

Andalucía

Turismo español en Andalucía Año 2015

Demanda Turística de Andalucía. Mercados Turísticos



TURISMO ESPAÑOL EN ANDALUCÍA

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte

EDITA

Consejería de Turismo y Deporte

C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n

41092 Sevilla

correo-e: publicaciones.ctd@juntadeandalucia.es

ELABORA

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.

C/ Compañía nº 40

29008, Málaga

T. 951 299 300 Fax. 951 299 365

Correo e.: saeta@andalucia.org

Publicado en Sevilla (España)

Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Deporte e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones>

Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos siempre que se indique la fuente.

TURISMO ESPAÑOL EN ANDALUCÍA

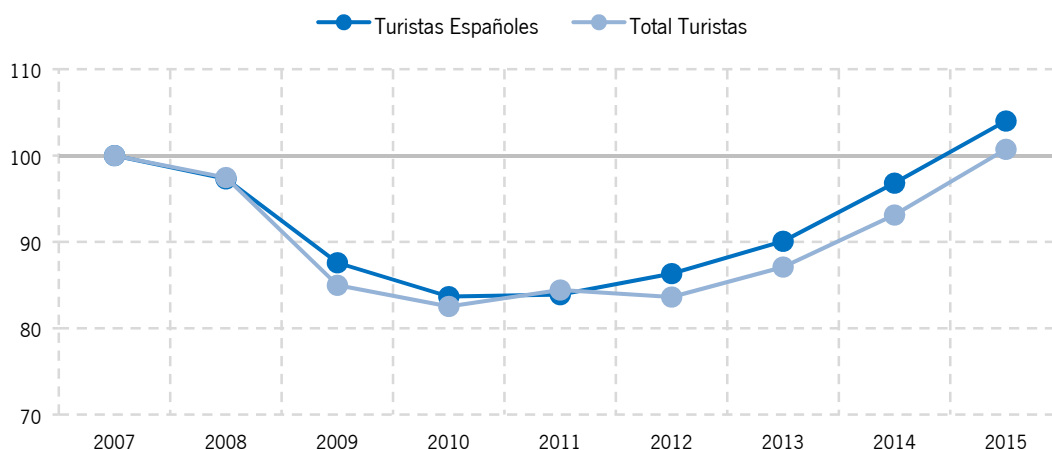
-

El turismo de los españoles en Andalucía

Se estima que la Comunidad Autónoma de Andalucía ha recibido durante el año 2015 un total de **16,5 millones de turistas españoles**, suponiendo el 63,3% del total de turistas recibidos durante el año (26,0 millones). Más de la mitad de los turistas españoles que nos visitaron proceden de la propia Andalucía, mientras que el 47,9% de ellos residen en otras Comunidades Autónomas españolas. Respecto al año anterior, el número de turistas españoles se incrementó en un +7,5%, con un crecimiento algo más intenso de los que proceden del resto de España (+9,2%) que de los propios turistas andaluces (+5,9%).

El turismo nacional ha crecido ininterrumpidamente en Andalucía desde el año 2011, lo que le ha permitido recuperarse de los importantes descensos registrados en el intervalo 2008-2010, y superar ya en 2015 el nivel pre-crisis, tal y como puede apreciarse en el siguiente gráfico.

**Evolución de los turistas de Andalucía según procedencia.
Años 2007-2015. Índice 100 = 2007**



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)

El turismo de los españoles presenta un comportamiento **estacional** significativo, ya que el 38,1% de las llegadas se realizan en el trimestre correspondiente a la época veraniega. Esta estacionalidad se acentúa más aún en el caso de los españoles procedentes de fuera de Andalucía, para los que el tercer trimestre del año acumula casi el 40,4% de estas llegadas turísticas.

El **gasto medio** realizado en el destino andaluz por los turistas nacionales asciende a 59,34 euros diarios, superando en 1,3 euros al gasto correspondiente al año anterior. El gasto medio diario de los turistas españoles se encuentra por debajo de la media del turista en Andalucía (62,84 euros). Por procedencias, el gasto medio diario del turista andaluz (54,96 euros) se mantiene siempre por debajo del que realiza el turista que procede del resto España (62,13 euros).

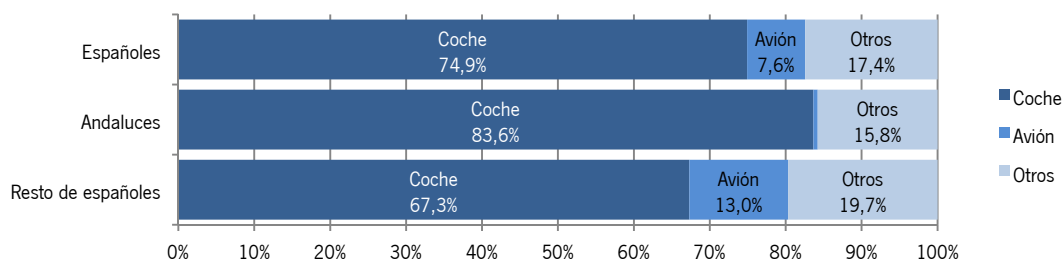
La **estancia media** del turista español en 2015 se sitúa en 7,2 días, lo que ha supuesto un descenso de -0,3 días en relación a la del año anterior. La media de días de permanencia del turista español también

presenta disparidades en cuanto a los andaluces y los procedentes del resto de España, ya que para los primeros ésta se sitúa en los 6,1 días mientras que para los no andaluces es de 8,5 días.

El **medio de transporte** más utilizado para los viajes turísticos de los españoles en Andalucía es el coche, utilizado por el 74,9% de ellos en el año 2015, porcentaje superior al correspondiente al año anterior en 1,3 puntos. Obviamente esta distribución está significativamente influenciada por el lugar de residencia del turista, ya que para los procedentes de Andalucía este porcentaje asciende al 83,6%, en claro detrimento del transporte aéreo.

Los turistas procedentes del resto de España eligen el coche en una menor proporción que los andaluces a pesar de que continúa siendo el medio de transporte mayoritario (67,3%), seguido de otro tipo de transporte (tren, moto, barco...) y finalmente el transporte aéreo que fue elegido por el 13% de ellos.

Distribución porcentual de los turistas españoles por tipo de transporte. Año 2015



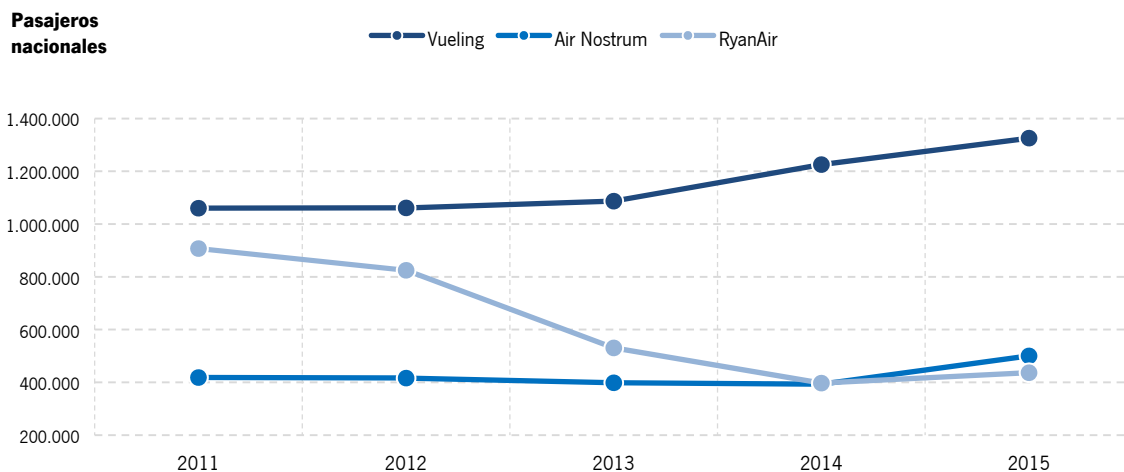
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA

Desde el año 2009, la Comunidad Autónoma desde la que más pasajeros se reciben en Andalucía es Cataluña, con 940 mil pasajeros, registrando en 2015 un incremento relativo del +0,3% respecto al año anterior. Madrid se sitúa en segundo lugar, con 568 mil pasajeros y una tasa de variación interanual del +8,6%.

El **aeropuerto** de Barcelona es el aeropuerto español que más tráfico de pasajeros mantiene con Andalucía, seguido por los aeropuertos de Madrid Barajas, Palma de Mallorca, Bilbao y Gran Canaria, todos ellos con saldo positivo en 2015, destacando Palma de Mallorca, con una subida del +10,9%.

Más de 1,3 millones de pasajeros nacionales han llegado a Andalucía a través de la **compañía** aérea Vueling, un +8,2% más que en 2014, afianzando de este modo su posición como la compañía más relevante en el tráfico de pasajeros nacionales hacia Andalucía, acaparando ya el 45,7% de los pasajeros, presentando una relevancia mucho mayor en Andalucía que en la media de los aeropuertos españoles, ya que en el conjunto de España esta compañía mueve el 29,1% de los pasajeros nacionales.

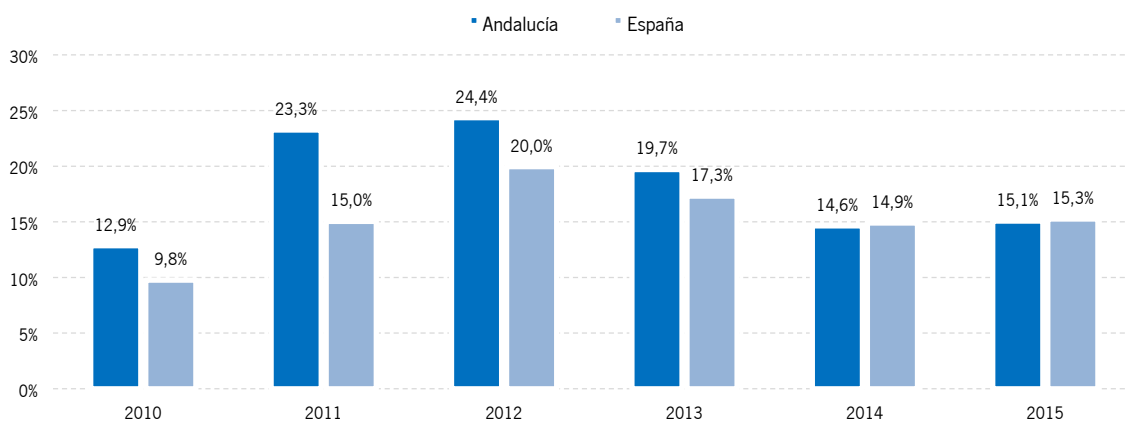
Llegadas de pasajeros nacionales a aeropuertos andaluces. Principales compañías aéreas. Años 2011 – 2015



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de AENA

Cabe destacar el importante crecimiento registrado por Air Nostrum, que con un aumento del +27,3% alcanza la segunda posición del este ranking, superando el medio millón de llegadas nacionales. Ryanair pasa a ocupar la tercera plaza en lo que a pasajeros nacionales se refiere, pese a registrar un crecimiento del +9,9% en 2015, precedido eso sí de tres años de descensos consecutivos, captando un 15,1% de estos pasajeros. De este modo, en los últimos años la cuota de penetración de Ryanair en Andalucía se ha ido situando en torno a la media española, cuando tradicionalmente siempre era superior, tal y como se observa en el siguiente gráfico.

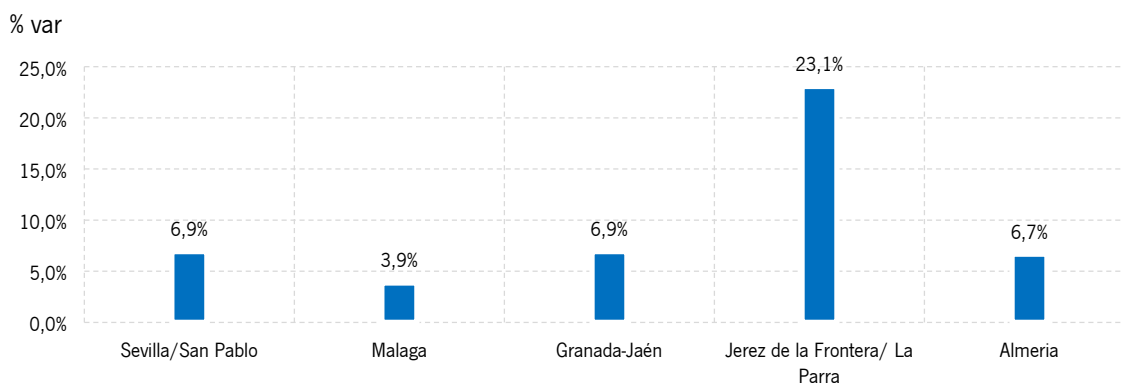
Cuota de pasajeros de la compañía Ryanair sobre el total de llegadas nacionales. Aeropuertos de Andalucía y España. Años 2010 – 2015



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de AENA

Desde el año 2008 Sevilla se sitúa por encima de Málaga como el **aeropuerto** más relevante en cuanto a llegadas de pasajeros procedentes de otros aeropuertos españoles, captando en 2015 el 41,1% de las mismas. Tal y como se muestra en el siguiente gráfico, durante el año 2015 se han incrementado las llegadas nacionales en todos los aeropuertos de Andalucía, destacando Jerez de la Frontera, con una tasa del +23,1%.

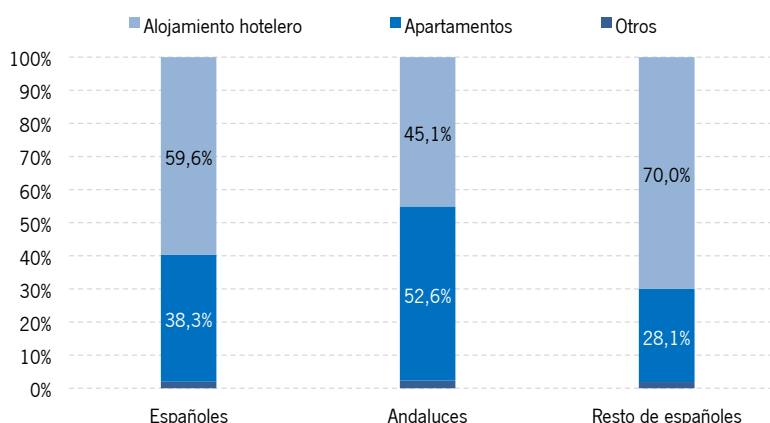
Tasas de variación interanual de pasajeros nacionales a los aeropuertos de Andalucía. Años 2015/2014



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de AENA

El **tipo de alojamiento** preferido por los turistas españoles a la hora de realizar turismo por Andalucía es el alojamiento hotelero¹ que fue elegido por el 60,2% de ellos durante 2015. El apartamento, ya sea propio, en alquiler o de amigos/familiares adquiere una gran importancia en este mercado (37,1%). En el mercado andaluz esta característica se acentúa especialmente ya que este alojamiento es mayoritario (48,9%).

Distribución porcentual de los turistas españoles por tipo de alojamiento. Año 2015



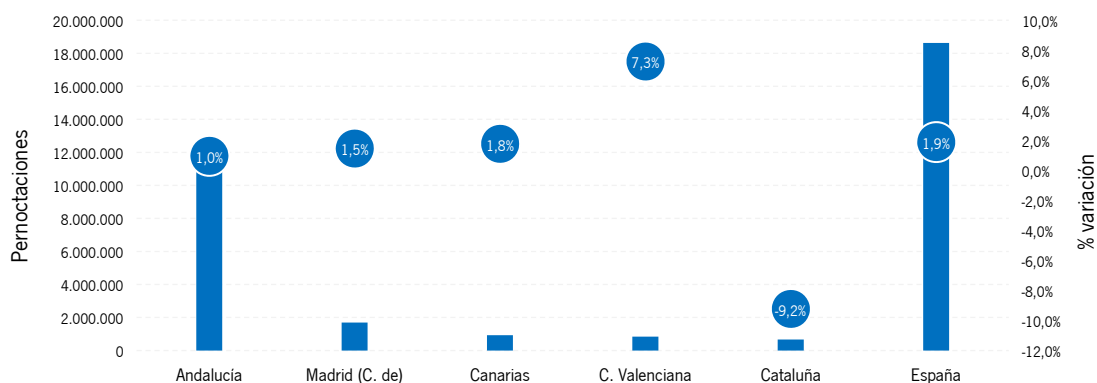
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

¹ El alojamiento hotelero incluye hotel, apartahotel, hostel y pensión.

A pesar de la importancia del alojamiento privado en el **turismo de los andaluces**, durante 2015 éstos realizaron en los establecimientos hoteleros andaluces 11 millones de pernoctaciones, lo que supone un incremento del +1% respecto a las cifras de 2014. De hecho, el turismo de los propios andaluces supone el 46,6% de las pernoctaciones nacionales en los establecimientos hoteleros de la Comunidad.

El mercado andaluz es también un cliente relevante en otros destinos turísticos españoles, ya que en su conjunto los andaluces realizaron en el territorio español un total de 18,6 millones de pernoctaciones, el 59,1% de éstas en Andalucía. A pesar de que la mayoría de andaluces elige la propia Andalucía como destino para pasar sus vacaciones, la Comunidad de Madrid, Canarias, la Comunidad Valenciana y Cataluña le siguen en el ranking de pernoctaciones hoteleras de andaluces en los hoteles españoles, mostrando, en 2015, un crecimiento significativo de pernoctaciones en Comunidad Valenciana (+7,3%) y más moderados en el resto de destinos.

Pernoctaciones hoteleras de viajeros andaluces por CC.AA. de destino. Año 2015 y tasa de variación 2015/2014



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Para el conjunto de los turistas españoles procedentes de fuera de Andalucía el alojamiento privado presenta una menor relevancia (27,4%), alcanzado niveles más cercanos al del turista extranjero. El 70,6% de estos **turistas del resto de España** que nos visitaron durante 2015 escogieron alojamientos hoteleros o pensiones.

Desde el punto de vista del **turismo hotelero**, los mercados más relevantes para Andalucía son el **madrileño, el catalán y el valenciano**.

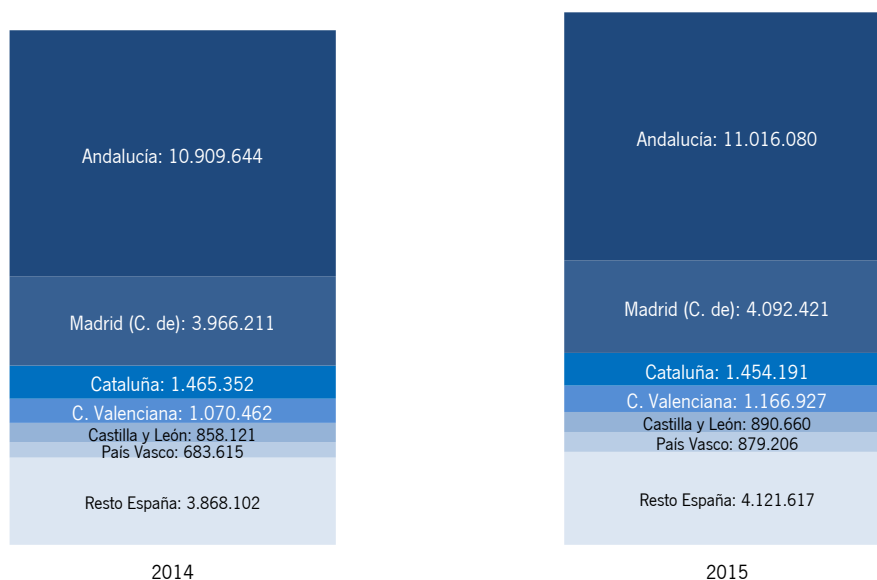
El **mercado madrileño** ha realizado 4,1 millones de pernoctaciones en los establecimientos hoteleros andaluces durante 2015, con un incremento respecto a la cifra del año anterior del +3,2%. Para los madrileños Andalucía es el destino turístico preferido, ya que capta el 18,1% del total de las pernoctaciones que éstos realizan en los hoteles españoles, destacando en segundo lugar la Comunidad Valenciana, muy cerca del primer puesto captando igualmente el 18,1%. En cuanto a su evolución durante 2015, para el caso de Valencia las pernoctaciones de turistas madrileños han crecido un +4,7% , mientras que en el caso de Canarias éstas se han reducido en un -19,4%. La propia Comunidad Madrileña y Cataluña han experimentado los incrementos más significativos en cuanto a pernoctaciones hoteleras de madrileños (+11,1% y +14,3% respectivamente), consolidándose como destinos importantes.

Entre los principales mercados del resto de España, es el **mercado catalán** el que se sitúa en segundo lugar en cuanto a pernoctaciones hoteleras en Andalucía, generando casi 1,5 millones de noches en los establecimientos hoteleros andaluces durante 2015, experimentando un ligero descenso respecto al año anterior (-0,8%). El destino preferido para este mercado es la propia Cataluña ya que la mitad de sus pernoctaciones se realizan de forma interna. Andalucía ocupa el segundo lugar a mucha distancia, captando el 8,4% de estas pernoctaciones, seguida de la Comunidad Valenciana (7,8%) y Madrid (7,7%). Destaca durante 2015 el incremento de las pernoctaciones de catalanes en Cataluña (+117%) y la reducción del -6% en los establecimientos hoteleros de las Islas Baleares.

Durante 2015, los establecimientos hoteleros andaluces han registrado 1,2 millón de pernoctaciones de **turistas valencianos**, situándose como el cuarto mercado emisor de turistas hoteleros detrás de Andalucía, Madrid y Cataluña. El incremento de las pernoctaciones generadas por el mercado valenciano hacia Andalucía ha sido el más alto registrado entre los principales mercados nacionales de origen (+9%), situándose por encima de la media del crecimiento de este mercado para los destinos españoles (+7,4%). Andalucía continúa siendo para los valencianos el destino nacional preferido, solo por detrás sólo de su propia Comunidad Autónoma, ya que capta el 12,4% del total de sus pernoctaciones. Le siguen como destinos preferidos Madrid (con una cuota del 7,7%) y Cataluña (con una cuota del 5,5%).

Del resto de CC.AA emisoras, cabe destacar el crecimiento registrado por el **País Vasco**, que supera en un +28,6% la cifra registrada en 2014 y se sitúa muy cerca de la cuarta posición del ranking, que sigue ostentando **Castilla y León**, que con un incremento del +3,8% ha visto reducida la distancia que le separa de sus perseguidores.

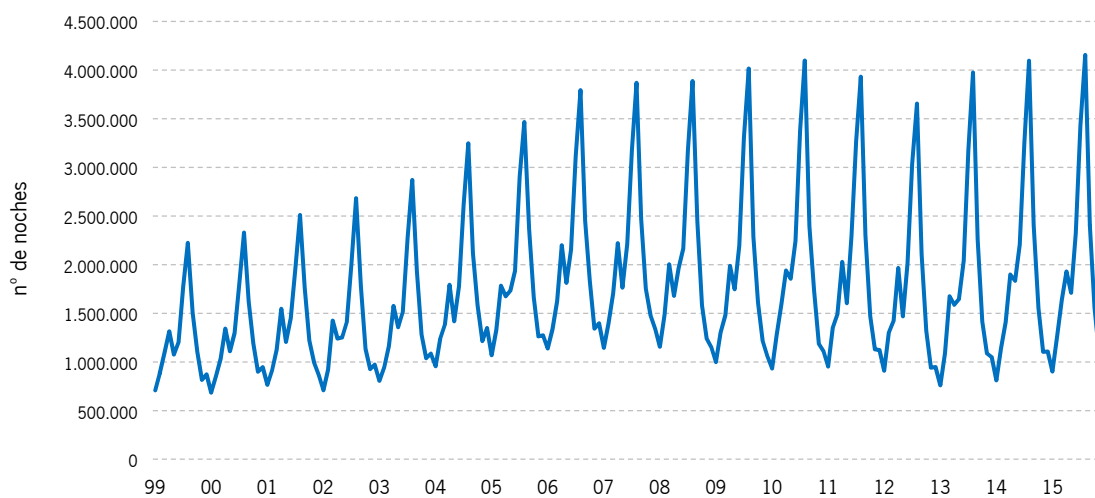
Pernoctaciones hoteleras de viajeros españoles en Andalucía por CC.AA. de origen. Año 2014 y 2015



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En cuanto a su distribución en el tiempo, las pernoctaciones de turistas españoles se concentran, principalmente, en los meses de verano. Concretamente entre junio y septiembre se han registrado en Andalucía algo más de la mitad de las pernoctaciones hoteleras realizadas en el año. En el siguiente gráfico se observa un comportamiento uniforme a lo largo del tiempo que se caracteriza por la concentración de las pernoctaciones en Semana Santa y verano.

**Número de pernoctaciones nacionales en establecimientos hoteleros andaluces.
Distribución mensual. Años 1999 – 2015**



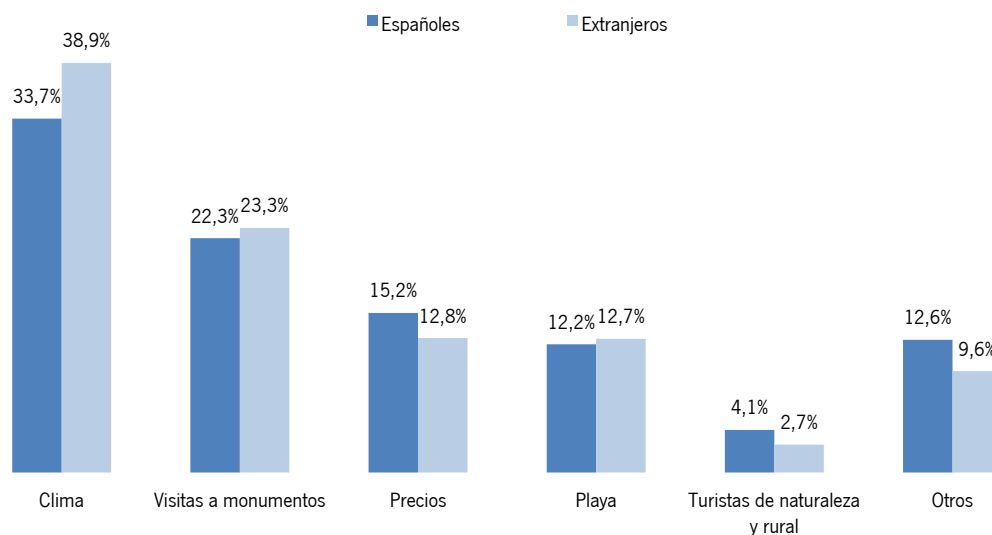
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

El turista español que viene a Andalucía **organiza su viaje** de forma particular en un 90,6% de los casos, siendo más acentuada esta preferencia en el caso de los turistas andaluces, para los que este porcentaje alcanza el 93% en el año 2015.

El **motivo** vacacional y de ocio es el que ha movido al 81,9% de los españoles para visitar Andalucía durante el año 2015, siendo el segundo motivo en importancia la visita a familiares y amigos que atrajo al 14,1% de ellos. Este motivo resulta de mayor relevancia para los propios andaluces, ya que el 15,7% de ellos declararon que ésta fue la razón por la que eligieron Andalucía como destino de sus vacaciones en 2015.

Los **factores que le hacen elegir el destino andaluz** a los turistas españoles no varían significativamente de la media de turistas, siendo similares a los elegidos por los turista extranjeros. Se aprecia, no obstante, una mayor importancia de los precios en detrimento del clima. Por el contrario el turista español se decanta en una ligera mayor proporción por el turismo de naturaleza o rural.

Distribución porcentual de los principales factores para elegir el destino turístico andaluz. Turistas españoles y extranjeros. Año 2015



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA

En cuanto a los **canales** utilizados **para obtener información del destino**, los españoles aducen la experiencia propia en el 72,5% de los casos, con una diferencia significativa respecto al turista extranjero (54,2%), para el que los amigos o familiares, las agencias de viaje e incluso las redes sociales adquieren mayor relevancia que en el mercado nacional. La web oficial del destino es sólo utilizada por el 0,4% de los turistas españoles, mientras que para los extranjeros esta fuente de información alcanza el 1,8%.

En términos generales, la **valoración del destino** por parte del turista español no ha variado de forma significativa en 2015 respecto a la del año anterior, alcanzado un 8 en un intervalo de 1 a 10. Aspectos como la atención y el trato recibido o el alojamiento obtienen las mayores valoraciones, mientras el nivel de tráfico aparece como el ítem peor valorado con 7,6 puntos. Por regla general, el turista español valora en menor medida que el extranjero los aspectos relacionados con el transporte (trenes, autobuses, taxis y alquiler de coches).

El **grado de fidelidad** del turista español es más elevado que el del turista extranjero, ya que el 66,2% de ellos visitaron Andalucía también en la misma temporada del año anterior, mientras que este porcentaje es del 40,9% para el caso del turista extranjero. El turista andaluz presenta un comportamiento especialmente fiel, ya que en este concepto alcanza el 79,6%.

Las **actividades** preferidas por los españoles en su viaje a Andalucía son el disfrute y uso de las playas, la observación de la naturaleza y las visitas a monumentos y museos. En este sentido el comportamiento entre andaluces y el resto de españoles no difiere en gran medida, salvo en el menor porcentaje de andaluces que realiza visitas a monumentos o museos.

El 43,1% de los turistas españoles que visitó Andalucía **usó Internet** al menos para consultar aspectos relacionados con su visita turística, de los cuales sólo el 21,9% de ellos llegó a realizar compras. Estos porcentajes son mucho más reducidos para los turistas andaluces que para los del resto de España, ya que el uso de la Red en general es de 36,1% para los primeros y alcanza el 48,9% en el segundo caso.

Asimismo, sólo el 17,9% de aquellos andaluces que consultan llegan a realizar una compra online, mientras que para los del resto de España este porcentaje es seis puntos mayor. En este sentido el comportamiento del turismo español y extranjero también resulta significativo, ya que el uso de Internet alcanza al 64,3% de los extranjeros, de los cuales el 41,8% llega a realizar la compra en Red.

En cuanto al **género**, el porcentaje de mujeres turistas (52,5%) es ligeramente más elevado que el de hombres para el caso del mercado español, y el **grupo de edad** más relevante es el comprendido entre 30 y 44 años. El turista español es, por regla general un turista más joven que el extranjero, ya que el porcentaje de turistas mayores de 45 años supone el 41,8% frente al 47% del extranjero. Esta característica se acentúa en el turismo de los andaluces, ya que este porcentaje representa el 36,2%.

El 61,4% de los turistas españoles que visitaron Andalucía en el año 2015 se encontraban en **situación laboral** activa (trabajo por cuenta ajena o propia), porcentaje que es inferior entre los andaluces (59,2%) que entre el resto de españoles (62,6%). El porcentaje de turistas que se encuentran en paro asciende al 4,7% para el caso de los españoles, por encima del porcentaje del turista extranjero (2,1%). Los turistas españoles jubilados representan el 16%, aunque se aprecia que en el caso de los andaluces este porcentaje es menor (13,7%) que para el caso de los del resto de España (18,1%). Lo opuesto ocurre en el caso de los estudiantes, ya que mientras que para los turistas andaluces alcanza una mayor presencia (16,8%), para el caso de los del resto de España lo hacen en menor medida (11,1%).

En cuanto al **grupo de viaje** y, en consonancia con las variables que definen el perfil socioeconómico, el más habitual en el que los españoles realizan turismo en Andalucía es el viaje en pareja, en el 49,6% de los casos, seguido por el viaje en familia en el 30,9%. El viaje en soledad (9,4%) o en un grupo de amigos (9,7%) también adquiere una importancia significativa. En definitiva, se puede identificar el español con un turismo más familiar que el extranjero, y dentro del español, para los propios andaluces se acentúa aún más esta característica.

Tabla resumen: Perfil del turista español en Andalucía. Año 2015.

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2015 (millones)	16,5
Gasto medio diario en destino: euros	59,34
Estancia media: Número de días	7,2
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	38,1%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Mujer	52,5%
Edad: De 30 a 44 años	32,5%
Situación laboral: Ocupado	61,4%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: Alojamiento hotelero	60,2%
Principal medio de transporte: Coche	74,9%
Uso de intermediarios: Porcentaje	9,4%
Uso de internet: Porcentaje	43,1%
Para qué utilizó internet: Reserva	65,1%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Clima: Porcentaje	33,7%
- Visita a monumentos: Porcentaje	22,3%
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	72,5%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa: Porcentaje	48,1%
- Observación de la naturaleza: Porcentaje	31,6%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Atención y trato recibido	8,5
- Alojamiento	8,4
Grado de fidelidad: Porcentaje	66,2%
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.	