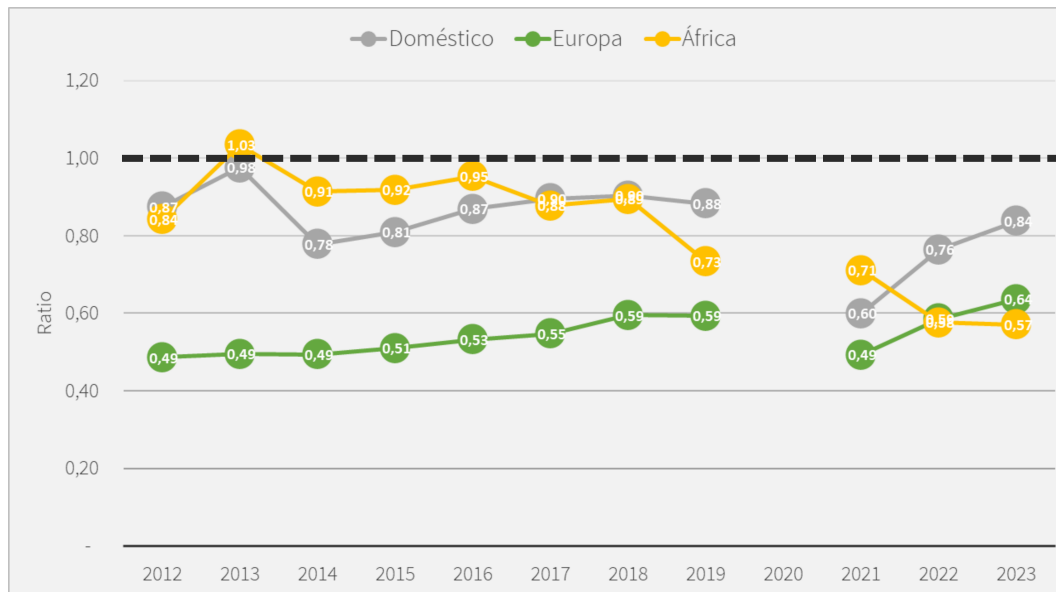
$KPI_{invierno}$: Promedio asientos mensuales invierno

$$KPI_{invierno} = \frac{\text{Total asientos invierno}}{5 \text{ meses}}$$

KPI_{verano} : Promedio asientos mensuales verano

$$KPI_{verano} = \frac{\text{Total asientos verano}}{7 \text{ meses}}$$

$$\text{Ratio}_{invierno-verano} = \frac{KPI_{invierno}}{KPI_{verano}}$$



Valor > 1
(mejor oferta en invierno que en verano)

Valor ideal = 1

Valor < 1
(mejor oferta en verano que en invierno)

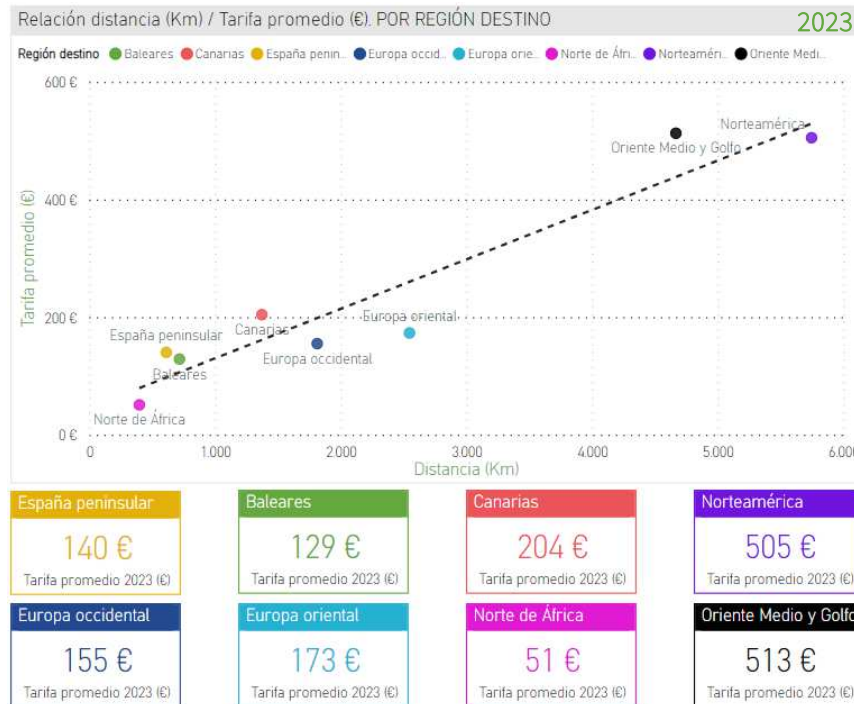
- La **oferta doméstica** es la que tiene actualmente menor estacionalidad, alcanzando una ratio de 0,84 en 2023.
- La **oferta a Europa** presenta una ratio de 0,64 en 2023, por tanto, un mejor valor que en el periodo pre-pandemia (ratio de 0,59 en 2019).

2.4. Oferta: Análisis de las tarifas

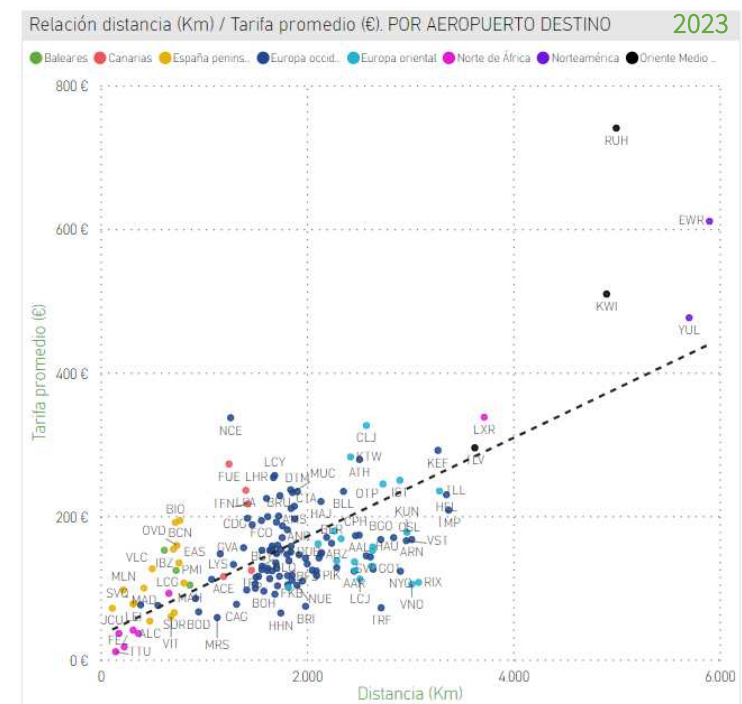
NOTAS ACLARATORIAS:

- Se detallan tarifas 'one-way' (un sentido) y clase turista.
- Se incluye la tarifa total pagada por el pasajero, incluidas tasas, recargos e impuestos por combustible.

El gráfico inferior izquierda muestra la relación entre el precio medio del billete (€) y la distancia (Km), promediando todos los aeropuertos de Andalucía hacia las diferentes **regiones destino**.



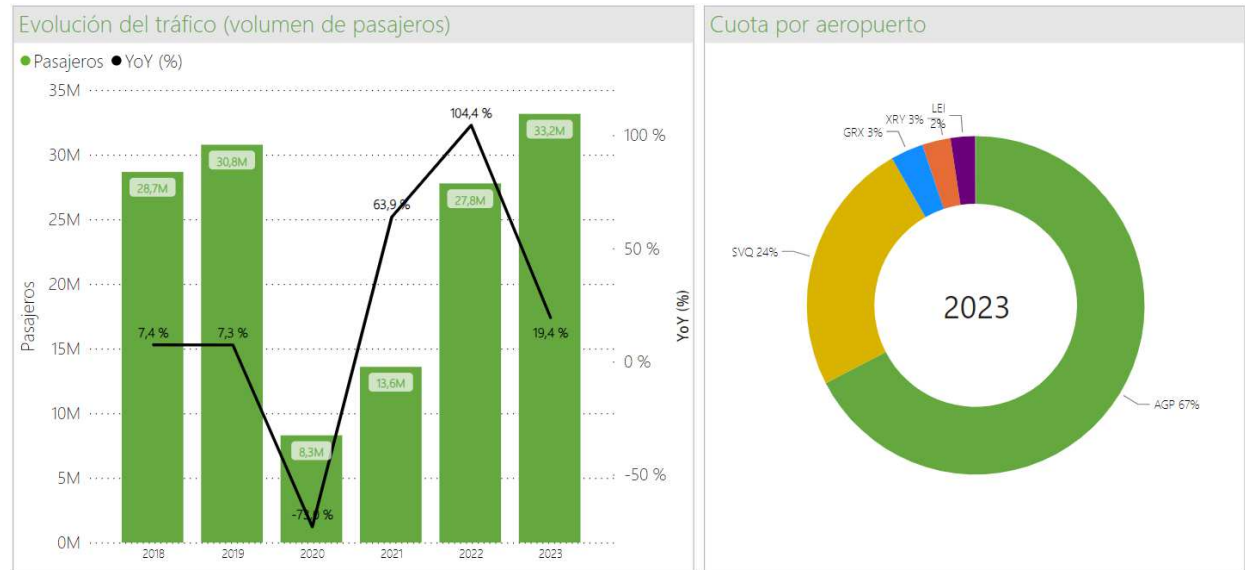
El gráfico inferior derecha muestra la relación entre el precio medio del billete (€) y la distancia (Km), promediando todos los aeropuertos de Andalucía hacia los **diferentes aeropuertos destino**.



2.5. Demanda: Evolución histórica de la demanda

Evolución del tráfico

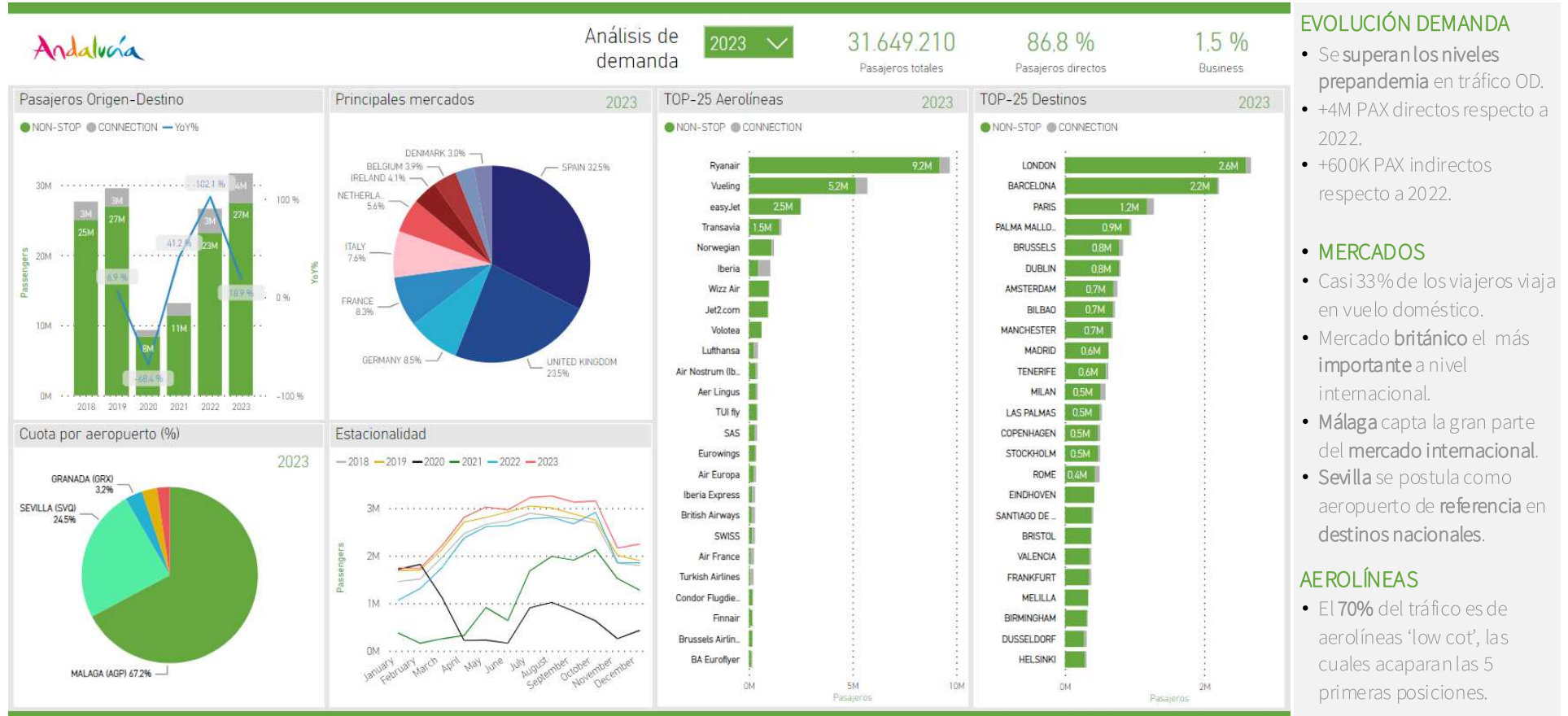
- En el año 2019, Andalucía alcanzó casi **31 millones de pasajeros** entre todos sus aeropuertos.
- El año 2020, esa cifra **disminuyó** en más del **70%** debido a la pandemia Covid-19.
- Durante los años posteriores se ha ido **recuperando el tráfico**, alcanzando en 2023 los **33,2 millones de pasajeros** (+19,4% vs 2022 y +7,8% respecto a 2019).
- Málaga (AGP) **concentró el 67% de los pasajeros**, seguido de Sevilla (SVQ) con un **24%**.



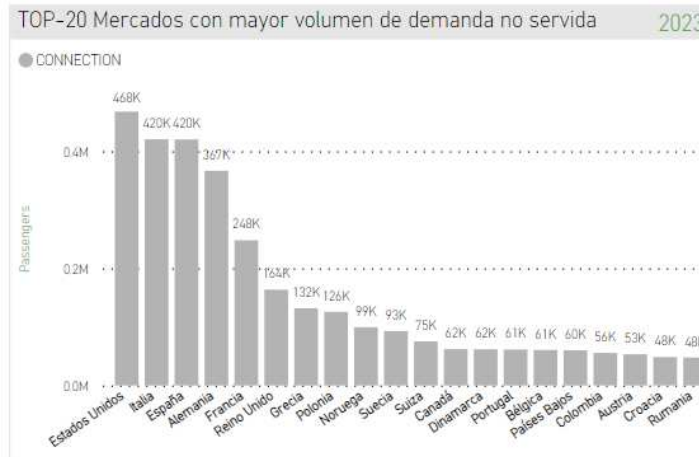
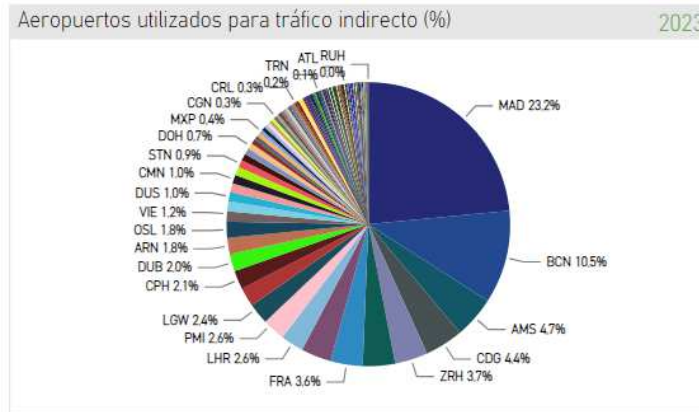
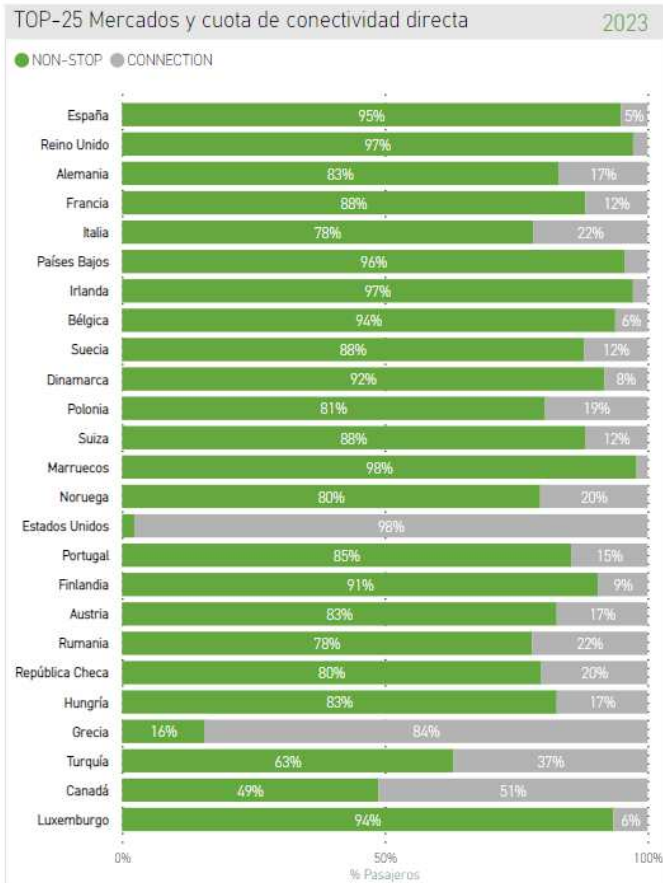
Izquierda: Evolución del tráfico pasajeros.

Derecha: Cuota por aeropuerto 2023.

2.6. Demanda: Identificación y caracterización de mercados clave



2.7. Demanda no servida y aeropuertos en conexión



MERCADOS POR DEMANDA NO SERVIDA

- Existen oportunidades para crecer en el mercado doméstico (420K).
- Mercados americano y turco estratégicos para servir demanda.
- Alemania, Italia, Noruega y Polonia con gran potencial también (alrededor del 20% no servido).

AEROPUERTOS EN CONEXIÓN

- Relación directa entre aeropuertos con demanda no servida y tráfico en conexión.
- Estados Unidos, Grecia y Canadá grandes emisores de tráfico en conexión, al no disponer de suficiente oferta para satisfacer la demanda.

2.8. Análisis DAFO (I)

DEBILIDADES



- El **volumen de demanda de larga distancia** con países como EEUU, Oriente Medio y Asia es relativamente incipiente y reducido.
- Alta dependencia del **turismo doméstico y británico** (>50% del mercado).
- Fuerte **concentración de la oferta** en pocas cías. (Ryanair ≈30%).
- Alta concentración de **vuelos en conexión** vía Madrid / Barcelona (Grupo IAG). Se debe mejorar acceso vía otros ‘hubs’ europeos.
- **Rutas punto a punto** exclusivamente. Falta de esquema ‘hub’ para ningún aeropuerto andaluz (para generar tráfico en conexión).
- **Falta de demanda de negocios significativa**, excepto en el caso de Sevilla y Málaga.
- **Horarios no óptimos** para las conexiones con grandes ‘hubs’.



FORTALEZAS

- La **oferta** de capacidad (asientos) **supera a la de 2019** (+8%).
- **Mercado diversificado doméstico/internacional** de turismo. Mercado inglés y doméstico muy consolidado a nivel general.
- **Oferta de larga distancia** con amplio potencial de crecimiento y ya se disponen de vuelos tanto a América como a Oriente Medio.
- Amplia **oferta de infraestructuras aeroportuarias** cubriendo todo el territorio y buena oferta complementaria de trenes (en ocasiones puede suponer también competencia).
- Vueling, Ryanair, Transavia, Easyjet y Norwegian tienen **importantes bases** (aviones y tripulaciones en pernocta) en Andalucía.
- **Alta conectividad europea** que atrae inversión extranjera, centros de innovación y “nómadas digitales”.
- Andalucía es un **destino seguro**.
- **Clima y calidad de vida** atractivo (incluido invierno).
- **Oferta de eventos y congresos** internacionales creciente.
- **Industria aeronáutica, defensa y mantenimiento** con peso propio.
- **Alta demanda premium/lujo** de pasajero de ocio en destinos concretos.

2.8. Análisis DAFO (II)

AMENAZAS



- **Competencia de aeropuertos cercanos** (el más claro ejemplo Faro), con intereses de internacionalización similares.
- Competencia con **otros mercados** (Grecia, Turquía, Portugal, Marruecos) que puedan ofrecer precios más competitivos como destino.
- Comunicación negativa respecto a **momentos de saturación turística puntual y localizada**, que no reflejan la realidad general.
- **Riesgos geopolíticos** que puedan afectar a determinados mercados o a la aviación en general (p. ej. conflicto Ruso-Ucraniano e Israel-Palestina).
- Riesgo alza del **precio de combustible** y su impacto general en el coste de los billetes (alta volatilidad) (cotización del dólar).
- **Riesgo de contracción económica** en España o internacionalmente que pueda afectar la demanda de viaje.
- **Riesgo climático y sostenibilidad:** catástrofes de clima, sequía, normativa que impacte sobre el precio de billetes, movilizaciones contrarias al crecimiento de los aeropuertos (emisiones CO₂), etc.
- **Riesgos de operadores:** la dependencia de Ryanair puede impactar negativamente, en caso de que la aerolínea se replantee su estrategia en algún aeropuerto andaluz; o **riesgo de quiebra o de necesidad de reestructuración** de compañías aéreas que dificulta mantener, recuperar o lanzar nuevas rutas de corto y medio radio.
- **Crisis de salud / alertas sanitarias** que puedan afectar desplazamientos.

OPORTUNIDADES



- La **demanda de pasajeros** de mercados emisores tradicionales está en fase de recuperación, próxima a las cifras de 2019.
- Potenciar la marca Andalucía, para **generar más demanda directa / indirecta de Larga Distancia**. Especialmente con Oriente Medio y EEUU.
- Existe margen de recorrido para potenciar la **conectividad fuera de Europa hacia/desde Andalucía** con conexiones directas o indirectas de calidad (<3 horas en una sola escala).
- Potenciar **otros mercados emisores europeos** con poco peso relativo en Andalucía (p. ej. Europa Oriental).
- Ensalzar la comunicación de los destinos de Andalucía como **lugar de eventos y congresos**.
- Favorecer la **generación o crecimiento de bases** de compañía aérea.
- Poner en valor los importantes proyectos industriales, energéticos, logísticos en desarrollo para que **pueden generar demanda de negocios** y fortalecer rutas internacionales.
- Producción de productos de valor añadidos que pueden generar **demandas de carga aérea** a través de alguno de los aeropuertos andaluces (tecnológicos, animales vivos, material eléctrico, etc.).
- Favorecer en general la oferta terrestre de **acceso al aeropuerto** y ampliar si es posible el área de influencia de los aeropuertos.
- Favorecer la implicación de **agentes locales en la promoción** de rutas aéreas (mesas de trabajo, ferias, reuniones, etc.).
- Lugar estratégico para conexión con **norte de África**, incluido Canarias.

Análisis regional

3. Definición de objetivos globales

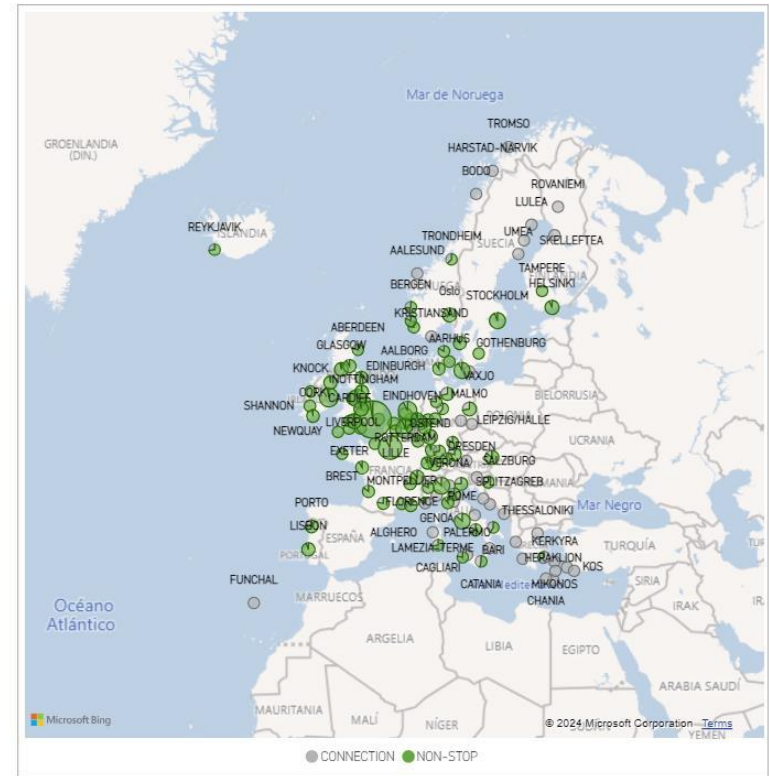
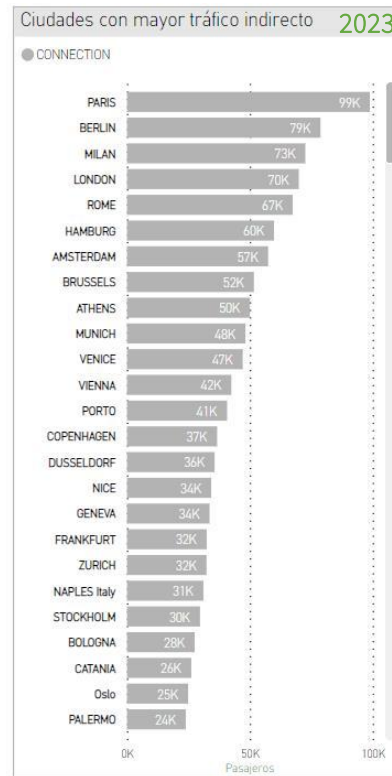
- 3.1.** Identificación de ciudades europeas
- 3.2.** Identificación de ciudades a nivel mundial
- 3.3.** Definición de objetivos
- 3.4.** Identificación de acciones
- 3.5.** Ejemplos de análisis realizados por aeropuerto



3.1. Identificación de ciudades europeas: Europa Occidental (demanda)

El objetivo de este apartado es identificar aquellas ciudades más importantes a nivel europeo (Europa Oriental), con las cuales sería deseable disponer de conectividad directa desde uno o varios aeropuertos andaluces.

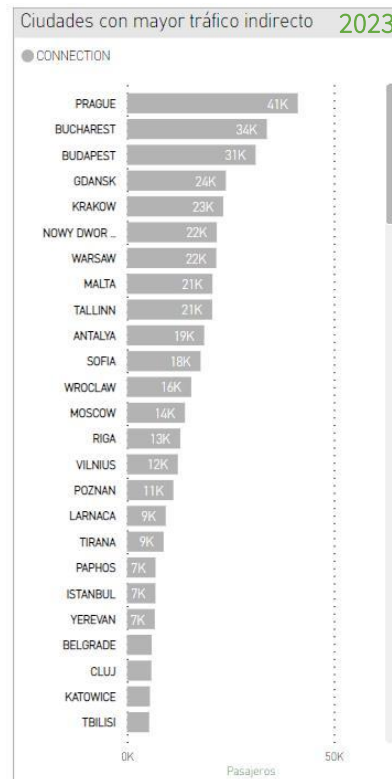
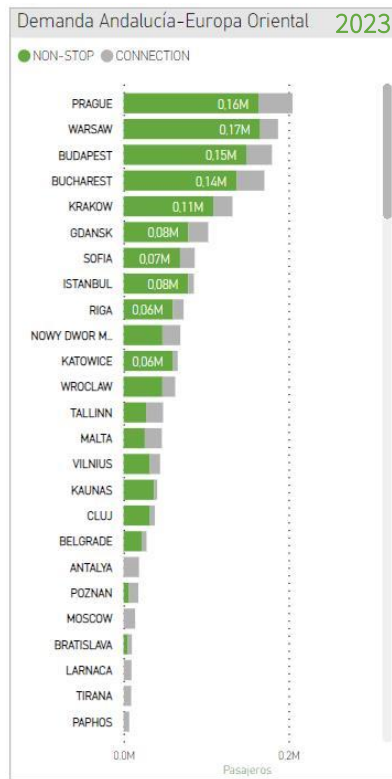
Para ello, se ha analizado la **demanda actual** entre Andalucía y las diferentes ciudades, y se ha identificado desde qué aeropuertos andaluces se dispone de ruta directa, tanto en temporada de verano como de invierno.



3.1. Identificación de ciudades europeas: Europa Oriental (demanda)

El objetivo de este apartado es identificar aquellas ciudades más importantes a nivel europeo (Europa Oriental), con las cuales sería deseable disponer de conectividad directa desde uno o varios aeropuertos andaluces.

Para ello, se ha analizado la **demanda actual** entre Andalucía y las diferentes ciudades, y se ha identificado desde qué aeropuertos andaluces se dispone de ruta directa, tanto en temporada de verano como de invierno.



3.2. Identificación de ciudades a nivel mundial: Priorización



Se ha obtenido un ranking de los 35 destinos mejor puntuados según la aplicación de la metodología anteriormente detallada. De estos destinos, a continuación, se identifican las prioridades y principales objetivos a considerar:

DESTINOS YA OPERADOS DESDE ALGÚN AEROPUERTO ANDALUZ: Nueva York, Montreal, Marrakech, Rabat, Tánger, Casablanca, Fez, Tetuán, Tel-Aviv, Riad, Kuwait City.

Objetivo: Consolidar ruta actual, desestacionalizar/ampliar temporada y/o conseguir la ruta desde más aeropuertos andaluces.

DESTINOS NO OPERADOS, A TRABAJAR CON PRIORIDAD 1: Miami, Buenos Aires, México, Dubái, Shanghái

Objetivo: Conseguir una ruta directa desde Andalucía.

DESTINOS NO OPERADOS, A TRABAJAR CON PRIORIDAD 2:

Objetivo: Conseguir alcanzar el destino realizando una única escala de calidad (<3 horas).

NOTA: Los destinos que aparecen como ya operados, lo hacen únicamente desde Málaga, a excepción de las rutas africanas, que son operadas desde Málaga y Sevilla.

3.3. Definición de objetivos (I)

Objetivos cualitativos

Conectividad intercontinental



- **GLOBAL:** Conseguir conectividad de calidad (máximo una escala menor a 3 horas) con los 35 destinos mundiales identificados.
- **NORTEAMÉRICA:** Incrementar la oferta actual a esta región, incrementando frecuencias y minimizando su estacionalidad. Asimismo, conseguir conectar Norteamérica no sólo con Málaga, sino también con Sevilla.
- **ORIENTE MEDIO Y GOLFO:** Desestacionalizar la oferta actual (inexistente en invierno), así como conseguir nuevos destinos como Dubái.
- **ASIA:** Seguir trabajando para conseguir alguna ruta (aunque sea estacional inicialmente) a lejano oriente.
- **ÁFRICA:** Incrementar la oferta actual al norte de África (principalmente Marruecos) desde otros aeropuertos (no únicamente desde Málaga y Sevilla). Conseguir abrir nuevos mercados de forma estable (p. ej. Egipto).

Conectividad europea



- Incrementar la conectividad con **grandes 'hubs' europeos** (Londres, París, Ámsterdam, Frankfurt, Estambul), para que las principales aerolíneas de bandera puedan ofrecer toda su red de destinos mundial con escalas de calidad (< 3 horas).
- Reequilibrar la demanda y prolongar la temporada de la **oferta europea**, especialmente en aeropuertos como Almería y Jerez.
- Incrementar la oferta (destinos y frecuencias) en países de **Europa Oriental** (Polonia, Rumanía, Rep. Checa, Hungría...) y **Nórdicos**, donde actualmente la oferta es menor y existe una demanda relevante.

3.3. Definición de objetivos (II)

Objetivos cualitativos

Conectividad
doméstica



- **ESPAÑA PENÍNSULAR:** Disponer de conectividad directa con los **principales aeropuertos nacionales** de la península (MAD, BCN, VLC, BIO) desde cualquier aeropuerto andaluz. Asimismo, fortalecer la conectividad con aeropuertos del **norte de España** (Asturias, Galicia, etc.)
- **CANARIAS:** Disponer de conectividad directa con los principales aeropuertos **canarios** (Las Palmas, Tenerife, Lanzarote, Fuerteventura) durante la mayor parte del año, desde el mayor número de aeropuertos andaluces.
- **BALEARES:** Disponer de conectividad directa con los **tres aeropuertos baleares**, desde el mayor número de aeropuertos andaluces, minimizando su estacionalidad.

Otros



- Incrementar el establecimiento de **bases de aerolíneas** en aeropuertos andaluces y hacer crecer las bases existentes en aviones.
- **Gran presencia y participación con stand propio** en los grandes eventos de conectividad que se celebran anualmente (Routes Europe, Routes World). Focalizar visibilidad sobre todo en CAPA Granada 2024 y Routes Europe Sevilla 2025.
- **Atracción de eventos del sector aviación/conectividad aérea**, que permitan a algún destino andaluz ser anfitrión del mismo (Routes, CAPA, IATA...).
- Establecer contactos clave y favorecer la captación de ‘decision makers’ mediante acciones comerciales, presentaciones, entre otros.

3.3. Definición de objetivos (III)

Objetivos cuantitativos (*)

+8% Oferta total	+12% Oferta doméstica	+5% Oferta Europa	+23% Oferta Norte de África	+35% Oferta Norteamérica	+85% Oferta Oriente Med. y Golfo
-------------------------------	------------------------------------	--------------------------------	------------------------------------------	---------------------------------------	-----------------------------------------------

(*) NOTAS:

- Referido a volumen de asientos.
- Crecimientos del año 2025 respecto a 2023.

3.4. Identificación de acciones

Acciones prioritarias durante la ejecución de la presente Iniciativa Turística para el Impulso de la Conectividad Aérea de Andalucía 2023-2025.



Ejemplos de análisis realizados por aeropuerto

3.5. Ejemplos de análisis realizados por aeropuerto



Seguimiento de objetivos

4. Informe de seguimiento de objetivos (nov-2024)

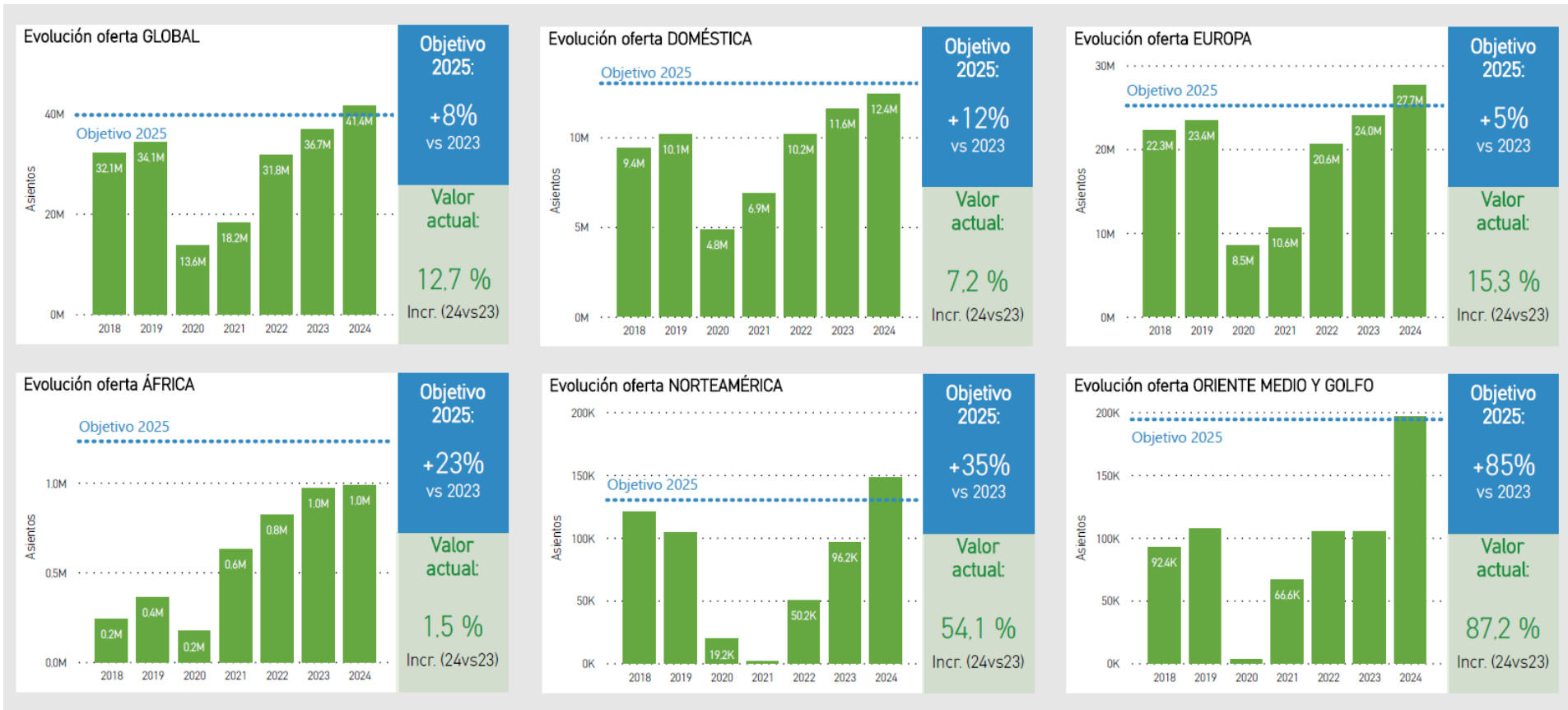
4.1. Situación de los indicadores cuantitativos

4.2. Situación de los indicadores cualitativos

4.3. Novedades rutas aéreas 2024-2025





4.1. Situación de los indicadores cuantitativos



4.2. Situación de los indicadores cualitativos (I)

	OBJETIVO	SITUACIÓN ACTUAL
<p>Conectividad intercontinental</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • NORTEAMÉRICA: Aumentar la oferta actual de la región, con más frecuencias y menos estacionalidad. Conectar también Sevilla, no solo Málaga. • ORIENTE MEDIO Y GOLFO: Romper la estacionalidad de la oferta y conseguir destinos como Dubái. • ASIA: Conseguir una ruta (aunque sea estacional) desde Sevilla y/o Málaga. • ÁFRICA: Ampliar la oferta actual al norte de África (principalmente Marruecos) desde más aeropuertos y abrir mercados estables como Egipto. 	<ul style="list-style-type: none"> • NORTEAMÉRICA: Incremento de 52.000 asientos en 2024. Frecuencias a New York aumentadas de 3 semanales a 1 frecuencia diaria. • ORIENTE MEDIO Y GOLFO: Se ha desestacionalizado la oferta a Qatar en 2024 y a Arabia Saudí de junio a agosto. • ASIA: Sin ruta directa aún, pero se han realizado reuniones para establecerla en el futuro. • ÁFRICA: Aumento de 15.000 asientos en 2024, operando solo desde Málaga y Sevilla.
<p>Conectividad europea</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Conectividad con “hubs” europeos: Mejorar conexiones con grandes hubs (London [LHR], París [CDG], Ámsterdam [AMS], Frankfurt [FRA] y Estambul [IST]) con escalas menores a 3 horas. • Demanda europea: Extender la temporada y equilibrar la demanda en aeropuertos como Almería y Jerez. • Europa Oriental y Países Nórdicos: Aumentar destinos y frecuencias en Polonia, Rumanía, Chequia, Hungría, Bulgaria y países nórdicos, donde hay demanda insatisfecha. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conectividad con “hubs” europeos: Incremento de la oferta en todos los grandes hubs: 5.3%, 5.1%, 21.8%, 3.8% y 5% (LHR, CDG, AMS, FRA, IST) respecto a 2023. • Demanda europea: La demanda y la estacionalidad en 2024 se mantuvo estable, sin cambios significativos respecto a 2023. • Europa Oriental y Países Nórdicos: Aumento del 35% en la oferta hacia Europa Oriental respecto 2023, con nuevos destinos como Lodz y Ostrava. En los países nórdicos, la oferta aumentó un 9%.

4.2. Situación de los indicadores cualitativos (II)

	OBJETIVO	SITUACIÓN ACTUAL
 <p>Conectividad doméstica</p>	<ul style="list-style-type: none">• ESPAÑA PENÍNSULAR: Conectar directamente los principales aeropuertos nacionales (MAD, BCN, VLC, BIO) con cualquier aeropuerto andaluz, y mejorar la conexión con el norte de España.• CANARIAS: Garantizar vuelos directos a los principales aeropuertos canarios desde la mayoría de los aeropuertos andaluces, durante la mayor parte del año.• BALEARS: Asegurar conectividad directa con los tres aeropuertos baleares desde el mayor número de aeropuertos andaluces, reduciendo la estacionalidad.	<ul style="list-style-type: none">• ESPAÑA PENÍNSULAR: A excepción de Valencia, el resto de los principales aeropuertos están conectados directamente. Las frecuencias semanales en SCQ aumentaron de 24 a 29.• CANARIAS: Las frecuencias semanales aumentaron entre 1 y 4 según el aeropuerto, excepto desde Almería, que no tiene conexión por el momento.• BALEARS: La oferta hacia Baleares ha aumentado ligeramente (+6.3%), Ibiza y Menorca solo tiene vuelos directos con Sevilla y Málaga.
 <p>Otros</p>	<ul style="list-style-type: none">• Bases de aerolíneas: Incrementar y expandir las bases de aerolíneas en aeropuertos andaluces.• Eventos de conectividad: Participación destacada en eventos clave como Routes Europe, Routes World, CAPA Granada 2024 y Routes Europe Sevilla 2025.• Atracción de eventos: Captar eventos del sector aeronáutico en Andalucía (Routes, CAPA, IATA).• Relaciones comerciales: Establecer contactos clave y atraer a los 'decision makers' mediante acciones comerciales y presentaciones.	<ul style="list-style-type: none">• Eventos de conectividad: La Junta de Andalucía contó con un stand propio en el Routes Europe 2024 (Dinamarca) y en el Routes World 2024 (Baréin).• Atracción de eventos: El CAPA Airline Leader Summit 2024 se celebró en Granada.

4.3. Novedades rutas aéreas 2024-2025 (I)

ALMERÍA (LEI)	CÓRDOBA (ODB)	GRANADA-JAÉN (GRX)
<p>Nuevos destinos</p> <ul style="list-style-type: none"> Bristol (BRS) Operado de may-24 a nov-24 Previsto a partir de may-25 Valladolid (VLL) Operado de feb-24 a mar-24 Londres-Southend (SEN) Previsto a partir de abril-25	<p>Nuevos destinos</p> <ul style="list-style-type: none"> Las Palmas (LPA) Operado de jul-24 a ago-24 Palma de Mallorca (PMI) Operado de jul-24 a sept-24	<p>Nuevos destinos</p> <ul style="list-style-type: none"> Ámsterdam (AMS) Previsto de sept-24 a mar-25


(*) NOTAS VÁLIDAS A TODO EL DOCUMENTO:

- Se han considerado nuevos destinos aquellas rutas operadas en 2024 (año completo) que no fueron operadas en 2023 (año completo).
- También se incluyen rutas previstas en 2025, que no han sido operadas en 2024.
- Se destaca en comentario **AZUL** aquellas rutas que tendrán **continuidad** en Invierno 24-25 o Verano 2025.


4.3. Novedades rutas aéreas 2024-2025 (II)

JEREZ (XRY)

Nuevos destinos







-  Leipzig (LEJ)
Operado de may-24 a oct-24
Previsto a partir de may-25
-  Birmingham (BHX)
Previsto a partir de may-25
-  Leeds (LBA)
Previsto a partir de may-25
-  Mánchester (MAN)
Previsto a partir de may-25

Nuevas aerolíneas sobre destinos ya operados




-  Hamburgo (HAM)
Operado de abr-24 a oct-24
Previsto a partir de abr-25

SEVILLA (SVQ)

Nuevos destinos

-  Brive-la-Gaillarde (BVE)
Operado de jun-24 a sept-24
-  Bucarest (BBU)
Operado de jul-24 a sept-24
-  Estocolmo (ARN)
Operado de feb-24 a may-24
Previsto de feb-25 a may-25
-  Madeira (FNC)
Operado de jul-24 a sept-24
-  Trieste (TRS)
Operado de abr-24 a sept-24
Continúa hasta mar-25
-  Estambul (SAW)
Previsto de sept-24 a mar-25
-  Basilea (BSL)
Previsto de nov-24 a mar-25

Nuevas aerolíneas sobre destinos ya operados

-  Dublín (DUB)
Previsto de oct-24 a mar-25
-  Roma (FCO)
Previsto de oct-24 a mar-25
-  Burdeos (BOD)
Previsto de dic-24 a mar-25














4.3. Novedades rutas aéreas 2024-2025 (III)

MÁLAGA (AGP)

Nuevos destinos

 Bari (BRI) Operado de abr-24 a oct-24	 Deauville (DOL) Operado de abr-24 a oct-24	 Estrasburgo (SXB) Operado de abr-24 a nov-24	 Bucarest (BBU) Operado de jul-24 a sept-24
 Bari (BRI) Operado de jul-24 a ago-24	 Hanover (HAJ) Operado de abr-24 a oct-24 Previsto a partir de abr-25	 Tel Aviv (TLV) Operado de jun-24 a oct-24	
 Brest (BES) Operado de abr-24 a nov-24	 Ostrava (OSR) Operado de jun-24 a oct-24	 Poznan (POZ) Operado de abr-24 a oct-24 Previsto de nov-24 a mar-25	

Nuevas aerolíneas sobre destinos ya operados

 Aarhus (AAR) Operado de abr-24 a oct-24	 Atenas (ATH) Operado de jun-24 a nov-24 Previsto a partir de may-25	 Billund (BLL) Operado de abr-24 a oct-24 Continúa hasta jul-25	 Birmingham (BHX) Operado de mar-24 a oct-24 Continúa hasta jul-25
 Bucarest (OTP) Operado de jun-24 a oct-24 Previsto de nov-24 a mar-25	 Colonia (CGN) Operado de mar-24 a oct-24	 Lille (LIL) Operado de abr-24 a oct-24	 Milán (MXP) Previsto de sept-24 a mar-25
 Múnich (MUC) Operado de mar-24 a oct-24 Continúa hasta jul-25	 Nantes (NTE) Operado de jun-24 a nov-24 Previsto a partir de jun-25	 Niza (NCE) Operado de jun-24 a sept-24 Previsto a partir de jun-25	 Tetuán (TTU) Operado de abr-24 a sept-24
			 Liverpool (LPL) Previsto a partir de mar-25



Elaborado por:

