

Andalucía

Turismo andaluz en Andalucía Año 2015

Demanda Turística de Andalucía. Mercados Turísticos



TURISMO ANDALUZ EN ANDALUCÍA

Este informe forma parte de la publicación oficial de la Consejería de Turismo y Deporte: "Balance del Año Turístico en Andalucía. 2015".

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.

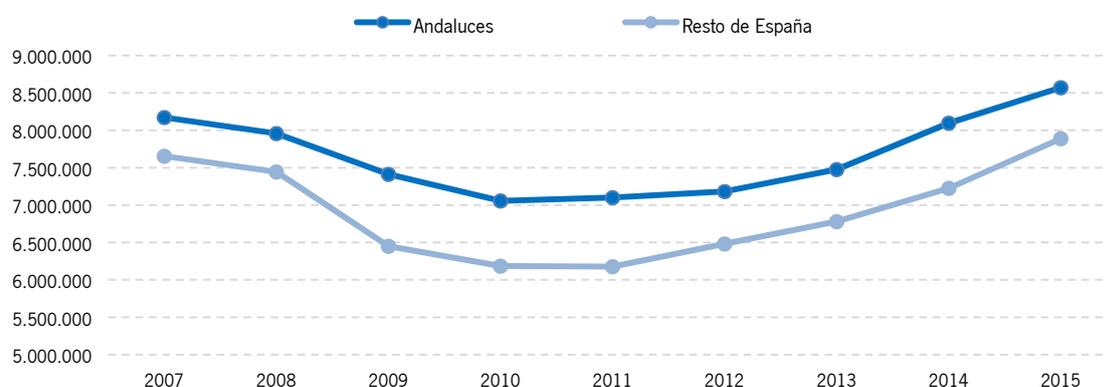
-

TURISMO ANDALUZ EN ANDALUCÍA

En 2015, Andalucía ha recibido un total de 8,6 millones de turistas procedentes de la propia Comunidad, lo que supone un crecimiento en términos relativos del +5,9% respecto al año anterior. Este aumento supone el quinto crecimiento consecutivo de este emisor, lo que le ha permitido compensar los importantes descensos registrados en el periodo 2008-2010 y **superar la cifra de nivel de 2007** (8,1 millones de turistas).

En el siguiente gráfico, se puede apreciar la trayectoria positiva tanto del mercado andaluz como del resto de España en los últimos años, si bien este último muestra un mayor dinamismo que el andaluz, en +6,8% se cifra su tasa media de variación acumulada de los últimos cuatro años frente al +6,1% registrado por los andaluces.

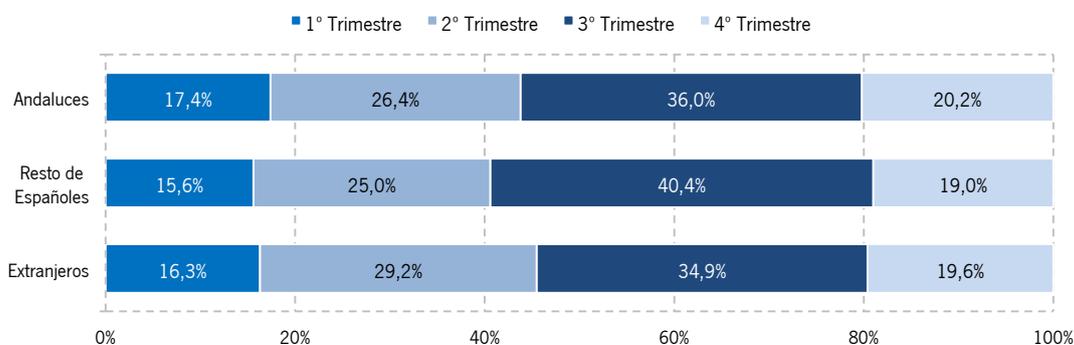
Turistas andaluces y del resto de España en Andalucía. Evolución 2007- 2015



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

Un año más, el tercer trimestre se consolida como el favorito de los andaluces para visitar su propia Comunidad, si bien el primer y el cuarto trimestre alcanzan cuotas ligeramente superiores, tanto a las registradas por el resto de españoles como por el total de extranjeros que han elegido Andalucía como destino turístico.

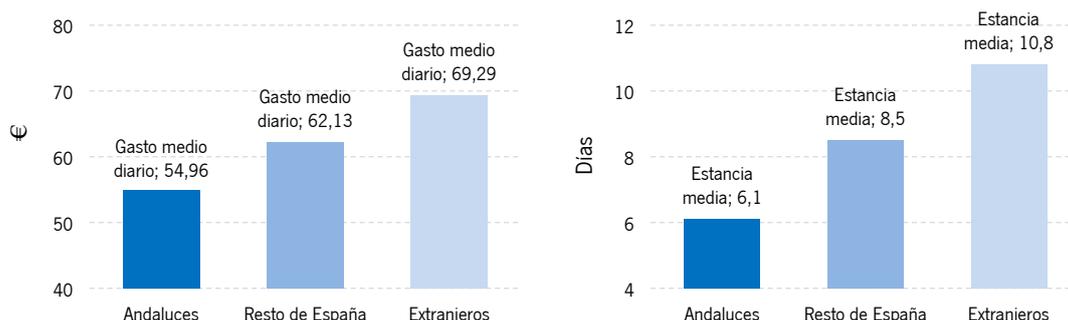
Distribución trimestral del número de turistas según procedencia. Año 2015



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

La **estancia media** de los turistas andaluces se ha estimado en 6,1 días, ligeramente por debajo a la registrada en 2014 (6,3 días). En cuanto al **gasto en destino**, destacar que aunque el desembolso del turista andaluz en 2015 (54,96 €) ha sido el más comedido, en su comparativa con el resto de procedencias, su crecimiento respecto al año anterior es mayor (+0,93 €andaluces, +0,47 €resto de España y -0,83 €extranjeros).

Gasto medio diario y estancia media. Andaluces, Resto de España y Extranjero. Año 2015

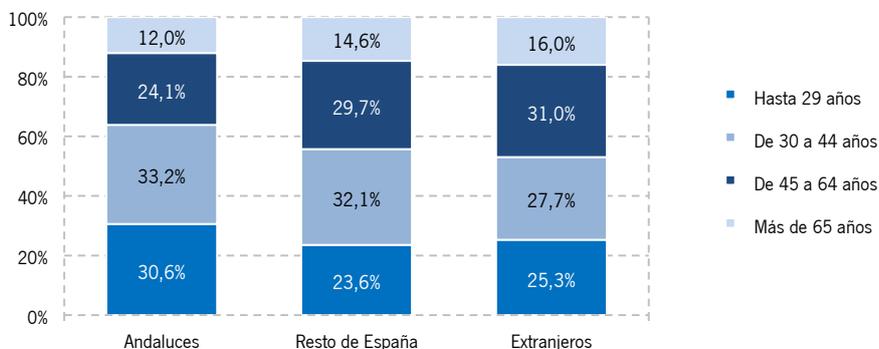


Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

Tradicionalmente el turista andaluz, al igual que el resto, dedica la mayor parte del presupuesto en el destino andaluz a la restauración y al alojamiento (70,4%). No obstante, en este año se observa que ha dedicado más presupuesto a la partida de alojamiento (de 26,1% en 2014 a 31,9% en 2015) y menos a la de restauración (de 45,1% en 2014 a 38,5% en 2015). Esta situación es extensible al resto de procedencias analizadas.

En cuanto al **perfil sociodemográfico**, el intervalo de **edad** más significativo es el comprendido entre los 30 y los 44 años (33,2%), seguido de los turistas de hasta 29 años (30,6%). Cabe destacar la alta proporción de turistas jóvenes registrada entre los andaluces, muy superior a la de los turistas procedentes del resto de España o del extranjero. La **situación laboral** más frecuente es la de disponer de un trabajo remunerado (59,2%), seguida de estudiante y retirado/jubilado (16,8% y 13,7%, respectivamente).

Estructura de edad. Turistas Andaluces, Resto de España y Extranjeros. Año 2015.



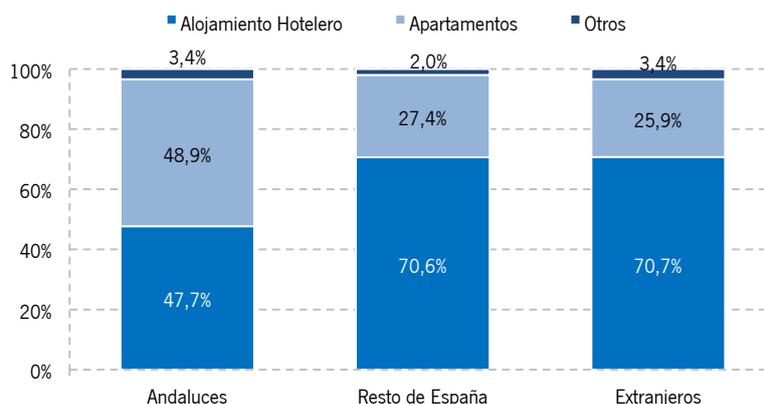
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

Según **grupo de viaje**, aunque el viaje en pareja (46,9%) tiene un mayor protagonismo entre los andaluces frente al viaje en familia (32%), cabe destacar que el turista andaluz se caracteriza por una mayor relevancia del turismo en familia frente al resto de emisores.

Obviamente, el coche es el principal **medio de transporte** utilizado por los andaluces para visitar Andalucía. Así, en 2015 ha sido elegido por el 83,6% de los andaluces, siendo este porcentaje el más pronunciado de todos los mercados analizados.

A la hora de **alojarse**, este turista no sigue el mismo patrón de comportamiento que el resto de procedencias. Tal y como muestra el siguiente gráfico, hace un mayor uso del apartamento, ya sea en propiedad o cedido por familiares o amigos, frente al turista del resto de España o el turista extranjero. No obstante, en este año se registra un crecimiento en el uso del alojamiento hotelero (+2,7 puntos) en detrimento del alojamiento en vivienda (-3,8 puntos) por parte del emisor andaluz, lo que ha aproximado las cuotas alcanzadas en ambas tipologías (47,7% y 48,9% respectivamente).

Distribución % de los turistas según procedencia por tipo de alojamiento. Año 2015



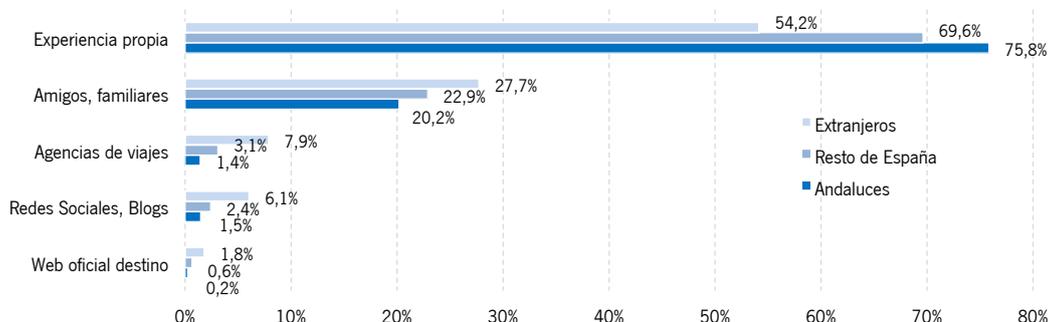
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

Tanto la utilización del coche como el mayor uso del alojamiento extrahotelero respecto a otros mercados son factores que condicionan la escasa contratación a través de intermediarios. Así, el 93% de los turistas andaluces han **organizado su viaje** de forma particular.

Durante 2015, el 36,1% de los turistas andaluces ha hecho uso de **Internet** en la planificación del viaje, porcentaje que, aunque muy inferior al de la media de Andalucía (50,8%), ha crecido +5,2 puntos porcentuales respecto al observado en 2014.

Tres de cada cuatro andaluces **han conocido** el destino andaluz por experiencia propia, mientras que el 20,2% lo ha hecho a través de la recomendación de familiares y amigos. En este contexto y para esta procedencia, el resto de canales de información (agencias de viajes, redes sociales y anuncios, y web oficial del destino) presentan porcentajes muy moderados.

Canales de información sobre el destino Andalucía. Turistas Andaluces, Resto de España y Extranjeros. Año 2015



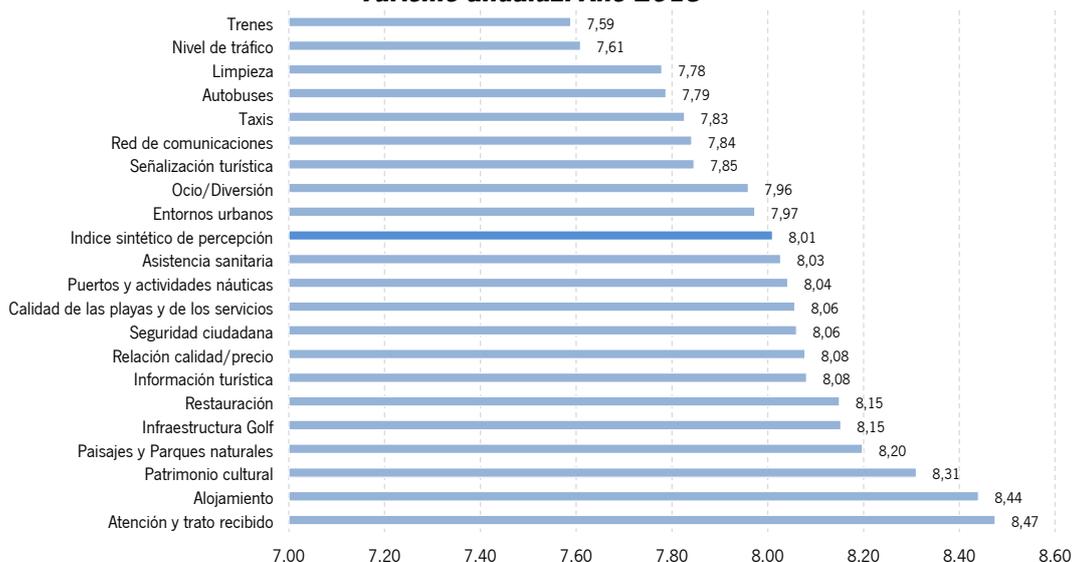
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA

Por otro lado, el clima, la visita a monumentos y los precios son los principales factores que los andaluces han tenido en cuenta a la hora de **elegir** su propia Comunidad como destino de sus vacaciones (30,9%, 22,6% y 15,8% respectivamente).

Disfrutar de la playa (47%), observar la naturaleza (31,4%), visitar monumentos y museos (25,5%) y la compras (24,4%), se posicionan como las **principales actividades** realizadas en destino, si bien es cierto que en todos los casos, éstas participaciones presentan porcentajes algo más moderados que los registrados por los turistas procedentes del resto de España (49,5%, 31,8%, 30,8% y 25,4%).

En 2015, la **valoración** que han otorgado los turistas andaluces a la Comunidad ha sido de 8,0 puntos, similar a la registrada en 2014. La atención y el trato recibido es el ítem que obtiene una mayor puntuación (8,5 puntos). Le sigue en orden de importancia el alojamiento y el patrimonio cultural andaluz, con 8,4 puntos y 8,3 puntos respectivamente.

Valoración (de 1 a 10 puntos) del destino turístico andaluz según conceptos. Turismo andaluz. Año 2015



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

Los andaluces son los turistas que han mostrado un mayor **grado de fidelidad** al destino andaluz. Así, el 79,6% de los andaluces que han visitado la Comunidad en 2015 también lo hicieron en 2014, superando con un alto margen de diferencia el valor de esta variable en el resto de mercados.

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

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2015 (millones)	8,6
Gasto medio diario en destino: euros	54,96
Estancia media: Número de días	6,1
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	35,9%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Mujer	52,0%
Edad: De 30 a 44 años	33,2%
Situación laboral: Ocupado	59,2%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: Apartamentos	48,9%
Principal medio de transporte: Coche	83,6%
Uso de intermediarios: Porcentaje	7,0%
Uso de internet: Porcentaje	36,1%
Para qué utilizó internet: Reserva	60,8%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Clima: Porcentaje	30,9%
- Visita a monumentos: Porcentaje	22,6%
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	75,8%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa: Porcentaje	47,0%
- Observación de la naturaleza: Porcentaje	31,4%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Atención y trato recibido	8,5
- Alojamiento	8,4
Grado de fidelidad: Porcentaje	79,60%
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.	