

Turismo andaluz en Andalucía

Año 2018

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



Andalucía

TURISMO ANDALUZ EN ANDALUCÍA. AÑO 2018

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

COLECCIÓN

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos

EDITA

Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n

41092 Sevilla

Formulario de contacto:

http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/opencms/ciudadania/servicio-atencion-ciudadania/peticion/index.html?cat_servicio_id=22

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, Regeneración, Justicia y Administración Local e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones

<https://www.juntadeandalucia.es/cultura/idea/opacidea/abnetcl.cgi?SUBC=210701>

Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos siempre que se indique la fuente.

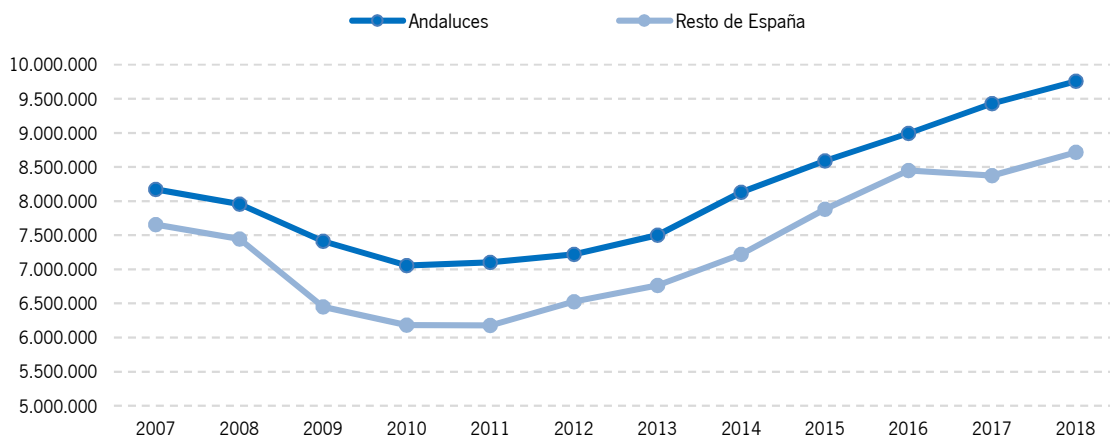
—

TURISMO ANDALUZ EN ANDALUCÍA. AÑO 2018

En el año 2018, Andalucía ha recibido un total de 18,5 millones de turistas nacionales, de los cuales 9,8 millones proceden de Andalucía y 8,7 millones del resto de España. Ambas cifras, no sólo suponen un incremento respecto al pasado año del +3,5 y +4,1, respectivamente, sino también un récord histórico de estas visitas en los últimos veinte años.

En el siguiente gráfico se puede apreciar la evolución de ambos mercados en Andalucía, destacando al emisor andaluz con ocho años consecutivos de crecimiento. El número de turistas procedentes del resto de España, tras el leve descenso registrado en 2017, cierra el ejercicio 2018 con un incremento más acusado que el registrado por el mercado andaluz. No obstante, la tasa media de variación acumulada de los últimos cuatro años en esta última procedencia, es mayor que la registrada en el resto del mercado nacional (+4,3% y +3,4%, respectivamente).

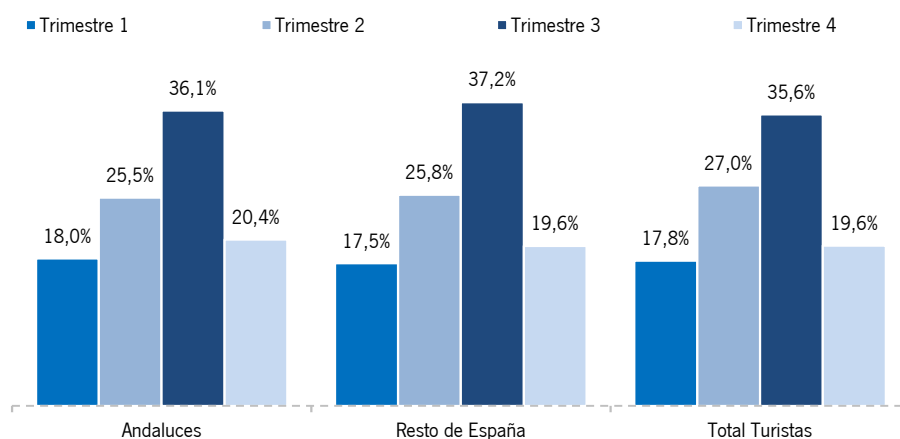
Turistas andaluces y del resto de España en Andalucía. Evolución 2007- 2018



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

El **tercer trimestre del año** continúa siendo el principal para viajar a Andalucía, y así es también en el caso del mercado andaluz y en el del resto de España. En este contexto, ambos mercados son más estacionales que el mercado extranjero, concentrando en los meses estivales más de un tercio de sus visitas a la Comunidad.

Distribución trimestral del número de turistas según procedencia. Año 2018



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

La **estancia media** en la Comunidad de los andaluces que visitan Andalucía se sitúa en 5,8 días, aproximadamente un día y medio por debajo de la registrada por aquellos que proceden del resto de España (7,5 días). Esta diferencia se hace más acusada en su comparativa con la estancia registrada por el total de turistas (+8,3 días), situándose dos días y medio por debajo. No obstante, cabe destacar que ambos mercados, tanto el andaluz como el del resto de España, vienen reduciendo paulatinamente esta variable desde el año 2014.

En cuanto al **gasto realizado en el destino andaluz**, continúa siendo más comedido en el caso de los turistas andaluces, cifrándose el de los turistas procedentes del resto de España 9 euros por encima. En 2018, ambos mercados han descendido esta cantidad respecto al año 2017, si bien el mercado extranjero ha compensado esta disminución, saldando la variable con un incremento del +0,68 euros.

Gasto medio diario (euros) según procedencia. Año 2017 y 2018

Gasto medio diario (euros)	Año 2017	Año 2018	Diferencia
Andaluces	56,29	55,77	-0,52
Resto de España	65,05	64,72	-0,33
Total Turistas	66,09	66,77	0,68

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

La principal partida de este gasto es la **restauración**, tanto en el caso del turista andaluz (45,9%) como en el que procede del resto de España (45,3%), ambos por encima de la cuota registrada por el total de turistas que visitan Andalucía (44,6%). Le sigue a gran distancia en los dos mercados, el gasto en alojamiento, que en el caso del turista andaluz registra una participación semejante a la registrada por el resto de turistas nacionales (24,3%).

El **perfil sociodemográfico** del turista nacional que visita Andalucía se corresponde con una mayor participación de las mujeres frente a los hombres, tanto en el caso del turista andaluz (51,4%) como en el del que procede del resto de España (51,7%).

El grupo de **edad** se constituye como una variable diferenciadora en la procedencia de los turistas. Así, mientras que en el mercado andaluz que visita Andalucía predominan edades por debajo de los 44 años (61,7%), en el resto del mercado nacional, los grupos superiores a esta edad suponen más del 50%.

Estructura de edad según procedencia. Año 2018.

Edad	Andaluces	Resto de España
Menos de 18 años	9,5%	6,9%
De 18 a 29 años	21,7%	15,9%
De 30 a 44 años	30,5%	27,0%
De 45 a 64 años	26,5%	31,7%
Más de 65 años	11,8%	18,5%

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

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

La **situación laboral** más frecuente a la hora de visitar Andalucía es la remunerada, tanto en el caso del turista andaluz (64,1%) como en el que procede del resto de España (62,8%). Le sigue en orden de importancia, ser estudiante o ser retirado/jubilado según la procedencia nacional que se esté analizando (16,5% y 21,2%, respectivamente).

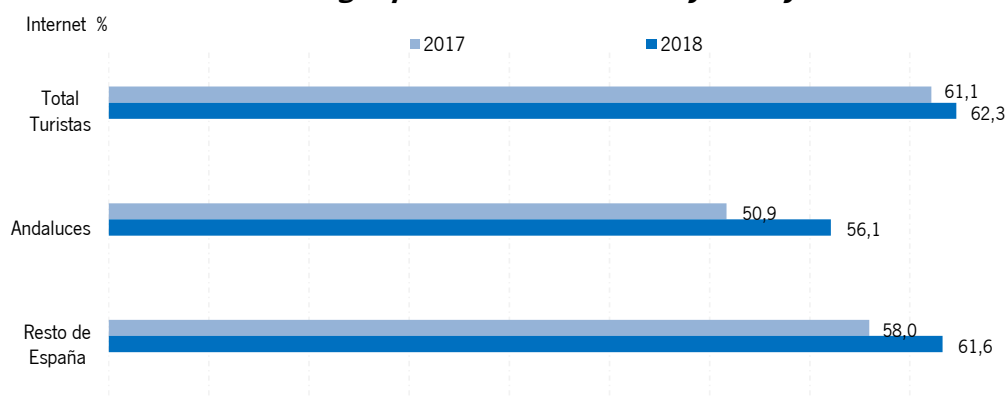
Obviamente, el coche es el principal **medio de transporte** utilizado por los andaluces para visitar Andalucía (80,7%). Los turistas procedentes del resto de España reducen el uso de este medio en favor del avión (18,1%), habiéndose incrementado este porcentaje +5,8 puntos en su comparativa con el año pasado.

A la hora de **alojarse en Andalucía**, el alojamiento hotelero continúa siendo mayoritario, si bien los turistas procedentes otras Comunidades registran un porcentaje de uso superior al que presentan los propios andaluces (63,9% y 57,5%, respectivamente). Le sigue en relevancia la tipología apartamento, siendo más frecuente en el caso de los andaluces (37,9% frente a 32,6%). No obstante, la evolución respecto a 2017 de ambos alojamientos es contraria según procedencia, incrementándose el uso hotelero en el caso del turismo andaluz (+1,5 puntos) y la figura del apartamento para aquellos que proceden del resto de España (+3,5 puntos).

Nueve de cada diez andaluces que **organiza su viaje** a Andalucía lo hace de manera particular, siendo este porcentaje similar al registrado en 2017. Para el resto de turistas nacionales que visitan el destino andaluz, esta participación es algo más comedida (81,2%), si bien continúa siendo claramente prioritaria, aunque el uso de intermediarios en este mercado haya crecido en 2018 casi tres puntos.

En 2018, los turistas poseen un mayor dinamismo a la hora de utilizar **internet**, hecho que también puede observarse tanto en el mercado andaluz, como en el que procede del resto de España. El uso de esta herramienta en ambos mercados, es mayor a la hora de efectuar una reserva (en torno al 82%) y se sitúa por encima del 50% para incorporar internet al proceso de compra (53,7% y 57,1%, respectivamente).

Uso de Internet según procedencia. Año 2017 y 2018 y Diferencia.



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

Disfrutar de las vacaciones o del tiempo de ocio es la **principal motivación** de los turistas que eligen Andalucía como destino. Así lo han manifestado en el 79,7% de andaluces que visitan Andalucía y el 82,3% del resto de procedencias nacionales. Le sigue en orden de importancia la visita a amigos y familiares, especialmente, en el caso de los andaluces (14,6% frente a 11,5%).

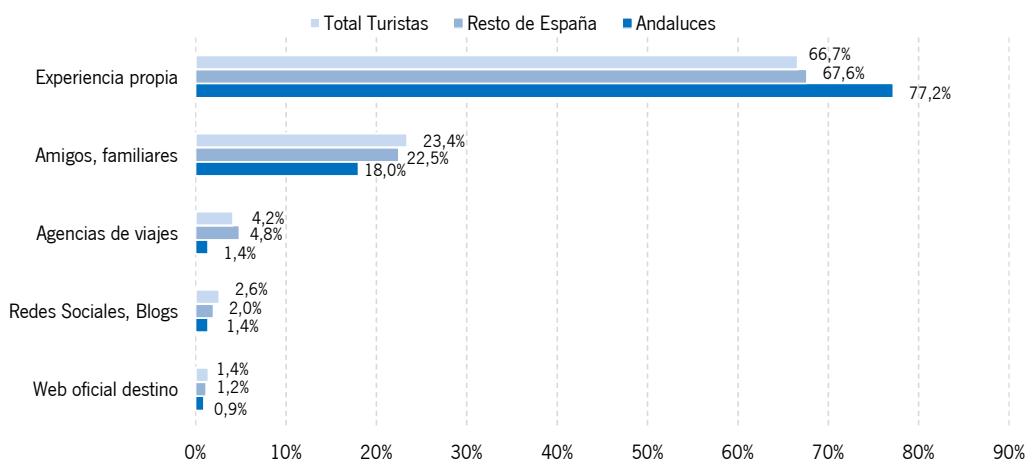
La visita a monumentos, el clima y disfrutar de las playas son los principales factores que tanto los andaluces, como los procedentes del resto de España, han tenido en cuenta a la hora de **elegir** Andalucía como destino de sus vacaciones. No obstante, en 2018 se incrementa la influencia de otros factores en la elección de ambos mercados, especialmente la gastronomía, que aumenta su cuota de participación respecto a 2017 en +2,5 puntos y +2,2 puntos, respectivamente.

Una vez en el destino andaluz, las **principales actividades** que se llevan a cabo son disfrutar de la playa, visitar monumentos y museos, observar la naturaleza y realizar compras. Mientras que el comportamiento del turista andaluz es parecido al del resto de España en lo que se refiere al disfrute de la playa y a la observación de la naturaleza (en torno al 43% y 38%, respectivamente), se observa una mayor preferencia de los turistas que proceden de otras comunidades autónomas por las visitas a museos y monumentos (41,9% frente a 35,8%) y por las compras (22,6% frente a 17,7%). En 2018, para el mercado andaluz las actividades relacionadas con la naturaleza son las que más han crecido en participación (+5,5 puntos), mientras que, para los turistas procedentes del resto de España, han sido las compras las que han registrado el crecimiento más acusado respecto a 2017 (+6,2%).

En 2018, la **valoración** que han otorgado los turistas andaluces a la Comunidad ha sido de 8,3 puntos, calificación similar a la registrada en 2017. Entre los conceptos mejor valorados destacan los paisajes y parques naturales como el ítem de mayor puntuación, concretamente 8,8 puntos. Le sigue muy de cerca la atención y el trato recibido con una calificación de 8,7 puntos. En el caso del mercado procedente del resto de España, la valoración global del destino también es similar a la del año pasado (8,2 puntos), siendo también los paisajes y los parques naturales de la Comunidad los que han conseguido la calificación más elevada en este mercado (8,7 puntos).

En 2018, la experiencia propia continúa ganando importancia a la hora de dar a conocer Andalucía, especialmente para el caso del mercado andaluz (+3,5 puntos respecto a 2017). Así el 77,2% de los andaluces **han conocido** el destino andaluz por ellos mismos, mientras que el 18% lo ha hecho a través de la recomendación de familiares y amigos. La preferencia de estos canales es la misma para el mercado procedente del resto de España, si bien la experiencia propia registra una participación más comedita (67,6%) y la recomendación de amigos y familiares un porcentaje más acusado (22,5%)

Canales de información sobre el destino Andalucía según procedencia. Año 2018



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

Los andaluces continúan siendo los turistas que han mostrado un mayor **grado de fidelidad** al destino andaluz (82,1%), registrando un ligero ascenso de esta variable respecto al año 2017. No obstante, aunque la fidelidad del turista procedente del resto de España es menor (61,3%), ha registrado un incremento más acusado respecto al año pasado.

Tabla resumen: Perfil del turista andaluz en Andalucía. Año 2018.

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA

Número de turistas en 2018 (millones)	9,8
Gasto medio diario en destino: euros	55,77
Estancia media: Número de días	5,8
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	36,1%

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA

Sexo: Mujer	51,4%
Edad: De 30 a 44 años	30,5%
Situación laboral: Ocupado	64,1%

HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA

Principal tipo de alojamiento: Alojamiento Hotelero	57,5%
Principal medio de transporte: Coche	80,7%
Uso de intermediarios: Porcentaje	10,7%
Uso de internet: Porcentaje	56,1%
Para qué utilizó internet: Reserva	82,3%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Visita a monumentos: Porcentaje	31,3%
- Clima: Porcentaje	20,5%
- Playa: Porcentaje	17,9%
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	77,2%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa: Porcentaje	42,1%
- Observación de la naturaleza: Porcentaje	38,2%
- Visitas a monumentos y museos: Porcentaje	35,8%

OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA

Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,3
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Paisajes y parques naturales	8,8
- Atención y trato recibido	8,7
Grado de fidelidad: Porcentaje	82,1%

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 2018.

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2018 (millones)	8,7
Gasto medio diario en destino: euros	64,72
Estancia media: Número de días	7,5
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	37,2%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Mujer	51,7%
Edad: De 45 a 64 años	31,7%
Situación laboral: Ocupado	62,8%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: Alojamiento hotelero	63,9%
Principal medio de transporte: Coche	61,6%
Uso de intermediarios: Porcentaje	18,8%
Uso de internet: Porcentaje	61,6%
Para qué utilizó internet: Reserva	82,1%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Visita a monumentos: Porcentaje	34,3%
- Clima: Porcentaje	23,2%
- Playa: Porcentaje	14,2%
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	67,6%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa: Porcentaje	43,6%
- Visita a monumentos y museos: Porcentaje	41,9%
- Observación de la naturaleza: Porcentaje	38,3%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,2
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Paisajes y parques naturales	8,7
- Atención y trato recibido	8,6
Grado de fidelidad: Porcentaje	61,3%
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.	