

Andalucía

Turismo andaluz en Andalucía Año 2017

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



TURISMO ANDALUZ EN ANDALUCÍA. AÑO 2017
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.

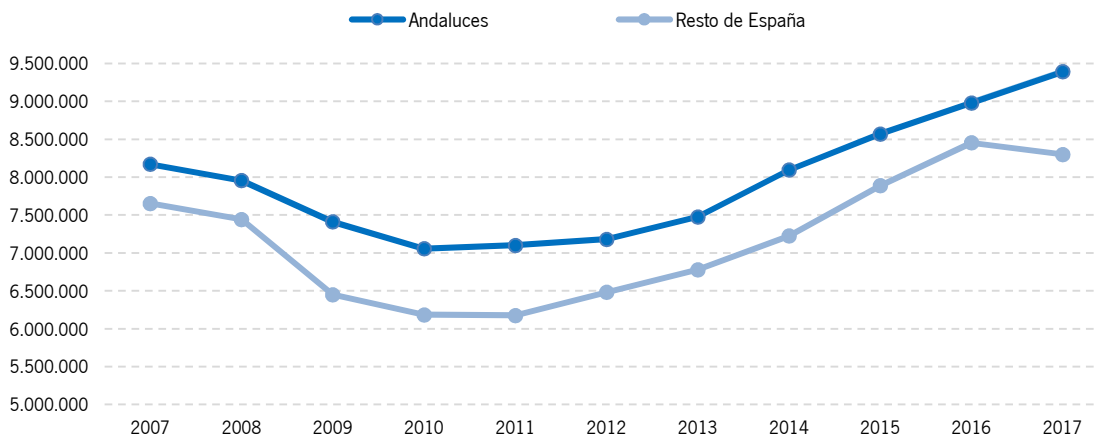
TURISMO ANDALUZ EN ANDALUCÍA. AÑO 2017

En 2017, Andalucía ha recibido un total de 9,4 millones de **turistas procedentes de la propia Comunidad**, lo que supone un aumento en términos relativos del +4,4% respecto al año anterior. Este aumento supone el séptimo crecimiento consecutivo de este emisor.

Sin embargo, el mercado procedente del resto de España registra la primera tasa negativa de los últimos seis años, y es que este año han visitado la Comunidad 8.300.280 de estos turistas, lo que supone un descenso del -1,8% respecto al año 2016.

En el siguiente gráfico, se puede apreciar la trayectoria de ambos mercados en los últimos años, el emisor andaluz muestra un mayor dinamismo que el procedente del resto de España, en +5,1% se cifra su tasa media de variación acumulada de los últimos cuatro años frente al +4,7% registrado por el resto de España. De este modo, las cuotas de participación en el total del turismo de Andalucía se han cifrado en un 31,7% para el emisor andaluz y un 28,0% para el procedente del resto de España.

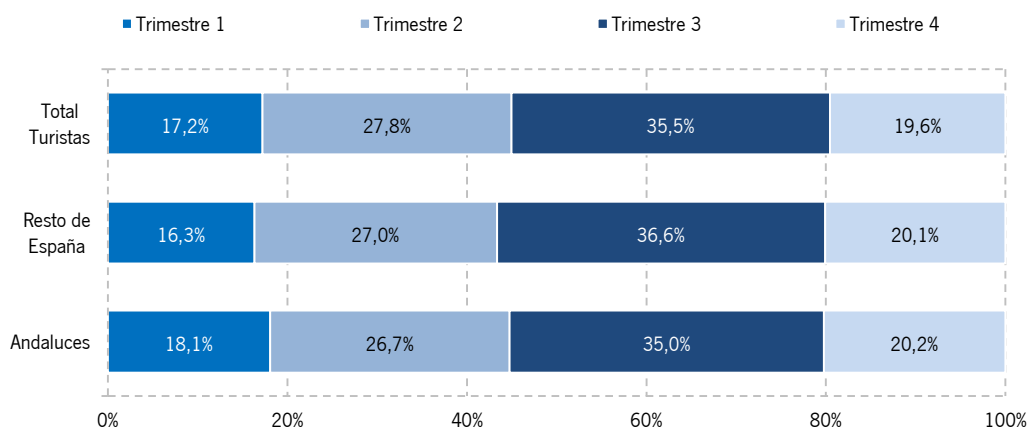
Turistas andaluces y del resto de España en Andalucía. Evolución 2007- 2017



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 36,6% de las llegadas se realizan en el trimestre correspondiente a la época veraniega, porcentaje superior al observado en el mercado andaluz (35,0%) o en el total de Andalucía (35,5%).

Distribución trimestral del número de turistas según procedencia. Año 2017



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 (5,8 días) es inferior a la de los procedentes del resto de España que eligen Andalucía como destino vacacional (7,7 días). y ligeramente inferiores a las noches de estancia registradas por ambos emisores en 2016.

En cuanto al **gasto en destino**, aunque el desembolso del turista andaluz es más comedido que el observado en el del resto de España, concretamente se han cifrado en 56,38 euros y 65,04 euros respectivamente para 2017, su crecimiento respecto a 2016 es superior al observado en el del resto de España, +1,42 euros frente a +0,50 euros, tal y como se observa en la tabla adjunta.

Gasto medio diario (euros) según procedencia. Año 2016 y 2017

Gasto medio diario (euros)	Año 2016	Año 2017	Diferencia
Andaluces	54,96	56,32	+1,42
Resto de España	64,53	65,04	+0,50
Total Turistas	64,70	66,14	+1,44

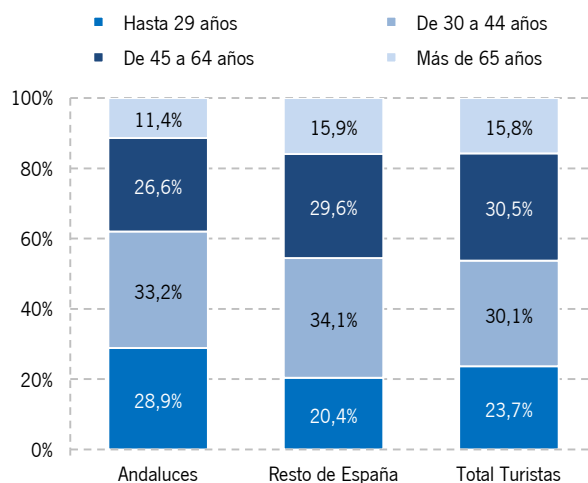
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

La **restauración** y el **alojamiento** se identifican como las principales partidas de este gasto tanto para andaluces como para los procedentes del resto de España, ya que en su conjunto suponen más de dos tercios de sus presupuestos. El resto del gasto se centra principalmente en compras, en torno al 18% para ambos mercados.

El **perfil sociodemográfico** del turista andaluz muestra una mayor participación de las mujeres frente a los hombres (51,7% y 48,3%, 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 (33,2%), seguido de los turistas de hasta 29 años (28,9%). 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 2017.



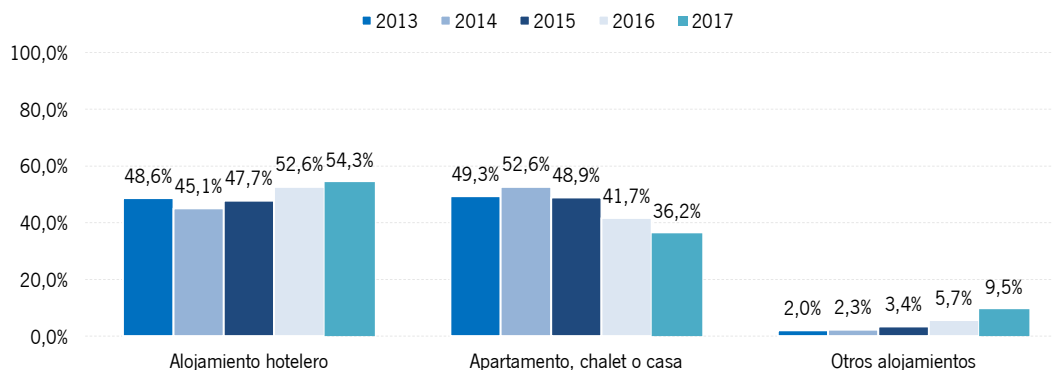
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

La **situación laboral** más frecuente del turista andaluz es la de disponer de un trabajo remunerado (64,2%), al igual que en el resto de procedencias. Le sigue en orden de importancia ser estudiante y retirado/jubilado (14,9% y 13,7%, respectivamente).

Obviamente, el coche es el principal **medio de transporte** utilizado por los andaluces para visitar Andalucía. Así, en 2017 ha sido elegido por el 81,8% de los andaluces, siendo este porcentaje el más pronunciado de todos los mercados analizados.

A la hora de **alojarse**, los turistas andaluces se aproximan un año más al mismo patrón de comportamiento que el resto de procedencias, donde el uso del alojamiento hotelero es mayoritario. Así, más de la mitad de los andaluces han optado por el alojamiento hotelero, mientras que el 36,2% se ha hospedado en apartamentos, ya sea en propiedad, o de amigos y familiares. En este contexto, cabe destacar como el uso del apartamento ha ido perdiendo cuota año tras año favoreciendo el uso de otras tipologías de alojamiento tales como camping, albergue, villa turística, casa rural, etc.

Tipo de alojamiento. Andaluces. Años 2013-2017

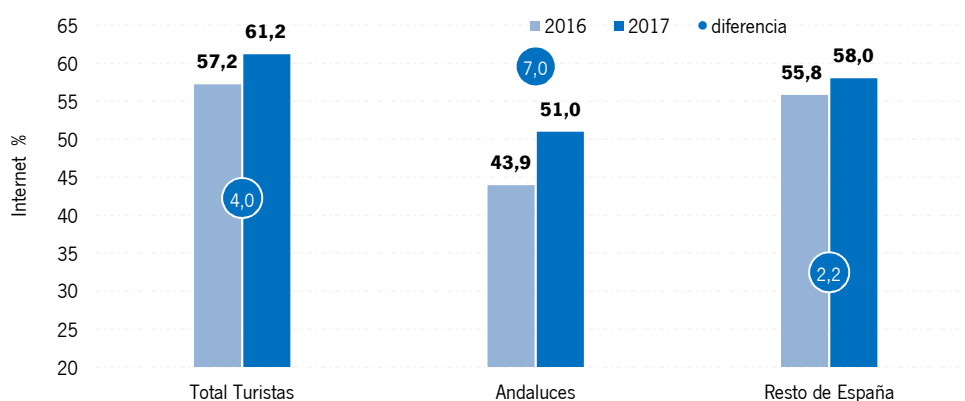


Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

No obstante, precisar que el turista andaluz hace un mayor uso del alojamiento extrahotelero respecto a otros mercados, este factor, unido al gran uso del coche en sus viajes dentro de la Comunidad condicionan la escasa contratación a través de intermediarios. Así, prácticamente el 90% de los turistas andaluces han **organizado su viaje** de forma particular.

En 2017, el 51,0% 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 (58%), se sitúa siete puntos por encima del registrado el año anterior, siendo el crecimiento más elevado entre todas las procedencias analizadas.

Uso de Internet según procedencia. Año 2016 y 2017 y Diferencia.



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

Tradicionalmente, 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 75,9% de los casos. La visita a amigos y familiares es la segunda opción más seleccionada (18,4%). Esta circunstancia se ha dado por igual en el resto de procedencias observadas.

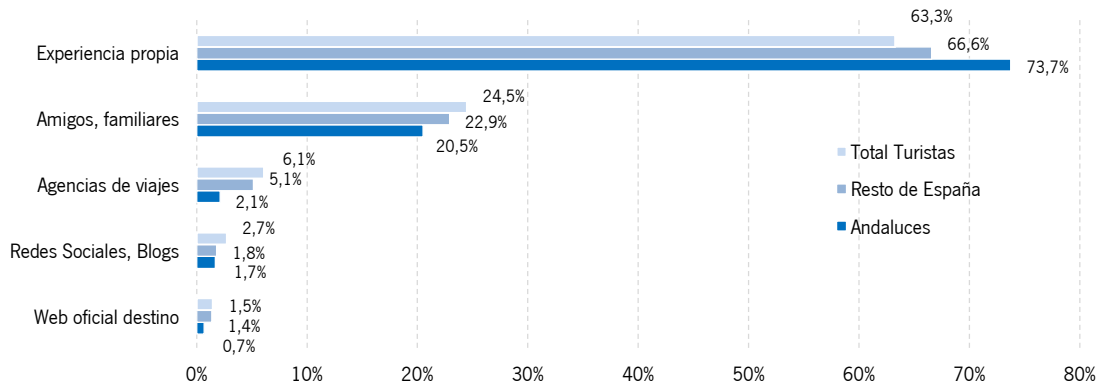
Asimismo, la visita a monumentos, disfrutar de las playas y el clima son los principales factores que los andaluces han tenido en cuenta a la hora de **elegir** su propia Comunidad como destino de sus vacaciones (36,1%, 21,5% y 19,9% respectivamente).

Disfrutar de la playa (42,9%), visitar monumentos y museos (36,5%) y observar la naturaleza (32,6%) se posicionan como las **principales actividades** realizadas en destino, si bien es cierto que, en su mayoría, éstas participaciones presentan porcentajes más moderados que los registrados por los turistas procedentes del resto de España (45,0%, 44,0% y 36,8%).

En 2017, la **valoración** que han otorgado los turistas andaluces a la Comunidad ha sido de 8,2 puntos, calificación +0,2 puntos por encima de la registrada en 2016. Entre los conceptos mejor valorados destacan los puertos y actividades náuticas como el ítem de mayor puntuación, concretamente 8,8 puntos. Le siguen muy de cerca la atención y el trato recibido y los paisajes y parques naturales con 8,6 puntos, respectivamente. También otorgan una puntuación elevada a la seguridad ciudadana (8,5 puntos), entorno urbano y patrimonio cultural (8,4 puntos, en ambos casos). En el caso del mercado procedente del resto de España vuelve a ser el concepto de puertos y actividades náuticas el mejor valorado (8,7 puntos).

Tres de cada cuatro andaluces **han conocido** el destino andaluz por experiencia propia, mientras que el 20,5% 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 más moderados.

Canales de información sobre el destino Andalucía según procedencia. Año 2017



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 81,1% de los andaluces que han visitado la Comunidad en 2017 también lo hicieron en 2016, superando con un alto margen de diferencia el valor de esta variable en el mercado procedente del resto de España (52,7%) e incluso el de la media de Andalucía (55,1%).

Tabla resumen: Perfil del turista andaluz en Andalucía. Año 2017.

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2017 (millones)	9,4
Gasto medio diario en destino: euros	56,38
Estancia media: Número de días	5,8
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	35,0%

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Mujer	51,7%
Edad: De 30 a 44 años	33,2%
Situación laboral: Ocupado	64,2%

HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: Alojamiento Hotelero	54,3%
Principal medio de transporte: Coche	81,8%
Uso de intermediarios: Porcentaje	10,0%
Uso de internet: Porcentaje	51,0%
Para qué utilizó internet: Reserva	85,2%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Visita a monumentos: Porcentaje	36,1%
- Playa: Porcentaje	21,5%
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	73,7%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa: Porcentaje	42,9%
- Visita a monumentos y museos: Porcentaje	36,5%

OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,2
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Puertos y actividades náuticas	8,8
- Atención y trato recibido; Paisajes y Parque Naturales	8,6
Grado de fidelidad: Porcentaje	81,1%

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 2017.

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2017 (millones)	8,3
Gasto medio diario en destino: euros	65,04
Estancia media: Número de días	7,7
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	36,6%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Mujer	52,5%
Edad: De 30 a 44 años	34,1%
Situación laboral: Ocupado	64,0%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: Alojamiento hotelero	68,6%
Principal medio de transporte: Coche	69,1%
Uso de intermediarios: Porcentaje	15,7%
Uso de internet: Porcentaje	58,0%
Para qué utilizó internet: Reserva	85,8%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Visita a monumentos: Porcentaje	34,3%
- Clima: Porcentaje	26,1%
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	66,6%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa: Porcentaje	45,0%
- Visita a monumentos y museos:: Porcentaje	44,0%
- Observación de la naturaleza: Porcentaje	36,8%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,2
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Puertos y actividades náuticas	8,7
- Atención y trato recibido	8,6
Grado de fidelidad: Porcentaje	52,7%
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.	