

CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

La demanda de
TURISMO de **LÍNEAS**
de **BAJO COSTE**
en Andalucía
2007



CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

La demanda de
TURISMO de LÍNEAS
de **BAJO COSTE**
en Andalucía
2007



© Junta de Andalucía. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte
Calle Juan Antonio de Vizarrón, s/n. Edificio Torretriana
41071 Sevilla
Teléfono: 955 065 100
Fax: 955 065 164

Elaboración

Turismo Andaluz, S.A.
Área de Estadística e Investigación de Mercados (SAETA)

Calle Compañía, 40
29008 Málaga
Teléfono: 951 299 300
Fax: 951 299 315
correo-e: saeta@andalucia.org

www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte
www.andalucia.org

Diseño y Maquetación

innovaIMAGEN Comunicación & Publicidad
www.innovaimagen.com

Impresión

XXXXXXXXXXXXXXXXXX
Depósito Legal: XXXXXXXXXX

Índice

1. Introducción.....	9
2. Turistas año 2007.....	15
3. El turismo español y las compañías de bajo coste	29
4. El turismo extranjero y las compañías de bajo coste.....	39
4.1 Turismo británico.....	49
4.2 Turismo alemán.....	57
5. Análisis por aeropuerto.....	67
5.1 Aeropuerto de Almería	69
5.2 Aeropuerto de Granada-Jaén.....	73
5.3 Aeropuerto de Jerez.....	77
5.4 Aeropuerto de Málaga.....	81
5.5 Aeropuerto de Sevilla	85
5.6 Análisis comparativo por aeropuertos.....	89

1

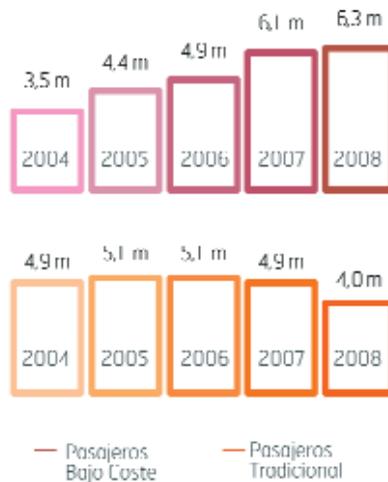
INTRODUCCIÓN

1. Introducción

Debido a la importancia creciente que adquieren las compañías de bajo coste en los últimos años, durante el 2007 la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte puso en marcha una operación estadística con el fin de conocer más a fondo el perfil del turista que llega a Andalucía mediante estas compañías, así como para realizar una valoración de la relevancia de esta demanda.

Mediante las cifras de llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces se percibe la importancia que está adquiriendo esta modalidad de compañía, que ya en 2008 supone el 61% de todas las llegadas de pasajeros a Andalucía, mostrando una tendencia claramente creciente.

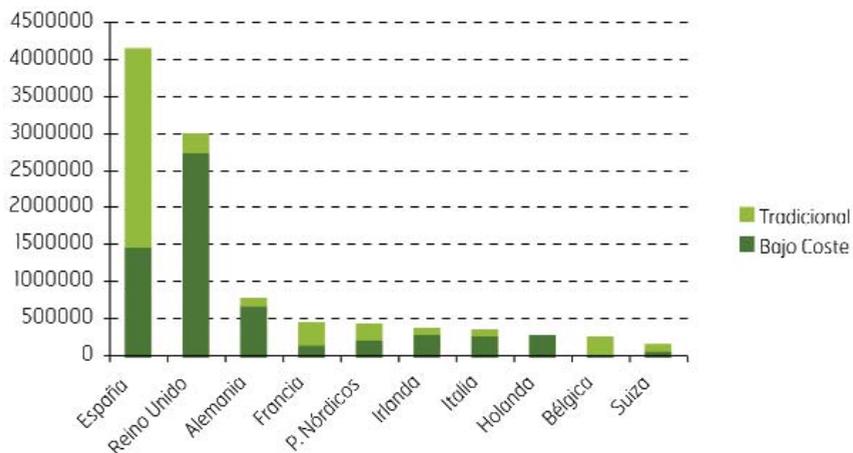
Llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces por tipo de compañía



Fuente: AENA.

En las llegadas de bajo coste a los aeropuertos andaluces destaca el hecho de que las procedentes del Reino Unido y de Alemania suponen un porcentaje muy elevado sobre el total de llegadas desde estos países. Esta misma característica destaca en los casos de Irlanda, Italia y Holanda, aunque desde estas procedencias, el volumen de llegadas es bastante menor.

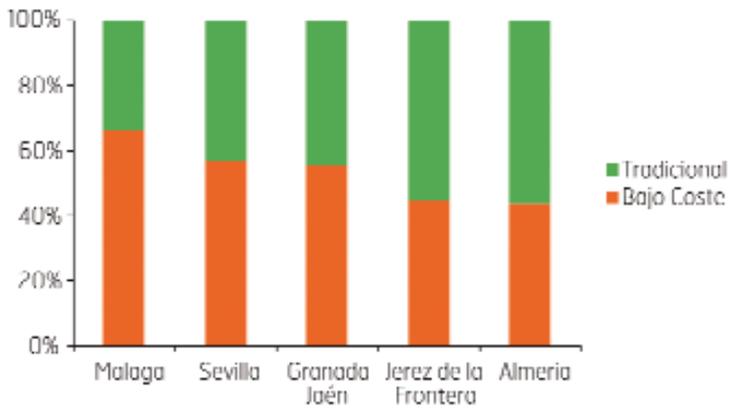
Llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces por tipo de compañía y por país de origen. Año 2008



Fuente: AENA.

Por aeropuerto, destaca la relevancia de las compañías de bajo coste en Málaga y Sevilla, aunque en Almería, que es en el que menos presencia tienen, son utilizadas por más del 40% de los pasajeros.

Distribución porcentual de las llegadas de pasajeros por aeropuerto y por tipo de compañía. Año 2008



Fuente: AENA.

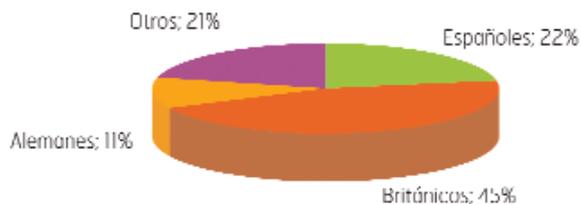
2

Turistas
AÑO 2007

2. Turistas año 2007

Durante el año 2007, llegaron a Andalucía un total de **5.531.422 de turistas** en compañías de bajo coste, de ellos 4,291 millones de turistas (78%) tenían procedencia extranjera. El mercado británico se configura como el de mayor importancia, captando el 45% del total de turistas, a éste le sigue el español con una cuota del 22% y a mayor distancia se sitúan las llegadas procedentes de Alemania que representan el 11%.

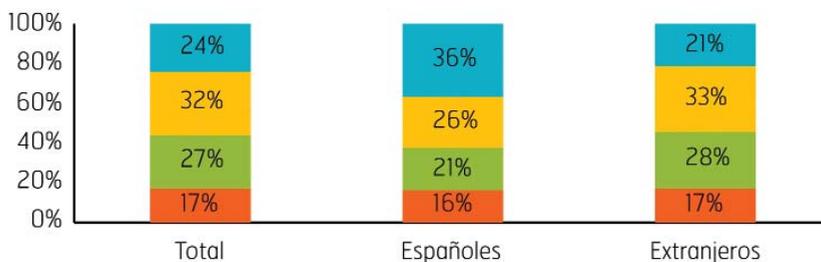
Llegadas de turistas mediante compañías de bajo coste según nacionalidad. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Por **trimestres**, es el tercero el que acumula mayor número de llegadas de turistas representando el 32% del total de año, el segundo y cuarto trimestre absorben el 27% y 24% respectivamente. Por procedencias se observan diferencias, como se aprecia en el gráfico los turistas españoles concentran sus llegadas en este tipo de compañía en los últimos meses del año. En todos los casos este turista mantiene un comportamiento bastante menos estacional que los turistas que acceden a Andalucía mediante cualquier otra vía, cobrando especial relevancia el cuarto trimestre del año, en especial para el caso del turista español que utiliza compañías de bajo coste, que concentra el 36% de sus llegadas en este periodo, mientras que para la media del turista español este porcentaje es del 21,1%.

Turistas que utilizan compañías de bajo coste. Distribución trimestral. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El **perfil del turista** de bajo coste se corresponde con el de una persona con edad comprendida entre 30 y 64 años, que en la mayoría de los casos tiene un trabajo remunerado y cuya profesión es la de técnico o profesional científico e intelectual. Características diferentes a la del turista en general que suele tener situarse en intervalos de edad más jóvenes (18 a 44 años) que, al igual que el turista que utiliza líneas de bajo coste, tiene un trabajo remunerado aunque difiera en cuanto a la profesión que desempeña ya que una mayor proporción de ellos trabajan en servicios de restauración, personales, de protección y vendedores o comercio.

Perfil del turista que utiliza compañías de bajo coste y total turistas. Año 2007

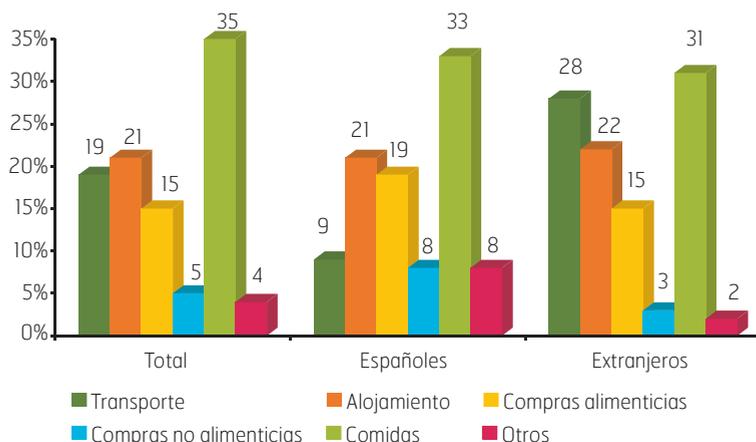
Sexo %	Bajo coste	T. Turistas
Hombre	50,1	48,4
Mujer	49,9	51,6
Total	100,0	100,0
Edad %	Bajo coste	T. Turistas
Menos de 18 años	10,9	10,0
18-29 años	19,1	28,7
30-44 años	30,4	33,6
45-65 años	30,8	20,9
Más de 65 años	8,7	6,8
Total	100,0	100,0
Situación Laboral %	Bajo coste	T. Turistas
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	57,1	62,7
En paro	2,5	1,5
Estudiante	16,3	19,7
Retirado / Jubilado	14,9	9,1
Labores del hogar	8,7	5,8
Otras	0,4	1,3
Total	100,0	100,0
Profesión %	Bajo coste	T. Turistas
Dirección empresas y Admon.pub	20,3	10,2
Técnicos y prof. científ./intelectuales	37,2	18,8
Técnicos y prof. de apoyo (FP)	13,4	11,7
Empleados administrativos	12,4	20,6
Trabajadores de serv. (rest. pers...)	9,7	28,0
Trab. cualificados agric. y pesca	0,5	0,8
Artesanos y trab.cualif. industria	2,2	4,4
Operadores instal. maquinaria	1,8	2,5
Trabajadores no cualificados	1,3	2,6
Fuerzas armadas	0,5	0,5
Otros	0,7	--
Total	100,0	100,0

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. ECTA. Instituto de Estadística de Andalucía.

El turista que utiliza líneas de bajo coste tiene un **gasto medio diario** en destino de 63,64 euros, superior en 6,35 euros a la media del total de turista en Andalucía. Es destacable que los turistas españoles presentan un gasto más elevado que los extranjeros, 68,88 euros, los primeros, frente a 62,12 euros de los segundos.

El gasto en restauración es el más elevado y supone el 35% del presupuesto, a éste le sigue el alojamiento al que los turistas de bajo coste destinan el 21% del gasto y el gasto en transporte con el 19%. Por procedencias la estructura de gasto es distinta ya que si bien las partidas de gasto mayores se las lleva la restauración (36%), y en segundo y tercer lugar al mismo nivel se sitúan el transporte y alojamiento con el 21% seguidos de las compras alimenticias (15%).

Turistas que utilizan compañías de bajo coste. Distribución del gasto por concepto. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La **estancia media** para estos turistas se ha estimado en 9,5 días, superior en algo más de 1 día a la media de Andalucía. Los turistas extranjeros de bajo coste permanecen en la comunidad autónoma andaluza (10,4 días) durante un periodo superior al de los españoles (6,3 días), siendo destacable el hecho de que éstos últimos muestran estancias inferiores a las presentadas por el total de turistas españoles (7,1 días).

Estancia media del turista que utiliza compañías de bajo coste y total turistas. Año 2007

Estancia media	Total	Españoles	Extranjeros
Bajo Coste	9.5	6.3	10,4
Total turistas	8.4	7.1	11,3

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. ECTA. Instituto de Estadística de Andalucía.

Los turistas que llegaron a Andalucía durante 2007 por esta vía de acceso se diferencian de la media andaluza en cuanto a la elección del tipo de alojamiento, mientras que el hotel es preferido por el 44% de los turistas que vienen en bajo coste, para el total este porcentaje asciende al 62%. En el caso de los españoles ocurre a la inversa, la preferencia por el alojamiento hotelero (61%) es mayor que la correspondiente al total de turistas nacionales que se sitúa en el 55,4%.

Tipo de alojamiento del turista que utiliza compañías de bajo coste y total turistas. Año 2007

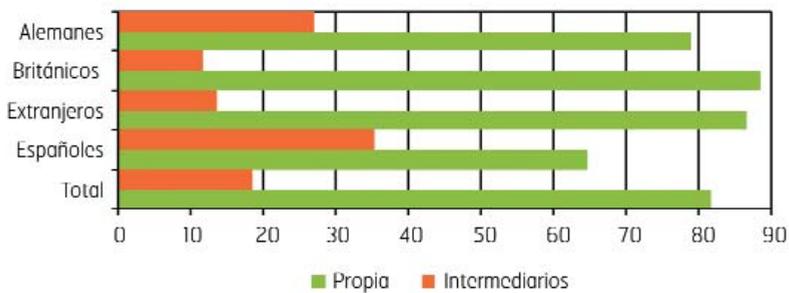
Tipo de alojamiento	Turistas Bajo Coste (%)		
	Total	Españoles	Extranjeros
Establecimientos hoteleros	44,0	61,0	39,1
Vivienda (alquilada, propiedad o multiprop.)	54,1	37,7	58,9
Otros	1,8	1,2	2

Tipo de alojamiento	Total Turistas (%)		
	Total	Españoles	Extranjeros
Establecimientos hoteleros	62,0	60,2	74,4
Vivienda (alquilada, propiedad o multiprop.)	30,7	34,1	19,9
Otros	7,3	5,7	5,8

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. ECTA. Instituto de Estadística de Andalucía.

La **organización del viaje** se realiza mayoritariamente de forma particular (81,6%) comportamiento similar a la media del total de turistas. Por procedencias, son los españoles los que presentan un porcentaje menor (65%) en comparación con el resto de procedencias, que superan el 70% en el caso de las llegadas alemanas y el 85% en el de las que tienen origen en Reino Unido.

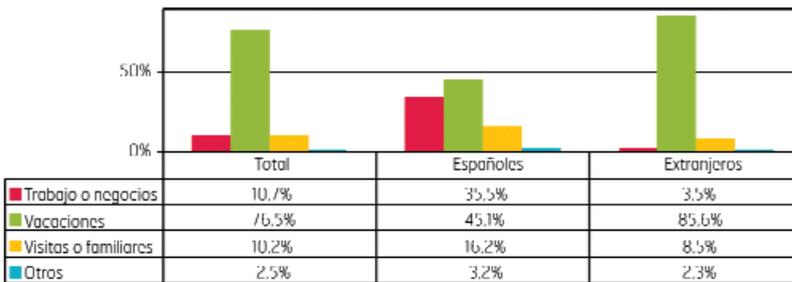
Turistas que utilizan compañías de bajo coste. Distribución según forma de organizar el viaje. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Algo más de las tres cuartas partes de los turistas (76,5%) de bajo coste salieron de viaje **motivados** por el disfrute de sus vacaciones, aunque hay que señalar que este porcentaje es mucho más elevado en el caso de los extranjeros (86%) que llegan a través de esta vía de acceso, que para los españoles que tan sólo realizan el viaje por este motivo en el 45% de los casos. Existe por lo tanto un comportamiento muy diferenciado en cuanto a la motivación entre el turista español y el extranjero, ya que éste último es un turista vacacional casi en su totalidad, mientras que las visitas a amigos y familiares y los motivos laborales cobran especial relevancia en el turismo español.

Turistas que utilizan compañías de bajo coste. Distribución por motivación del viaje. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La **elección del destino** viene condicionada mayormente por el clima. Este es el factor principal para el 29,6% de los turistas, seguido, en el caso de los españoles, por la visita de amigos y familiares (14,3%) y en el de los extranjeros por la calidad de vida y hospitalidad (18,6%).

Principales factores para los turistas de bajo coste para elegir el destino andaluz

Factores elección destino %	Total	Españoles	Extranjeros
Precios	8,5	9,0	8,4
Clima	29,6	27,5	29,9
Playa	8,2	7,6	8,3
Visitas a monumentos	4,8	5,7	4,7
Turistas de naturaleza	0,8	0,2	0,9
Visitas a familiares y amigos	13,2	14,3	13,1
Fiestas populares/Folklore	1,3	2,0	1,2
Gastronomía	1,2	1,1	1,2
Calidad de vida / hospitalidad	17,6	11,3	18,6
Excursiones	0,3	0,8	0,2
Practicar deportes	1,6	0,5	1,8

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El **grado de satisfacción** de los turistas que utilizan compañías de bajo coste para acceder a Andalucía, en una escala del 1 al 10 se sitúa en 7,5 puntos. Este grado de satisfacción notable de Andalucía es extensible a la mayoría de los conceptos ya que casi todos superan los 7 puntos y entre los que destacan: Atención y trato con 8,3 puntos y el patrimonio cultural 8,2 puntos.

Valoración al destino turístico andaluz de los turistas que utilizan compañías de bajo coste

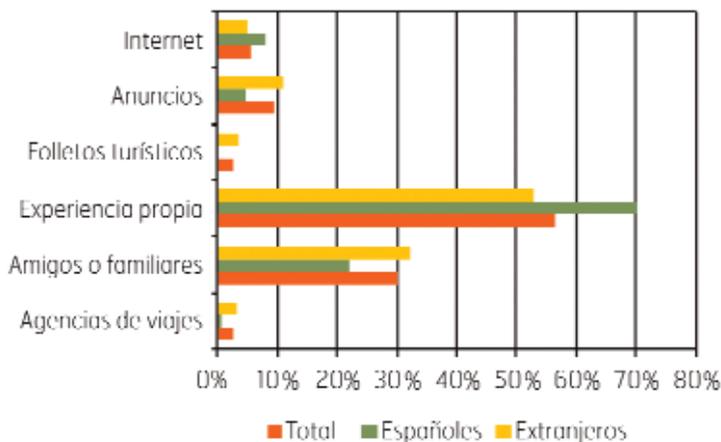
Conceptos	Puntos
Atención y trato recibido	8,3
Patrimonio cultural	8,2
Alquiler de coches	8,0
Paisajes y Parques naturales	8,0
Alojamiento	7,9
Seguridad ciudadana	7,9
Calidad de las playas y de los servicios	7,8
Restauración	7,8
Ocio / Diversión	7,7
Relación calidad-precio	7,7
Autobuses	7,5
Entornos urbanos	7,5
Información turística	7,5
Infraestructura golf	7,5
Red de comunicaciones	7,4
Limpieza	7,4
Taxis	7,4
Asistencia sanitaria	7,3
Trenes	7,3
Señalización turística	7,2
Puerto y actividades náuticas	6,7
Nivel de tráfico	6,4
Índice sintético de percepción	7,6

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El 57% de los turistas declara que el **canal de información** para conocer el destino andaluz ha sido su propia experiencia asimismo, el 30% de las llegadas sabe de Andalucía por la recomendación de amigos y familiares. A gran distancia le sigue los anuncios (10%) como medio para conocer de este destino.

Para cada procedencia, la experiencia propia es el canal principal, aunque la proximidad del destino para los españoles parece contribuir a que para éstos represente el 70% mientras que para los extranjeros sea del 53%, para estos últimos la recomendación de amigos y familiares (32%) presenta mayor peso que para los españoles (22%). En cuanto a los anuncios, es destacable el hecho de que influyen el doble en el mercado extranjero que en el nacional.

Turistas que utilizan compañías de bajo coste. Distribución modo de conocer Andalucía. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

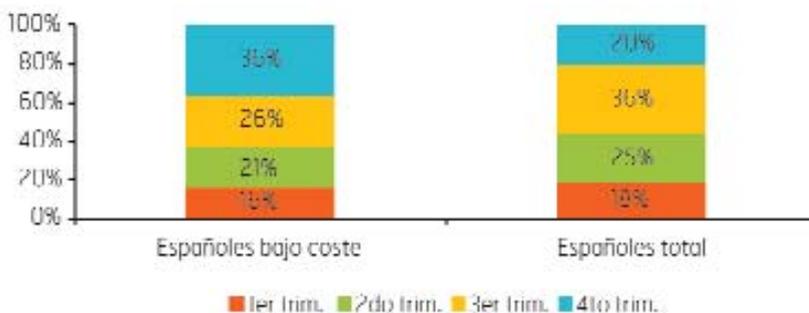
3

EL TURISMO ESPAÑOL
y las compañías de bajo coste

3. El turismo español y las compañías de bajo coste

En el año de 2007, se recibieron **1.240.000 turistas españoles** que accedieron a la comunidad andaluza en vuelos de bajo coste, lo que supone el 22% del total de turistas que han utilizado estas compañías para llegar a Andalucía. La mayor concentración de éstas se produce en el último trimestre del año, en el que se llegan a contabilizar el 36% de las mismas. Este comportamiento difiere de la media de turistas procedentes de distintos puntos de España que concentran principalmente sus visitas en el tercer trimestre del año (36%) coincidiendo con el período estival seguido del segundo (25%).

Turistas españoles bajo coste y general. Distribución trimestral. Año 2007

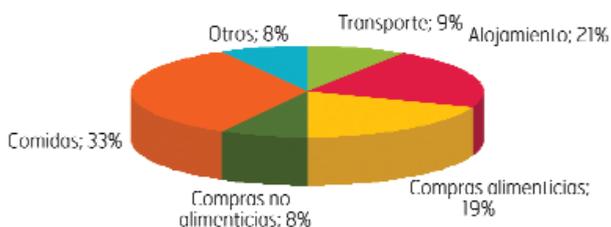


Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. ECTA. Instituto de Estadística de Andalucía.

El **perfil** del turista español de bajo coste coincide en el 37% de los casos con el de una persona que tiene una edad comprendida entre 30 y 44 años, en la mayoría de los casos (69,5%) tiene un trabajo remunerado. La profesión más representada (37%) es la de técnico y profesional científico e intelectual. Perfil similar a la del total de turista españoles que visitan Andalucía excepto en el caso de la profesión, en la que para éstos la que obtiene mayor porcentaje de representación (29,5%) es la de trabajador de servicios de restauración, personales, protección y vendedores comerciales.

El **gasto medio diario** de los españoles de bajo coste se ha estimado en 68,88 euros, superior en 7,6 euros al gasto medio de éstos en general. La mayor parte del presupuesto del este tipo de turistas es destinado a la restauración (33%) y al alojamiento (21%), manteniendo una estructura muy similar al conjunto de turistas españoles que visitan Andalucía.

Turistas españoles que utilizan compañías de bajo coste. Distribución del gasto por concepto. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La **estancia media** es de 6,3 días, inferior a la del turista medio español en 0,8 días e inferior también a la del turista extranjero que accede mediante una compañía de bajo coste, que registra una duración de la estancia de 10,4 días. La permanencia en la comunidad andaluza es menor en el caso del turismo español que viene utilizando un vuelo de bajo coste que el turista español medio cuya estancia se estima en 7,1 días.

Turistas españoles bajo coste y general. Estancia media. Año 2007

Estancia media	Días
Bajo Coste	6,3
Españoles	7,1

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. ECTA. Instituto de Estadística de Andalucía.

El **tipo de alojamiento** utilizado por la mayoría de los turistas analizados en este capítulo es el establecimiento hotelero, elegido por el 61% seguido de la vivienda de amigos o familiares (28,6%).

Tipo de alojamiento del turista español que utiliza compañías de bajo coste. Año 2007

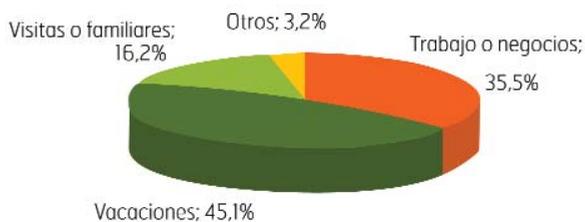
Tipo de alojamiento	%
Establecimientos hoteleros	61,0
Apartamentos alquilados	2,4
Apartamentos propiedad	6,7
Apartamentos amigos/familiares	28,6
Otros	1,2
Total	100,0

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Los turistas españoles que utilizan aerolíneas de bajo coste acuden a **intermediarios** (35,3%) en más ocasiones que los de otras procedencias (13,5%). Es destacable el hecho de que para el conjunto del turismo con origen en España el porcentaje de personas que dejan en manos de intermediarios la organización del viaje es del 13,7%.

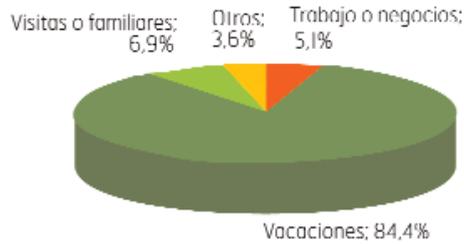
La **motivación** que lleva a estos turistas a iniciar su viaje es principalmente la de disfrutar de las vacaciones, es así para el 45% de los turistas españoles, sin embargo es importante destacar que el 35,5% de ellos han venido motivados por trabajo o negocios, porcentaje muy superior al de resto de procedencias y también al correspondiente al total de turistas procedentes de España, para los cuales el principal motivo del viaje coincide con el de pasar sus vacaciones (84,4%). Es destacable, por lo tanto la diferencia en cuanto a motivación del turista español que accede a Andalucía mediante compañías de bajo coste y el turista español medio que visita Andalucía, ya que éste último concede mayor importancia al motivo vacacional, mientras que en el que utiliza compañías de bajo coste destacan también las visitas a amigos y familiares así como los motivos laborales.

Motivo del viaje de los turistas españoles que utilizan líneas de bajo coste. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Motivo del viaje de los turistas españoles. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La **elección del destino** por los turistas españoles que utilizan los vuelos de bajo coste para acceder a Andalucía se basa mayoritariamente en el *clima*, que mueve al 27,5%, en segundo lugar pero a gran distancia se sitúa la *visita de amigos y familiares* (14,3%). Este comportamiento es específico de este mercado, ya que los turistas españoles en general se mueven principalmente por las *playas* (28,5%), el *clima* (22,4%) y la *visita a monumentos* (29,6%).

Principales factores para elegir el destino andaluz. Año 2007

Factores elección destino %	Españoles Bajo Coste	Españoles Total
Precios	9	3,1
Clima	27,5	22,4
Playa	7,6	28,5
Visitas a monumentos	5,7	22,1
Turistas de naturaleza	0,2	8,4
Visitas a familiares y amigos	14,3	10,3
Fiestas populares/Folklore	2,0	0,8
Gastronomía	1,1	1,5
Calidad de vida / hospitalidad	11,3	2,4
Excursiones	0,8	0,2
Practicar deportes	0,5	0,2

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. ECTA. Instituto de Estadística de Andalucía.

El **grado de satisfacción** de los turistas españoles que vuelan en bajo coste para llegar a la Comunidad andaluza es notable, en una valoración de 1 a 10 puntos de este destino, ellos le otorgan 7,2 puntos, similar a la media del total de españoles (7,1 puntos). Obtienen puntuaciones superiores a 8 puntos El patrimonio cultural (8,4 puntos), la atención y trato recibido (8,3 puntos), el ocio y la diversión (8,1 puntos) y la calidad de las playas y de los servicios (8,02 puntos).

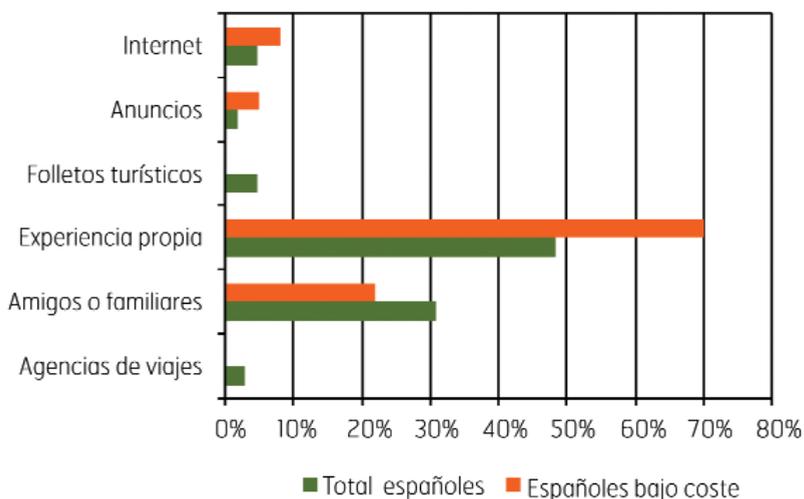
Valoración al destino turístico andaluz de los españoles que utilizan líneas de bajo coste . Año 2007

Conceptos	Puntos
Alojamiento	7,9
Restauración	8,0
Ocio / Diversión	8,1
Autobuses	7,0
Trenes	7,2
Taxis	6,8
Alquiler de coches	7,6
Calidad de las playas y de los servicios	8,0
Paisajes y Parques naturales	7,6
Entornos urbanos	7,2
Seguridad ciudadana	7,4
Asistencia sanitaria	7,0
Atención y trato recibido	8,3
Relación calidad-precio	7,8
Red de comunicaciones	7,3
Limpieza	7,1
Nivel de tráfico	6,0
Señalización turística	6,9
Información turística	7,3
Patrimonio cultural	8,4
Infraestructura golf	5,9
Puertos y actividades náuticas	5,4
Índice sintético de percepción	7,2

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Esta satisfacción influye en que el principal canal de **información** a través del que se conoce este destino sea la *experiencia propia*, el 70% de los turistas lo constata. A su vez, el 22% dice haber sabido de la comunidad andaluza por la *recomendación de amigos y familiares*. Estos mismos son los canales usados por el total de turistas españoles sólo que en menor proporción. La tercera y cuarta posición la ocupan *Internet* (7,9%) y los *folletos turísticos* (4,8%).

Forma de conocer el destino turístico andaluz. Turistas españoles que utilizan líneas de bajo coste y total españoles. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. ECTA. Instituto de Estadística de Andalucía.

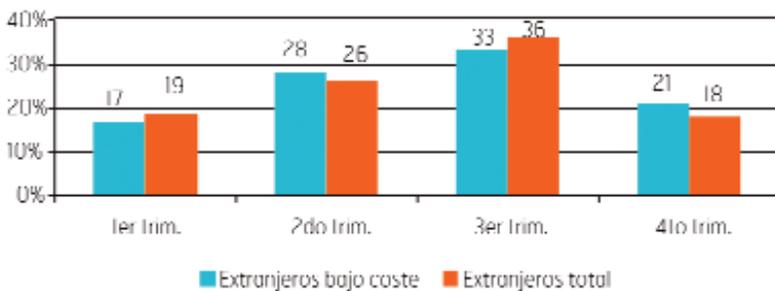
4

EL TURISMO EXTRANJERO
y las compañías de bajo coste

4. El turismo extranjero y las compañías de bajo coste

Durante 2007 llegaron a Andalucía **4,3 millones de turistas extranjeros** en vuelos de bajo coste, produciéndose el mayor número de ellas en el tercer trimestre del año en el que se recibe al 33% de los turistas extranjeros de esta modalidad y el 28% en el segundo. Trimestralmente las llegadas se distribuyen de manera muy similar al turismo extranjero total que se concentra en los meses de verano, aunque los que acceden mediante compañías de bajo coste mantienen un comportamiento algo menos estacional, con menor concentración en verano y algo más en el resto de los trimestres.

Turistas extranjeros bajo coste y general. Distribución trimestral. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. ECTA. Instituto de Estadística de Andalucía.

Los vuelos de bajo coste tienen gran importancia para el turismo extranjero como así lo muestra el hecho de que del total de llegadas en este tipo de transporte el 78% procedan del extranjero, siendo las más numerosas las que tienen origen en Reino Unido que representan al 45% del total de llegadas y el 59% de las extranjeras.

El **perfil socioeconómico** de estos turistas se caracteriza principalmente porque el 33% de ellos tiene una edad comprendida entre 45 y 64 años, la situación laboral más representada es la correspondiente a trabajo remunerado por cuenta propia o ajena y la profesión de técnico y profesional científico e intelectual es la más común (37,2%). Por término general, los segmentos de edad más elevados mantienen una mayor importancia para los extranjeros que utilizan bajo coste que para el total de extranjeros.

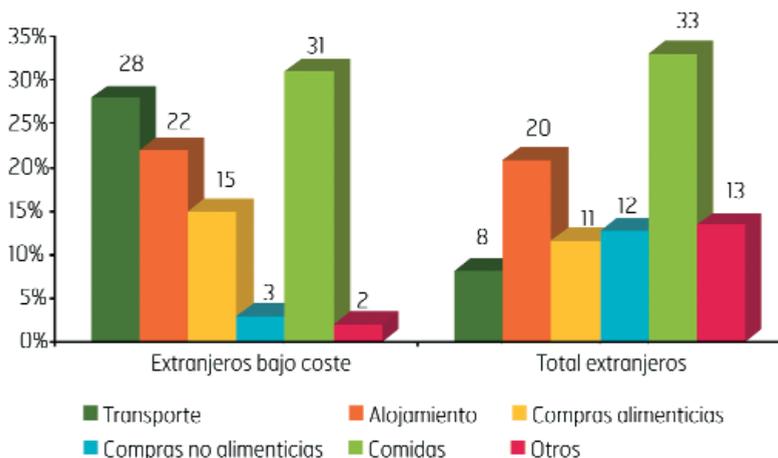
Perfil socioeconómico de los turistas extranjeros y de bajo coste. Año 2007

Sexo %	E. Bajo Coste	T. Extranjeros
Hombre	49,3	47,9
Mujer	50,7	52,1
Total	100,0	100,0
Edad %	E. Bajo Coste	T. Extranjeros
Menos de 18	12,6	9,7
18-29	16,4	24,1
30-44	28,8	32,7
45-65	33,2	25,9
Más de 65	8,9	7,6
Total	100,0	100,0
Situación Laboral %	E. Bajo Coste	T. Extranjeros
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	54,1	61,4
En paro	2,4	1,4
Estudiante	17,3	20,3
Retirado / Jubilado	16,0	11,5
Labores del hogar	9,9	4,3
Otras	0,2	1,2
Total	100,0	100,0
Profesión %	E. Bajo Coste	T. Extranjeros
Dirección empresas y Admon.pub	21,3	12,0
Técnicos y prof. científ./intelectuales	37,2	23,7
Técnicos y prof. de apoyo (FP)	12,3	13,0
Empleados administrativos	12,8	18,1
Trabajadores de serv. (rest. pers...)	9,9	25,2
Trab. cualificados agric. y pesca	0,5	0,4
Artesanos y trab.cualif. industria	2,5	3,5
Operadores instal. maquinaria	1,2	1,7
Trabajadores no cualificados	0,9	2,0
Fuerzas armadas	0,4	0,4
Otros	0,8	0,0
Total	100,0	100,0

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. ECTA. Instituto de Estadística de Andalucía.

El turista extranjero que utiliza una línea de bajo coste gasta más diariamente que la media del turista extranjero: se ha estimado un **gasto** para los primeros de 62,12 euros frente 59,64 euros de los últimos. El destino principal del gasto del turista extranjero que accede a Andalucía mediante una compañía aérea de bajo coste es el que destina a restauración (36%). Los siguientes en importancia son el transporte y el alojamiento a los que se destina el 21% a cada uno. Esta estructura difiere de la correspondiente al turista extranjero medio, ya que éste destina al transporte el 8,2% del gasto, mientras que a la restauración y al alojamiento suponen prácticamente lo mismo que para aquellos que utilizan una compañía de bajo coste.

Distribución porcentual del gasto. Turistas extranjeros de bajo coste y extranjeros total. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. IEA. Instituto de Estadística de Andalucía.

La **estancia media** se ha estimado en 10,4 días, inferior en casi una día a la media del turista extranjero que visita Andalucía, siendo los turistas alemanes los que registran las estancias más largas.

Turistas Extranjeros bajo coste y general. Estancia media. Año 2007

Estancia media	Días
Bajo Coste Extranjeros	10,4
Extranjeros	11,3

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. IEA. Instituto de Estadística de Andalucía.

El **tipo de alojamiento** elegido por un mayor número de extranjeros que han volado en bajo coste para llegar a tierras andaluzas es el hotelero (39%) seguido de los apartamentos de amigos/familiares utilizado por el 29% de ellos y de los apartamentos en propiedad (20%). Esta distribución difiere mucho de la media de extranjeros que durante su estancia en Andalucía eligen mayoritariamente los establecimientos hoteleros (67%) mientras que la vivienda de amigos/familiares tan solo representa al 7,4% y en propiedad 3,4%. Destaca la elevada proporción de los extranjeros que utilizan líneas de bajo coste y la vivienda propia.

Tipo de alojamiento de los extranjeros que utilizan líneas de bajo coste. Año 2007

Tipo de alojamiento	%
Establecimientos hoteleros	39,1
Apartamentos alquilados	9,9
Apartamentos propiedad	20,1
Apartamentos amigos/familiares	29,0
Otros	2,0
Total	100,0

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La **organización del viaje** se hace de forma particular por la gran mayoría de extranjeros en bajo coste (87%) coincidiendo en que esta opción es la elegida por la mayoría aunque en menor medida que para el conjunto de turistas con procedencia extranjera (70%). Por nacionalidades destacan los británicos de bajo coste como los que mayor porcentaje representan sobre esta opción (88%).

La **motivación** principal del viaje de este mercado analizado es en el 86% de las ocasiones el disfrute de las vacaciones/ocio, también ésta primera opción para el conjunto de extranjeros que vienen a Andalucía. Entre las principales causas que motivan a los turistas extranjeros que utilizan líneas de bajo coste a **elegir Andalucía como destino vacacional** se encuentra, según el 30% de los encuestados, el *clima*, seguido de la *calidad de vida y hospitalidad* (19%) y la *visita de amigos y familiares* que, siendo la tercera opción, representa al 13,1%.

Principales factores para los turistas de bajo coste para elegir el destino andaluz

Factores elección destino %	Extranjeros Bajo Coste	Total Extranjeros
Precios	8,4	3,8
Clima	29,9	31,8
Playa	8,3	25,4
Visitas a monumentos	4,7	22,6
Turistas de naturaleza	0,9	7,4
Visitas a familiares y amigos	13,1	4,9
Fiestas populares/Folklore	1,2	0,9
Gastronomía	1,2	1,3
Calidad de vida / hospitalidad	18,6	1,2
Excursiones	0,2	0,1
Practicar deportes	1,8	0,4

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. ECTA. Instituto de Estadística de Andalucía.

Los turistas extranjeros de bajo coste le otorgan al destino andaluz una **calificación** de 7,6 puntos, considerando un intervalo de 1 a 10 puntos. La *atención y trato recibido*, junto con el *patrimonio cultural* y los *paisajes y entornos naturales*, son los que obtienen las puntuaciones más altas (8,3 puntos, 8,1 puntos y 8,04 puntos respectivamente). La valoración que hace el turista extranjero medio se sitúa por debajo, situándose en 7,3 puntos.

Valoración al destino turístico andaluz de los extranjeros que utilizan líneas de bajo coste . Año 2007

Conceptos	Puntos
Alojamiento	8,0
Restauración	7,7
Ocio / Diversión	7,6
Autobuses	7,7
Trenes	7,3
Taxis	7,6
Alquiler de coches	8,0
Calidad de las playas y de los servicios	7,8
Paisajes y Parques naturales	8,0
Entornos urbanos	7,6
Seguridad ciudadana	8,0
Asistencia sanitaria	7,4
Atención y trato recibido	8,3
Relación calidad-precio	7,7
Red de comunicaciones	7,5
Limpieza	7,4
Nivel de tráfico	6,6
Señalización turística	7,3
Información turística	7,5
Patrimonio cultural	8,1
Infraestructura golf	7,7
Puertos y actividades náuticas	7,1
Índice sintético de percepción	7,6

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La buena calificación que recibe el destino turístico andaluz resulta de especial relevancia debido a que la *experiencia propia* y la *recomendación de amigos y familiares* son los **canales de información** más utilizados por estos turistas (53% y 32% respectivamente), comportamiento similar al que presenta la media del turismo extranjero que ha visitado la comunidad.

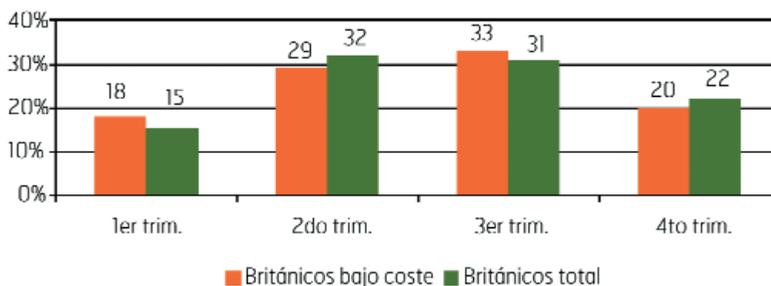
4.1

Turismo británico

4.1. Turismo británico

El **número de turistas británicos** que llegaron a Andalucía a lo largo de 2007 en vuelos de bajo coste se ha estimado en 2,5 millones. El mayor número de llegadas se produjeron en el tercer trimestre en el que se registraron el 33% de las mismas seguido del segundo y cuarto trimestre (29% y 20% respectivamente). Para la media de turistas británicos el principal trimestre es el segundo, aunque a un nivel muy cercano al porcentaje del tercer trimestre. El comportamiento estacional de los británicos que utilizan compañías de bajo coste es muy similar al de la media de turistas británicos.

Turistas británicos bajo coste y general. Distribución trimestral. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. ECTA. Instituto de Estadística de Andalucía.

El turismo británico se caracteriza por ser de los que más utilizan estos tipos de vuelos, de hecho el 45% de todos los que llegan a Andalucía proceden de este país, siendo la procedencia que mayor participación tiene.

Los turistas procedentes de Reino Unido en este tipo de compañías se caracterizan porque en el mayor número de los casos (35%), tienen una **edad** comprendida entre los 45 y 64 años, similar a lo que ocurre para el total de turistas británicos. Este mercado es, de todos los analizados, el que tiene una presencia más fuerte en este intervalo, el resto de procedencias suele distinguirse por ser más joven.

La **situación laboral** predominante es la de trabajo por cuenta ajena o propia (52%) y la profesión desempeñada con más frecuencia es la de técnico y profesionales científicos e intelectuales (35,4%), situación que coincide con las correspondientes al turismo británico en general.

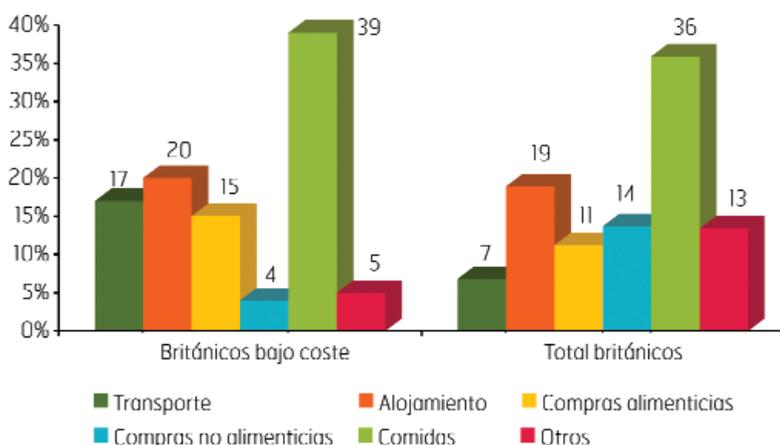
Perfil socioeconómico de los turistas británicos y de bajo coste. Año 2007

Sexo %	B. Bajo Coste	T. Británicos
Hombre	48,6	48,9
Mujer	51,4	51,1
Total	100,0	100,0
Edad %	B. Bajo Coste	T. Británicos
Menos de 18	12,5	10,8
18-29	14,7	16,1
30-44	26,3	31,4
45-65	35,1	31,3
Más de 65	11,3	10,4
Total	100,0	100,0
Situación Laboral %	B. Bajo Coste	T. Británicos
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	51,7	60,8
En paro	2,2	1,1
Estudiante	16,5	17,2
Retirado / Jubilado	18,6	14,4
Labores del hogar	10,9	5,6
Otras	0,1	1,0
Total	100,0	100,0
Profesión %	B. Bajo Coste	T. Británicos
Dirección empresas y Admon.pub	19,2	16,6
Técnicos y prof. científ./intelectuales	35,4	22,4
Técnicos y prof. de apoyo (FP)	13,0	12,6
Empleados administrativos	14,1	20,1
Trabajadores de serv. (rest. pers...)	11,4	20,9
Trab. cualificados agric. y pesca	0,7	0,6
Artesanos y trab.cualif. industria	3,4	2,5
Operadores instal. maquinaria	1,5	2,2
Trabajadores no cualificados	0,6	1,6
Fuerzas armadas	0,2	0,3
Otros	0,6	0,0
Total	100,0	100,0

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El **gasto medio diario** del turista británico que utiliza líneas de bajo coste, se ha estimado en 59.98 euros, inferior al de la media del turista británico en Andalucía que se estima en 61,48 euros. El destino principal de este gasto es la restauración en la que los turistas procedentes del Reino Unido emplean el 39% del presupuesto seguido del alojamiento con el 20% y el transporte (17%). Una de las principales diferencias de esta distribución con respecto a la media del turista británico que llega a Andalucía estriba en el transporte al que estos último destinan sólo el 7%. También se puede apuntar como se observa en el gráfico la gran diferencia en las compras no alimenticias.

Distribución porcentual del gasto. Turistas británicos de bajo coste y británicos total. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La **estancia media** se ha estimado en 9,5 días, inferior en casi 2 días a la de la media de británicos. De las procedencias analizadas, tras los españoles son los turistas que menos días de estancia permanecen en Andalucía.

El **alojamiento** utilizado por un mayor porcentaje es el hotelero, que es elegido por 37,1%, seguido del *apartamento de amigos o familiares* utilizado por el 30%. Este comportamiento es muy distinto al del turista británico medio que en el 68% de las ocasiones se aloja en *hoteles* o similares. Destaca la relevancia de la *vivienda en propiedad* en aquellos que utilizan líneas de bajo coste.

Tipo de alojamiento de los británicos que utilizan líneas de bajo coste y de los británicos en Andalucía. Año 2007

Tipo de alojamiento %	B.bajo coste	T. Británicos
Establecimientos hoteleros	37,1	72,3
Apartamentos alquilados	8,9	10,5
Apartamentos propiedad	21,9	6,8
Apartamentos amigos/familiares	30,0	8,0
Otros	2,2	2,4
Total	100,0	100,0

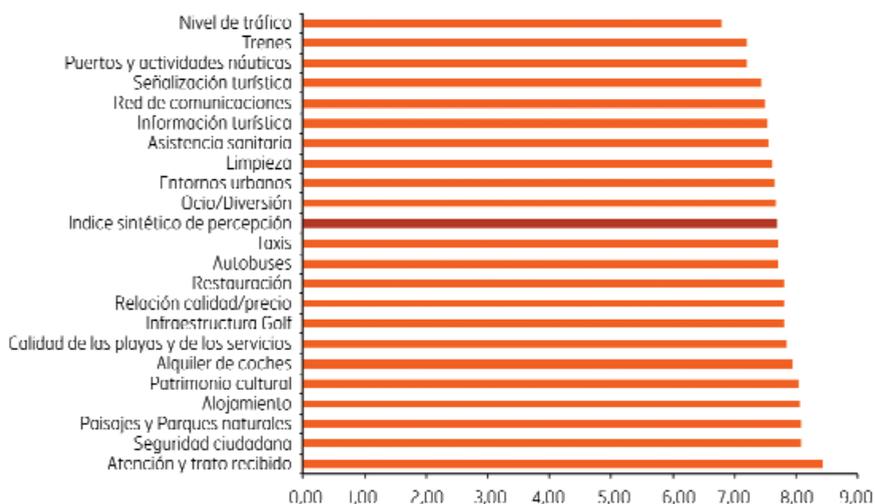
Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. IEA. Instituto de Estadística de Andalucía.

La **organización del viaje** de estos turistas se hace de forma *particular* en el 88,4% de las ocasiones, mientras que la media del turista británico en Andalucía acude con más frecuencia a *intermediarios* para organizar su viaje y sólo el 64% lo hacen de forma particular.

Los turistas británicos que utilizan líneas de bajo coste para acceder a Andalucía viajan **motivados** principalmente para disfrutar de las *vacaciones/ocio*, el 88% de los encuestados así lo afirman, porcentaje similar al total de turistas británicos. En cuanto a los factores determinantes para elegir el destino turístico andaluz, destacan el *clima* (27,8%), la *calidad de vida/hospitalidad* (20,7%), así como la *visita a familiares y amigos* (14,1%).

Los turistas británicos que acceden a Andalucía mediante compañías de bajo coste son los que ofrecen la mejor **valoración** del destino de todas las procedencias analizadas. Los conceptos más valorados son la *Atención y trato recibidos*, la *Seguridad ciudadana* así como los *Paisajes* y los *parques naturales* de Andalucía, todos con puntos superiores a 8 puntos.

Valoración del destino turístico andaluz por los turistas británicos que utilizan compañías de bajo coste



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Casi el 60% de estos turistas han utilizado la experiencia propia como canal de información del destino turístico andaluz, lo que se ve favorecido por la elevada calificación que otorgan estos turistas a Andalucía.

4.2

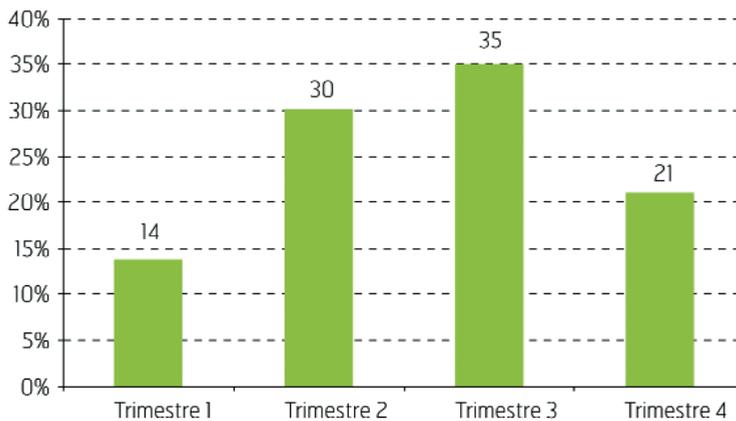
Turismo alemán

4.2. Turismo alemán

Durante el año 2007 llegaron a Andalucía un total de **626.000 turistas alemanes** mediante vuelos de bajo coste, el 11% de las llegadas de turistas en esta modalidad de compañías aéreas.

El turismo alemán que utiliza compañías de bajo coste para acceder a Andalucía presenta un comportamiento bastante estacional, concentrando el 35% de las mismas en el tercer trimestre del año.

Distribución trimestral de las llegadas de turistas alemanes mediante compañías de bajo coste. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El segmento de **edad** más relevante entre estos turistas es el comprendido *entre 30 y 44 años*, al igual de lo que ocurre con la media de turistas alemanes. La preponderancia de este segmento es mayor entre los turistas alemanes que utilizan líneas de bajo coste en comparación con el resto de procedencias extranjeras analizadas, por lo que se configura como un turismo joven.

Casi el 60% de los turistas alemanes se encuentran *ocupados*, trabajando bien por cuenta ajena o propia. A esta **ocupación** le sigue en importancia la de *estudiante*, que supone el 19% de los turistas alemanes, siendo éste porcentaje el mayor entre todas las procedencias analizadas. Dentro de los que se encuentran realizando un trabajo remunerado, la profesión más habitual es la de *Técnicos y profesionales científicos e intelectuales*.

Perfil sociodemográfico de los turistas alemanes que utilizan compañías de bajo coste. Año 2007

Sexo	%
Hombre	50,0
Mujer	50,0
Total	100,0
Edad	%
Menos de 18	14,0
18-29	18,0
30-44	35,0
45-65	25,0
Más de 65	8,0
Total	100,0
Situación Laboral	%
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	60,0
En paro	2,0
Estudiante	19,0
Retirado / Jubilado	13,0
Labores del hogar	5,0
Otras	0,0
Total	100,0
Profesión	%
Dirección empresas y Admon.pub	18,0
Técnicos y prof. científ./intelectuales	40,0
Técnicos y prof. de apoyo (FP)	17,0
Empleados administrativos	12,0
Trabajadores de serv. (rest. pers...)	8,0
Trab. cualificados agric. y pesca	1,0
Artesanos y trab.cualif. industria	0,0
Operadores instal. maquinaria	0,0
Trabajadores no cualificados	1,0
Fuerzas armadas	0,0
Total	100,0

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El **gasto medio diario** de los turistas alemanes que acceden a Andalucía mediante una línea de bajo coste ascendió en el año 2007 a 43,50 euros, por debajo de la media del turista que utiliza este tipo de aerolíneas (63,64 euros), y por debajo de la media del turista alemán (60,18 euros). La mayor parte del presupuesto la dedican a restauración, alcanzando el 34% del mismo.

El número de **días** que, por término medio permanece un turista alemán que ha utilizado una línea de bajo coste en Andalucía es de 11,1 días, muy por encima de la media de los turistas que utilizan estas compañías (9,49 días).

El 48% de estos turistas eligen un **alojamiento** hotelero para su estancia en Andalucía. Este porcentaje es el más elevado de todas las procedencias analizadas en este estudio, no obstante, la mitad de los turistas alemanes que acceden a Andalucía mediante compañías de bajo coste utilizan el alojamiento privado, ya sea propio (20,6%), de amigos o familiares (23%) o alquilado (6,3%). También se aprecia un comportamiento diferencial entre el turista alemán medio y aquel que utiliza líneas de bajo coste, ya que éste mantiene una clara preferencia por el alojamiento privado (50%) frente al turista alemán medio (18,5%).

Tipo de alojamiento de los turistas alemanes que utilizan compañías de bajo coste. Año 2007

Tipo de alojamiento	%
Establecimientos hoteleros	48,1
Apartamentos alquilados	6,3
Apartamentos propiedad	20,6
Apartamentos amigos/familiares	23,0
Otros	1,9
Total	100,0

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La **organización del viaje** de forma particular es la más habitual entre los turistas alemanes, elección realizada por el 73% de ellos, aunque entre los extranjeros es la nacionalidad que más acude a los intermediarios. Los motivos principales del viaje de estos turistas son el ocio o las vacaciones, siendo el clima, la calidad de vida y las playas los motivos principales para elegir Andalucía como destino vacacional.

La **valoración** del destino andaluz por el turista alemán que utiliza compañías de bajo coste alcanza 7,45 puntos en una escala del 1 al 10. Los conceptos más valorados son la *Atención y trato recibido* y el *patrimonio cultural de Andalucía*.

Valoración del destino turístico andaluz por los turistas alemanes que utilizan compañías de bajo coste. Año 2007

Conceptos	Puntos
Alojamiento	8,0
Restauración	7,7
Ocio / Diversión	7,7
Autobuses	7,9
Trenes	7,0
Taxis	6,8
Alquiler de coches	7,9
Calidad de las playas y de los servicios	7,7
Paisajes y Parques naturales	8,0
Entornos urbanos	7,4
Seguridad ciudadana	7,7
Asistencia sanitaria	7,0
Atención y trato recibido	8,2
Relación calidad-precio	7,4
Red de comunicaciones	7,1
Limpieza	7,0
Nivel de tráfico	6,5
Señalización turística	7,3
Información turística	7,6
Patrimonio cultural	8,2
Infraestructura golf	7,5
Puertos y actividades náuticas	6,5
Índice sintético de percepción	7,4

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La *experiencia propia* y la *recomendación de amigos o familiares* son los **canales de información** más utilizados por los alemanes para conocer el destino turístico andaluz, destacando la importancia de *Internet* en el caso del mercado alemán.

Forma de conocer el destino turístico andaluz por los turistas alemanes que utilizan líneas de bajo coste. Año 2007

Canales de información	%
Experiencia propia	46,0
Amigos o familiares	29,3
Anuncios	10,2
Internet	8,2
Agencias de Viajes	7,2
Folletos turísticos	4,1
Otros	0,4

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

5

ANÁLISIS
por aeropuerto

5.1

Aeropuerto
DE ALMERÍA

5.1 Aeropuerto de Almería

- En el aeropuerto de Almería se reciben el **4% de los turistas** que utilizan líneas de bajo coste en Andalucía.
- La mayor parte de los turistas proceden del **Reino Unido** (86%).
- El **motivo** más relevante para elegir Andalucía como destino es el de disfrutar de las vacaciones y el ocio (82%), que junto con las visitas a amigos y familiares (12%), suponen el 94% de todos los motivos.
- La **estancia media** de los turistas es de 10,8 días, por encima de la media de Andalucía (9,5 días).
- El **alojamiento** predominante es el extra-hotelerero (60,3%).
- La **organización del viaje** se hace en su mayoría de forma particular (76,8%), aunque por debajo de la media andaluza.
- El **perfil del turista** que utiliza compañías de bajo coste en el aeropuerto de Almería se caracteriza por tener un trabajo remunerado (52%), aunque también destaca la presencia de retirados/jubilados (18%). Entre aquellos que se encuentran trabajando, las profesiones más habituales son la dirección de las empresas y de la Administración Pública (29,7%) y los técnicos y profesionales científicos e intelectuales (23,9%). Las edades más frecuentes son las comprendidas entre los 45 y 64 años (32,8%), aunque seguido muy de cerca por el segmento comprendido entre los 30 y 44 años (31,1%). No existe diferencia significativa entre la proporción de hombre y de mujeres.
- La **actividad** más habitual entre los turistas de este aeropuerto es el disfrute y uso de la playa (81,7%), porcentaje que se sitúa muy por encima de la media andaluza (65,9%).
- La **valoración** media del destino turístico alcanza 7,2 en una escala del 1 al 10, calificación por debajo de la media andaluza. Los conceptos mejor valorados son el alojamiento, la atención y el trato, la restauración y la relación calidad/precio, todos ellos calificados por encima de los 8 puntos.
- El **grado de fidelidad** de los turistas que acceden a través del aeropuerto de Almería se sitúa por encima de la media: el 68% de ellos han visitado Andalucía en otra ocasión y el 37,8% la visitó durante la misma temporada del año anterior.

■ Los turistas que han estado en Andalucía con anterioridad opinan en su mayoría que la **calidad de la oferta** se mantiene. Los aspectos que, en mayor proporción, consideran que han mejorado son la restauración, la red de comunicaciones y el alojamiento.

■ Baleares se configura como el **destino competidor** más relevante por los turistas de bajo coste que utilizan el aeropuerto de Almería, ya que el 11,6% de los turistas declararon que fue su destino en la misma temporada del año anterior.

■ La **forma de conocer Andalucía** más habitual de los turistas que utilizan el aeropuerto de Almería y las compañías de bajo coste es, al igual que el resto de los turistas, la experiencia propia y la recomendación de amigos o familiares, aunque los anuncios, tanto en prensa como en radio, tienen algo mayor relevancia en este aeropuerto.

■ La **utilización de Internet** alcanza en este aeropuerto el 80,6%, ya sea para consultar, reservar o comprar. La consulta de transporte es la opción más utilizada, de la que hace uso el 53,8% de los turistas que llegan a Almería mediante compañías de bajo coste.

■ Resulta destacable el hecho de que para el 33,4% de estos turistas no existe **vuelo directo** desde su ciudad de origen.

5.2

Aeropuerto
DE GRANADA-JAÉN

5.2 Aeropuerto de Granada-Jaén

- En el aeropuerto de Granada-Jaén se reciben el **4% de los turistas** que utilizan líneas de bajo coste en Andalucía.
- La mayor parte de los turistas proceden del **Reino Unido** (45%), seguidos de los turistas **españoles** (38%), de los cuales el 98% proceden de Cataluña.
- El **motivo** más relevante para elegir Andalucía como destino es el de disfrutar de las vacaciones y el ocio (55%), que junto con las visitas a amigos y familiares (29%), suponen el 84% de todos los motivos. Los estudios atraen a este destino al 5% de los turistas.
- La **estancia media** de los turistas es de 10,5 días, por encima de la media de Andalucía (9,5 días).
- El **alojamiento** predominante es el extra-hotelerero (63,6%), con mayor presencia que en el resto de los aeropuertos.
- La **organización del viaje** se hace casi en su totalidad de forma particular (95,6%), siendo el aeropuerto en el que mayor importancia tiene esta opción.
- El **perfil del turista** que utiliza compañías de bajo coste en el aeropuerto de Granada-Jaén se caracteriza por ser un turista joven, ya que el 35,7% de ellos se encuentra en el intervalo de edad comprendido entre 18 y 29 años. La mayor parte de ellos tienen un trabajo remunerado (51%), aunque también destaca la presencia de estudiantes (24%). Entre aquellos que se encuentran trabajando, las profesiones más habituales son Técnico y profesionales científicos e intelectuales (32,3%). La presencia de hombres (52%) es ligeramente superior a la de mujeres.
- Las **actividades** más habituales entre los turistas de este aeropuerto son las visitas a monumentos y museos (52%) y las compras (48,9%).
- La **valoración** media del destino turístico alcanza 8,1 puntos en una escala del 1 al 10, obteniendo la calificación más elevada entre todos los aeropuertos andaluces. Los conceptos mejor valorados son el patrimonio cultural, con 9 puntos, así como los paisajes y parques naturales con 8,7 puntos.
- En cuanto al **grado de fidelidad** de los turistas que acceden a través del aeropuerto de Granada-Jaén cabe decir que el 65,2% de ellos han visitado Andalucía en otra ocasión y el 34,8% la visitó durante la misma temporada del año anterior.

■ Los turistas que han estado en Andalucía con anterioridad opinan en su mayoría que la **calidad de la oferta** se mantiene, excepto en el caso de la red de comunicaciones, para la que una mayor proporción opina que ha mejorado. En cuanto al nivel de precios, un 37% de los turistas que utilizan el aeropuerto de Granada-Jaén opinan que ha empeorado.

■ Italia se configura como el **destino competidor** más relevante por los turistas de bajo coste que utilizan el aeropuerto de Granada-Jaén, ya que el 4,3% de los turistas declararon que fue su destino en la misma temporada del año anterior.

■ La **forma de conocer Andalucía** más habitual de los turistas que utilizan el aeropuerto de Granada-Jaén y las compañías de bajo coste es, al igual que el resto de los turistas, la experiencia propia y la recomendación de amigos o familiares.

■ La **utilización de Internet** alcanza en este aeropuerto el 92,8%, ya sea para consultar, reservar o comprar, el porcentaje mayor entre todos los aeropuertos andaluces. La consulta, reserva y compra del transporte es la opción más utilizada, de la que hace uso más del 74% de los turistas que llegan a Granada-Jaén mediante compañías de bajo coste.

■ Resulta destacable el hecho de que para el 30,4% de estos turistas no existe **vuelo directo** desde su ciudad de origen.

5.3

Aeropuerto
DE JEREZ

5.3 Aeropuerto de Jerez

- En el aeropuerto de Jerez se reciben el **6% de los turistas** que utilizan líneas de bajo coste en Andalucía.
- La mayor parte de los turistas proceden de **Alemania** (44%), seguidos de los turistas **españoles** (32%), de los cuales el 52% proceden de Madrid.
- El **motivo** más relevante para elegir Andalucía como destino es el de disfrutar de las vacaciones y el ocio (77%), que junto con las visitas a amigos y familiares (13%), suponen el 90% de todos los motivos.
- La **estancia media** de los turistas es de 7,5 días, por debajo de la media de Andalucía (9,5 días).
- El **alojamiento** predominante es el hotelero (61,4%), siendo, después del aeropuerto de Sevilla, el que mayor relevancia de este tipo de alojamiento presenta.
- La **organización del viaje** se hace en su mayoría de forma particular (68,8%), aunque éste es el aeropuerto en el que mayor importancia tiene la utilización de agencias de viajes.
- El **perfil del turista** que utiliza compañías de bajo coste en el aeropuerto de Jerez se caracteriza por ser un turista joven, ya que el 74,5% de ellos son menores de 45 años. La mayor parte de ellos tienen un trabajo remunerado (69%). Entre aquellos que se encuentran trabajando, las profesiones más habituales son Técnico y profesionales científicos e intelectuales (32,6%).
- Las **actividades** más habituales entre los turistas de este aeropuerto son el disfrute y uso de la playa (63,8%) y las compras (56,8%).
- La **valoración** media del destino turístico alcanza 7,7 puntos en una escala del 1 al 10, por encima de la media andaluza. Los conceptos mejor valorados son las playas (8,8), el alojamiento (8,7) y la atención y trato (8,6).
- En cuanto al **grado de fidelidad** de los turistas que acceden a través del aeropuerto de Jerez cabe decir que el 54,4% de ellos han visitado Andalucía en otra ocasión, el porcentaje más bajo de todos los aeropuertos andaluces. El 26,2% la visitó durante la misma temporada del año anterior.
- Los turistas que han estado en Andalucía con anterioridad opinan en su mayoría que la **calidad de la oferta** se mantiene.

■ Italia y Francia se configuran como los **destinos competidores** más relevantes por los turistas de bajo coste que utilizan el aeropuerto de Jerez, ya que el 6,8% y el 5,8% respectivamente eligieron estos destinos en la misma temporada del año anterior.

■ La **forma de conocer Andalucía** más habitual de los turistas que utilizan el aeropuerto de Jerez y las compañías de bajo coste es, al igual que el resto de los turistas, la experiencia propia y la recomendación de amigos o familiares. Destaca la mayor relevancia en este aeropuerto de las agencias de viaje, en concordancia con la mayor utilización de éstas a la hora de contratar el viaje.

■ La **utilización de Internet** alcanza en este aeropuerto el 75%, ya sea para consultar, reservar o comprar, siendo junto con el de Sevilla, el que menor porcentaje presenta entre todos los aeropuertos andaluces. Destaca el hecho de que es la consulta de transporte y alojamiento conjuntamente la opción para la que más se utiliza Internet, de la que hace uso el 33% de los turistas que llegan a Jerez mediante compañías de bajo coste.

■ Para el 68,7% de estos turistas existe **vuelo directo** desde su ciudad de origen.

5.4

Aeropuerto
DE MÁLAGA

5.4 Aeropuerto de Málaga

- En el aeropuerto de Málaga se reciben el **69% de los turistas** que utilizan líneas de bajo coste en Andalucía.
- Este aeropuerto presenta una mayor **distribución entre nacionalidades** que el resto de aeropuertos, siendo el Reino Unido la procedencia más numerosa (53%), seguida de España (12%), Alemania (12%), e Irlanda (10%).
- El **motivo** más relevante para elegir Andalucía como destino es el de disfrutar de las vacaciones y el ocio (84%).
- La **estancia media** de los turistas es de 10,1 días, por encima de la media de Andalucía (9,5 días).
- El **alojamiento** predominante es el extra-hotelerero (62,7%), siendo, después del aeropuerto de Granada-Jaén, el que mayor relevancia de este tipo de alojamiento presenta.
- La **organización del viaje** se hace en su mayoría de forma particular (85,3%).
- El **perfil del turista** que utiliza compañías de bajo coste en el aeropuerto de Málaga se caracteriza por ser mujer en su mayoría (52%). En este aeropuerto la proporción de turistas mayores de 45 años es la mayor (43,2%) entre todos los aeropuertos andaluces. La mayor parte de ellos tienen un trabajo remunerado (54%). Entre aquellos que se encuentran trabajando, las profesiones más habituales son Técnico y profesionales científicos e intelectuales (37,9%).
- Las **actividades** más habituales entre los turistas de este aeropuerto son las compras, practicadas por casi la totalidad de ellos (91,7%), y el disfrute y uso de la playa (78,8%).
- La **valoración** media del destino turístico alcanza 7,5 puntos en una escala del 1 al 10, al mismo nivel que la media andaluza. Los conceptos mejor valorados son la atención y trato (8,3), el alquiler de coches (8,1) y la el patrimonio cultural (8).
- En cuanto al **grado de fidelidad** de los turistas que acceden a través del aeropuerto de Málaga cabe decir que el 66,6% de ellos han visitado Andalucía en otra ocasión, proporción situada por encima de la media andaluza. El 41% la visitó durante la misma temporada del año anterior, cifra por encima de la correspondiente al resto de aeropuertos.

- Los turistas que han estado en Andalucía con anterioridad opinan en su mayoría que la calidad de la oferta se mantiene.
- Canarias e Italia se configuran como los destinos competidores más relevantes por los turistas de bajo coste que utilizan el aeropuerto de Málaga.
- La forma de conocer Andalucía más habitual de los turistas que utilizan el aeropuerto de Málaga y las compañías de bajo coste es, al igual que el resto de los turistas, la experiencia propia (ésta en una proporción mayor que en el resto de los aeropuertos) y la recomendación de amigos o familiares.
- La utilización de Internet alcanza en este aeropuerto el 92,3%, ya sea para consultar, reservar o comprar, siendo junto con el de Granada-Jaén, el que mayor porcentaje presenta de uso. Es la consulta, reserva y compra de transporte la opción para la que más se utiliza Internet, alcanzado el 64,7% en la compra del transporte por Internet.
- Para el 88% de estos turistas existe **vuelo directo** desde su ciudad de origen.

5.5

Aeropuerto
DE SEVILLA

5.5 Aeropuerto de Sevilla

- En el aeropuerto de Sevilla se reciben el **17% de los turistas** que utilizan líneas de bajo coste en Andalucía.
- En este aeropuerto el 63% de los turistas son españoles, seguidos por los franceses (12%) y por los británicos (11%). Entre los españoles, el 88% de ellos proceden de Cataluña.
- El **motivo** más relevante para elegir Andalucía como destino es el de disfrutar de las vacaciones y el ocio (51%), aunque es destacable que el 31% de los turistas lo hacen por motivos relacionados con el trabajo o los negocios, siendo este porcentaje el más elevado entre todos los aeropuertos andaluces.
- La **estancia media** de los turistas es de 7,1 días, la más baja de todos los aeropuertos investigados.
- El **alojamiento** predominante es el hotelero (70,3%), situándose muy por encima del resto de aeropuertos.
- La **organización del viaje** se hace en su mayoría de forma particular (68,8%), aunque los que acuden a un intermediario en este aeropuerto suponen una proporción mayor que en el resto.
- El **perfil del turista** que utiliza compañías de bajo coste en el aeropuerto de Sevilla se caracteriza por ser hombre en su mayoría (58%). En este aeropuerto la proporción de turistas entre 18 y 44 años es la mayor (68,6%) entre todos los aeropuertos andaluces. La mayor parte de ellos tienen un trabajo remunerado (71%). Entre aquellos que se encuentran trabajando, las profesiones más habituales son Técnico y profesionales científicos e intelectuales (40,7%).
- Las **actividades** más habituales entre los turistas de este aeropuerto son las visitas a monumentos y museos (58,3%), y el disfrute y las compras (22%).
- La **valoración** media del destino turístico alcanza 7,7 puntos en una escala del 1 al 10, superior a la media andaluza.
- En cuanto al **grado de fidelidad** de los turistas que acceden a través del aeropuerto de Sevilla cabe decir que el 58,% de ellos han visitado Andalucía en otra ocasión, y que el 18% la visitó durante la misma temporada del año anterior, cifra por debajo al resto de aeropuertos.

- Los turistas que han estado en Andalucía con anterioridad opinan en su mayoría que la **calidad de la oferta** mejora, destacando el caso de la comida, el alojamiento, la red de comunicaciones y el trato recibido.
- Italia y Cataluña se configuran como los **destinos competidores** más relevantes por los turistas de bajo coste que utilizan el aeropuerto de Sevilla.
- La **forma de conocer Andalucía** más habitual de los turistas que utilizan el aeropuerto de Sevilla y las compañías de bajo coste es, al igual que el resto de los turistas, la experiencia propia y la recomendación de amigos o familiares.
- La **utilización de Internet** alcanza en este aeropuerto el 69,8%, ya sea para consultar, reservar o comprar, siendo el aeropuerto que menor porcentaje presenta de uso.
- Para el 93,2% de estos turistas existe **vuelo directo** desde su ciudad de origen.

5.6

ANÁLISIS COMPARATIVO
por aeropuertos

5.6 Análisis comparativo por aeropuertos

En los aeropuertos andaluces la mayoría de los turistas que utilizan líneas de bajo coste son **extranjeros**, exceptuando el aeropuerto de Sevilla, en el que el 63% de ellos son españoles. Destacan el predominio de turistas británicos en los aeropuertos de Almería, Málaga y Granada-Jaén. Los alemanes son los turistas más numerosos en el aeropuerto de Jerez.

Son los aeropuertos de Sevilla, Granada-Jaén y Jerez los más relevantes en cuanto a turistas **españoles** que utilizan compañías de bajo coste. Mientras que para los dos primeros son los turistas catalanes los más numerosos, en el aeropuerto de Jerez son los madrileños los más cuantiosos.

En cuanto a **motivación** de los turistas, son los aeropuertos de Málaga, Almería y Jerez los que destacan en cuanto a turistas vacacionales, mientras es en el aeropuerto de Sevilla donde mayor motivo laboral declaran los turistas que utilizan las líneas de bajo coste.

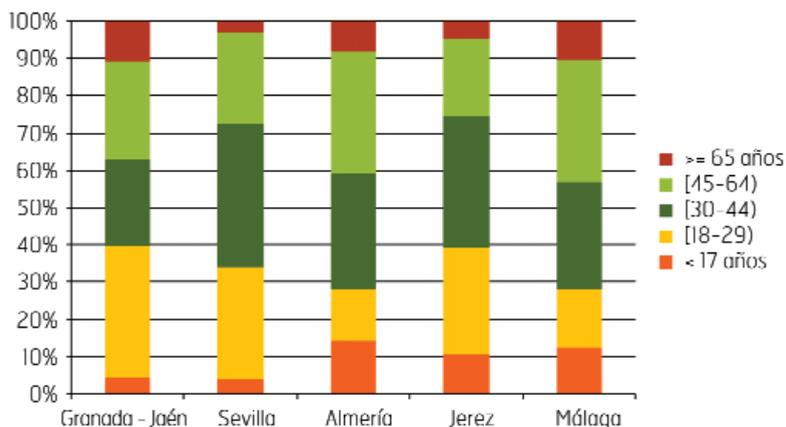
Las estancias más elevadas las realizan los turistas que utilizan los aeropuertos de Almería, Granada-Jaén y Málaga. En el aeropuerto de Sevilla la **estancia media** registrada es la menor, con 7,1 días.

En cuanto al **tipo de alojamiento**, las estancias más largas coinciden con la elección de alojamiento extrahotelero, y, en concreto con la vivienda ya sea alquilada, en propiedad o de amigos y familiares, lo que ocurre especialmente en los turistas que utilizan los aeropuertos de Granada-Jaén, Málaga y Almería.

La **organización particular** resulta especialmente relevante en el aeropuerto de Granada-Jaén, opción elegida por el 96% de los turistas. También en el aeropuerto de Málaga esta opción alcanza el 85,3%.

En los aeropuertos de Granada-Jaén y Jerez aproximadamente el 40% de los turistas tienen menos de 30 años, por el contrario en los aeropuertos de Málaga y Almería más del 40% de los turistas tienen más de 45 años.

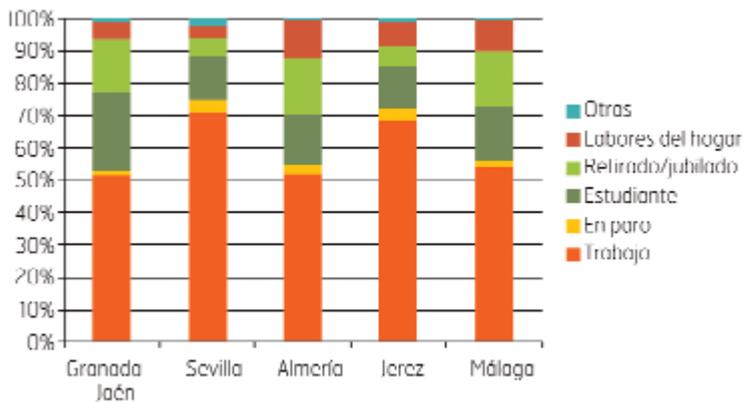
Distribución porcentual por edad de los turistas que utilizan líneas de bajo coste por aeropuerto. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Es en el aeropuerto de Jerez en el que mayor proporción de turistas con *trabajo remunerado* se encuentran. La mayor proporción de turistas *estudiantes* se encuentran en el aeropuerto de Granada-Jaén, en el que también aparece un importante porcentaje de *retirados/jubilados* junto con los aeropuertos de Almería y Málaga.

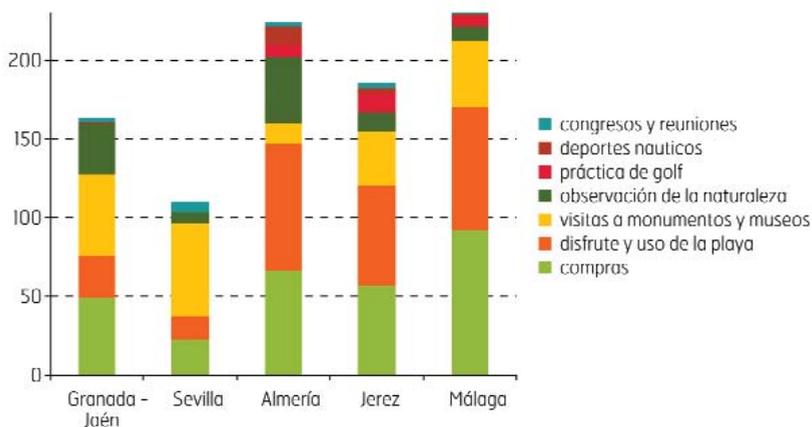
Distribución porcentual por situación laboral de los turistas que utilizan líneas de bajo coste por aeropuerto. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

En cuanto a las **actividades** realizadas por los turistas que utilizan compañías de bajo coste, destacan las *compras* para los que llegaron al aeropuerto de Málaga, también en este aeropuerto destaca el *disfrute y uso de la playa*, así como en el de Jerez y Almería. En Sevilla y Granada-Jaén las *visitas a monumentos y museos* cobran especial relevancia, mientras que la *observación de la naturaleza* destaca en Almería y en Granada-Jaén.

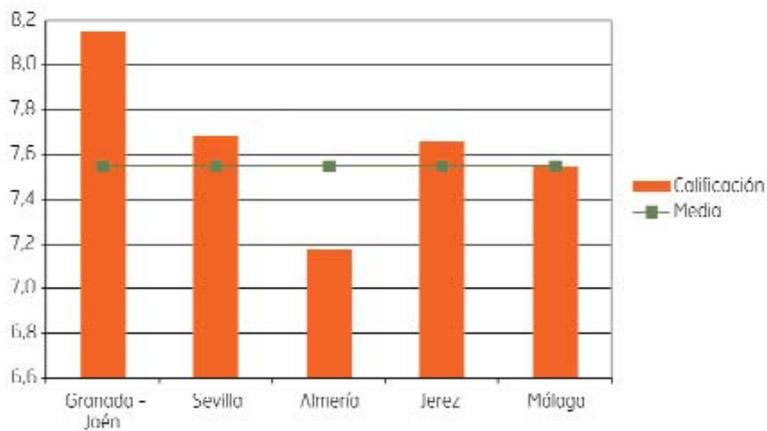
Distribución porcentual de actividades realizadas por los turistas que utilizan líneas de bajo coste por aeropuerto. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Los turistas que han utilizado líneas de bajo coste en el aeropuerto de Granada-Jaén son los que mejor **opinión** se han llevado del **destino turístico andaluz**, también los de Sevilla y Jerez otorgan una calificación por encima de la media de Andalucía. Los aspectos mejor valorados son el *patrimonio cultural* en Granada y en Sevilla, así como los *paisajes y parques naturales* entre los que han accedido a Andalucía por el aeropuerto de Jerez. Para los de Almería el concepto mejor valorado ha sido el *alojamiento* y en el de Málaga destaca la *atención y trato*.

Valoración (1 a 10 puntos) del destino turístico andaluz por aeropuerto de los turistas que utilizan líneas de bajo coste. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

En los aeropuertos de Málaga, Granda-Jaén y Almería son en los que el turista que utiliza líneas de bajo coste mantiene un mayor **grado de fidelidad**.

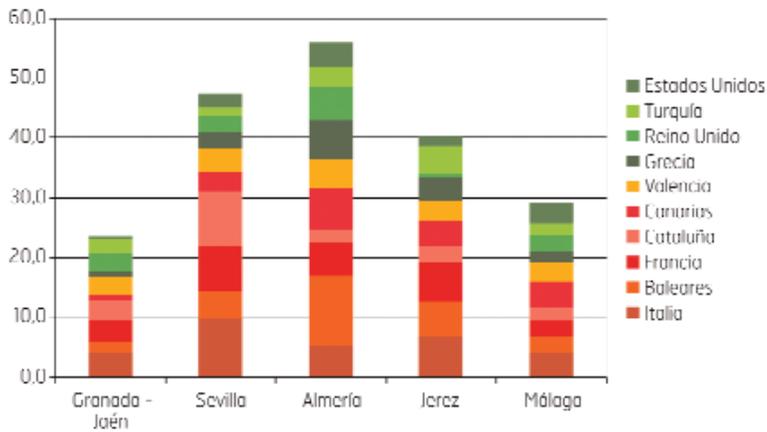
Distribución porcentual de turistas que viajaron a Andalucía en la misma temporada del año anterior. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Entre los principales **destinos competidores** para los destinos andaluces destaca *Italia* para aquellos turistas que utilizaron compañías de bajo coste para acceder a los aeropuertos de Granada, Sevilla y Jerez, *Baleares* y *Canarias* para Almería y Málaga así como *Cataluña* para Sevilla.

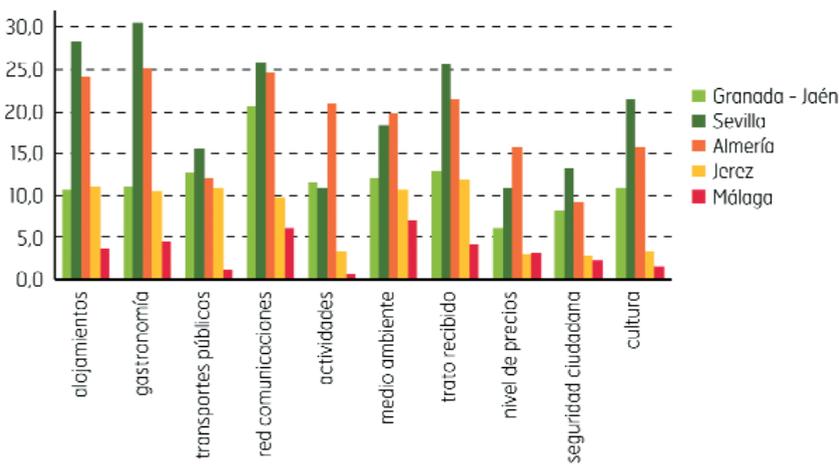
Distribución porcentual de los destinos turísticos visitados en la misma temporada del año anterior por los turistas que utilizan líneas de bajo coste. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Para aquellos turistas que han estado en otra ocasión en Andalucía, los aspectos en los que aprecian una **mejora** más significativa son en la *gastronomía*, en el *alojamiento*, en la *red de comunicaciones* y en el *trato recibido* sobre todo en los aeropuertos de Sevilla y Almería.

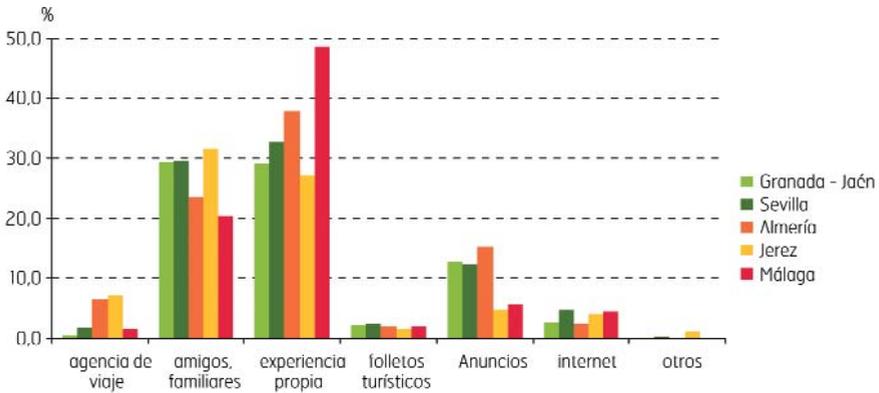
Aspectos que han mejorado según los turistas que han visitado Andalucía anteriormente. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La *experiencia propia* y la *recomendación de amigos y familiares* son las formas más habituales de **conocer el destino turístico andaluz**. Las agencias de viajes mantienen una mayor relevancia en los aeropuertos de Almería y Jerez. En Granada-Jaén, Sevilla y Almería los *anuncios*, ya sean en radio, prensa o televisión, mantienen una mayor relevancia.

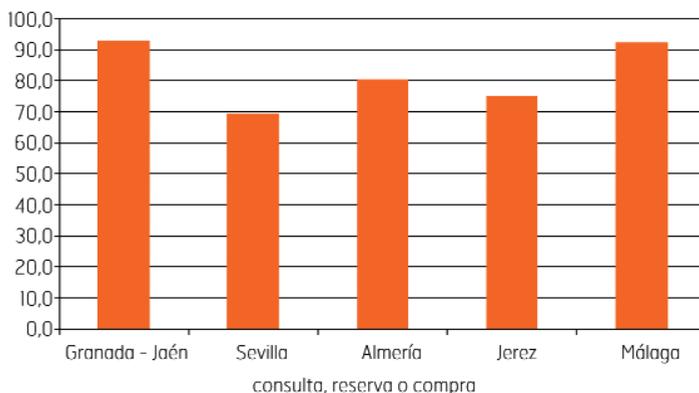
Distribución porcentual de los turistas según forma de conocer el destino turístico andaluz. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Los turistas que utilizan las compañías de bajo coste utilizan **Internet** muy habitualmente, ya sea para consultar, reservar o comprar; destacando aquellos que han accedido a través de los aeropuertos de Granada-Jaén y de Málaga, en los que la proporción supera el 90%.

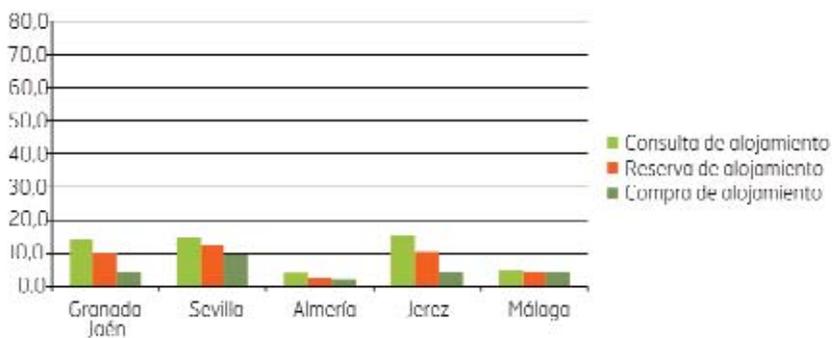
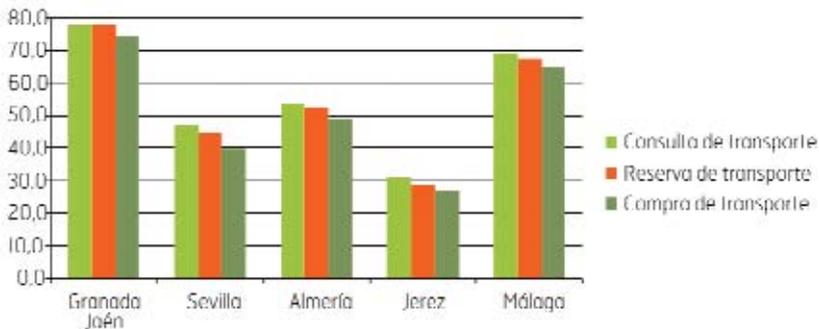
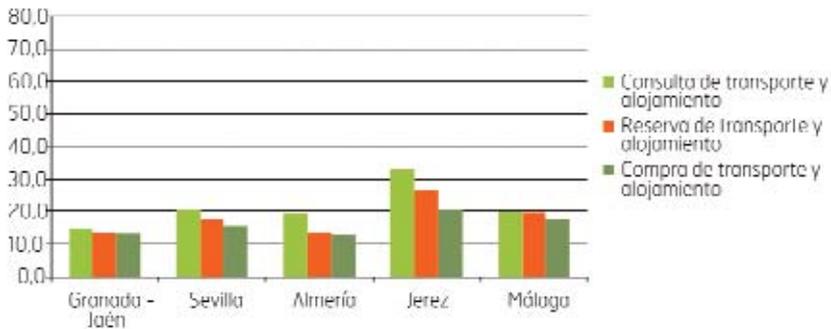
Utilización de Internet por los turistas que acceden a Andalucía mediante compañías de bajo coste. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

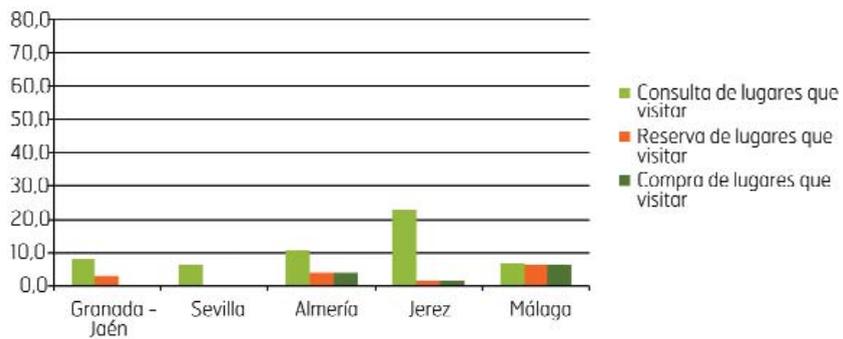
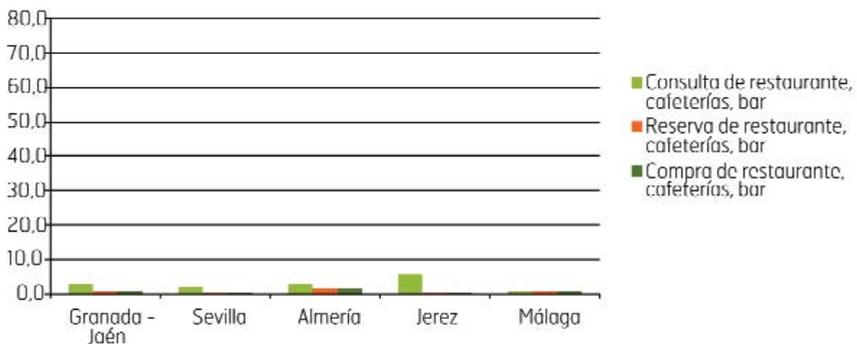
La utilización de Internet para el transporte de forma independiente alcanza niveles mucho más elevados que cualquiera de las demás opciones. La compra del transporte mediante Internet, se encuentra en niveles muy similares a la consulta o reserva, destacando el caso del aeropuerto de Granada-Jaén en el que la compra del transporte por Internet supera el 70%. El uso de Internet para la consulta, reserva o compra del transporte y alojamiento conjuntamente es más habitual entre los turistas del aeropuerto de Jerez. La consulta de alojamiento mediante Internet se sitúa como máximo en torno al 15% para el caso de los turistas de los aeropuertos de Sevilla, Jerez y Granada-Jaén, aunque la compra no llega al 10% en ninguno de los casos. Para el caso de la oferta de restauración, el uso de Internet es menor, ya que nunca supera el 6%, mientras que la consulta de lugares que visitar alcanza mayores porcentajes, sobre todo para aquellos turistas que utilizan líneas de bajo coste en el aeropuerto de Jerez.

Utilización de Internet por los turistas que acceden a Andalucía mediante compañías de bajo coste. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Utilización de Internet por los turistas que acceden a Andalucía mediante compañías de bajo coste. Año 2007



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

