



Balance
del **Año**
Turístico
en **Andalucía**
2013

Capítulo 3.1. La evolución del mercado
español y extranjero

Capítulo 3.2. Mercado español

Edita

Consejería de Turismo y Comercio
Calle Juan Antonio de Vizarrón, s/n. Edificio Torretriana
41092 Sevilla
correo-e: publicaciones.ctc@juntadeandalucia.es

Elaboración

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.
Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía
Calle Compañía, 40
29008 Málaga
Teléfono: 951 299 300
Fax: 951 299 315
correo-e: saeta@andalucia.org
www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio
www.andalucia.org

Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Comercio e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones.

<http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio/publicaciones>

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

3. MERCADOS TURÍSTICOS

En primer lugar se analiza la evolución del mercado español y extranjero en Andalucía, posteriormente se desarrolla un análisis de las principales procedencias: Españoles, británicos y alemanes.

3.1. EVOLUCIÓN DEL MERCADO ESPAÑOL Y EXTRANJERO

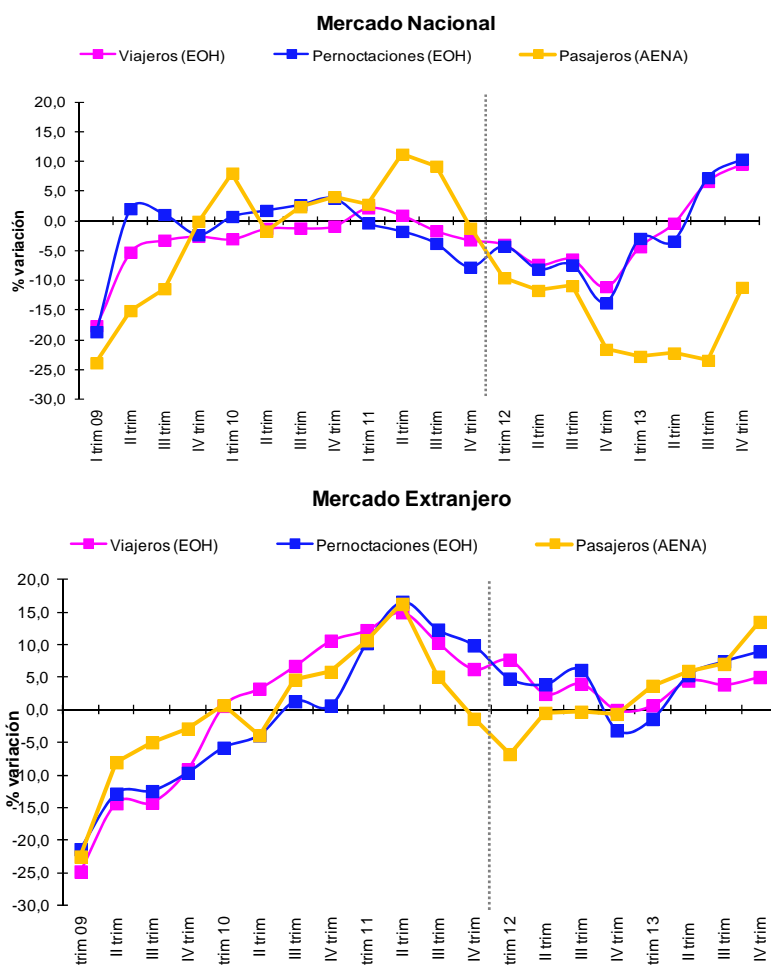
El año 2013 se ha caracterizado por dos periodos diferenciados. Por un lado, el primer cuatrimestre que continuaba mostrando los síntomas de la crisis turística iniciada en 2008 y el cambio de tendencia que el turismo muestra a partir de mayo de 2013, donde mes a mes se fue consolidando la recuperación de la actividad turística y ha permitido cerrar el año con cifras positivas en la demanda turística, en general y en el movimiento hotelero, en particular.

Andalucía cierra el ejercicio **2013** con **un total de 22,4 millones de turistas**, continuando la senda de recuperación y situándose a niveles de 2009, siendo el protagonista del cambio de tendencia del turismo en Andalucía el **mercado nacional**, mientras el turismo extranjero mantiene su fortaleza. Se cierra el año con un total de **14,2 millones de turistas españoles (+4,2%)** y **8,2 millones de turistas extranjeros (+3,6%)**.

El mercado extranjero ha registrado crecimientos en las principales variables turísticas desde el inicio del ejercicio 2010, acelerándose ese crecimiento en 2011, llegando a alcanzar sus mejores cifras en el II trimestre de ese año con tasas superiores al 15%. En 2012 se desacelera el crecimiento, mientras que en 2013 vuelve a recuperar su senda alcista.

El mercado español ha permanecido muy débil en Andalucía, desde el inicio de 2010 las tasas de variación de los principales indicadores, o bien se mantienen en niveles positivos muy discretos, o bien recogen moderados descensos. La situación en 2012 empeora al registrar tasas negativas de dos dígitos en el IV trimestre y es a partir del III trimestre de 2013 cuando el mercado nacional comienza a mostrar síntomas de recuperación, exceptuando el movimiento aeroportuario.

Evolución trimestral del número de pasajeros en aviones, viajeros y pernoctaciones hoteleras en Andalucía según mercados. Tasas de variación.



Fuentes: AENA, EOH (INE)

En el análisis de la **demanda en establecimientos reglados** en 2013 por procedencia se observa que las pernoctaciones presentan incrementos en todas las tipologías de alojamiento reglado tanto para viajeros españoles como extranjeros (con la única excepción de los campings por parte del mercado nacional), si bien es cierto que los crecimientos son más intensos en el turismo extranjero.

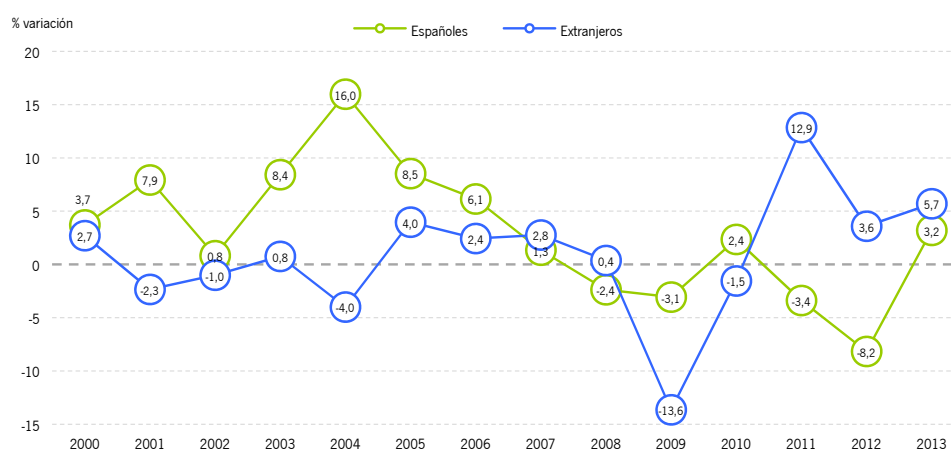
**Pernoctaciones en alojamientos reglados.
Distribución por tipología y procedencia. Tasa Variación 2013/2012**

PERNOCTACIONES	Nacionales		Extranjeros	
	Año 2013	% var.	Año 2013	% var.
Hoteles	21.779.075	3,2	21.242.289	5,7
Apartamentos	2.522.225	1,8	4.269.208	11,9
Campings	1.881.332	-7,4	1.397.923	0,7
T. Rural	357.023	2,2	286.926	13,4
Alojamiento Reglado	26.539.655	2,3	27.196.346	6,5

Fuente: Encuestas de Ocupación. INE

Centrando el análisis en el **movimiento hotelero**, tanto el mercado extranjero como el nacional en 2013 muestran tasas de crecimiento positivas, destacando el caso de los extranjeros, cuyo crecimiento se repite por tercer año, mientras que el nacional ofrece su primer saldo positivo tras dos años de descensos.

**Evolución del movimiento hotelero en Andalucía.
% variación pernoctaciones españolas y extranjeras. Años 2000 – 2013.**



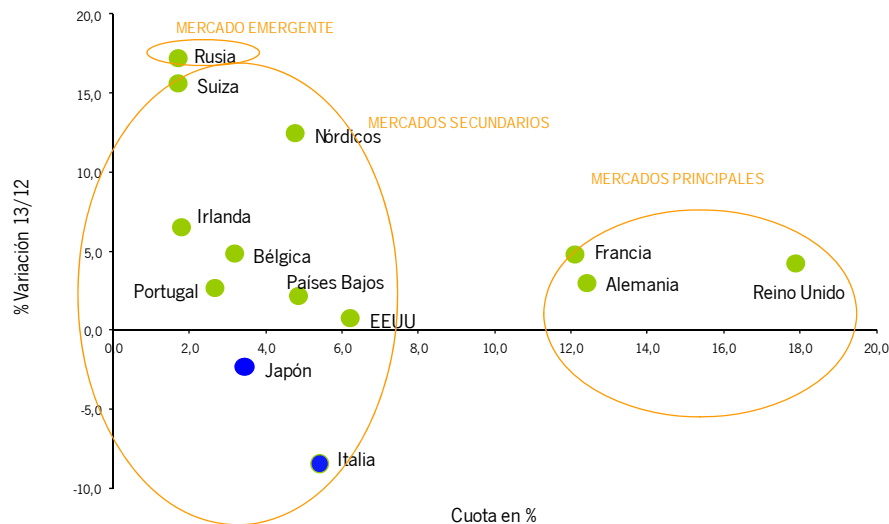
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Los viajeros procedentes de España, Reino Unido y Alemania realizaron conjuntamente el 72% del total de pernoctaciones registradas en Andalucía en 2013, clara muestra de la importancia de estos mercados para el movimiento hotelero de la Comunidad. Por separado, el turismo hotelero nacional representa el 50,6% del total, mientras que británicos y alemanes concentran el 12,4% y el 8,8% respectivamente.

En 2013, el crecimiento del mercado extranjero ha sido generalizado, no sólo se han registrado buenos resultados en nuestros principales mercados (Reino Unido, Alemania y especialmente Francia), sino que los emisores secundarios registran también aumentos, destacándose Suiza y Países Nórdicos.

En cuanto a los mercados emergentes, continúa siendo protagonista indiscutible Rusia, que vuelve a registrar tasas de crecimiento a dos dígitos (+18% en viajeros) y poco a poco va tomando protagonismo en el mapa del turismo extranjero andaluz, aunque en menor medida de lo que ocurre en España, donde se sitúa como cuarto mercado extranjero con una cuota del 5%.

***Agrupación de mercados extranjeros por su participación y tasa de variación.
Movimiento hotelero en Andalucía. Año 2013.***



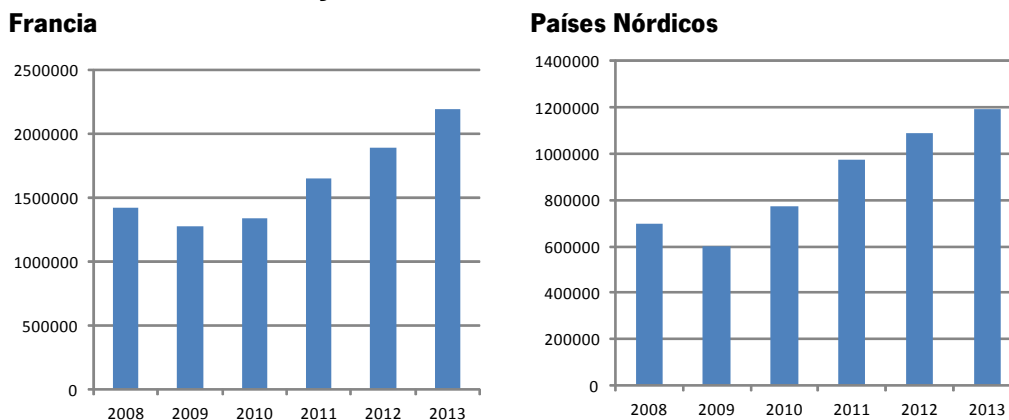
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Así, los hoteles y pensiones de Andalucía han registrado un total de 2,2 millones de pernoctaciones de viajeros **franceses**, lo que supone un incremento del +15,8% respecto a las cifras del año 2012. Otro de los mercados que ha registrado cifras positivas han sido los **Países Nórdicos**, que alcanzan 1,2 millones de noches en hoteles andaluces, destacando Suecia y Noruega con tasas superiores al 20%, Finlandia con un crecimiento +11,8% que conjuntamente compensan la caída del mercado danés (-18,3%). Otro mercado secundario a destacar en 2013 pese a su reducida cuota de mercado es **Suiza** que registra un crecimiento en pernoctaciones del +25,6%.

En sentido contrario y dentro de los principales mercados para Andalucía han reducido sus viajeros en establecimientos hoteleros **Japón** y especialmente **Italia** que registra caídas en dos años consecutivos.

En la evolución de estos mercados cabe destacar la solidez que presentan mercados como Francia o los Países Nórdicos en los últimos años.

***Evolución pernoctaciones en establecimientos hoteleros andaluces.
Francia y Países Nórdicos. Años 2008 – 2013.***



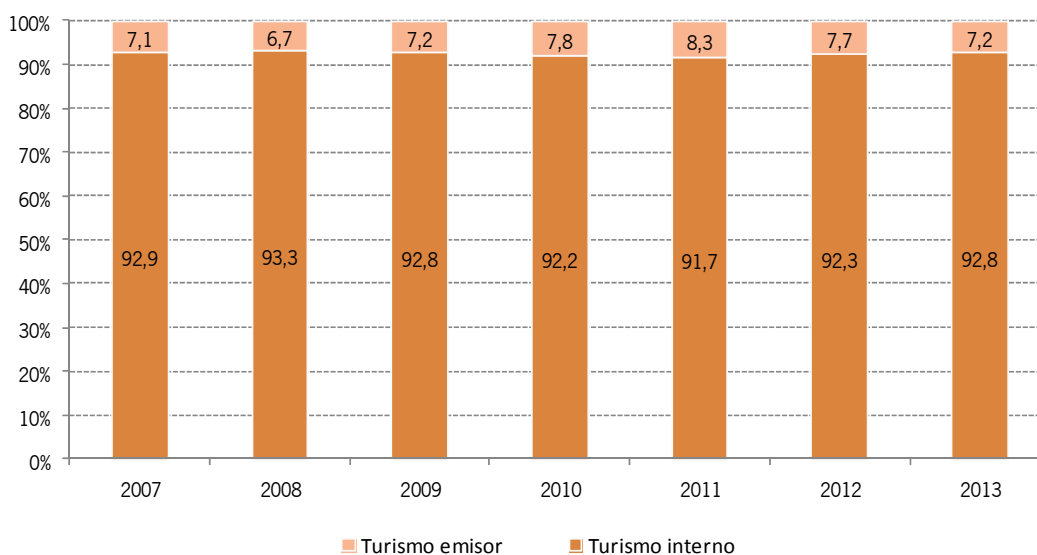
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

3.2. MERCADO ESPAÑOL

Flujos turísticos

Tradicionalmente el mercado nacional se ha caracterizado principalmente por su alto porcentaje de viajes internos, aproximadamente 9 de cada 10 viajes se realizan dentro del país, solo el 10% tienen como destinos otros países, tal y como muestra el siguiente gráfico.

***Distribución (%) de los viajes de los españoles según destino interno o emisor.
Años 2007 – 2013.***



Fuente: Familitur (IET)

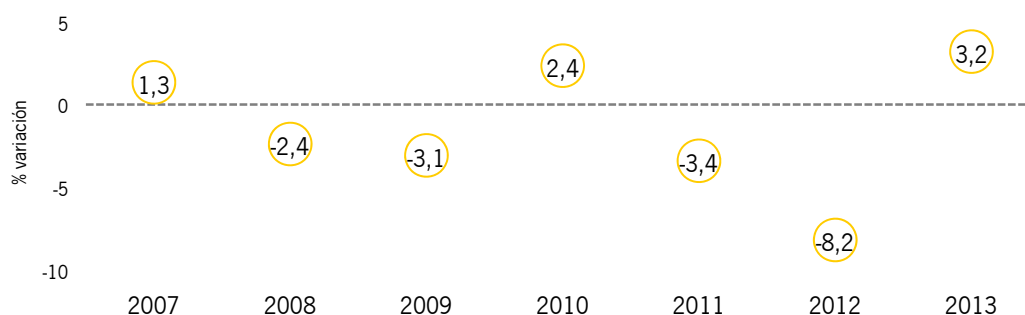
En sus viajes al exterior, Europa es el principal destino para los turistas españoles, siendo Francia, Portugal e Italia los países más visitados. Fuera de Europa, destacan Marruecos y Estados Unidos. Cataluña es la región que emite más turismo al extranjero seguida de Madrid.

Madrid, Cataluña, Andalucía y Comunidad Valenciana fueron las Comunidades Autónomas que emitieron mayor número de viajes turísticos concretamente el 60,3% del total. Por encima de la media también se sitúa Castilla y León.

La costa mediterránea continúa un año más siendo la zona preferida para viajar, Comunidades como Andalucía, Cataluña y Comunidad Valenciana son las elegidas principalmente por los turistas españoles. Tras éstas, se sitúan Castilla y León, Castilla-La Mancha y la Comunidad de Madrid.

Asimismo, y como viene siendo habitual, Andalucía es la primera Comunidad Autónoma Turística en el **movimiento hotelero** de los españoles, con una cuota del 22%, seguida a distancia de la C. Valenciana (14,3%) y Cataluña (13,0%). En 2013 el turismo hotelero nacional presenta descensos en las principales CC.AA. turísticas, salvo en la C. Valenciana que se ha mantenido (+0,5%) y en Andalucía donde ha crecido un +3,2% respecto a 2012. Este crecimiento supone el regreso a tasas de evolución positivas, tras dos años consecutivos de descensos, y convierte al destino andaluz en el líder de la recuperación del mercado nacional en España, cerrando así un balance global más positivo que el resto de los principales destinos turísticos españoles.

**% Variación pernoctaciones nacionales en establecimientos hoteleros andaluces.
Años 2007 – 2013.**



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

El 46,7% de las pernoctaciones de españoles registradas en hoteles y pensiones de Andalucía en el año 2013 procedían de la propia Comunidad, seguidos a gran distancia de los madrileños, que representan el 18% de las pernoctaciones nacionales. La cuota de andaluces ha descendido dos puntos respecto al año 2012, mientras que la de madrileños se ha incrementado en 0,7 puntos, gracias al crecimiento del +7,3% experimentado en esta procedencia.

La siguiente tabla muestra como el número de pernoctaciones procedentes de los principales emisores de turismo nacional para Andalucía han presentado crecimientos respecto a 2012, así como el descenso registrado por los propios turistas andaluces en los hoteles y pensiones de la Comunidad.

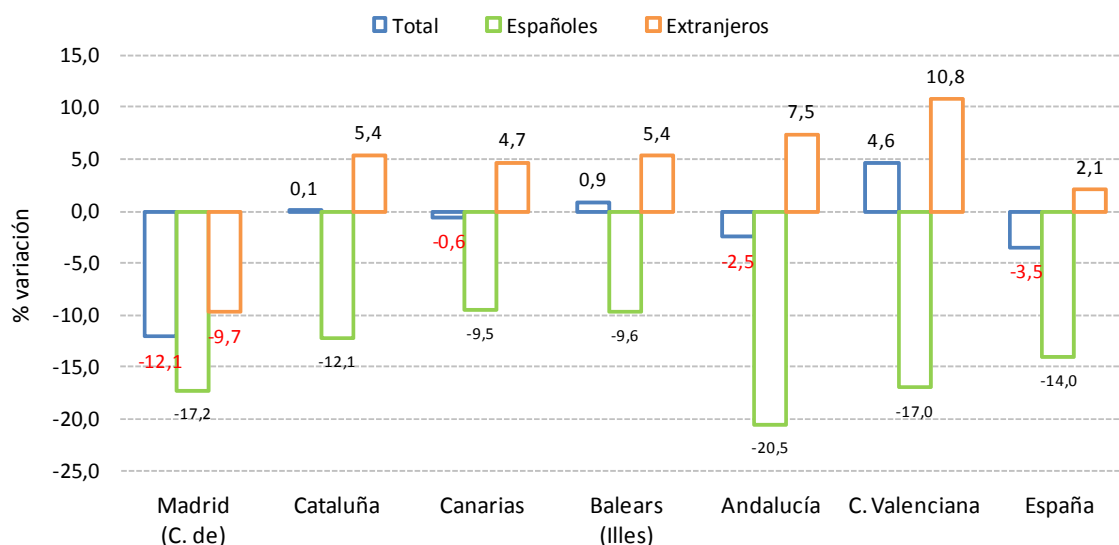
**Pernoctaciones nacionales registradas en los establecimientos hoteleros andaluces.
Distribución según CCAA de procedencia. Año 2013, % variación y cuota.**

CCAA Origen	Millones Pernoctaciones	% variación	Cuota
Andalucía	10,18	-1,0%	46,7%
Madrid (C. de)	3,92	7,3%	18,0%
Cataluña	1,38	3,0%	6,3%
C. Valenciana	1,07	10,4%	4,9%
Castilla y León	0,83	18,4%	3,8%
Extremadura	0,67	11,0%	3,1%
Castilla-La Mancha	0,66	3,2%	3,0%
País Vasco	0,59	3,4%	2,7%
Murcia (Región de)	0,55	0,2%	2,5%
Galicia	0,47	20,9%	2,2%
Otras CCAA	1,48	4,4%	6,8%
Espanoles	21,78	3,2%	100%

Fuente. Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Por otro lado, en cuanto al **movimiento aeroportuario**, Andalucía recibe un 9,4% del tráfico de pasajeros nacionales que se mueve en el conjunto de los aeropuertos españoles, lo que supone un descenso de cuota de algo menos de un punto respecto al año 2012. Las seis principales Comunidades Autónomas turísticas, que recogen el 86% del tráfico de pasajeros nacionales, muestran en 2013 caídas en el número de llegadas de pasajeros procedentes de otros aeropuertos de España. En este contexto, Andalucía presenta un descenso del -20,5% situándose por debajo del resto de comunidades y de la media española (-14%), concretamente son 2,7 millones de pasajeros procedentes de aeropuertos nacionales los que se han registrado en 2013 en la Comunidad.

Tasas de variación de las llegadas de pasajeros a aeropuertos de las principales CC.AA. turísticas. Total, españoles y extranjeros Año 2013



Fuente: AENA

La Comunidad Autónoma desde la que más pasajeros se reciben en Andalucía es Cataluña, con 925 mil pasajeros, registrando en 2013 un descenso del -18,6% respecto al año anterior. Madrid se sitúa en segundo lugar, con 496 mil pasajeros y un descenso del -33%.

En el año 2013 se han recibido en Andalucía 14,2 millones de turistas españoles, lo que supone un aumento del +4,2% respecto al año anterior. El comportamiento del mercado nacional en este año viene dibujado por la evolución de andaluces y turistas procedentes del resto de España con participaciones del 52,3% y 47,7%, y tasas respecto a 2012 del +3,7% y +4,7%, respectivamente.

En este contexto señalar, que el mercado nacional, a pesar del crecimiento experimentado en 2013, aún no ha conseguido recuperar la cifra de nivel de turistas alcanzado en 2007 (año anterior a la crisis económica mundial).

Perfil del turista español en Andalucía

- El turismo español es **estacional**, de este modo, el 39,2% de las llegadas se concentran en el tercer trimestre del año. Este comportamiento no ha variado en los últimos siete años.
- La **estancia media** en nuestra Comunidad se ha situado en 7,7 días, inferior en -0,3 días a la registrada en 2012 y superior en +0,6 días a la de 2007, siendo la permanencia del turista procedente del Resto de España superior en más de dos días a la del andaluz (8,9 días frente a 6,2 días).
- En 2013, el **gasto medio diario** del turista español en Andalucía ha sido de 56,50 euros, lo que supone una caída de -0,90 euros respecto al año pasado, propiciado por un descenso del desembolso diario tanto del turista andaluz (-1,00 euros) como el del resto de España (-0,61 euros). Este gasto sigue siendo superior a los niveles pre crisis, en 2007 el gasto medio diario se cifro en 55,25 euros.
- La mayor parte del pago que realiza el turista nacional en el destino andaluz se destina a restauración, partida que año atrás año ha ido ganando protagonismo (41 % en 2013 frente a 36% en 2007). La siguiente en importancia el alojamiento (29,7%), siendo mayor su relevancia que la alcanzada antes de la crisis (24,7%), mientras las compras han descendido de forma drástica, de un 21,9% en 2007 a un 15,3% en 2013.
- Como viene siendo habitual, el **acceso** a la Comunidad andaluza se realiza mayoritariamente a través del coche (71,9%) y una vez en ella, los hoteles y pensiones son la tipología de alojamiento preferida (60,4%). No obstante, cabe destacar la evolución de esta variable que desde el año 2007 ha ido incrementado su peso para perderlo a favor del extra-hotelerero en los tres último años, tanto es así, que en 2013 es usado por el 39,6% de los turista españoles, lo que supone un aumento de +3,1 puntos porcentuales respecto a 2012. Por mercados, en este año es mayor el uso que hace del extra-hotelerero el andaluz que el procedente del resto de España, 51,4% y 30,4% respectivamente.
- El 84,8% de los turistas nacionales que han visitado Andalucía en este año, han **organizado** su viaje a la Comunidad de forma particular. Asimismo, del total de turistas españoles que han consultado Internet para preparar sus vacaciones, el 71,9% ha formalizado alguna reserva y el

37,5% ha cerrado al menos una compra, porcentajes que ganan protagonismo para el mercado procedente del resto de España (75,8% y 40,9%, cada uno).

- El 74,9% de estos turistas han utilizado como **principal canal de conocimiento** del destino andaluz su experiencia propia, le sigue a gran distancia la experiencia de amigos y familiares (20,6%).
- Disfrutar de las vacaciones y del ocio (84,2%) continúa siendo un año más, con un porcentaje inferior en -1,6 puntos al del pasado año, el **principal motivo** de la visita a Andalucía. La visita a amigos y familiares aunque segunda motivación gana adeptos en los últimos años y supera los niveles de 2007 (11,3% en 2013 y 6,9% en 2007).
- El **clima** (31,0%), los precios de forma destacada en este año (19,5%), las visitas a los monumentos (18,5%), y el disfrute de las playas (11,8%), constituyen los principales factores en los que se basa la elección de Andalucía como destino turístico. Por todo ello, disfrutar de las playas (47,0%), disfrutar de la naturaleza (33,4%) y visitar monumentos y museos (28,5%) se constituyen como las actividades preferidas para disfrutar del destino andaluz, tanto para andaluces como para los turistas del resto de España.
- La **valoración media** otorgada a Andalucía por los turistas españoles se ha cifrado en 8,1 puntos, la más alta del período 2007-2013, lo que denota su satisfacción.
- El 72,2% de los turistas españoles que han visitado Andalucía durante 2013, ya la visitaron durante 2012, lo que muestra un alto **grado de fidelidad**. Esta variable alcanza su máximo en el turista andaluz (83,2%), convirtiéndolo en un gran conocedor y admirador de su propia tierra.

Tendencias recientes

- El mercado nacional comienza a mostrar síntomas de recuperación tras la pérdida de dinamismo registrada en los últimos años.
- Aunque el ocio es su principal motivación a la hora de viajar (52,8% del total de sus viajes turísticos), son las salidas realizadas para visitar a amigos y familiares a las que no renuncian.
- El alojamiento no hotelero adquiere mayor relevancia en sus viajes turísticos, siendo la vivienda de amigos y familiares la protagonista, mientras la vivienda en propiedad y la vivienda alquilada son menos utilizadas en sus salidas turísticas.
- En referencia a la tipología de viajes, se observa una tendencia a renunciar a viajes de puente y fines de semana y concentrarlos en períodos vacacionales tradicionales como son verano, Semana Santa, Navidad, o fuera de ellos.

A continuación se presenta tabla resumen con las principales características del comportamiento del turista andaluz y del resto de España en su visita a Andalucía en 2013:

Tabla resumen: Perfil del turista andaluz en Andalucía

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2013 (millones)	7,4
Gasto medio diario en destino: euros	51,50
Estancia media: Número de días	6,2
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	37,6%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Mujer	51,3%
Edad: De 30 a 44 años	31,3%
Situación laboral: Ocupado	59,6%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: hotelero	48,6%
Principal medio de transporte: Coche	82,2%
Uso de intermediarios: Porcentaje	10,3
Para qué utilizó internet: Reserva	64,8%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Clima: Porcentaje	27,9
- Precios: Porcentaje	20,7
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	78,4%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa: Porcentaje	46,0
- Observación de la naturaleza: Porcentaje	33,8
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,0
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Atención y trato recibido	8,5
- Alojamientos, Paisajes y parques naturales	8,4
Grado de fidelidad: Porcentaje	83,2

Tabla resumen: Perfil del turista del resto de España en Andalucía

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2013 (millones)	6,8
Gasto medio diario en destino: euros	60,77
Estancia media: Número de días	8,9
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	41,0%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Mujer	52,1%
Edad: De 30 a 44 años	28,9%
Edad: De 45 a 64 años	30,0%
Situación laboral: Ocupado	58,4%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: hotelero	69,5%
Principal medio de transporte: Coche	65,5%
Uso de intermediarios: Porcentaje	18,3
Para qué utilizó internet: Reserva	75,8%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Clima: Porcentaje	33,3
- Visita a monumentos: Porcentaje	19,1
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	72,0%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa: Porcentaje	47,9
- Observación de la naturaleza: Porcentaje	33,1
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	8,5
- Puertos y Actividades náuticas	8,8
Grado de fidelidad: Porcentaje	64,2