

Andalucía

# Turismo estadounidense en Andalucía

## Año 2014



JUNTA DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA DE TURISMO Y DEPORTE

**TURISMO ESTADOUNIDENSE 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.ctc@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

Publicado en Sevilla (España)

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.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

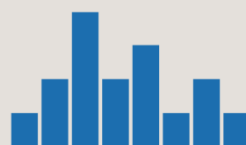
### MERCADOS TURÍSTICOS: ESTADOS UNIDOS

Informe realizado para su incorporación en el Plan de Acción 2015 de la Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía. Fecha de realización: noviembre 2014.

- Aspectos generales del mercado
- Mercado emisor a España
- Mercado emisor a Andalucía

### MOVIMIENTO HOTELERO EN ANDALUCÍA: ESTADOS UNIDOS

- Resultados año 2014



## **Mercados turísticos: Estados Unidos**

## MERCADOS TURÍSTICOS | ESTADOS UNIDOS. AÑO 2013 Y ACUMULADO ENE-SEP 2014

### 1. ASPECTOS GENERALES DEL MERCADO

#### 1.1 SALIDAS AL EXTRANJERO

**72%** es la proporción de la población viajera estadounidense que realiza viajes en el propio país.

Fuente: Estudios de Mercados Turísticos Emisores, Turespaña

#### *Viajes de los ciudadanos estadounidenses al extranjero. Años 2009-2013*

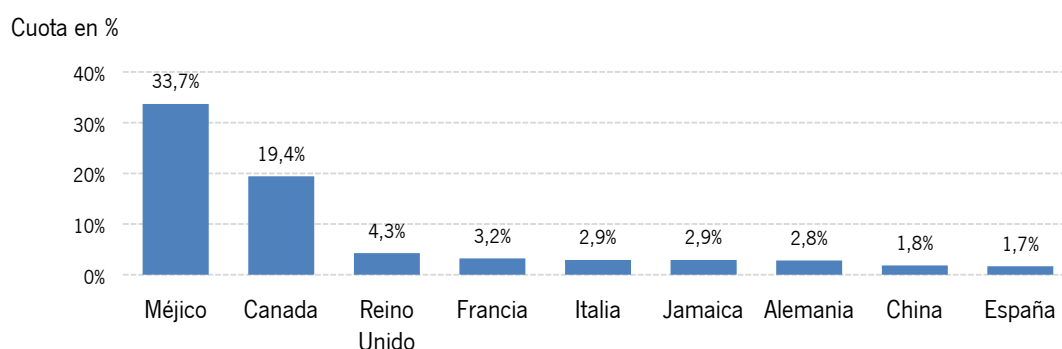
AÑOS	Viajes (millones)	% variación
2009	62,171	-2,3%
2010	61,060	-1,8%
2011	59,210	-3,0%
2012	60,697	2,5%
2013	61,874	1,9%

Fuente: Office of Travel and Tourism Industries (OTTI)

**-0,1%** es la dinamicidad del mercado: el incremento o decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en los viajes de ciudadanos estadounidenses al extranjero.

**Méjico** es el principal destino extranjero de los turistas estadounidenses, seguido de Canadá. Reino Unido se sitúa como el principal destino europeo para los ciudadanos de Estados Unidos.

#### *Principales destinos extranjeros de los viajes de ciudadanos estadounidenses al extranjero. Año 2013*



Fuente: U.S. Department of Commerce, International Trade Administration, Office of Travel and Tourism Industries (OTTI)

## 1.2 GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL

**104,7** son los miles de millones de dólares USA en los que se cifra el gasto por turismo internacional de este mercado en 2013, un +4,4% más que el año anterior.

**2ª** es la posición que ocupa en el ranking de gasto por turismo internacional.

**+9%** es el decremento medio anual experimentado en los últimos cinco años en este indicador.

Fuente: Barómetro del Turismo Mundial, Organización Mundial del Turismo (OMT)

## 1.3 TENDENCIAS RECIENTES

- El primer destino competidor para España, al igual que para el resto de países, es el propio mercado doméstico estadounidense. Ante la necesidad de utilizar vuelos de larga distancia, los estadounidenses prefieren moverse a destinos domésticos y el 72% de la población únicamente hace viajes domésticos. Además de su gran tamaño, EE.UU. es un país con gran diversidad de paisajes y variedad de recursos naturales, por lo que la riqueza de su producto, la no existencia de necesidad de cambiar de moneda ni de hablar otro idioma hacen que los destinos domésticos sean los preferidos de los estadounidenses. Todo ello explica que únicamente un 30% de la población tenga pasaporte; no obstante, entre la población con pasaporte (unos 90 millones) más del 50% lo utiliza para viajar únicamente a México o a Canadá.
- El análisis de las actividades que realizan los viajeros muestra el gran interés de este mercado por lo relativo tanto al turismo de compras (76%) como al turismo cultural (lugares históricos, galerías de arte/museos, lugares patrimonio cultural), así como al turismo gastronómico (41%).
- En lo relativo a la conectividad aérea entre Estados Unidos y España, si se consideran, tanto los vuelos que operan todo el año como los estacionales, en 2014 habrá hasta diez ciudades estadounidenses que contarán con conexión aérea directa con España, incluyendo también la Costa Oeste del país, lo cual supone una gran oportunidad para atraer turismo estadounidense hacia España. Madrid y Barcelona son las ciudades españolas de llegada de estas conexiones directas, con la excepción de Málaga-Costa del Sol, gracias a la ruta operada por Delta que realizará el vuelo directo Nueva York – Málaga entre junio y septiembre de 2014.
- El segmento de cruceros sigue creciendo y las empresas reposicionando sus barcos por temas coyunturales y en búsqueda de puertos alternativos para ofrecer nuevos destinos a sus clientes recurrentes. De acuerdo con CLIA (Cruise Line International Association), los itinerarios y posicionamiento de los cruceros para 2014 se distribuyen en un 37,3% en el Caribe (frente al 34,4% en 2013), un 18,9% en el Mediterráneo (caída desde el 21,7% del 2013), y un 11'1% en Europa (10,9% en 2013). Más de 21 millones de personas realizaron cruceros en 2013 en compañías miembros de CLIA y de ellos el 51,7% reside en Norteamérica.

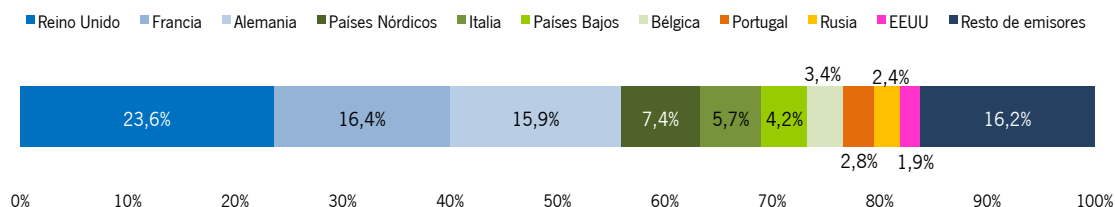
Fuente: Informes de Coyuntura Turística, Turespaña

## 2. MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### 2.1 PARTICIPACIÓN EN LA DEMANDA TURÍSTICA

- En el periodo acumulado enero-septiembre de 2014, España recibió un total de 52,4 millones de turistas internacionales, el 1,9% procedía de Estados Unidos (990 mil), posicionándose como el décimo emisor extranjero más importante para España. Este mercado ha mostrado un ligero incremento en el periodo, con una tasa de crecimiento del +0,5%.
- Cataluña es el principal receptor de turismo estadounidense, seguido por Madrid.

#### *Cuota de participación en la demanda turística de España. Acumulado ene-sep 2014*



Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), Turespaña

#### *Ranking de las principales CC.AA. de destino del turismo estadounidense. Acumulado enero-septiembre 2014*

Ranking	CC.AA. Destino	Cuota %	Variación %
1	Cataluña	40,8	-12,8
2	Madrid	24,5	8,6
<b>3</b>	<b>Andalucía</b>	<b>15,0</b>	<b>3,3</b>
4	Baleares	5,6	59,1
5	C. Valenciana	2,7	14,2
6	Canarias	1,2	13,6
	España	100,0	14,5

Fuente: Movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR), Turespaña

### 2.2 EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA ESTADOUNIDENSE EN ESPAÑA

#### *Periodo enero-septiembre de 2014*

HÁBITOS DE CONSUMO		PERFIL DEMOGRÁFICO	
Gasto medio diario en destino*: (euros)	186,82	Sexo: Hombre	50,2%
Estancia media: (días)	12,7	Edad: Menor de 15 años	1,9%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	70,6%	De 15 a 24	20,4%
Principal medio de transporte: Avión	90,6%	De 25 a 44	45,4%
Uso de paquete turístico:	21,0%	De 45 a 64	26,2%
Principal motivo: Ocio/Recreo/Vacaciones	74,7%	Mayor de 64 años	6,1%
Fuente: Encuesta de gasto turístico (EGATUR), Instituto de Turismo de España			

## 2.3 MOVIMIENTO HOTELERO

- El 70,6% de los turistas estadounidenses que visitaron España en el periodo acumulado enero-septiembre de 2014 utilizaron un alojamiento hotelero. Las pernoctaciones en hoteles de los viajeros estadounidenses suponen el 2,4% del total de noches foráneas realizadas en el país en este periodo, y han aumentado un +7,7% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Cataluña y Madrid son los principales destinos nacionales, presentando la segunda uno de los mayores crecimientos a nivel nacional para este mercado (+13,2%).

### *Viajeros y pernoctaciones de estadounidenses en establecimientos hoteleros de las principales CC.AA. turísticas. Acumulado enero-septiembre 2014*

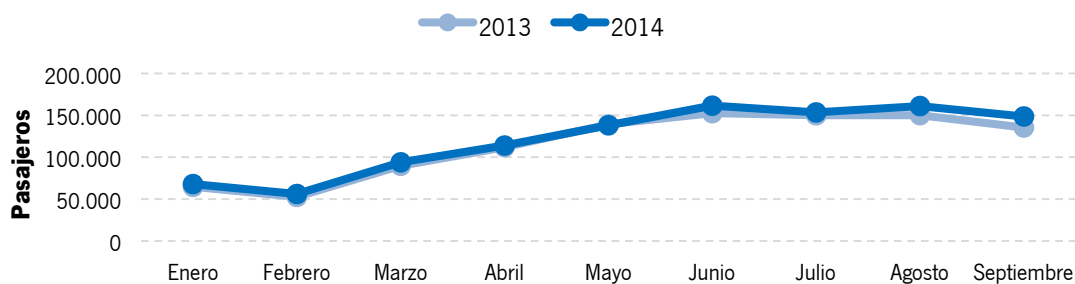
CC.AA. Destino	Viajeros	Variación %	Pernoctaciones	Variación %	Cuota %
Cataluña	537.502	2,0%	1.366.950	4,9%	36,2%
Madrid	410.266	13,2%	943.863	13,2%	25,0%
Andalucía	317.644	2,3%	660.483	3,5%	17,5%
Baleares	45.981	14,7%	150.602	8,5%	4,0%
C. Valenciana	56.351	7,7%	130.589	14,6%	3,5%
Canarias	13.888	9,2%	62.572	3,0%	1,7%
<b>España</b>	<b>1.645.012</b>	<b>6,9%</b>	<b>3.773.214</b>	<b>7,7%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE

## 2.4 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos españoles recibieron en el periodo enero-septiembre de 2014 un total de 1,1 millones de pasajeros procedentes de Estados Unidos, un +4,6% más que en el mismo periodo del año anterior, y crecimientos en todos los meses de 2014 (excepto mayo). Esta cifra representa el 2% del total de pasajeros internacionales que llegaron a los aeropuertos españoles en este periodo.
- Las compañías Iberia y Delta Airlines transportaron entre enero y septiembre de 2014 al 54% de los pasajeros procedentes de este mercado.

### *Llegadas de pasajeros a España procedentes de Estados Unidos por meses. Años 2013 y 2014*



Fuente: AENA

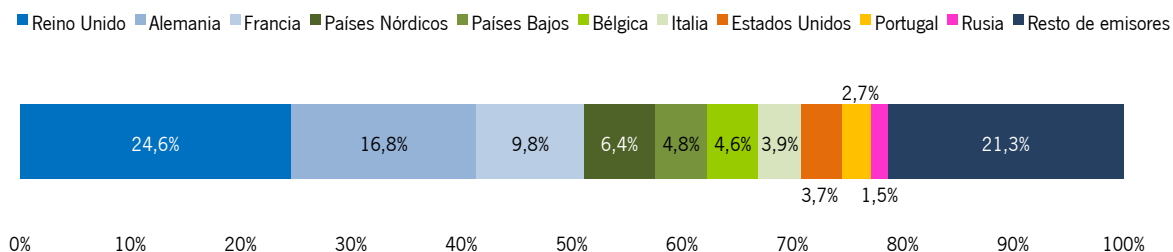


### 3. MERCADO EMISOR A ANDALUCÍA

#### 3.1 MOVIMIENTO HOTELERO

- Los establecimientos hoteleros andaluces recibieron en el periodo enero-septiembre de 2014 a 318 mil viajeros estadounidenses que han realizado 696 mil pernoctaciones, un +3,5% más de noches que en el mismo periodo del año anterior.
- El estadounidense es el octavo emisor extranjero más importante para el destino andaluz, sus pernoctaciones suponen el 3,8% del total de noches extranjeras realizadas en los hoteles y pensiones de la región.

***Distribución porcentual de pernoctaciones de extranjeros en establecimientos hoteleros andaluces según país de procedencia. Acumulado enero-septiembre 2014***

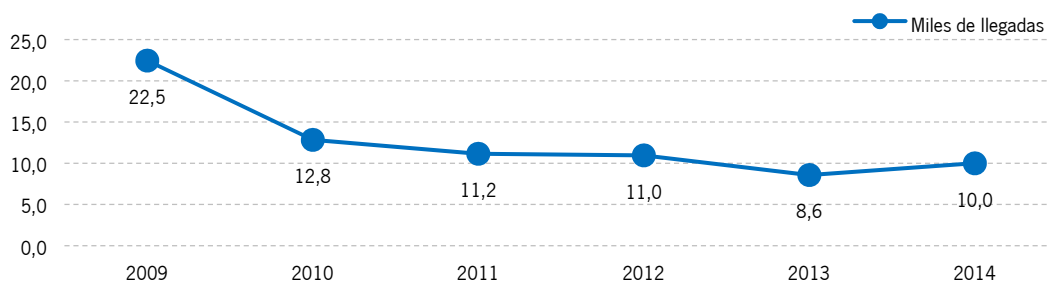


Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera, INE.

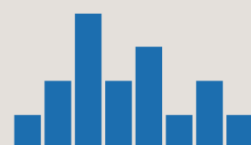
#### 3.2 MOVIMIENTO AEROPORTUARIO

- Los aeropuertos andaluces recibieron en el periodo enero-septiembre de 2014 alrededor de 10 mil pasajeros procedentes de aeropuertos estadounidenses, un +16,6% más que en el mismo periodo de 2013, siendo la totalidad de estos pasajeros usuarios de la conexión directa Málaga-Nueva York de la compañía Delta Airlines.

***Llegadas de pasajeros procedentes de Estados Unidos a aeropuertos andaluces. Enero-Septiembre. Años 2009 - 2013***



Fuente: AENA



## **Movimiento hotelero: Estados Unidos**

## MOVIMIENTO HOTELERO EN ANDALUCÍA | ESTADOS UNIDOS RESULTADOS AÑO 2014

### Viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Andalucía

	ANDALUCÍA			ESPAÑA		
	Año 2013	Año 2014	% var / Dif	Año 2013	Año 2014	% var / Dif
Viajeros	391.657	403.735	3,1%	1.942.858	2.069.347	6,5%
Pernoctaciones	800.589	835.309	4,3%	4.422.745	4.753.798	7,5%
Estancia Media	2,04	2,07	0,02	2,28	2,30	0,02
Cuota s/ total Extranjeros	3,8%	3,8%	0,00	2,4%	2,5%	0,11
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE						

#### Serie mensual

Año 2014	Pernoctaciones	%
Enero	36.771	4,4%
Febrero	33.789	4,0%
Marzo	62.401	7,5%
Abril	86.149	10,3%
Mayo	94.368	11,3%
Junio	108.466	13,0%
Julio	85.712	10,3%
Agosto	59.445	7,1%
Septiembre	93.201	11,2%
Octubre	96.688	11,6%
Noviembre	42.870	5,1%
Diciembre	35.449	4,2%
<b>Total</b>	<b>835.309</b>	<b>100,0%</b>
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE		

#### Serie Anual

AÑO	Pernoctaciones	% var.
2000	1.103.231	13,8%
2001	1.034.357	-6,2%
2002	921.260	-10,9%
2003	848.520	-7,9%
2004	858.958	1,2%
2005	780.011	-9,2%
2006	832.963	5,2%
2007	780.933	-6,2%
2008	676.461	-13,4%
2009	641.077	-5,2%
2010	745.625	16,3%
2011	798.785	7,1%
2012	792.949	-0,7%
2013	800.589	1,0%
<b>2014</b>	<b>835.309</b>	<b>4,3%</b>
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE		

#### Principales destinos en España de este mercado

TOP 5 DESTINOS - 2014	Pernoctaciones	% s/ total
Cataluña	1.716.900	36,1%
Madrid, Comunidad de	1.215.339	25,6%
Andalucía	835.309	17,6%
Balears, Illes	167.242	3,5%
Comunitat Valenciana	162.537	3,4%
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE		

#### Principales mercados extranjeros Andalucía

TOP 5 ORIGEN 2014	Pernoctaciones	% s/ total
Reino Unido	5.533.642	12,3%
Alemania	3.761.912	8,4%
Francia	2.061.967	4,6%
Países Bajos	1.042.381	2,3%
Bélgica	1.036.052	2,3%
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE		