

Andalucía

Turismo andaluz en Andalucía Año 2016

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



TURISMO ANDALUZ EN ANDALUCÍA. AÑO 2016
Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte

COLECCIÓN
Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos

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.

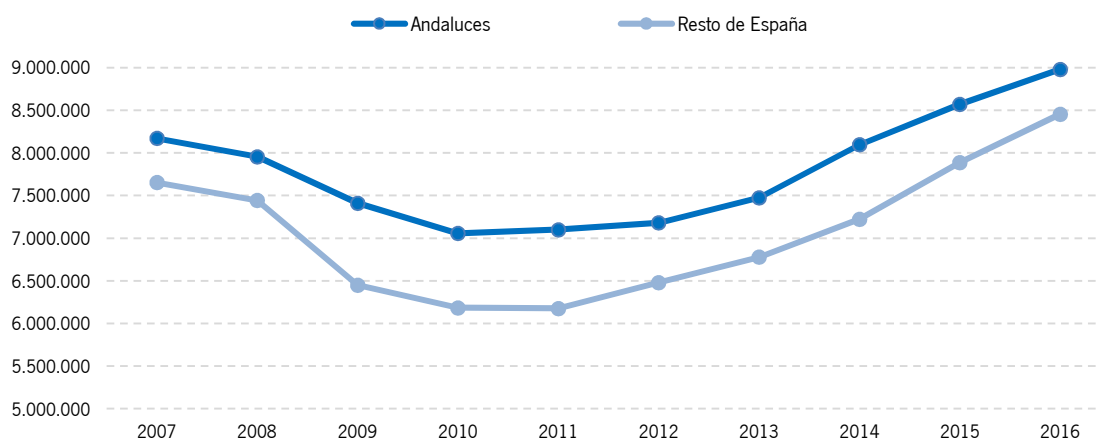
TURISMO ANDALUZ EN ANDALUCÍA. AÑO 2016

En 2016, Andalucía ha recibido un total de 8,9 millones de **turistas procedentes de la propia Comunidad**, lo que supone un aumento en términos relativos del +4,5% respecto al año anterior. Este aumento supone el sexto crecimiento consecutivo de este emisor.

Sin embargo, para el mercado procedente del resto de España supone el quinto crecimiento consecutivo, y es que este año han visitado la Comunidad 8.455.434 de estos turistas, lo que supone un incremento del +7,3% respecto al año 2015.

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 +7,6% se cifra su tasa media de variación acumulada de los últimos cuatro años frente al +6,3% registrado por los andaluces. Este dinamismo ha favorecido el acercamiento de las cuotas de participación en el total del turismo de Andalucía alcanzadas por ambos emisores (31,9% el andaluz y 30,3% el resto de España).

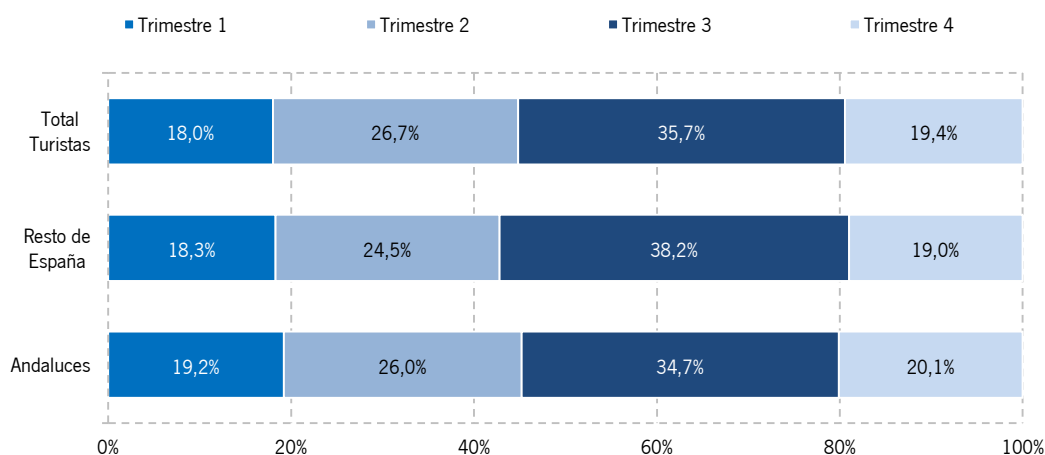
Turistas andaluces y del resto de España en Andalucía. Evolución 2007- 2016



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 para realizar los viajes en la Comunidad, si bien el turismo español procedente de fuera de Andalucía presenta un comportamiento más **estacional**, ya que el 38,2% de las llegadas se realizan en el trimestre correspondiente a la época veraniega, porcentaje superior al observado en el mercado andaluz (34,7%) o en el total de Andalucía (35,7%).

Distribución trimestral del número de turistas según procedencia. Año 2016



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

La **estancia media** de los turistas andaluces que visitan su propia Comunidad (6,0 días) es inferior a la de los procedentes del resto de España que eligen Andalucía como destino vacacional (8,0 días). y ligeramente inferiores a las noches de estancia registradas por ambos emisores en 2015.

En cuanto al **gasto en destino**, el desembolso del turista andaluz es más comedido que el observado en el del resto de España, concretamente se han cifrado en 54,97 euros y 64,54 euros respectivamente para 2016. En su comparativa con 2015 se observa un mantenimiento del primero (+0,05 euros) y crecimiento del segundo (+2,15 euros). Este notable incremento ha hecho que este año 2016 el desembolso del turista del resto de España alcance y supere por poco al observado para la media de Andalucía (64,52 euros), tal y como se indica en la siguiente tabla.

Gasto medio diario (euros) según procedencia. Año 2015 y 2016

| Gasto medio diario (euros) | Año 2015 | Año 2016 | Diferencia |
|----------------------------|----------|----------|------------|
| Andaluces | 54,92 | 54,97 | + 0,05 |
| Resto de España | 62,38 | 64,54 | + 2,15 |
| Total Turistas | 63,09 | 64,52 | + 1,44 |

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

La **restauración** y el **alojamiento** se identifican como las principales partidas de este gasto. En este contexto, destacar el porcentaje destinado a la restauración del turista andaluz (37,1%) como el más elevado del total de procedencias analizadas, +3,2 puntos por encima de la media del total de turistas recibidos en Andalucía durante el año 2016. Asimismo, este turista ha dedicado en este año más presupuesto tanto a la partida de compras alimenticias (de 9,7% en 2015 a 12,7% en 2016) como a la de compras no alimenticias (de 7,1% en 2015 a 8,3% en 2016). Esta situación es extensible al resto de procedencias analizadas.

Por otro lado, si se atiende al porcentaje alcanzado en el concepto alojamiento por el turista procedente del resto de España (31,9%), precisar que no sólo es el mayor respecto al resto de procedencias, sino que además es el único mercado que ha incrementado esta partida respecto a la registrada el año anterior (+0,6 puntos de más).

Distribución porcentual del gasto en destino por conceptos según procedencia. Año 2016.

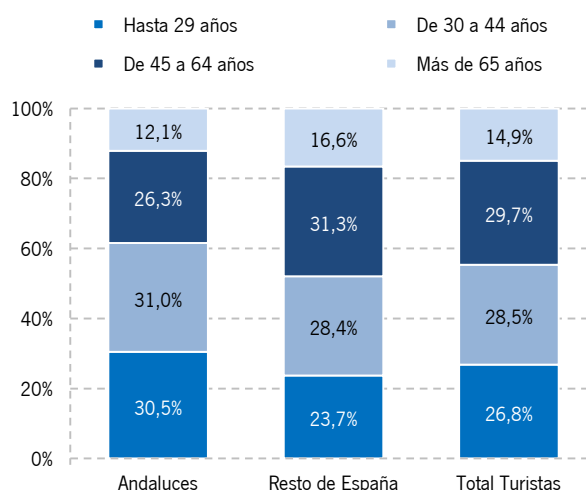
| Concepto | Andaluces | Resto de España | Total Turistas |
|-------------------------------------|--------------|-----------------|----------------|
| Transporte | 7,5 | 10,1 | 10,9 |
| Alojamiento | 30,0 | 31,9 | 28,8 |
| Compras alimentación | 12,7 | 10,8 | 10,8 |
| Compras no alimentación | 8,3 | 8,8 | 9,2 |
| Visitas organizadas, ocio, otros... | 4,3 | 3,8 | 4,3 |
| Alquiler coches | 0,1 | 0,6 | 2,0 |
| Comidas | 37,1 | 34,0 | 33,9 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

El **perfil sociodemográfico** del turista andaluz muestra una mayor participación de las mujeres frente a los hombres (52,8% y 47,2%, respectivamente). Esta situación se repite en el resto de procedencias.

En cuanto a su **edad**, el intervalo más significativo es el comprendido entre los 30 y los 44 años (31%), seguido de los turistas de hasta 29 años (30,5%). Cabe destacar la alta proporción de turistas jóvenes registrada entre los andaluces, mientras que entre los españoles procedentes de otras Comunidades esa alta proporción se observa entre los turistas con una edad superior a los 45 años.

Estructura de edad según procedencia. Año 2016.



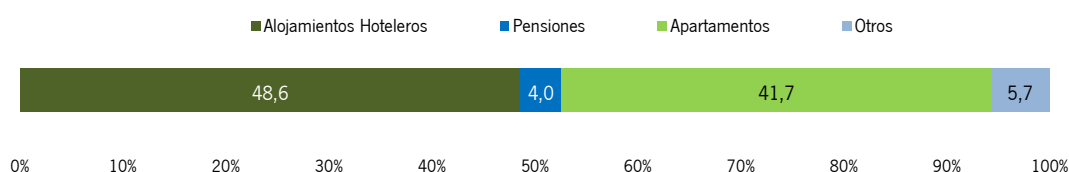
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

La **situación laboral** más frecuente del turista andaluz es la de disponer de un trabajo remunerado (60,5%), al igual que en el resto de procedencias. Le sigue en orden de importancia ser estudiante y retirado/jubilado (17,0% y 13,5%, respectivamente).

Obviamente, el coche es el principal **medio de transporte** utilizado por los andaluces para visitar Andalucía. Así, en 2016 ha sido elegido por el 82,2% de los andaluces, siendo este porcentaje el más pronunciado de todos los mercados analizados.

A la hora de **alojarse**, los turistas andaluces se aproximan este año al mismo patrón de comportamiento que el resto de procedencias, donde el uso del alojamiento hotelero es mayoritario. Así, casi la mitad de los andaluces han optado por el alojamiento hotelero (48,6%), mientras que el 41,7% se ha hospedado en apartamentos, ya sea en propiedad, o de amigos y familiares.

Tipo de alojamiento. Andaluces. Año 2016

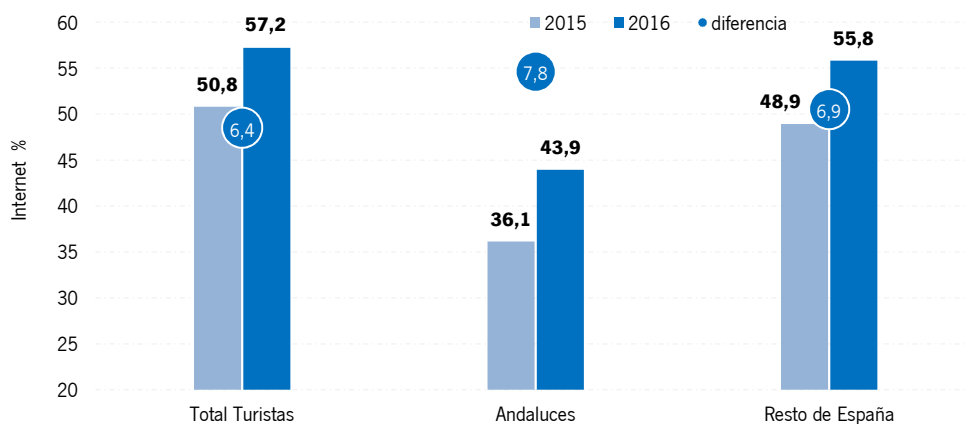


Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

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 91,3% de los turistas andaluces han **organizado su viaje** de forma particular.

En 2016, el 43,9% de los turistas andaluces utilizó **Internet** bien sea para consultar, reservar o adquirir algún producto o servicio turístico de su viaje en su Comunidad, porcentaje que aunque más comedido que el alcanzado por los procedentes del resto de España (55,8%), se sitúa +7,8 puntos por encima del registrado el año anterior, siendo el crecimiento más elevado entre todas las procedencias analizadas.

Uso de Internet según procedencia. Año 2015 y 2016 y Diferencia.



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

Un año más, disfrutar de las vacaciones o del tiempo de ocio es el principal **motivo** del viaje de estos turistas a Andalucía, así lo han manifestado en el 74,5% de los casos. La visita a amigos y familiares es la segunda opción más seleccionada (18,3%), ganando peso respecto a 2015 (15,7%). Esta circunstancia se ha dado por igual en el resto de procedencias observadas.

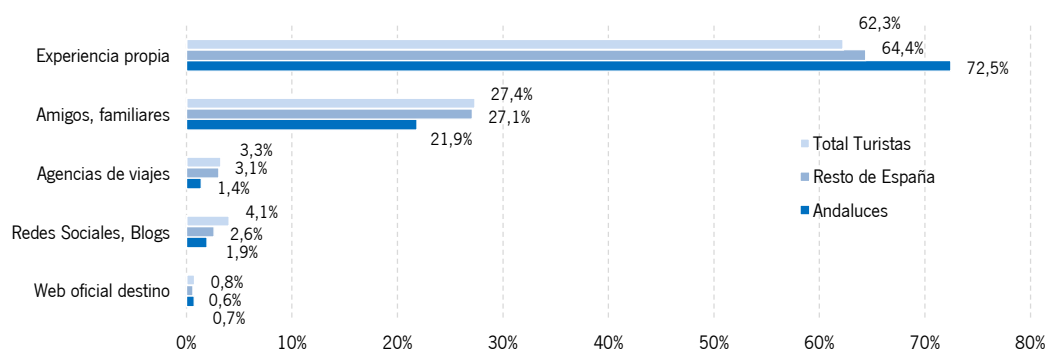
Asimismo, la visita a monumentos, el clima y disfrutar de las playas son los principales factores que los andaluces han tenido en cuenta a la hora de **elegir** su propia Comunidad como destino de sus vacaciones (26,9%, 19,1% y 16,2% respectivamente).

Disfrutar de la playa (40,6%), visitar monumentos y museos (31,0%) y observar la naturaleza (25%) se posicionan como las **principales actividades** realizadas en destino, si bien es cierto que en su mayoría, éstas participaciones presentan porcentajes algo más moderados que los registrados por los turistas procedentes del resto de España (42,4%, 37,3% y 23,7%).

En 2016, la **valoración** que han otorgado los turistas andaluces a la Comunidad ha sido de 8,0 puntos, similar a la registrada en 2015. La atención y el trato recibido junto a los paisajes y parques naturales son los ítems que obtienen una mayor puntuación (8,5 puntos, cada uno). Le sigue en orden de importancia el alojamiento (8,4 puntos) y seguridad ciudadana y patrimonio cultural andaluz (8,3 puntos, en ambos casos). En el caso del mercado procedente del resto de España es también la atención y el trato recibidos durante su visita a Andalucía el concepto mejor valorado (8,6 puntos).

Tres de cada cuatro andaluces **han conocido** el destino andaluz por experiencia propia, mientras que el 21,9% 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 según procedencia. Año 2016



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 77,7% de los andaluces que han visitado la Comunidad en 2016 también lo hicieron en 2015, superando con un alto margen de diferencia el valor de esta variable en el mercado procedente del resto de España (52,6%) e incluso el de la media de Andalucía (54%).

Tabla resumen: Perfil del turista andaluz en Andalucía. Año 2016.

| INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA | |
|---|-------|
| Número de turistas en 2016 (millones) | 8,9 |
| Gasto medio diario en destino: euros | 54,97 |
| Estancia media: Número de días | 6,0 |
| Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano) | 34,7% |

| PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA | |
|-------------------------------------|-------|
| Sexo: Mujer | 52,8% |
| Edad: De 30 a 44 años | 31,0% |
| Situación laboral: Ocupado | 60,5% |

| HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA | |
|---|-------|
| Principal tipo de alojamiento: Alojamiento Hotelero | 48,6% |
| Principal medio de transporte: Coche | 82,2% |
| Uso de intermediarios: Porcentaje | 8,7% |
| Uso de internet: Porcentaje | 43,9% |
| Para qué utilizó internet: Reserva | 70,3% |
| Principales factores de elegir Andalucía: | |
| - Visita a monumentos: Porcentaje | 26,9% |
| - Clima: Porcentaje | 19,1% |
| Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia | 72,5% |
| Principales actividades desarrolladas en Andalucía: | |
| - Disfrute y uso de playa: Porcentaje | 40,6% |
| - Visita a monumentos y museos: Porcentaje | 31,0% |

| OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA | |
|--|-------|
| Valoración del destino: Escala de 1 a 10 | 8,0 |
| Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10 | |
| - Atención y trato recibido; Paisajes y Parque Naturales | 8,5 |
| - Alojamiento | 8,4 |
| Grado de fidelidad: Porcentaje | 77,7% |

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

Tabla resumen: Perfil del turista del resto de España en Andalucía. Año 2016.

| INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA | |
|---|-------|
| Número de turistas en 2016 (millones) | 8,5 |
| Gasto medio diario en destino: euros | 64,54 |
| Estancia media: Número de días | 8,0 |
| Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano) | 38,2% |
| PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA | |
| Sexo: Mujer | 51,4% |
| Edad: De 30 a 44 años | 28,4% |
| Situación laboral: Ocupado | 60,5% |
| HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA | |
| Principal tipo de alojamiento: Alojamiento hotelero | 66,6% |
| Principal medio de transporte: Coche | 62,8% |
| Uso de intermediarios: Porcentaje | 13,8% |
| Uso de internet: Porcentaje | 55,8% |
| Para qué utilizó internet: Reserva | 71,6% |
| Principales factores de elegir Andalucía: | |
| - Clima: Porcentaje | 28,0% |
| - Visita a monumentos: Porcentaje | 26,9% |
| Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia | 64,4% |
| Principales actividades desarrolladas en Andalucía: | |
| - Disfrute y uso de playa: Porcentaje | 42,4% |
| - Visita a monumentos y museos:: Porcentaje | 37,3% |
| - Compras: Porcentaje | 24,7% |
| 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 | 52,6% |
| Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA. | |