

Andalucía

Turismo extranjero en Andalucía Año 2017

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



TURISMO EXTRANJERO EN ANDALUCÍA. AÑO 2017
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

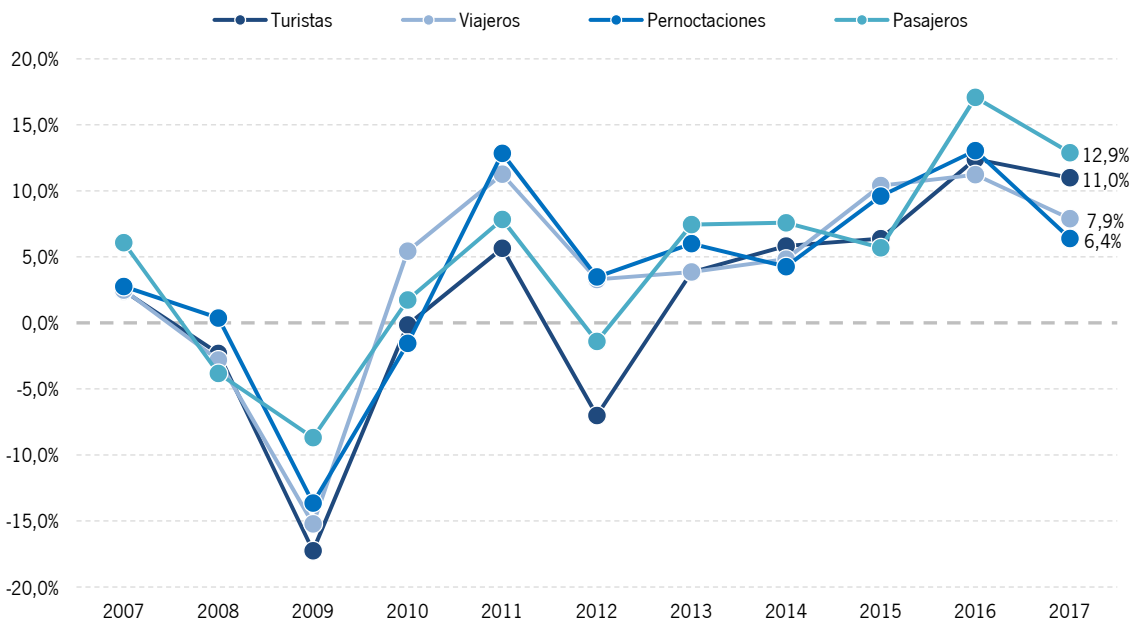
Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.
C/ Compañía nº 40
29008, Málaga
T. 951 299 300 Fax. 951 299 365
Correo e.: saeta@andalucia.org

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 2017

En el año 2017 el turismo extranjero en Andalucía ha registrado tasas de variación positivas en las principales variables analizadas, crecimientos que alcanzan los dos dígitos en el caso de turistas y llegadas a aeropuertos, mostrándose como el quinto 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 2007-2017

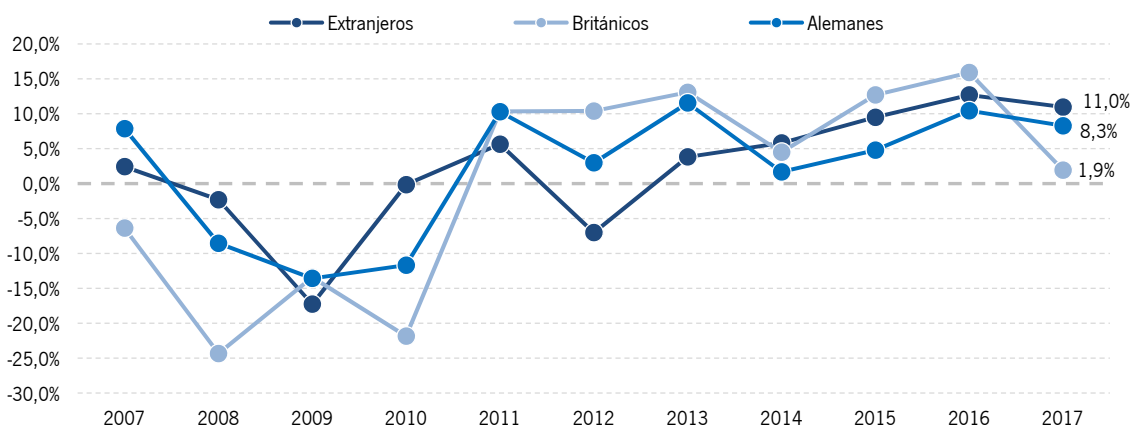


Fuente: ECTA (IECA), EOH (INE) y AENA

Cabe destacar que en el año 2017 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 y Alemania vuelven a registrar incrementos, del +1,9% y +8,3% respectivamente, en ambos casos por debajo de por encima de la media de extranjeros.

Ambos mercados, británico y alemán, continúan siendo los más relevantes para Andalucía, si bien es cierto que los incrementos de 2017 han sido de menor intensidad que los de años anteriores, siguen mostrando un importante crecimiento medio acumulativo en los últimos cuatro años (+10,0% en el caso británico y +7,8% el turismo alemán).

Turistas extranjeros en Andalucía. Principales mercados. Tasas de variación 2007-2017



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 2017, continúa el comportamiento positivo que vienen mostrando los **principales mercados extranjeros secundarios**, registrándose la excepción a estos crecimientos generalizados en mercados como Francia y otros de menor peso como Portugal o Japón.

Pernoctaciones registradas en los establecimientos hoteleros andaluces. Distribución según país de procedencia. Millones de noches. Año 2017

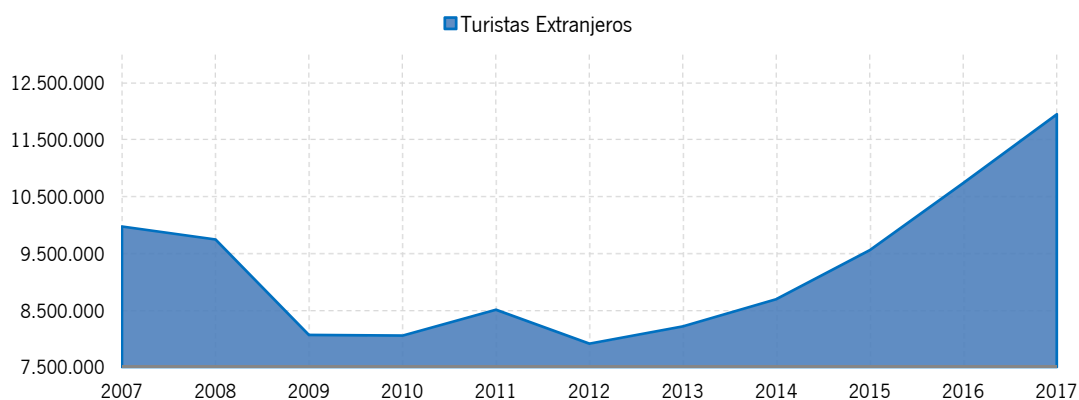
País de origen	Pernoctaciones	% variación	Cuota
Reino Unido	7.119.585	-0,9%	24,3%
Alemania	4.517.127	9,4%	15,4%
Francia	2.542.675	-7,3%	8,7%
Países nórdicos	2.052.664	20,5%	7,0%
Holanda	1.611.164	12,5%	5,5%
Bélgica	1.213.268	3,6%	4,1%
Italia	1.121.251	5,1%	3,8%
EE.UU.	1.118.919	10,4%	3,8%
Irlanda	910.265	14,0%	3,1%
Portugal	689.485	-0,2%	2,4%
Polonia	568.808	12,9%	1,9%
Resto de U.E.	498.959	17,4%	1,7%
Otros países europeos	498.404	22,0%	1,7%
Suiza	464.570	6,9%	1,6%
Rusia	272.435	14,5%	0,9%
Austria	220.881	11,9%	0,8%
Japón	217.154	-4,5%	0,7%
República Checa	206.477	12,9%	0,7%
Luxemburgo	76.673	-3,1%	0,3%
Grecia	36.668	-16,6%	0,1%
Resto de América	1.099.620	21,2%	3,7%
Países africanos	482.529	7,4%	1,6%
Otros países	1.787.336	16,1%	6,1%
Extranjero	29.326.910	6,4%	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, y merecen mención especial los resultados que han registrado **Países Nórdicos**, cuyo aumento del +20,5% lo sitúan como el mercado de mayor crecimiento para Andalucía en 2017, en términos de pernoctaciones hoteleras. **Holanda, Estados Unidos, Irlanda y Polonia** registran incrementos superiores al +10%. En este grupo de países con incrementos por encima del +10% aparecen también mercados con menor peso en Andalucía, como **Rusia, Austria o República Checa**.

Volviendo a los datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, Andalucía ha recibido un total de **11,95 millones de turistas extranjeros** en el año 2017, lo que supone una **cuota de mercado del 40,3%** sobre el total, superando en 2,1 puntos a la del año anterior (y en más de tres puntos a la cifra del año 2015), gracias al resultado positivo mostrado por este mercado con un crecimiento este año del **+11,0% respecto a 2016**, o lo que es lo mismo, 1,2 millones de turistas más.

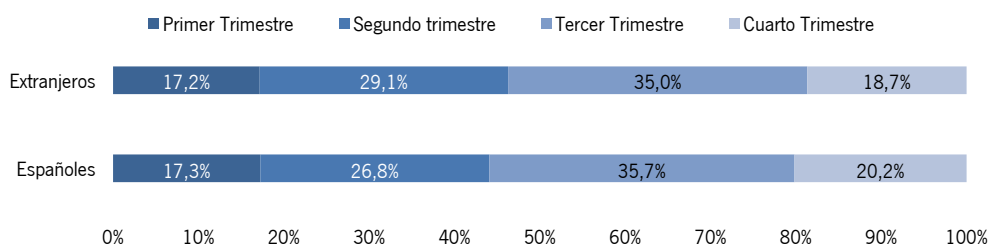
Turistas extranjeros en Andalucía. Años 2007-2017



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 primer trimestre, siendo en el resto del año donde se producen diferencias significativas, ya que el turista extranjero concentra un mayor número de visitas en el segundo trimestre y menos en el cuarto, presentando un concentración ligeramente menor de la que presentan los nacionales en el tercer trimestre. Estos datos le otorgan al mercado extranjero una de sus características más interesantes: su efecto desestacionalizador.

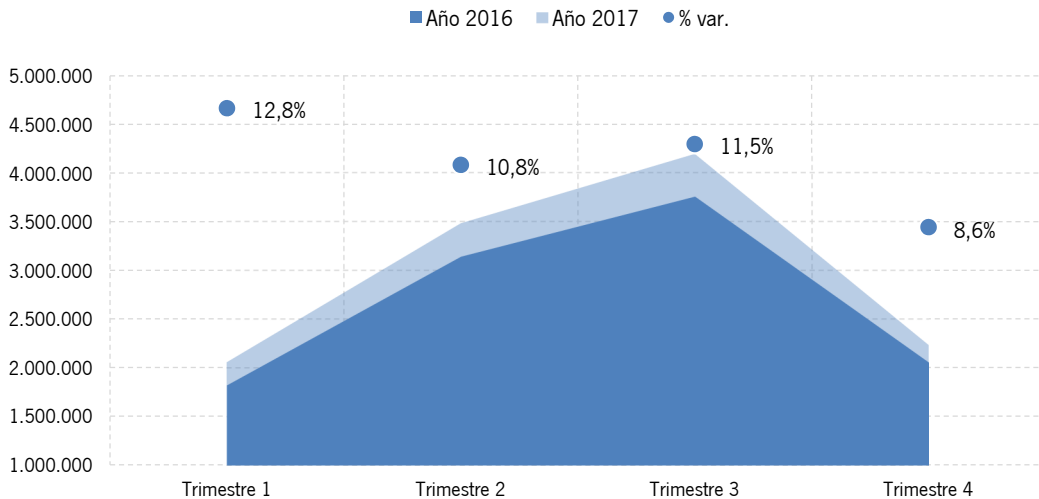
Distribución trimestral del turismo en Andalucía. Mercado nacional y extranjero. Año 2017



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 los cuales el número de turistas extranjeros creció a dos dígitos respecto al mismo periodo del año anterior.

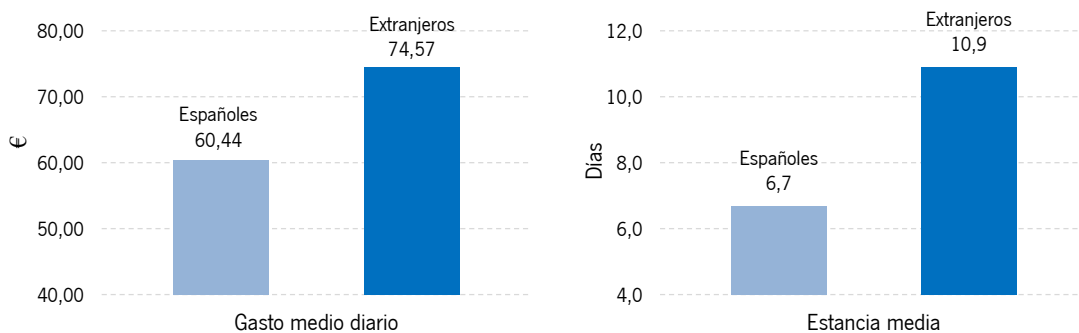
Turistas extranjeros en Andalucía por trimestres. Año 2017



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 14 euros, y por su **estancia media**, más de 4 días superior.

Gasto medio diario en destino y estancia media. Mercado nacional y extranjero. Año 2017

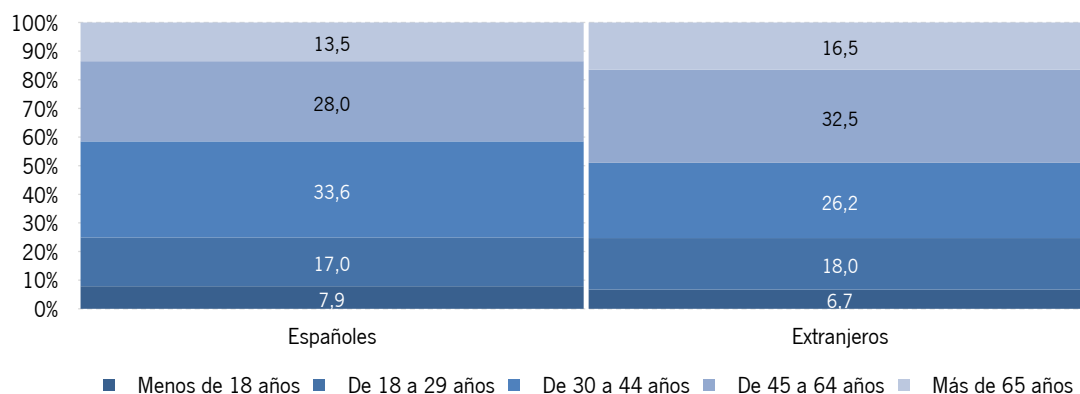


Fuente: ECTA. IECA

Como viene siendo habitual, el turista extranjero, al igual que el resto, dedica la mayor parte del presupuesto en el destino andaluz a la restauración (46,1%) y al alojamiento (16,7%), 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 +6,4 puntos porcentuales más.

En cuanto al **perfil sociodemográfico**, el 51,5% de los turistas extranjeros recibidos en 2017 en Andalucía han sido mujeres. El intervalo de edad de mayor peso es el comprendido entre los 45 y 64 años (32,5%), que supone 4,5 puntos porcentuales más respecto a los turistas nacionales. El turista extranjero muestra igualmente un mayor peso en el estrato de mayores de 65 años.

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



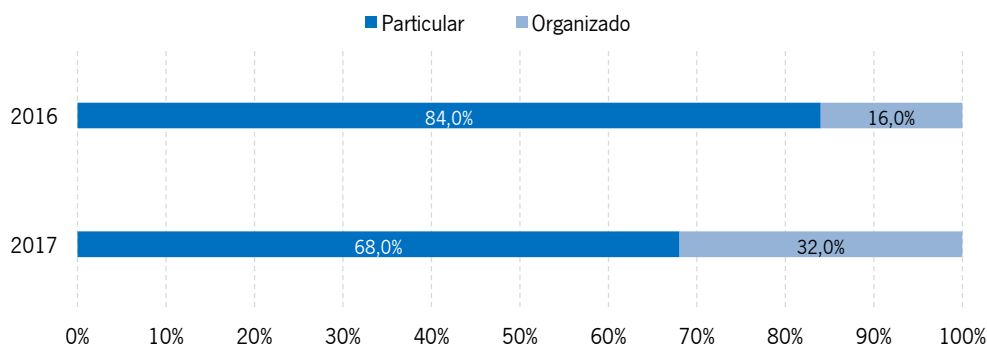
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA. IECA

En cuanto al **grupo de viaje**, este año el viaje en pareja sigue siendo el más frecuente entre los turistas extranjeros, recuperando cuota respecto al año anterior (52,9% frente al 40,3% del año 2016), perdiendo importancia entre estos turistas el viaje en familia (24,4% frente al 33,1% del año 2016). 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 (72,2%), porcentaje que continúa siendo muy superior al presentado por el mercado nacional (6,3%).

El 68,0% de los turistas extranjeros que ha visitado Andalucía en el año 2017 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 notablemente el peso de la intermediación.

Distribución de los turistas según organización del viaje. Mercado extranjero. Años 2016 y 2017



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 71,4% de los casos, cifra que supone un crecimiento de +1,9 puntos respecto a la registrada en el año 2016 y situándose +17,1 puntos por encima de la mostrada por los turistas españoles.

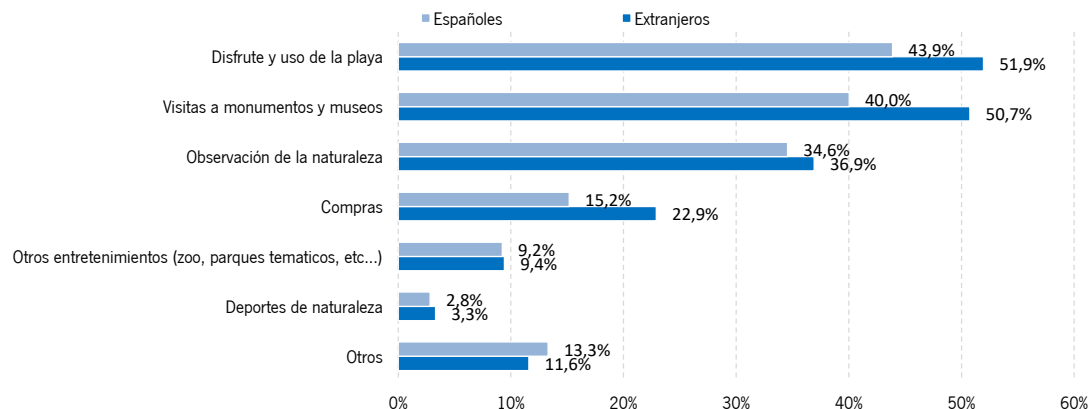
También es relevante destacar que de los extranjeros que utilizan Internet y han elegido Andalucía como destino de sus viajes, el 73,1% llegaron a comprar por este canal algún producto turístico, dato que es aún más relevante si se compara con el del mercado nacional, ya que estos no sólo utilizan Internet en menor medida, sino que de los que lo hacen solo el 55,3% realizan alguna compra.

Los establecimientos hoteleros son el principal **tipo de alojamiento** usado por los turistas extranjeros en Andalucía (70,2%), cifra muy superior a la que presenta el mercado nacional (61,0%) aunque siete puntos por debajo de la registrada en 2016. Según la Encuesta de Ocupación Hotelera, los hoteles y pensiones de Andalucía han recibido un total de 8,9 millones de viajeros extranjeros que han realizado 29,3 millones de pernoctaciones, 1,8 millones más que en 2016, lo que ha supuesto un incremento relativo del +6,4%.

La *visita a monumentos*, el *clima* 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 87,2% 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*.

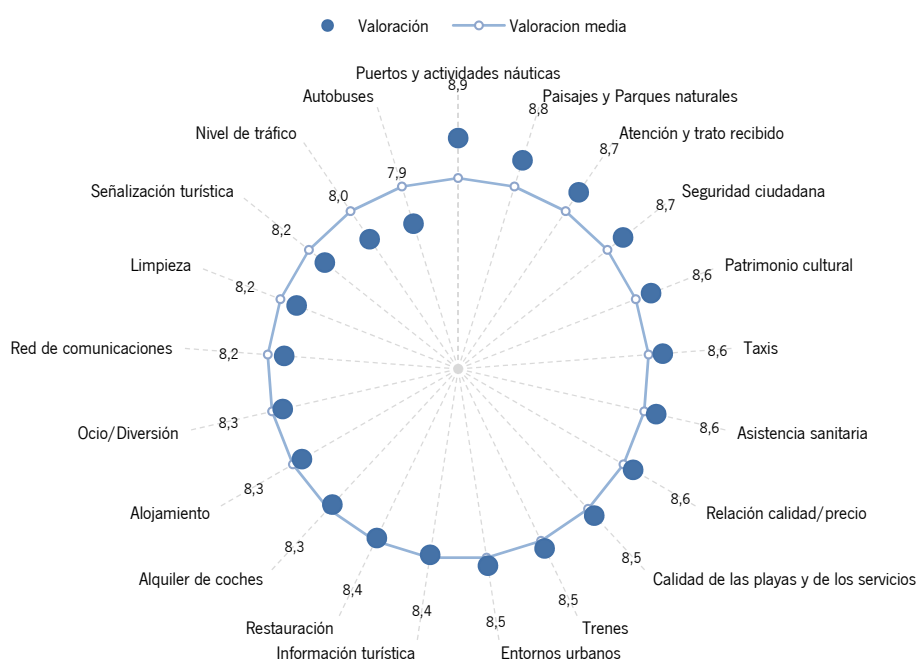
Actividades realizadas en Andalucía (Multirespuesta). Turistas españoles y extranjeros. Año 2017



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 (8,4 puntos en una escala de 1 a 10), nota ligeramente superior a la obtenida en 2016. Entre los aspectos mejor valorados este año se sitúan los *Puertos y actividades náuticas, los paisajes y Parques naturales, la atención y el trato recibidos y la seguridad ciudadana*.

Valoración (1 a 10 puntos) del destino turístico andaluz según conceptos. Turistas extranjeros. Año 2017

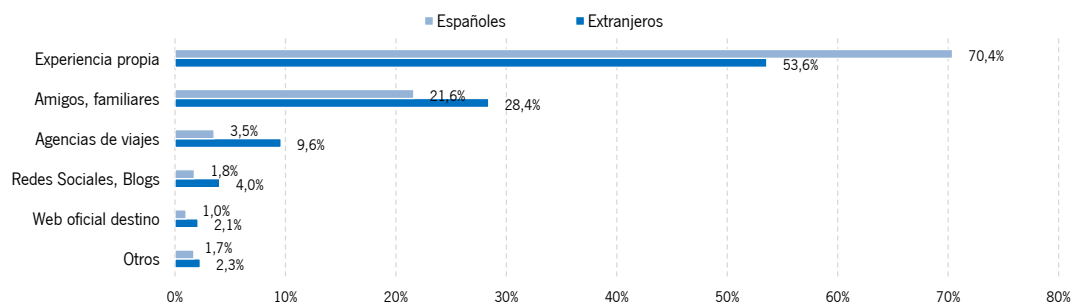


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA. IECA

El 36,4% de los turistas extranjeros que han estado en Andalucía en 2017 también lo hicieron en 2016. Este **grado de fidelidad** se sitúa un punto por encima del registrado el año anterior.

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 (53,6% y 28,4% 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.

Canales de información sobre el destino Andalucía. Turistas españoles y extranjeros. Año 2017



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 2017 (millones)	11,95
Gasto medio diario en destino: euros	74,57
Estancia media: Número de días	10,9
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	35,1%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: <i>Mujer</i>	51,5%
Edad: <i>De 45 a 64 años</i>	32,5%
Situación laboral: <i>Ocupado</i>	63,8%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: <i>Hotelero</i>	70,2%
Principal medio de transporte: <i>Avión</i>	72,2%
Uso de intermediarios: Porcentaje	32,0%
Usó Internet:	71,4%
Para qué utilizó Internet: <i>Reserva</i>	85,3%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- <i>Visita a monumentos</i> : Porcentaje	38,2%
- <i>Clima</i> : Porcentaje	35,1%
Canal principal de información sobre Andalucía: <i>Experiencia propia</i>	53,6%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- <i>Disfrute y uso de playa</i> : Porcentaje	51,9%
- <i>Visitas a monumentos y museos</i> : Porcentaje	50,7%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,4
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- <i>Puertos y actividades náuticas</i>	8,9
- <i>Paisajes y Parques naturales</i>	8,8
Grado de fidelidad: Porcentaje	36,4%
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.	