

Andalucía

Turismo extranjero en Andalucía Año 2016

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



Unión Europea

Fondo Europeo
de Desarrollo Regional

TURISMO EXTRANJERO EN ANDALUCÍA. AÑO 2016
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

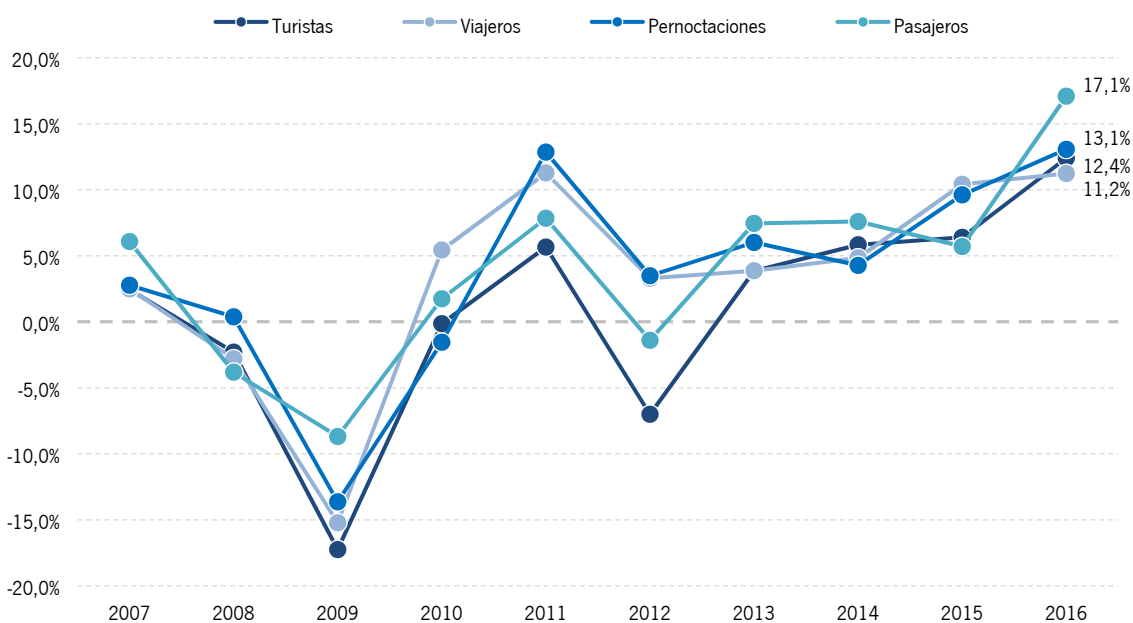
Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.
C/ Compañía nº 40
29008, Málaga
T. 951 299 300 Fax. 951 299 365
Correo e.: saeta@andalucia.org

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 EXTRANJERO EN ANDALUCÍA. AÑO 2016

En el año 2016 el turismo extranjero en Andalucía ha registrado unas tasas de variación positivas en las principales variables analizadas, crecimientos a dos dígitos y superiores a los mostrados en 2015 en todos los casos, por lo que supone el cuarto año consecutivo en el que aumentan los turistas, los viajeros y pernoctaciones hoteleras y las llegadas a los aeropuertos andaluces de pasajeros procedentes del extranjero.

Evolución de las principales variables turísticas en el mercado extranjero. Años 2007-2016

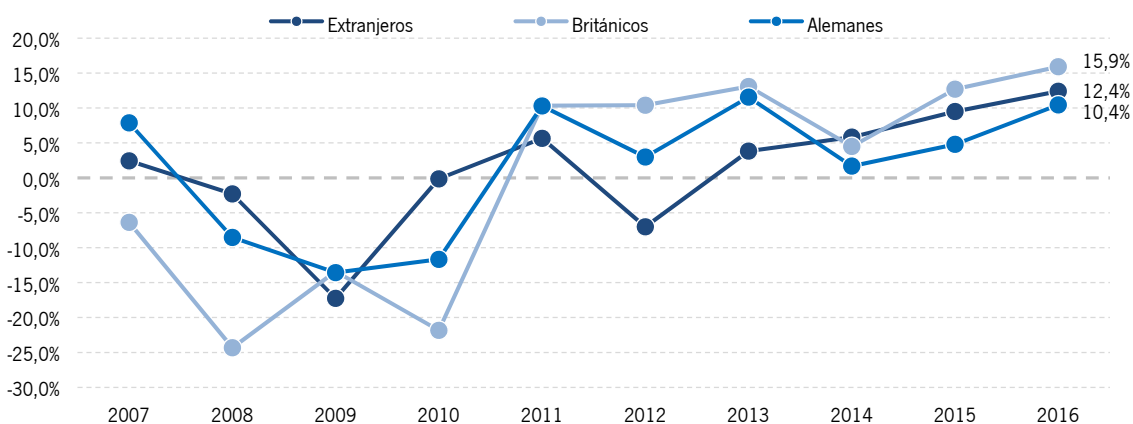


Fuente: ECTA (IECA), EOH (INE) y AENA

Cabe destacar que en el año 2016 el destino turístico andaluz vuelve a presentar cifras positivas en lo que a turistas de sus **principales mercados tradicionales** se refiere. Este año, en cuanto a número de turistas, Reino Unido vuelve a registrar un incremento por encima de la media de extranjeros (+15,9%) y Alemania ligeramente por debajo (+10,4%).

El Reino Unido como mercado turístico emisor a Andalucía continúa mostrando su solidez, y de nuevo ha impulsado de forma relevante la dinamicidad del mercado extranjero en Andalucía en este último año. De hecho, tanto éste mercado como el alemán han mostrado un importante crecimiento medio acumulativo en los últimos cuatro años (+10,9% en el caso británico y +5,6% el turismo alemán).

Turistas extranjeros en Andalucía. Principales mercados. Tasas de variación 2007-2016



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

Igualmente, a través del movimiento hotelero, puede observarse que, en el año 2016, continúa el comportamiento positivo que vienen mostrando los **principales mercados extranjeros secundarios**, mostrándose la excepción a estos crecimientos generalizados en mercados de menor peso como Finlandia, Rusia, Japón o Austria.

Pernoctaciones registradas en los establecimientos hoteleros andaluces. Distribución según país de procedencia. Millones de noches. Año 2016

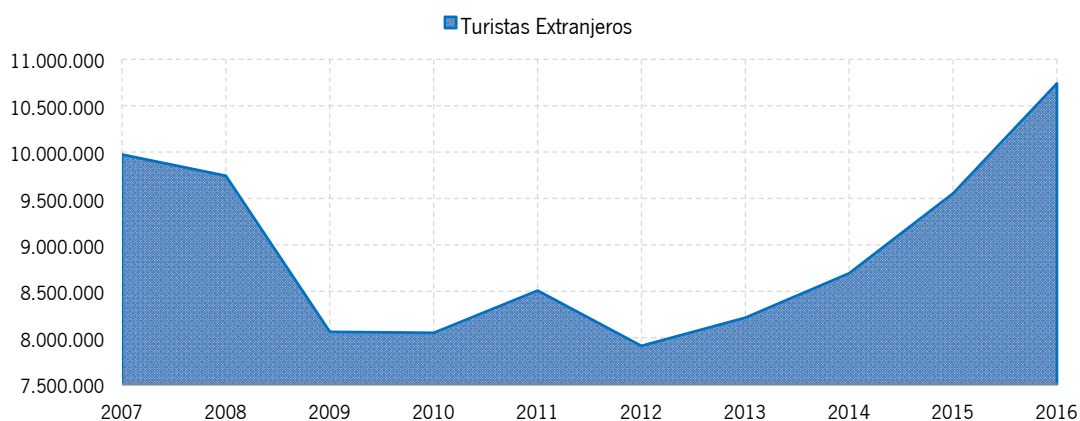
Pais de origen	Pernoctaciones	% variación	Cuota
Reino Unido	7.187.225	14,6%	26,2%
Alemania	4.161.448	9,9%	15,1%
Francia	2.661.597	8,5%	9,7%
Holanda	1.443.837	27,5%	5,3%
Bélgica	1.182.098	11,8%	4,3%
Italia	1.069.018	10,5%	3,9%
EE.UU	1.010.015	9,1%	3,7%
Irlanda	811.703	27,6%	3,0%
Portugal	625.490	7,7%	2,3%
Suecia	614.005	23,5%	2,2%
Polonia	505.663	21,9%	1,8%
Dinamarca	487.071	40,6%	1,8%
Suiza	439.518	15,2%	1,6%
Noruega	338.692	8,6%	1,2%
Finlandia	251.489	-1,7%	0,9%
Rusia	241.444	-1,6%	0,9%
Japón	227.439	-6,7%	0,8%
Austria	199.489	-1,9%	0,7%
República Checa	183.270	23,2%	0,7%
Luxemburgo	79.227	31,4%	0,3%
Grecia	44.084	39,0%	0,2%
Extranjero	27.472.684	13,1%	100,0%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE

A tenor de las cifras de la Encuesta de Ocupación Hotelera, es destacable el incremento generalizado en la mayoría de mercados. Merecen mención especial los resultados que han registrado (además del **Reino Unido**), **Dinamarca, Irlanda, Holanda, Suecia y Polonia**, que registran incrementos superiores al +20%. En este grupo de países con incrementos por encima del +20% aparecen también mercados con menor peso en Andalucía, como **Grecia, Luxemburgo, o República Checa**.

Volviendo a los datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, Andalucía ha recibido un total de **10,7 millones de turistas extranjeros** en el año 2016, lo que supone una **cuota de mercado del 38,1%** sobre el total, superando en 1,4 puntos a la del año anterior (y en casi dos puntos a la cifra del año 2014), gracias al resultado positivo mostrado por este mercado con un crecimiento este año del **+12,4% respecto a 2015**, o lo que es lo mismo, 1,2 millones de turistas más.

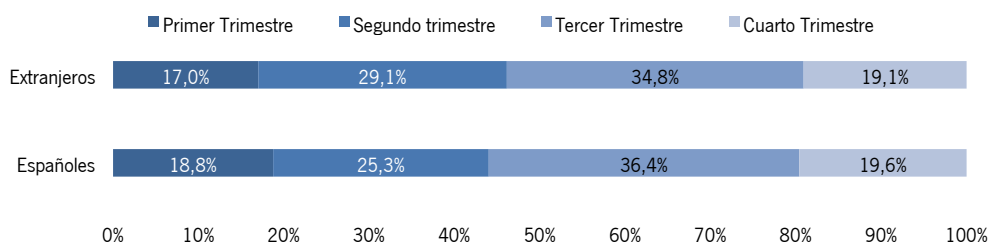
Turistas extranjeros en Andalucía. Años 2007-2016



Fuente: ECTA. IECA

La distribución de turistas extranjeros **a lo largo del año** no difiere en demasía del que presenta el mercado español para el cuarto trimestre, siendo en el resto del año donde se producen diferencias significativa, ya que el turista extranjero concentra un mayor número de visitas en el segundo trimestre y se reparte con mayor equidad entre el segundo y el tercer trimestre, frente a la mayor concentración que presentan los nacionales en el tercer trimestre. Estos datos le otorgan al mercado extranjero una de sus características más interesantes: su efecto desestacionalizador.

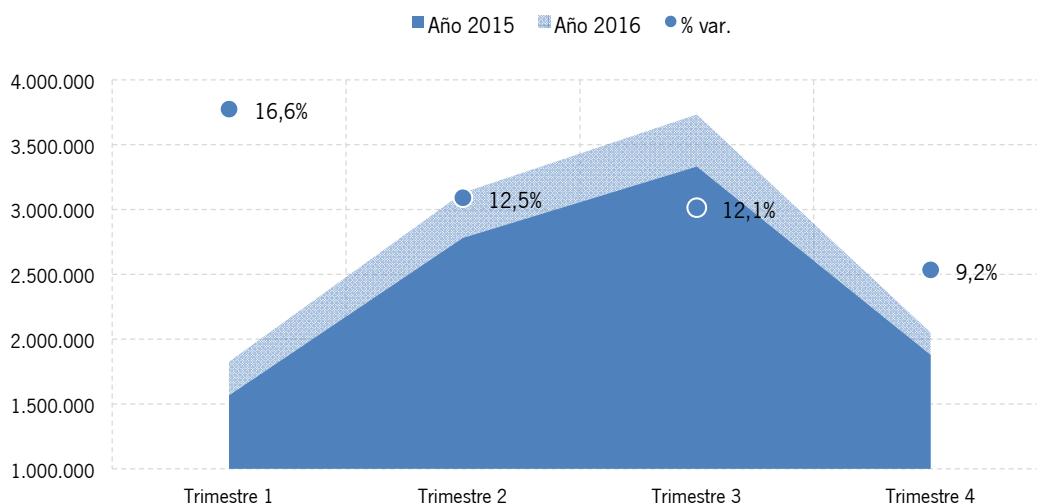
Distribución trimestral del turismo en Andalucía. Mercado nacional y extranjero. Año 2016



Fuente: ECTA. IECA

Asimismo, el mercado extranjero muestra un **crecimiento sostenido a lo largo del año**, registrando tasas de variación positivas en todos los trimestres, destacando los tres primeros trimestres del año, durante la cual el número de turistas extranjeros crece a dos dígitos respecto al mismo periodo del año anterior.

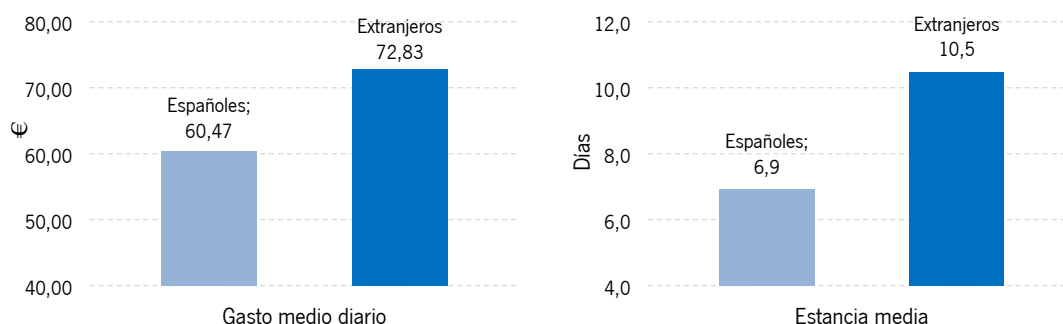
Turistas extranjeros en Andalucía por trimestres. Año 2016



Fuente: ECTA. IECA

Además, este mercado resulta también interesante por su mayor **gasto medio diario** en destino, superior al registrado por los españoles en más de 12 euros, y por su **estancia media**, casi 4 días superior.

Gasto medio diario en destino y estancia media. Mercado nacional y extranjero. Año 2016

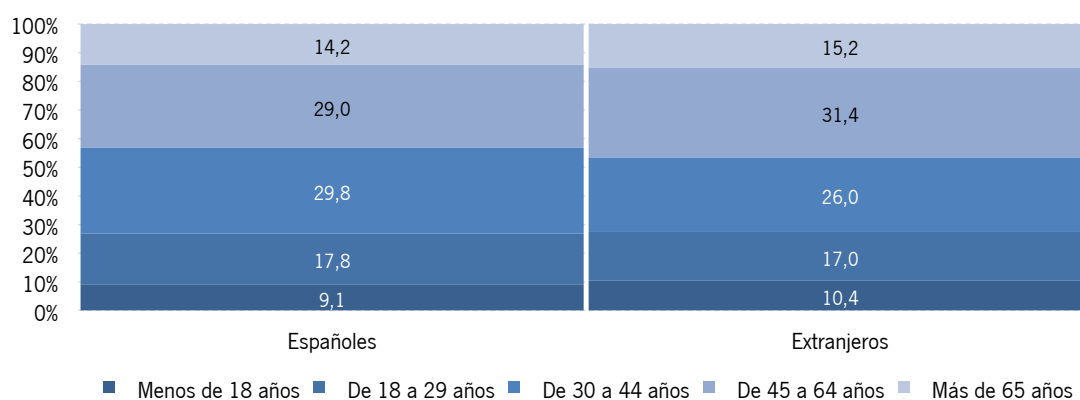


Fuente: ECTA. IECA

El turista extranjero, al igual que el resto y como viene siendo habitual, dedica la mayor parte del presupuesto en el destino andaluz a la restauración (29,7%) y al alojamiento (25,2%), y como cabría esperar, frente al mercado nacional se aprecia un mayor porcentaje de gasto destinado a los desplazamientos (transporte y alquiler de coche), concretamente +11,7 puntos porcentuales más.

En cuanto al **perfil sociodemográfico**, el intervalo de edad de mayor peso es el comprendido entre los 45 y 64 años (31,4%), que supone 2,4 puntos porcentuales más respecto a los turistas nacionales.

Distribución de los turistas según principales intervalos de edad. Mercado nacional y extranjero. Año 2016



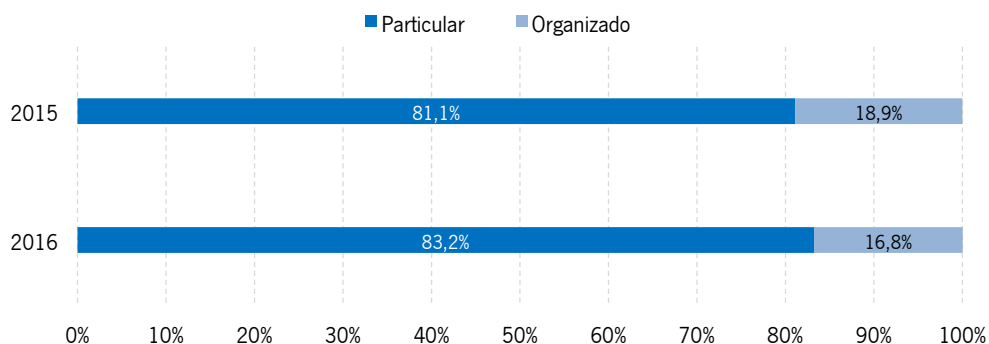
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA. IECA

En cuanto al **grupo de viaje**, este año el viaje en pareja sigue siendo el más frecuente entre los turistas extranjeros, aunque pierde peso respecto al año anterior (41,2% frente al 54,2% del año 2015), ganando importancia entre estos turistas el viaje en familia (34,6% frente al 23,3% del año 2015). Así, el turista extranjero se asemeja en mayor medida al español en lo que al grupo de viaje se refiere.

El **medio de transporte** elegido para llegar al destino andaluz difiere, como es natural, según la procedencia del turista. En el caso de los extranjeros se observa una notable preferencia por el avión (69,4%), porcentaje que continúa siendo muy superior al presentado por el mercado nacional (8,2%).

El 83,2% de los turistas extranjeros que ha visitado Andalucía en el año 2016 ha **organizado su viaje** de forma particular, cabe destacar que es en este mercado donde existe la mayor tasa de adquisición de paquetes turísticos, viajes combinados o viajes organizados por empresas, asociaciones, etc., de hecho en este año se ha incrementado el peso de la intermediación en algo más de dos puntos.

Distribución de los turistas según organización del viaje. Mercado extranjero. Años 2015 y 2016



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

Internet se consolida como herramienta fundamental para la planificación de los viajes, concretamente los extranjeros la han utilizado en el 69% de los casos, cifra que supone un crecimiento de +4,7 puntos respecto a la registrada en el año 2015 y situándose +19,2 puntos por encima de la mostrada por los turistas españoles.

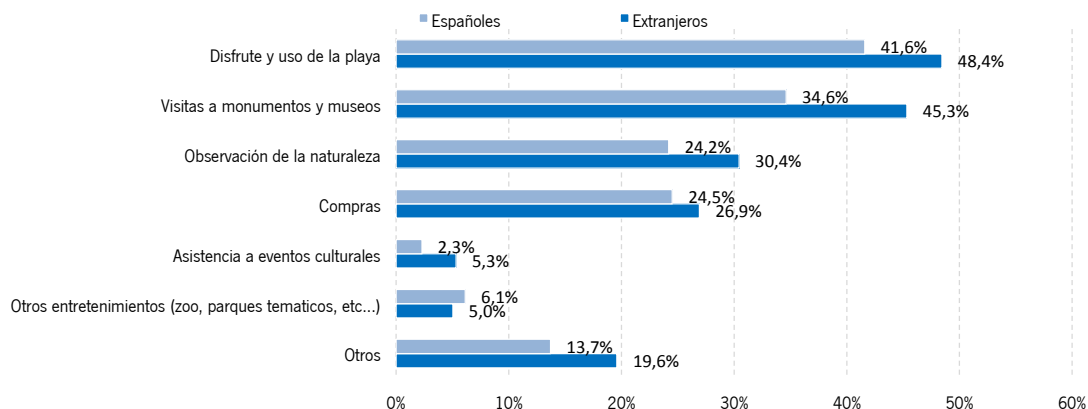
También es relevante destacar que de los extranjeros que utilizan Internet y han elegido Andalucía como destino de sus viajes, el 58% llegaron a comprar por este canal algún producto turístico, dato que es aún más relevante si se compara con el del mercado nacional, ya que estos no sólo utilizan Internet en menor medida, sino que de los que lo hacen solo el 38,2% realizan alguna compra.

Los establecimientos hoteleros son el principal **tipo de alojamiento** usado por los turistas extranjeros en Andalucía (77,3%), cifra muy superior a la que presenta el mercado nacional (62,7%) y +6,6 puntos por encima de la registrada en 2015. Según la Encuesta de Ocupación Hotelera, los hoteles y pensiones de Andalucía han recibido un total de 8,2 millones de viajeros extranjeros que han realizado 27,5 millones de pernoctaciones, 3,2 millones más que en 2015, lo que ha supuesto un incremento relativo del +13,1%.

El *clima*, la *visita a monumentos* y las *playas* continúan siendo los **principales factores** que consideran los extranjeros cuando deciden elegir Andalucía como destino de sus viajes, que conjuntamente llegan a convencer al 72,1% de ellos.

Estos factores determinan en gran medida que el *disfrute y uso de la playa* así como la *visita a monumentos* y museos y la *observación de la naturaleza* sean las **actividades** más realizadas por los turistas extranjeros en Andalucía. Del resto, destacan las actividades relacionadas con las *compras*.

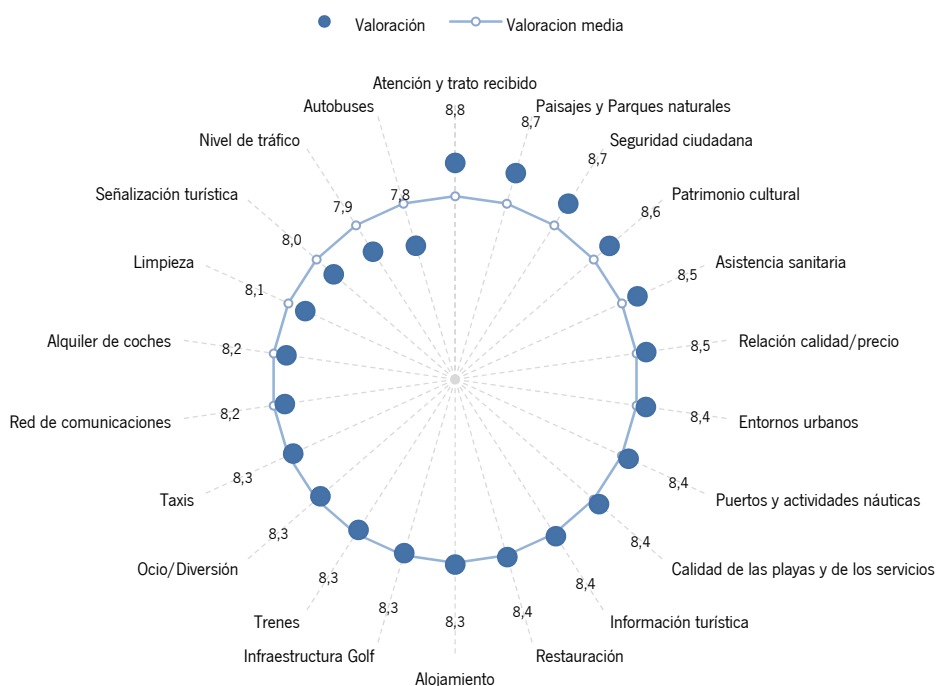
Actividades realizadas en Andalucía (Multirespuesta). Turistas españoles y extranjeros. Año 2016



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

Merece especial atención la buena opinión que se llevan los turistas extranjeros que visitan Andalucía, ya que alcanza como promedio una **valoración** de notable (8,3 puntos en una escala de 1 a 10), nota ligeramente superior a la obtenida en 2015. Entre los aspectos mejor valorados este año se sitúan la *atención y el trato recibidos*, los *paisajes y Parques naturales* y la *seguridad ciudadana*.

Valoración (1 a 10 puntos) del destino turístico andaluz según conceptos. Turistas extranjeros. Año 2016

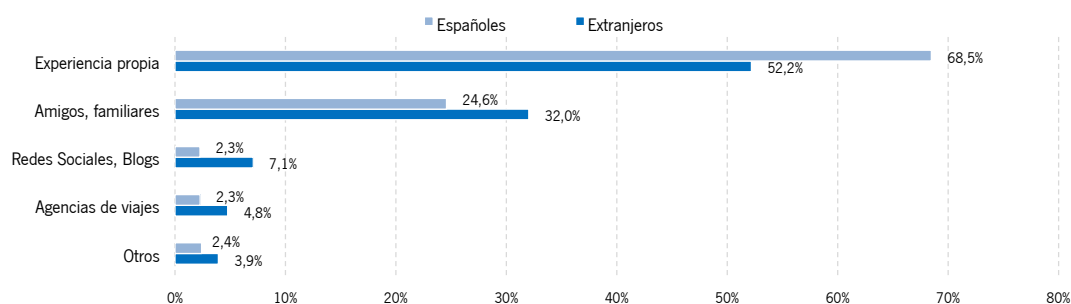


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA. IECA

El 35,6% de los turistas extranjeros que han estado en Andalucía en 2016 también lo hicieron en 2015. Este **grado de fidelidad** al destino andaluz se sitúa en el 36,7% en el caso de los turistas procedentes del Reino Unido y en el 37,6% en los alemanes.

Finalmente cabe destacar la importancia que tiene para el mercado extranjero tanto la *experiencia propia* como la *recomendación de amigos y/o familiares* a la hora de **conocer el destino** andaluz (52,2% y 32% respectivamente). Este último concepto es muy superior en el turista extranjero frente al español, que se basa en mayor medida en su propia experiencia. El turista extranjero presenta igualmente un mayor uso de *redes sociales* y *agencias de viajes* como canales de información turística, observándose este año por primera vez un mayor peso de las primeras.

Canales de información sobre el destino Andalucía. Turistas españoles y extranjeros. Año 2016



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

Tabla resumen: perfil del turista extranjero en Andalucía

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2016 (millones)	10,74
Gasto medio diario en destino: euros	72,83
Estancia media: Número de días	10,5
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	34,8%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: <i>Mujer</i>	52,7%
Edad: <i>De 45 a 64 años</i>	31,4%
Situación laboral: <i>Ocupado</i>	59,7%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: <i>Hotelero</i>	77,3%
Principal medio de transporte: <i>Avión</i>	69,4%
Uso de intermediarios: Porcentaje	16,8%
Usó Internet:	69,0%
Para qué utilizó Internet: <i>Reserva</i>	78,5%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- <i>Clima</i> : Porcentaje	32,1%
- <i>Visita a monumentos</i> : Porcentaje	26,6%
Canal principal de información sobre Andalucía: <i>Experiencia propia</i>	52,2%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- <i>Disfrute y uso de playa</i> : Porcentaje	48,4%
- <i>Visitas a monumentos y museos</i> : Porcentaje	45,3%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,3
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- <i>Atención y trato recibido</i>	8,8
- <i>Paisajes y Parques naturales</i>	8,7
Grado de fidelidad: Porcentaje	35,6%
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.	