

Andalucía

Turismo Español en Andalucía Año 2014

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.ctc@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

Depósito Legal: SE-XXXX (solo en publicaciones con soporte físico)
ISSN: 1696-1315
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. AÑO 2014

1. Introducción. El turismo de los españoles

En 2014 los viajes de los residentes en España medidos a través de Familitur¹ superaron los 151 millones, cifra un -2,8% menor a la registrada en 2013, reflejando una tendencia dispar ya que se registra una disminución de los viajes internos y un incremento de los emisores al extranjero (+4,8%). Esta disparidad se refleja también en el hecho de que aumentan los viajes de ocio y los de estudio mientras que los de trabajo y las visitas a familiares y amigos disminuyen, aunque se contrarresta por una mayor duración de los viajes.

A su vez, disminuyen los viajes en alojamiento no hotelero (-4,2%) mientras que los que se dirigieron a alojamiento hotelero acumularon una subida de +2,8%. En cuanto a alojamiento hotelero, **Andalucía es el destino preferido** de los turistas hoteleros españoles, captando el 21,9% del total de pernoctaciones que éstos realizan en España, seguida por la Comunidad Valenciana y Cataluña.

Ranking por Comunidades Autónomas en el movimiento hotelero español. Pernoctaciones de españoles. Año 2014

Ranking	Espanoles
1	Andalucía 21,8%
2	C. Valenciana 13,9%
3	Cataluña 13,5%
4	Madrid 9,5%
5	Canarias 7,9%
6	Baleares 4,2%

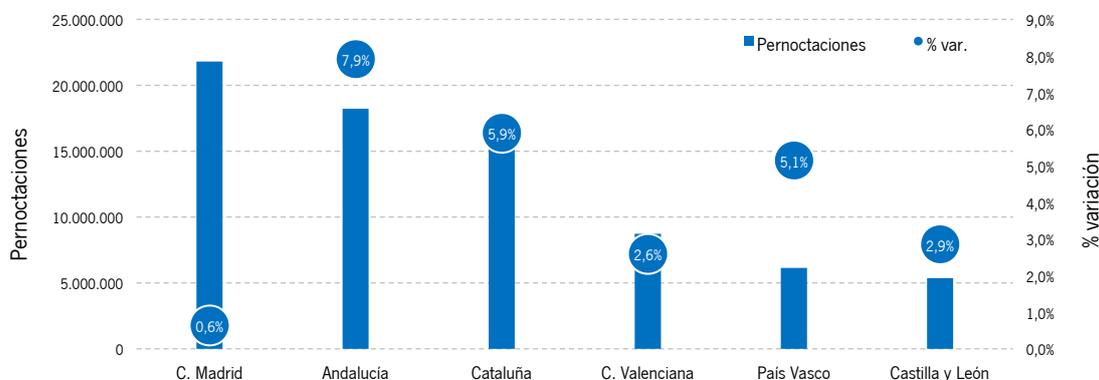
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En relación al turismo en alojamientos hoteleros, son los turistas procedentes de **Madrid el mercado emisor** más numeroso. Durante el año 2014, el 20,8% de todas las pernoctaciones realizadas por turistas nacionales en los establecimientos hoteleros españoles fueron debidas a turistas procedentes de la Comunidad de Madrid. Los siguientes mercados emisores españoles más relevantes fueron el **mercado andaluz y el catalán**, responsables del 17,4% y del 15,6% respectivamente de las pernoctaciones de españoles durante 2014.

Los principales mercados emisores de turistas españoles presentaron durante el año 2014 dinamismo en cuanto a las pernoctaciones en establecimientos hoteleros, destacando el caso de Andalucía, cuyos residentes realizaron un +7,9% más pernoctaciones que las realizadas en el año anterior.

¹ La encuesta de movimientos turísticos de los españoles (Familitur) es la operación estadística de la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos que recoge datos relativos a los viajes que realizan los residentes en España.

**Pernoctaciones hoteleras en España de viajeros nacionales por procedencia.
Año 2014 y tasa de variación 2014/2013**



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

1. El turismo de los españoles en Andalucía

La Comunidad Autónoma de Andalucía ha recibido durante el año 2014 un total de **15,3 millones de turistas españoles**, suponiendo el 63% del total de turistas recibidos durante el año. Más de la mitad de los turistas españoles que nos visitaron proceden de la propia Andalucía, mientras que el 47% de ellos residen en otras Comunidades Autónomas españolas. Respecto al año anterior, el número de turistas españoles se incrementó en un +7,2%, con un dinamismo equilibrado tanto de los propios turistas andaluces (+7,9%) como de los del resto de España (+6,5%).

El turismo de los españoles presenta un comportamiento **estacional** significativo, ya que el 38,3% 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% de estas llegadas turísticas.

El **gasto medio** realizado en el destino andaluz por los turistas nacionales asciende a 58,07 euros diarios, superando en 1,59 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.

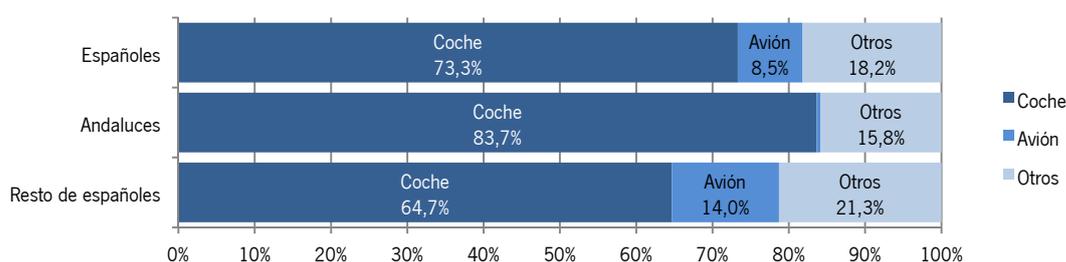
Analizando el comportamiento de gasto del turista español, es significativo que el procedente del resto de España distribuye su gasto de una forma más similar al turista medio extranjero, con mayor importancia en los conceptos de alojamiento y restauración, mientras que en los turistas andaluces destaca una mayor relevancia de las compras alimenticias en detrimento del gasto en restauración y alojamiento. Asimismo, el turista andaluz mantiene un gasto por debajo de la media (54 euros frente a 59,88 euros) mientras que el gasto correspondiente al turista del resto de España se sitúa 61,62 euros que supera a la media del turista en Andalucía.

La **estancia media** del turista español en 2014 se sitúa en 7,5 días, lo que ha supuesto un descenso de -0,2 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 6,3 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 73,3% de ellos en el año 2014, porcentaje superior al correspondiente al año anterior en 1,4 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 83,7%, 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 (64,7%), seguido de otro tipo de transporte (tren, moto, barco...) y finalmente el transporte aéreo que fue elegido por el 14% de ellos.

Distribución porcentual de los turistas españoles por tipo de transporte. Año 2014



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

En cuanto a los turistas españoles que utilizan el transporte aéreo, la Comunidad Autónoma desde la que más pasajeros se reciben en Andalucía es Cataluña, con 937 mil pasajeros, registrando en 2014 un incremento relativo del +1,3% respecto al año anterior. Madrid se sitúa en segundo lugar, con 523 mil pasajeros y una tasa de variación interanual del +5,5%.

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 2014, destacando Palma de Mallorca con una subida del +9,2%.

Más de 1,2 millones de pasajeros han llegado a Andalucía a través de la **compañía** aérea Vueling, un +12,7% más que en 2013, afianzando así su posición como la compañía más relevante en el tráfico de pasajeros nacionales hacia Andalucía, acaparando ya el 45,1% de los pasajeros, incrementando en más de cinco puntos esta cuota respecto al año 2013, y presentando una relevancia mucho mayor en Andalucía que en la media de los aeropuertos españoles, ya que para el conjunto de España esta compañía mueve el 29% de los pasajeros nacionales.

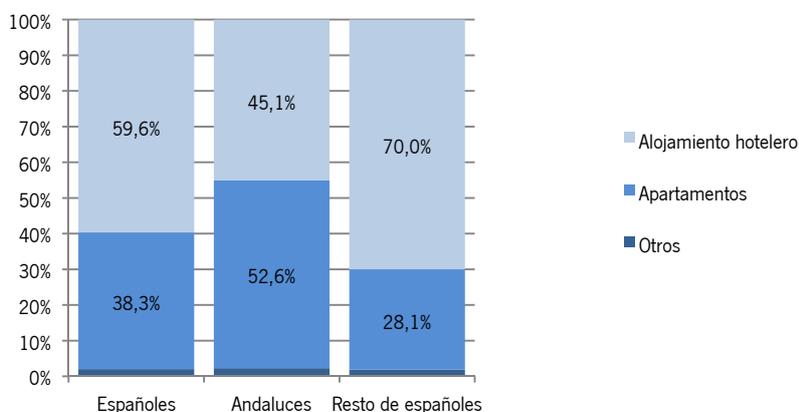
RyanAir se mantiene como segunda **compañía** en importancia para Andalucía en lo que a pasajeros nacionales se refiere, pese a registrar el tercer descenso anual consecutivo (-25,7%), captando un 14,6% de estos pasajeros, lo que supone un descenso de cuota de algo menos de cinco puntos respecto al año 2013 (se han reducido en medio millón los pasajeros nacionales de RyanAir en Andalucía desde el año 2011).

A escasa distancia de la compañía irlandesa se sitúa Air Nostrum, con el 14,5% de los pasajeros procedentes de otros aeropuertos españoles. En su conjunto, el grupo Iberia (Iberia Express, Vueling y Air Nostrum) supone para Andalucía el 68,8% de los pasajeros nacionales.

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 2014 el 41,1% de las mismas.

El **tipo de alojamiento** preferido por los turistas españoles a la hora de realizar turismo por Andalucía es el alojamiento hotelero² que fue elegido por el 59,6% de ellos durante 2014. El apartamento, ya sea propio, en alquiler o de amigos/familiares adquiere una gran importancia en este mercado (38,3%). En el mercado andaluz esta característica se acentúa especialmente ya que este alojamiento es mayoritario (52,6%).

Distribución porcentual de los turistas españoles por tipo de alojamiento. Año 2014

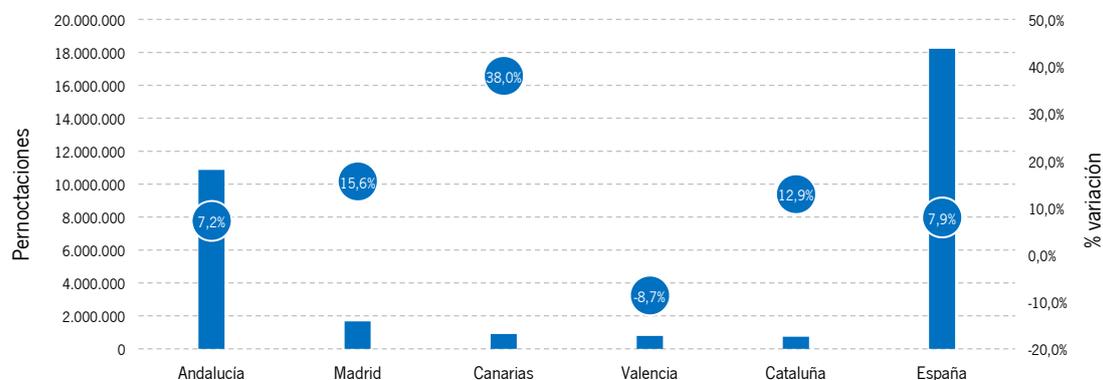


Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

A pesar de la importancia del alojamiento privado en el **turismo de los andaluces** durante 2014 éstos realizaron en los establecimientos hoteleros andaluces casi 11 millones de pernoctaciones lo que supone un incremento del +7,2% respecto a las cifras de 2013. De hecho, el turismo interior realiza el 47,6% de las pernoctaciones en los establecimientos hoteleros andaluces. 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 18,2 millones de pernoctaciones, el 59,6% de éstas en el territorio andaluz. A pesar de que la mayoría de andaluces elige la propia Andalucía como destino para pasar sus vacaciones, la Comunidad de Madrid, la Comunidad Valenciana y Cataluña le siguen en el ranking de las pernoctaciones hoteleras de andaluces en los hoteles españoles, con crecimientos significativos de pernoctaciones en todas ellas excepto en la Comunidad Valenciana.

² El alojamiento hotelero incluye hotel, apartahotel, hostel y pensión.

**Pernoctaciones hoteleras de viajeros andaluces por CC.AA. de destino.
Año 2014 y tasa de variación 2014/2013**



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 (28,1%), alcanzado niveles más cercanos al del turista extranjero. El 70% de estos **turistas del resto de España** que nos visitaron durante 2014 escogieron alojamientos hoteleros o pensiones.

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

El **mercado madrileño** ha realizado casi 4 millones de pernoctaciones en los establecimientos hoteleros andaluces durante 2014, con un incremento respecto a la cifra del año anterior del 1%. 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 y tercer lugar la Comunidad Valencia (17,8%) y Canarias (13,3%). En cuanto a su evolución durante 2014 para el caso de Valencia las pernoctaciones de turistas madrileños han crecido un +3,7% mientras que en el caso de Canarias éstas se han reducido en un -14,9%. Baleares y la propia Comunidad Madrileña han experimentado incrementos significativos (+14,9% y +13% respectivamente) en cuanto a pernoctaciones de madrileños, posicionándose como destinos importantes.

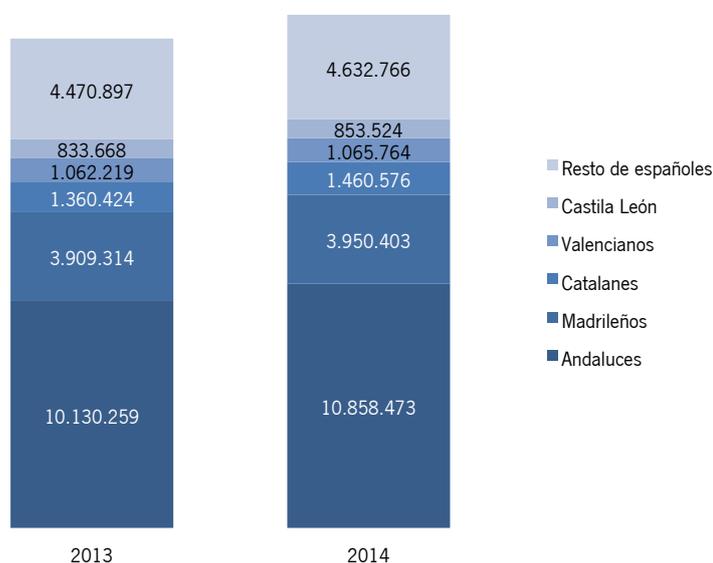
Entre los principales mercados del resto de España, es el **mercado catalán** el que mayor incremento ha registrado en cuanto a pernoctaciones hoteleras en Andalucía (+7,4%), generando casi 1,5 millones de noches en los establecimientos hoteleros andaluces durante 2014. El destino preferido para este mercado es la propia Cataluña ya que el 47,4% de sus pernoctaciones se realizan de forma interna. Andalucía ocupa el segundo lugar a mucha distancia, captando el 8,9% de estas pernoctaciones, seguida de la Comunidad Valenciana (8,4%) y Madrid (7,9%). Destaca durante 2014 la reducción en cuanto a pernoctaciones de catalanes en los destinos insulares, con un descenso del -13,7% en los hoteles canarios y del -16,7% en los de las Islas Baleares.

Los establecimientos hoteleros andaluces han recibido durante 2014 algo más de 1 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 moderado (+0,3%), situándose por debajo de la media del

crecimiento de este mercado para los destinos españoles (+2,3%). Aún así, Andalucía es para los valencianos el destino preferido por detrás sólo de su propia Comunidad Autónoma, ya que capta el 12,2% del total de sus pernoctaciones. Le siguen como destinos preferidos Madrid (con una cuota del 9,8%) y Cataluña (con una cuota del 8,7%), habiendo registrado ambos incrementos superiores a Andalucía (+12,5% y +4,2% respectivamente).

Castilla y León ha emitido en 2014 un total de 853.000 pernoctaciones hacia los establecimientos hoteleros andaluces, con un incremento del +2,4% respecto al año anterior. Andalucía es para este mercado el tercer destino en importancia, captando un 15,9% del total de pernoctaciones realizadas por los castellanos leoneses, por detrás de su propia Comunidad Autónoma y de la Comunidad Valenciana.

Pernoctaciones hoteleras de viajeros españoles en Andalucía por CC.AA. de origen. Año 2013 y 2014.



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

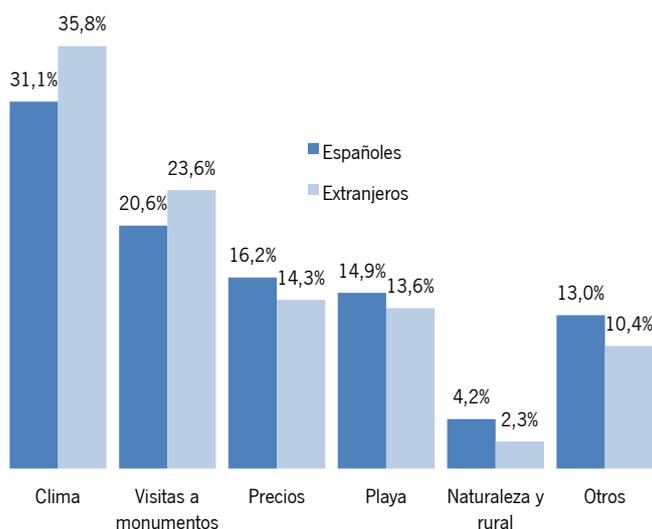
El turista español que viene a Andalucía **organiza su viaje** de forma particular en un 88% de los casos, siendo más acentuada esta preferencia en el caso de los turistas andaluces, para los que este porcentaje alcanza el 91,5% en el año 2014.

El **motivo** vacacional y de ocio es el que ha movido al 79% de los españoles para visitar Andalucía durante el año 2014, siendo el segundo motivo en importancia la visita a familiares y amigos que atrajo al 16,2% de ellos. Este motivo resulta de mayor relevancia para los propios andaluces, ya que el 16% de ellos declararon que ésta fue la razón por la que eligieron Andalucía como destino de sus vacaciones en el 2014.

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 y de la visita a

monumentos. 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 2014



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

En cuanto a los **canales** utilizados por los españoles **para obtener información del destino**, los españoles aducen la experiencia propia en el 71,4% de los casos, con una diferencia significativa respecto al turista extranjero (52,7%), para el que los amigos o familiares, las agencias de viaje e incluso las redes sociales adquieren mayor relevancia. 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 2,1%.

En términos generales, la **valoración del destino** por parte del turista español no ha variado de forma significativa en 2014 respecto a la del año anterior, alcanzado un 8,1 en un intervalo de 1 a 10. Aspectos como los trenes y las infraestructuras de golf obtienen mayores valoraciones, mientras que los puertos y actividades náuticas presentan menores valores que en 2013. Por regla general, el turista español valora de forma más negativa los aspectos relacionados con el transporte (trenes, autobuses, taxis y alquiler de coches) que los extranjeros.

El **grado de fidelidad** del turista español es más elevado que el del turista extranjero, ya que el 65,3% de ellos visitaron Andalucía también en la misma temporada del año anterior, mientras que este porcentaje es del 40% para el caso del turista extranjero. El turista andaluz presenta un comportamiento especialmente fiel, ya que en este concepto alcanza el 76,8%.

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. En relación al turismo extranjero, además de que éste presenta un comportamiento mucho más activo, llevando a cabo un mayor número de actividades,

destaca la preferencia del extranjero por el uso y disfrute de las playas, las compras y las visitas culturales.

El 38,2% de los turistas españoles que visitó Andalucía **usó Internet** al menos para consultar aspectos relacionados con su visita turística, de los cuales sólo el 27,9% 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 31,2% para los primeros y alcanza el 43,6% en el segundo caso. Asimismo, sólo el 21% de aquellos andaluces que consultan llegan a realizar una compra on line, mientras que para los del resto de España este porcentaje es 10 puntos mayor. En este sentido el comportamiento del turismo español y extranjero también resulta significativo, ya que el uso de Internet alcanza al 62,3% de los extranjeros, de los cuales el 60,3% llega a realizar la compra en Red.

En cuanto al **género**, el porcentaje de mujeres turistas (52,4%) 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 43,8% frente al 51,1% del extranjero. Esta característica se acentúa en el turismo de los andaluces, ya que este porcentaje representa el 38%.

El 60% de los turistas españoles que visitaron Andalucía en el año 2014 se encontraban en **situación laboral** activa (trabajo por cuenta ajena o propia), porcentaje similar entre andaluces y resto de españoles. El porcentaje de turistas que se encuentran en paro asciende al 4% para el caso de los españoles, por encima del porcentaje medio del turista extranjero (2,1%). Los turistas españoles jubilados representan el 17,4% aunque se aprecia que en el caso de los andaluces este porcentaje es menor (13,8%) que para el caso de los del resto de España (20%). Lo opuesto ocurre en el caso de los estudiantes, que mientras que para los turistas andaluces alcanza una mayor presencia (17%), para el caso de los del resto de España lo hacen en menor medida (11%).

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 51,8% de los casos, seguido por el viaje en familia en el 27,6%. El viaje en soledad (11,7%) o en un grupo de amigos (8,3%) también adquiere 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 2014.

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2014 (millones)	15,3
Gasto medio diario en destino: euros	58,07
Estancia media: Número de días	7,5
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	38,3%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Mujer	52,4%
Edad: De 30 a 44 años	31,3%
Situación laboral: Ocupado	60,4%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: Alojamiento hotelero	57,4%
Principal medio de transporte: Coche	73,3%
Uso de intermediarios: Porcentaje	12,0%
Uso de internet: Porcentaje	38,2%
Para qué utilizó internet: Reserva	62,1%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Clima: Porcentaje	31,1%
- Visita a monumentos: Porcentaje	20,6%
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	71,4%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa: Porcentaje	48,2%
- Observación de la naturaleza: Porcentaje	35,5%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,1
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Atención y trato recibido	8,6
- Infraestructura de golf, Patrimonio cultural	8,5
Grado de fidelidad: Porcentaje	65,3%

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