

Andalucía

Turismo Español en Andalucía Año 2016

Demanda Turística de Andalucía. Mercados Turísticos



TURISMO ESPAÑOL EN ANDALUCÍA

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte

EDITA

Consejería de Turismo y Deporte
C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n
41092 Sevilla
correo-e: publicaciones.ctd@juntadeandalucia.es

ELABORA

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.
C/ Compañía nº 40
29008, Málaga
T. 951 299 300 Fax. 951 299 365
Correo e.: saeta@andalucia.org

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

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

TURISMO ESPAÑOL EN ANDALUCÍA. AÑO 2016

1. Introducción. El turismo de los españoles

Según la Encuesta de turismo de residentes realizada por el Instituto Nacional de Estadística, en el año 2016 los residentes en España han realizado un total de 182 millones de viajes, lo que supone un incremento del +3,7% respecto a los viajes registrados en 2015.

El principal destino del mercado nacional a la hora de viajar es España. Así, el 91,4% de los viajes realizados por los españoles en 2016 se han realizado en territorio nacional, registrando un incremento del +3,7% respecto al pasado año. Este dinamismo también se ha hecho extensible a los destinos foráneos, registrando una tasa de crecimiento ligeramente superior (+3,9%).

El **destino favorito** del mercado nacional en España es Andalucía, seguido por Cataluña, Comunidad Valenciana y Castilla León. En el extranjero, Europa es la opción elegida por el 79,3% de este mercado. En cuanto a los principales **mercados emisores** cabe destacar Madrid, Andalucía y Cataluña.

El 96,2% de los españoles que han viajado en 2016 no han hecho uso del **paquete turístico** y el medio de **transporte** más utilizado ha sido el coche (77,7%), seguido a gran distancia por el avión, utilizado por uno de cada diez turistas nacionales. Asimismo, el ocio (47,2%) y la visita a amigos y familiares (38,6%), continúan siendo las **principales motivaciones** de los españoles a la hora de viajar.

En cuanto al **alojamiento**, el 44,3% de los españoles han optado por alojarse en las viviendas de familiares y amigos, porcentaje seguido a gran distancia por el uso del alojamiento hotelero (22,7%) y la vivienda en propiedad (18,6%). Todas estas opciones de alojamiento han registrado incrementos respecto a 2015 (+0,92%, +2,5% y +10,6%, respectivamente), si bien cabe destacar el alquiler de vivienda, por su fuerte incremento respecto a dicho año (+11,8%). La **estancia media** en el destino oscila entre uno y tres días en la mayoría de los casos (68,9%).

En cuanto al alojamiento hotelero, Andalucía es sin duda el **destino preferido** de los turistas hoteleros españoles, captando el 21,1% del total de las pernoctaciones que éstos realizan en España. Le siguen a gran distancia Cataluña y la Comunidad Valenciana.

Ranking por Comunidades Autónomas en el movimiento hotelero español. Pernoctaciones de españoles. Año 2016

Ranking	Comunidad receptora
1	Andalucía 21,1%
2	Cataluña 14,6%
3	C. Valenciana 13,7%
4	Madrid 9,1%
5	Canarias 6,9%
6	Baleares 4,0%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En el contexto hotelero, el principal **emisor** es el mercado madrileño. En el año 2016, el 20,2% de todas las pernoctaciones realizadas por los turistas nacionales en los establecimientos hoteleros españoles se registraron por turistas procedentes de la Comunidad de Madrid. Le siguen en orden de importancia y con participaciones muy similares Andalucía (16,5%) y Cataluña (16%).

***Ranking por Comunidades Autónomas en el movimiento hotelero español.
Pernoctaciones de españoles. Año 2016***

Ranking	Comunidad emisora
1	Madrid 20,2%
2	Andalucía 16,5%
3	Cataluña 16%
4	C.Valenciana 8,3%
5	País Vasco 6,2%
6	Castilla y León 5,4%

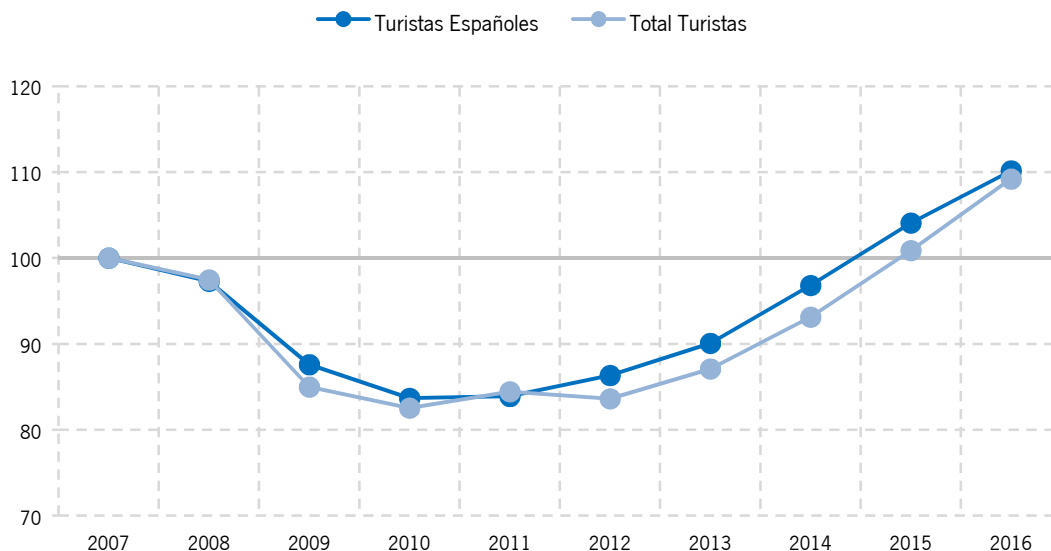
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

1. El turismo de los españoles en Andalucía

En 2016, Andalucía ha recibido un total de 17,4 millones de turistas españoles, lo que supone un incremento del +5,8 respecto a los registrados el año pasado y una participación respecto al total de nacionalidades del 61,9%. Más de la mitad de estos turistas, proceden de la propia Andalucía, mientras que el 48,5% de ellos residen en otras Comunidades Autónomas españolas. No obstante, tal y como ocurría en 2015, ambas procedencias han incrementado el número de visitantes al destino andaluz, si bien es cierto que los turistas del resto de España lo han hecho de manera más acusada que la de los propios andaluces (+7,3% frente a +4,5%, respectivamente).

El turismo nacional continúa de manera ininterrumpida el crecimiento en Andalucía, lo que le ha permitido recuperarse de los importantes descensos registrados en el período de crisis (2008-2010), tal y como puede apreciarse en el siguiente gráfico.

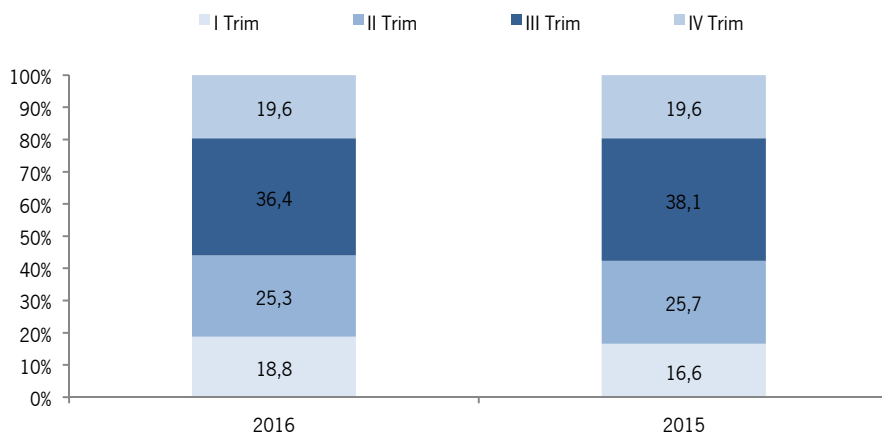
**Evolución de los turistas de Andalucía según procedencia.
Años 2007-2016. Índice 100 = 2007**



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

Aunque el turismo nacional registra un alto componente **estacional** ligado al período estival, en el año 2016 se ha reducido el peso de este trimestre. Así, en los meses de verano se ha recibido al 36,4% de los turistas nacionales, lo que supone respecto a 2015 un descenso de esta cuota de -1,7 puntos a favor del primer trimestre del año. Este hecho se hace extensible a las diferentes procedencias españolas que han visitado Andalucía.

Distribución trimestral del número de turistas nacionales en Andalucía. Año 2016 y 2015.



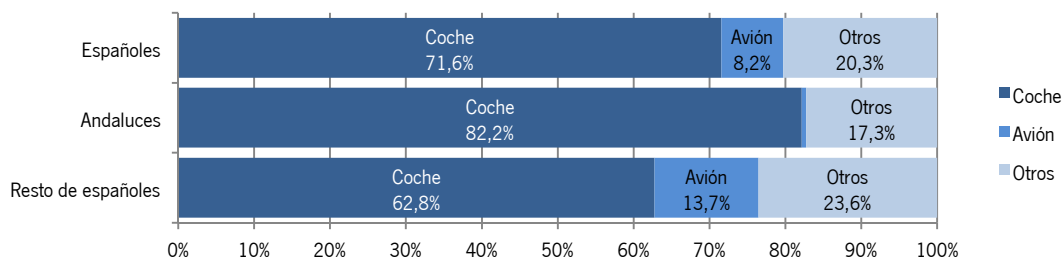
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)

El **gasto medio diario** realizado por los turistas nacionales en el destino andaluz asciende a 60,47 euros, importe superior en +1,13 euros al registrado en 2015. Este gasto se sitúa cuatro euros por debajo de la media del turista en Andalucía (64,52 euros), siendo superior en aquellos turistas nacionales que proceden del resto de España (64,54 euros).

En la Comunidad andaluza, la **estancia media** del mercado nacional se ha situado en 6,9 días, ligeramente inferior a la registrada en 2015 (-0,3 días). En este contexto, mientras que los andaluces registran una permanencia de 6 días, los turistas procedentes del resto de España computan una estancia dos días superior.

El **medio de transporte** más utilizado para los viajes turísticos de los españoles en Andalucía es el coche (71,6%), siendo más acentuado el uso por parte de los turistas andaluces (82,2%). Obviamente este hecho está significativamente influenciado por el lugar de residencia del turista, ya que para los procedentes del resto de España el porcentaje correspondiente al uso del coche se sitúa en un valor más comedido (62,8%). Para esta procedencia, el uso del avión para acceder al destino andaluz se eleva hasta el 13,7%.

Distribución porcentual de los turistas españoles por tipo de transporte. Año 2016



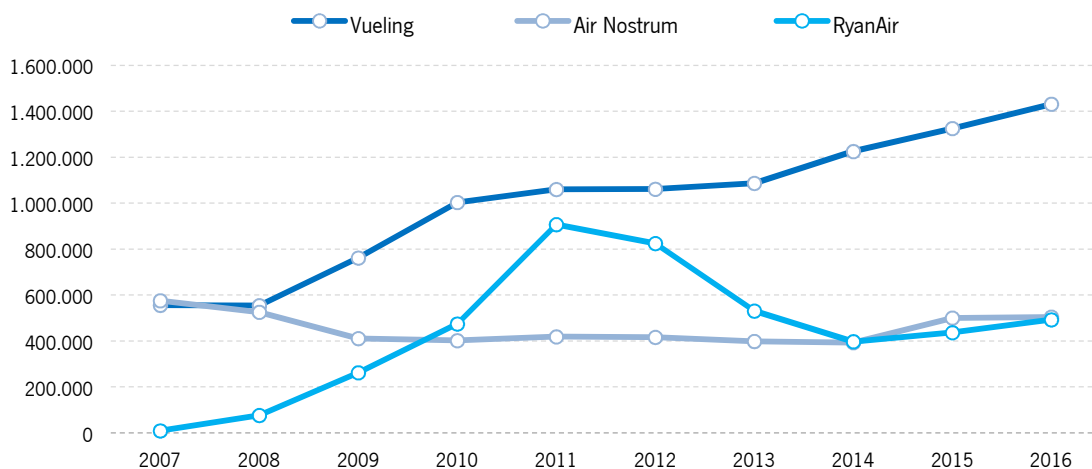
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA

En 2016, Andalucía ha recibido un total de 3,09 millones de pasajeros procedentes de aeropuertos españoles, lo que supone una cuota del 26,1% del movimiento aeroportuario de la Comunidad y un crecimiento del 6,7% respecto a las llegadas registradas en 2015.

Cataluña continúa siendo la Comunidad Autónoma que emite más pasajeros a Andalucía. Concretamente en el año 2016, en los aeropuertos andaluces se ha superado el millón de llegadas procedentes de este mercado, lo que supone una cuota de participación en el total de emisores españoles del 33,6%. Respecto a 2015, estos pasajeros se han incrementado en un +10,5%, lo que supone el mayor crecimiento registrado en la Comunidad desde el año 2007. A gran distancia, también destacan como emisores del destino andaluz Madrid (19,7%), Canarias (13,4%) y Baleares (12,2%), especialmente los **aeropuertos** de Barajas, Gran Canaria y Palma de Mallorca, respectivamente. Salvo en el caso del aeropuerto mallorquín, todas las llegadas a Andalucía procedentes de estos aeropuertos, han registrado incrementos acusados en el número de pasajeros.

Más de 1,4 millones de pasajeros nacionales han llegado a Andalucía a través de la **compañía** aérea Vueling, un +8% más que en 2015, afianzando de este modo su posición como la compañía más relevante en el tráfico de pasajeros nacionales hacia Andalucía, al acaparar ya el 46,3% de los pasajeros procedentes de aeropuertos nacionales.

Llegadas de pasajeros nacionales a aeropuertos andaluces. Principales compañías aéreas. Años 2011 – 2016

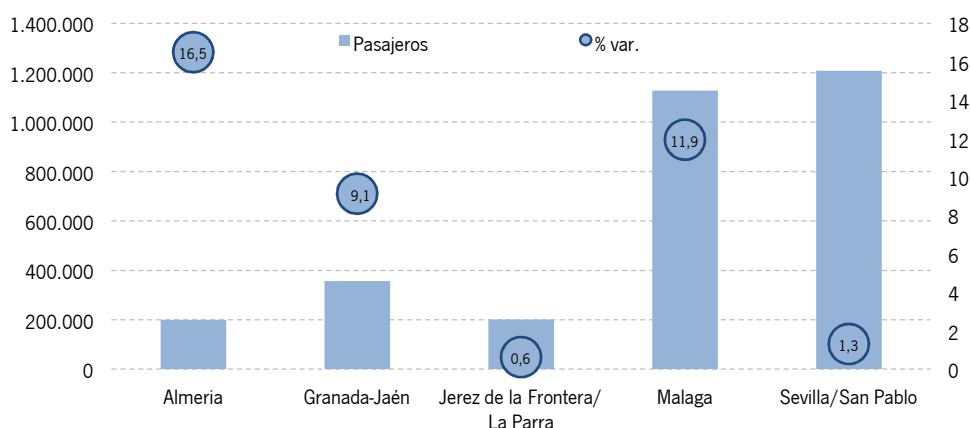


Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de AENA

Cabe destacar el importante crecimiento registrado por la compañía Vueling, especialmente en los últimos tres años donde las tasas de crecimiento se han situado entre el +8% y el +13%. Air Nostrum y RyanAir registran niveles muy similares en el transporte de pasajeros españoles a la Comunidad andaluza. No obstante, cabe destacar el cambio de tendencia de RyanAir en Andalucía, ya que después de tres años consecutivos de descensos, ha registrado fuertes incrementos en 2015 y 2016 (+10% y +12,8%)

El aeropuerto de Sevilla continúa acaparando la mayor parte de las llegadas procedentes de aeropuertos nacionales. Concretamente en 2016, este aeropuerto ha recibido el 39% de estas llegadas, porcentaje seguido en orden de importancia por el aeropuerto de Málaga, que registra una cuota de participación del 36,4%. Respecto a 2015, todos los aeropuertos andaluces han registrado incrementos en el número de sus llegadas nacionales, destacando Almería, cuya tasa de crecimiento se ha situado en el +16,5%.

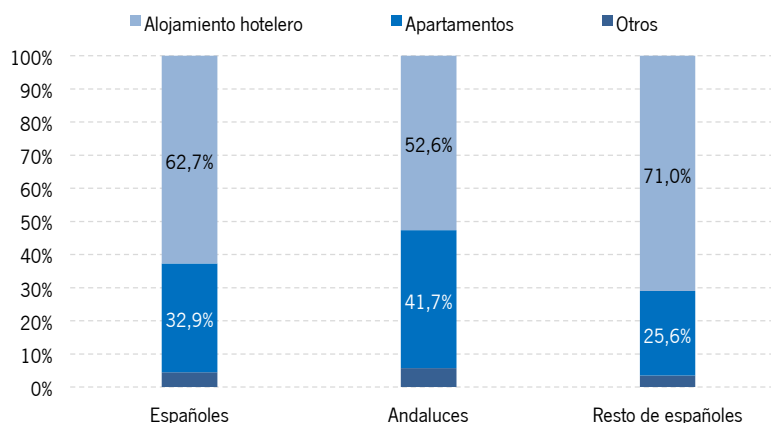
Tasas de variación interanual de pasajeros nacionales a los aeropuertos de Andalucía. Años 2016/2015



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

El **tipo de alojamiento** preferido por los turistas españoles a la hora de realizar turismo por Andalucía es el alojamiento hotelero¹ que fue elegido por el 62,7% de ellos durante 2016. El apartamento, ya sea propio, en alquiler o de amigos/familiares adquiere una gran importancia en este mercado (32,9%), especialmente en el mercado andaluz donde esta tipología de alojamiento es mayoritaria (41,7%).

Distribución porcentual de los turistas españoles por tipo de alojamiento. Año 2016



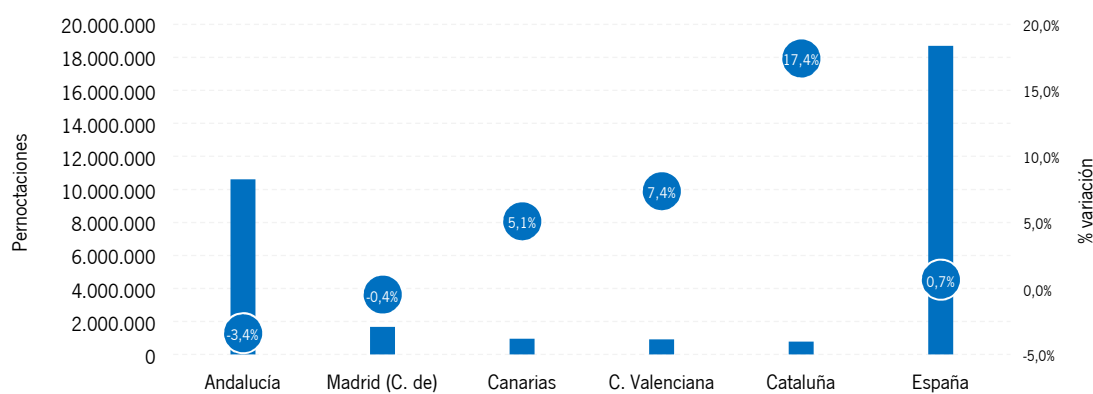
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

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

En Andalucía, la importancia del movimiento hotelero de los **andaluces** es incuestionable. En 2016, las estancias de este mercado suponen el 44,3% del total de las pernoctaciones nacionales registradas en los establecimientos hoteleros de la Comunidad. Así, pese a la gran importancia del alojamiento privado, durante 2016 los andaluces realizaron un total de 10,6 millones de pernoctaciones en los establecimientos hoteleros de Andalucía, cifra que supone un descenso del -3,4% respecto a las cifras de 2015.

Como **emisores**, los andaluces registraron 18,7 millones de pernoctaciones en el territorio nacional, el 56,7% en Andalucía y el resto principalmente en la Comunidad de Madrid (9%), Canarias (5,1%), la Comunidad Valenciana (4,9%) y Cataluña (4,2%). Así, en el resto de España, los andaluces han realizado un total de 8,1 millones de pernoctaciones, lo que supone un crecimiento del +6,5% respecto a las estancias registradas en 2015.

Pernoctaciones hoteleras de viajeros andaluces por CC.AA. de destino. Año 2016 y tasa de variación 2016/2015



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En los establecimientos hoteleros de Andalucía, los **turistas procedentes del resto de España** han realizado un total de 13,4 millones de pernoctaciones, lo que supone el 55,7% del total de las estancias nacionales registradas en la Comunidad durante 2016. En términos relativos, esta cifra supone un crecimiento del +6,8% respecto al movimiento hotelero de este mercado durante 2015. En este contexto, los principales mercados del movimiento hotelero registrado en Andalucía son el madrileño (31,5%), seguido a gran distancia por el catalán y el valenciano (11,7% y 9,1%, respectivamente).

En 2016, los **madrileños** han realizado un total de 4,2 millones de pernoctaciones en los establecimientos hoteleros de Andalucía, lo que supone un incremento del +3,3% respecto a las estancias registradas en el destino andaluz durante 2015.

Andalucía se sitúa como destino favorito acaparando el 18,3% del total de las pernoctaciones hoteleras del mercado madrileño. Le sigue a muy corta distancia la Comunidad Valenciana con un porcentaje del 18%. Aunque ambas comunidades han visto incrementar las estancias de este mercado (+3,3% y +2,4%, respectivamente), otros destinos consolidados como Cataluña o la propia Comunidad de Madrid han

registrado evoluciones diferentes (+7,4% frente a -9,3%). Cabe destacar otras comunidades como Aragón o Galicia, con las tasas de crecimiento más acentuadas de este mercado, ambas por encima del +10%.

Entre los principales mercados del resto de España, es el **mercado catalán** el que se sitúa en segundo lugar en cuanto a pernoctaciones hoteleras en Andalucía, generando casi 1,6 millones de noches en los establecimientos hoteleros andaluces durante 2016 y experimentando un ascenso respecto al año anterior del +8,2%.

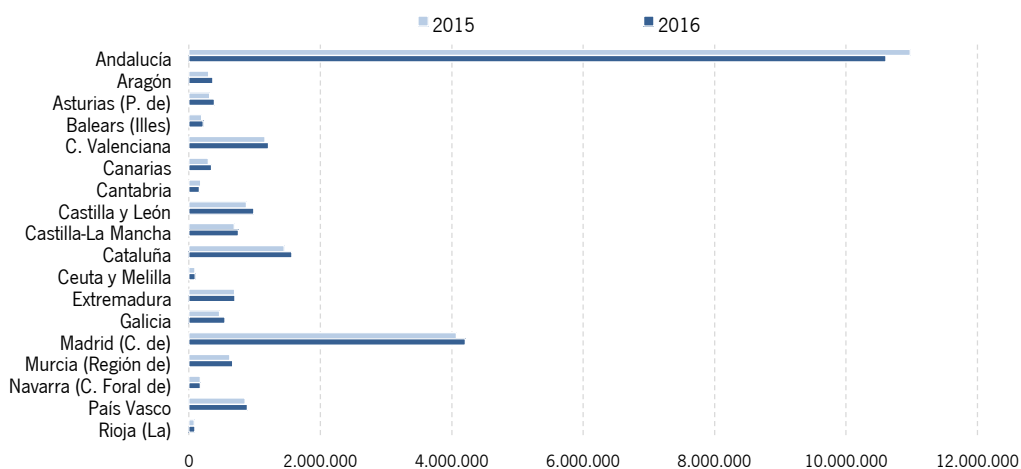
El destino preferido para este mercado es, con diferencia, la propia Cataluña. Así, casi la mitad de sus pernoctaciones (48,8%) se realizan de forma interna. Andalucía ocupa el segundo lugar a mucha distancia, captando el 8,6% de las pernoctaciones, seguida de la Comunidad Valenciana (7,9%) y Madrid (7,5%), destinos que también han registrado incrementos de las pernoctaciones hoteleras de este mercado (+5,9 y +1,6%, respectivamente). Destaca también durante 2016 el incremento de las pernoctaciones de catalanes en el resto de España, salvo en los establecimientos hoteleros de las Islas Baleares (-9,8%).

La **Comunidad Valenciana** ha registrado un total de 1,2 millones de pernoctaciones hoteleras en Andalucía, lo que supone un crecimiento del +4,4% respecto a las estancias de este mercado registradas en 2015.

La mayor parte de las pernoctaciones hoteleras realizadas por los valencianos también se realizan en su propia comunidad (34,8%), si bien le siguen el destino andaluz acaparando una cuota del 12,8%, Madrid del 9,8% y Cataluña del 9,6%. En este contexto, mientras que la propia Comunidad ha registrado un descenso de las pernoctaciones hoteleras valencianas (-8,3%), el resto de estos destinos han registrado incrementos, destacando Cataluña (+11,2%), con un crecimiento más acusado que de Andalucía (+4,4%) o Madrid (+0,5%).

Del **resto de CC.AA emisoras**, cabe destacar que todas salvo Cantabria han incrementado sus pernoctaciones en Andalucía, especialmente Asturias y Aragón, con porcentajes de participación por encima del 20%.

Pernoctaciones hoteleras de viajeros españoles en Andalucía por CC.AA. de origen. Año 2015 y 2016.

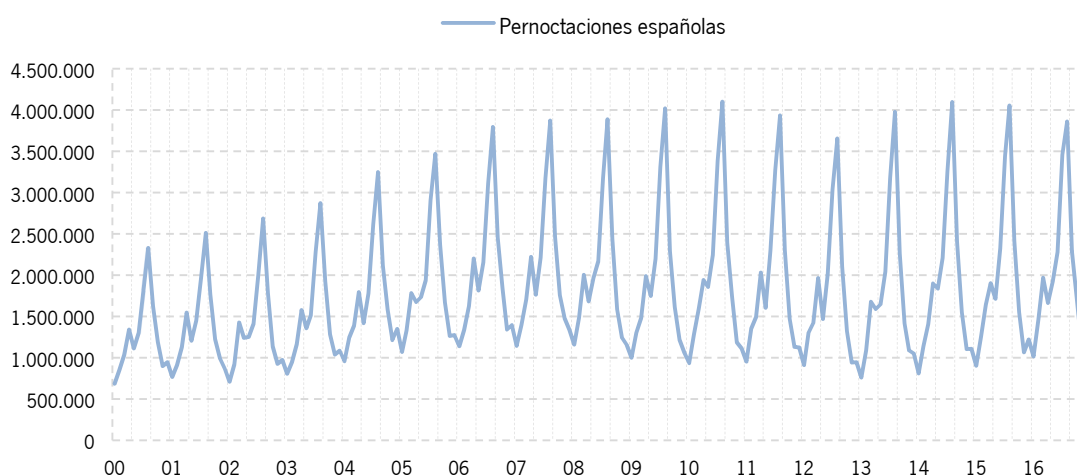


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

En cuanto a su distribución en el tiempo, las pernoctaciones de turistas españoles se concentran, principalmente, en los meses de verano. Concretamente entre junio y septiembre se han registrado en Andalucía casi la mitad de las pernoctaciones hoteleras realizadas en el año. No obstante, respecto a 2015, este período ha reducido su cuota de participación respecto a 2015 en -2,5 puntos.

En el siguiente gráfico se observa un comportamiento uniforme a lo largo del tiempo caracterizado por la concentración de las pernoctaciones en Semana Santa y verano.

Número de pernoctaciones nacionales en establecimientos hoteleros andaluces. Distribución mensual. Años 2000 – 2016



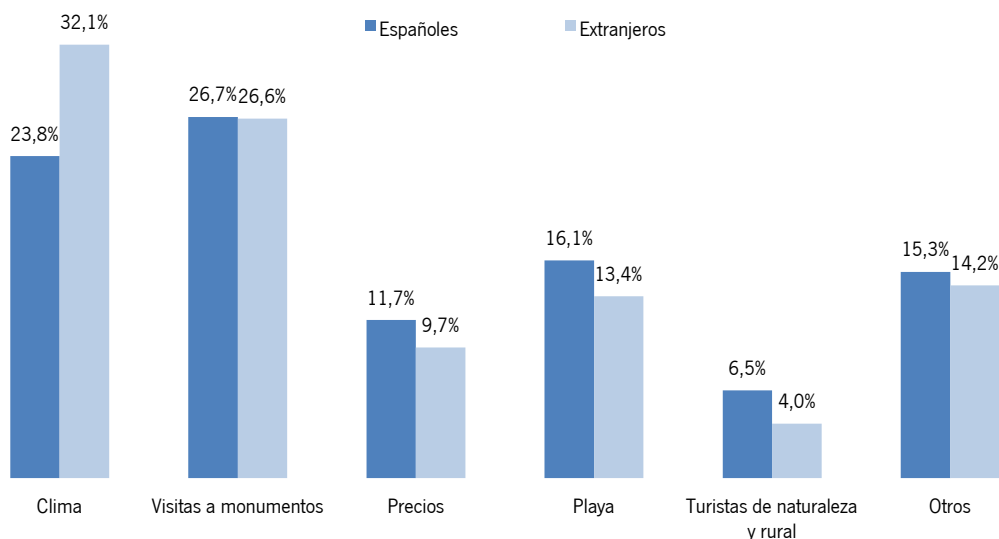
Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

El 89% de los turistas españoles que vienen a Andalucía **organizan su viaje** de forma, siendo más acentuada esta preferencia en el caso de los turistas andaluces, para los que este porcentaje alcanza el 91,3%. En el año 2016 el uso de intermediarios del mercado español se ha incrementado en +1,7 puntos respecto al pasado año.

El 76,7% de los españoles que han elegido Andalucía como destino turístico, lo ha hecho por ocio y para disfrutar de sus vacaciones. El segundo **motivo** en importancia ha sido la visita a amigos y familiares (16,4%), más acusado en el caso de los propios turistas andaluces (18,3%).

Los **factores que le hacen elegir el destino andaluz** a los turistas españoles no varían significativamente de la media de turistas, siendo similares a los elegidos por los turista extranjeros. No obstante, mientras que para el mercado extranjero el clima se constituye como el factor prioritario a la hora de elegir destino, el turista nacional es más sensible a otros factores tales como los precios, las playas o el turismo de naturaleza o rural.

Distribución porcentual de los principales factores para elegir el destino turístico andaluz. Turistas españoles y extranjeros. Año 2016



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

La experiencia propia es el principal **canal** utilizado por los turistas españoles **para obtener información del destino** (68,5%). Obviamente, este porcentaje es más acusado que el registrado por el mercado extranjero, para el que los amigos o familiares, las agencias de viaje e incluso las redes sociales adquieren mayor relevancia que en el mercado nacional. La web oficial del destino es utilizada por el 0,6% de los turistas españoles y por el 1% de los extranjeros.

La **valoración del destino** por parte del turista español no ha variado de forma significativa en 2016 respecto a la del año anterior, alcanzado un 8,1 en un intervalo de 1 a 10. Esta valoración se sitúa ligeramente por debajo de la otorgada por los turistas extranjeros que visitan Andalucía (8,3). Aspectos como la atención y el trato recibido, los paisajes y parques naturales son los que obtienen las mayores puntuaciones, mientras que el nivel de tráfico aparece como el ítem peor valorado con 7,6 puntos.

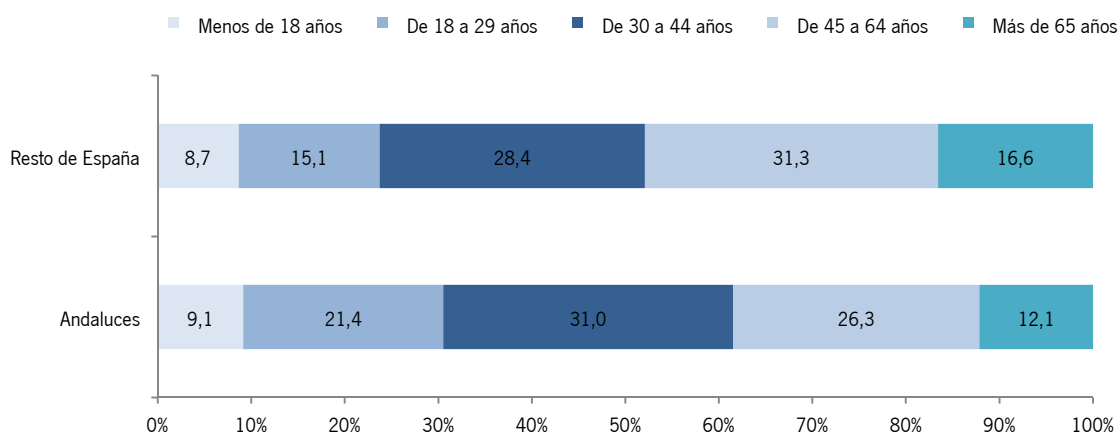
El **grado de fidelidad** del turista español continúa siendo más elevado que el del turista extranjero. En este contexto, mientras que el 64,5% de los turistas españoles visitaron Andalucía en la misma temporada del año anterior, en el caso extranjero este porcentaje se sitúa en el 35,6%. En 2016, cabe destacar el turista andaluz, como un turista especialmente fiel, ya que en el 77,7% de los casos, ha vuelto a visitar el destino andaluz.

Las **actividades** preferidas por los españoles en su viaje a Andalucía son el disfrute y uso de las playas (41,6%), y las visitas a monumentos y museos (34,6%). También las compras y la observación de la naturaleza son actividades recurrentes para el mercado español (24,5% y 24,2%, respectivamente). En este sentido el comportamiento entre andaluces y el resto de españoles no difiere en gran medida, salvo en el menor porcentaje de andaluces que realiza visitas a monumentos o museos.

En 2016, se ha incrementado el **uso de internet** de los españoles para consultar aspectos de su viaje a Andalucía (49,8%), tanto a la hora de reservar (71,5%) como a la de comprar (38,2%). En este contexto, mientras que los andaluces no muestran diferencias muy acusadas en lo que confiere a la gestión de reservas, los turistas procedentes del resto de España registran un mayor dinamismo a la hora de realizar compras a través de la Red.

La distribución porcentual del mercado español según **sexo**, muestra un porcentaje de mujeres ligeramente superior al de hombres (52,2% y 47,8%, respectivamente), siendo esto una tendencia común en todos los mercados turísticos, no sólo en los de procedencia nacional sino también en la foránea. El **grupo de edad** más relevante es el comprendido entre 30 y 64 años, correspondiéndole al turista andaluz un perfil más joven que el del turista procedente del resto de España. Así, mientras que el 61,5% de los visitantes andaluces sitúan su edad por debajo de los 44 años, para el resto de España este porcentaje se sitúa en el 52,1%.

Edad de los turistas nacionales que visitan Andalucía. Año 2016



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

Seis de cada diez turistas españoles que visitaron Andalucía en el año 2016 se encontraban en **situación laboral** activa (trabajo por cuenta ajena o propia), porcentaje similar entre los andaluces y el resto de españoles. El porcentaje de turistas que se encuentran en paro asciende al 3,7% para el caso de los españoles, un punto por debajo de las cifras computadas en el pasado año. Los turistas españoles jubilados representan el 16,3%, aunque se aprecia que en el caso de los andaluces este porcentaje es menor (13,5%) que para el caso de los del resto de España (19,4%). Lo opuesto ocurre en el caso de los estudiantes, ya que mientras que para los turistas andaluces alcanza una mayor presencia (17%), para el caso de los del resto de España se registra un menor porcentaje (12,7%).

En cuanto al **grupo de viaje** y, en consonancia con las variables que definen el perfil socioeconómico, el más habitual en el que los españoles realizan turismo en Andalucía es el viaje en pareja (en el 45,3% de los casos), seguido por el viaje en familia en el 32,1%. El viaje en soledad (8,4%) o con un grupo de amigos (13,2%) también adquiere importancia significativa. En su comparativa con el mercado extranjero, se puede identificar el español con un turismo más familiar que el extranjero, especialmente para el caso del turista andaluz.

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

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2016 (millones)	17,4
Gasto medio diario en destino: euros	60,47
Estancia media: Número de días	6,9
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	36,4%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Mujer	52,2%
Edad: De 30 a 64 años	58,9%
Situación laboral: Ocupado	60,4%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: Alojamiento hotelero	62,7%
Principal medio de transporte: Coche	71,6%
Uso de intermediarios: Porcentaje	11,1%
Uso de internet: Porcentaje	49,8%
Para qué utilizó internet: Reserva	71,5%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Visita a monumentos Porcentaje	26,7%
- Clima: Porcentaje	23,8%
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	68,5%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa: Porcentaje	41,6%
- Visitas a monumentos y museos: Porcentaje	34,6%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,1
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Atención y trato recibido	8,6
- Paisajes y parques naturales	8,5
Grado de fidelidad: Porcentaje	64,5%
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.	