



Turismo de ciudad en Andalucía

Año 2018

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos



Andalucía

TURISMO DE CIUDAD EN ANDALUCÍA. AÑO 2018

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

COLECCIÓN

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos 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 DE CIUDAD EN ANDALUCÍA. AÑO 2018

INTRODUCCIÓN

El turismo urbano o de ciudad es una tendencia cada día más presente en las preferencias de los viajeros. Por ello, se hace necesario disponer de información actualizada sobre esta tipología turística en Andalucía con el objetivo de dotar al sector público y privado de herramientas que ayuden a la toma de decisiones de una manera ágil y efectiva.

Concretamente, para realizar el análisis del turismo de ciudad en Andalucía, desde el Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA) de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía se ha llevado a cabo una explotación específica de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) que realiza el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) trimestralmente. Esta encuesta proporciona información sobre variables tanto cualitativas como cuantitativas que permiten realizar estimaciones sobre el gasto, la estancia, perfil del turista de ciudad, su calificación del destino, etc. Concretamente se ha trabajado con 2.927 entrevistas a turistas¹ que visitaron las **principales capitales de provincia**² andaluzas en 2018.

Además, esto permite la realización de un análisis comparativo con los resultados que ofrece la ECTA para el total del turismo en Andalucía, identificándose así los aspectos diferenciales que presenta el turismo de ciudad que permiten orientar sus estrategias.

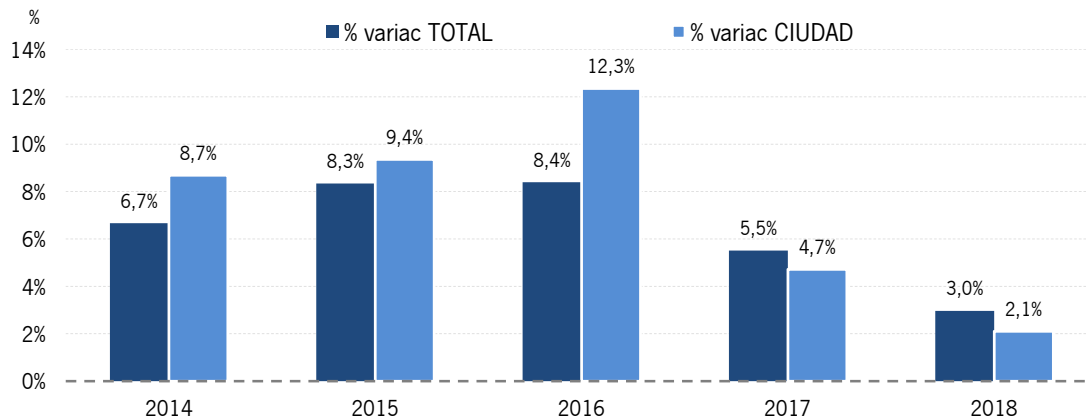
¹ Supone un nivel de error del +/- 1,8% con un nivel de confianza del 95,5% donde $p=q=0,5$.

² La zonificación que presenta ECTA (IECA) permite conocer el comportamiento turístico conjunto de las capitales andaluzas de Córdoba, Granada, Jaén, Málaga y Sevilla. Por lo que el análisis que a continuación se desarrolla tiene como marco de referencia las ciudades indicadas.

1. LA DEMANDA DE TURISMO DE CIUDAD EN ANDALUCÍA 2018

Se estima que Andalucía recibió en 2018 un total de 8,8 millones de turistas de ciudad, lo que supone una cuota de mercado del 28,9% respecto al total de turistas y un crecimiento del +2,1% respecto al año anterior. Tal y como se observa en el gráfico, el turismo de ciudad venía creciendo a un ritmo mayor que el total de turismo, pero en los dos últimos años este crecimiento se ha ralentizado con tasas de crecimiento inferiores al total del turismo en Andalucía.

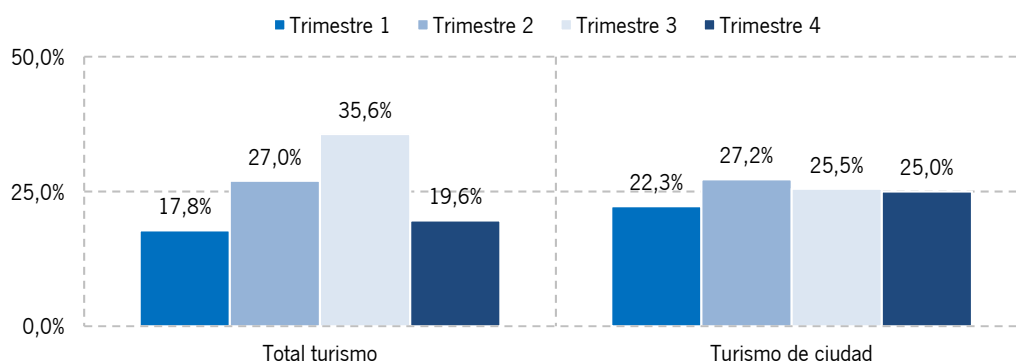
Evolución del número total de turistas y de los turistas de ciudad en Andalucía. Años 2014-2018.



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

El turismo de ciudad se caracteriza por su baja **estacionalidad**, siendo esta una de las principales características que diferencia a este segmento de otras tipologías de turismo. Esto supone un reparto de turistas más equilibrado en el tiempo en comparación con la distribución que se observa en el total de turistas. Mientras que para el total de turistas es el tercer trimestre el periodo vacacional por excelencia en Andalucía (35,6%), para los turistas que visitan las principales ciudades andaluzas este porcentaje asciende sólo al 25,5%, lo que supone una diferencia de 10 puntos porcentuales menos, siendo el segundo trimestre el que acumula un mayor número de turistas de esta tipología (con una cuota del 27,2% en 2018).

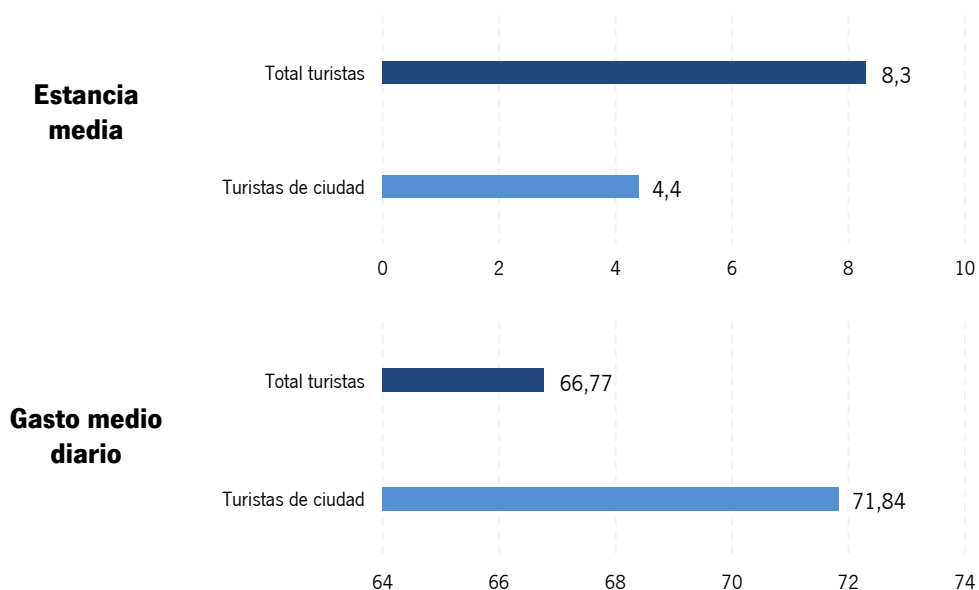
Distribución porcentual de los turistas por trimestres. Total turismo y turismo de ciudad. Año 2018



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Otras características distintivas del turismo de ciudad es su menor **estancia media** pero su mayor **gasto en destino** frente al que presenta el turismo en general para Andalucía. Concretamente en 2018 la estancia media de un turista de ciudad se ha estimado en 4,4 días de media, una permanencia similar a la que presentó este segmento el año anterior pero claramente inferior a la registrada para la media del total de turistas que visita la región que se cifra en 8,3 días para 2018. Por su parte el gasto medio diario de un turista de ciudad en 2018 se estima en casi 72 euros, inferior en 2 euros al que presento en 2017, pero superior en 5 euros al nivel de gasto del turista general (66,77 euros en 2018).

Estancia media y gasto medio diario del turista de ciudad en Andalucía. Comparativa con total turistas. Año 2018.



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

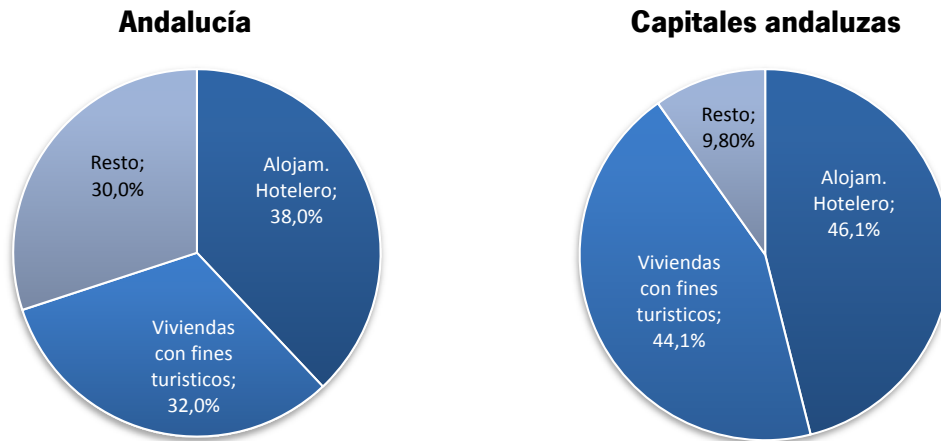
Existe una clara **vinculación del turismo de ciudad y cultural**, tanto porque los monumentos junto al clima son los principales factores para elegir las ciudades andaluzas como destino del viaje, como por ser las actividades culturales las más realizadas durante su estancia. Concretamente en 2018, el 73,6% de los turistas de ciudad declaran haber realizado estas actividades frente al 43,6% de los turistas en general, lo que supone una diferencia significativa (+30 puntos porcentuales).

Para acceder a Andalucía, la mitad de los turistas de ciudad optaron por el avión como principal **medio de transporte** en 2018, superando en 15 puntos porcentuales al uso que realiza el total de turistas en Andalucía (34,9%). Le sigue el coche (30,6%) y, del resto de tipologías, destaca frente a la media, el mayor uso del tren (12,7%). Obviamente, la relevancia del avión y el tren en esta tipología turística está vinculada a la infraestructura de transporte que presentan las capitales de provincia donde se ubican los principales aeropuertos y estaciones de AVE.

En cuanto a sus hábitos de consumo turístico en las ciudades andaluzas, cabe destacar la predilección de esta tipología por el **alojamiento** hotelero, el 74,5% de estos turistas optan por esta opción, un porcentaje de uso muy superior a la media (63,2%). Tras esta modalidad destaca el alquiler de viviendas (13,3%) y la utilización de casas de amigos y familiares (7,8%). En este sentido y analizando la estructura de la oferta de alojamiento de las principales capitales de provincias andaluzas con respecto al total de Andalucía se

observa una mayor especialización, según plazas, frente al total de Andalucía, tanto en establecimientos hoteleros como en viviendas de uso turístico, tal y como puede observarse en el siguiente gráfico.

**Estructura de plazas de alojamiento según tipologías.
Andalucía y capitales andaluzas. Año 2018.**



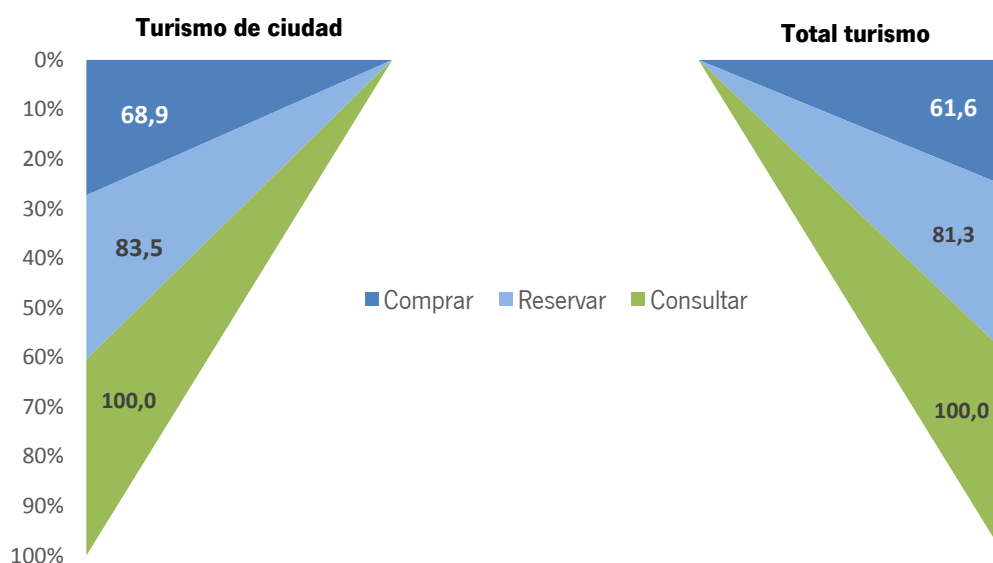
Fuente: Registro Estadístico de Turismo. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

Respecto a la **composición del grupo de viaje**, viajar en pareja (55,3%) y solo (16,7%) son las opciones más habituales, alcanzando porcentajes superiores a la media del total de turismo (50,3% y 7,6%, respectivamente).

Esta forma de viajar se relaciona con una mayor **organización del viaje** de forma particular, el 88,9% de los turistas de ciudad así lo han declarado, acudiendo a un intermediario en sólo el 11% de los casos, mientras que en el turismo que se desarrolla en Andalucía, aunque también la organización particular es la forma más habitual, destaca la mayor presencia de intermediarios en este proceso (19%).

Esta independencia a la hora de viajar también se ve reflejada en el mayor **uso de internet** en la planificación del viaje, el 76,8% de los turistas de esta tipología utilizaron esta herramienta para consultar, reservar o comprar algún servicio turístico de su viaje, y aunque es significativo el mayor porcentaje que usan internet frente a la media (62,3%), lo más destacable es la mayor predisposición de estos turistas a realizar compras online en relación a su viaje a Andalucía, el 69% llegaron a realizar alguna compra online mientras que para el total de turistas este porcentaje se sitúa en el 61,6%, tal y como puede observarse en el siguiente gráfico.

Uso de Internet del turista de ciudad en Andalucía. Comparativa con total turistas. Año 2018.



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

En cuanto al **perfil sociodemográfico** del turista de ciudad del año 2018, se aprecia una mayor proporción de mujeres (53,2%), siendo el intervalo de edad predominante el comprendido entre 45 y 64 años (31,3%), y la situación laboral más común estar trabajando (69,9%). Si comparamos este perfil con la media del total de turistas que visitaron Andalucía en 2018 se observa que no existen diferencias significativas, salvo la menor presencia de jubilados o mayores de 65 años en el turismo de ciudad.

Estructura por género, edad y situación laboral de los turistas. Total turismo y turismo de ciudad. Año 2018

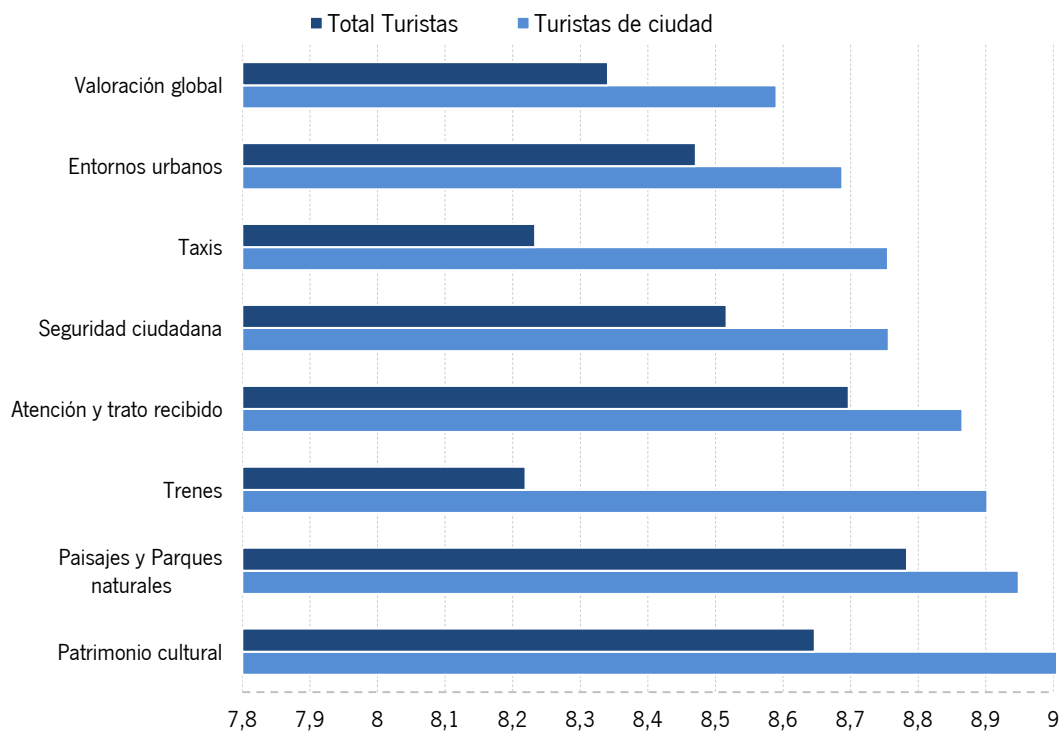
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	Total turismo	Turismo de ciudad	
Sexo:	Hombre	48,4%	46,8%
	Mujer	51,6%	53,2%
Edad:	Menores de 18 años	7,1%	5,7%
	De 18 a 29 años	17,9%	23,9%
	De 30 a 44 años	27,0%	29,3%
	De 45 a 65 años	30,5%	31,3%
	Más de 65 años	15,5%	9,8%
Situación laboral:	Ocupado	61,9%	69,9%
	Estudiante	14,0%	14,0%
	Retirado/jubilado	19,6%	12,5%
	Otras	4,5%	3,6%

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

Los turistas de ciudad se han sentido muy satisfechos con el destino andaluz, otorgándole en 2018 una **valoración** media de 8,6 puntos en una escala de 1 a 10, mayor que la otorgada por el total de turistas que visitaron Andalucía (8,3 puntos). Todos los conceptos son valorados por encima de los 8 puntos exceptuando el nivel de tráfico (7,9 puntos).

Entre los conceptos mejor valorados, destaca la puntuación otorgada al patrimonio cultural que alcanza un sobresaliente.

Ranking de los conceptos mejor valorados por el turista de ciudad y su comparativa con el total de turistas. Año 2018



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

Tras el análisis del perfil y comportamiento turístico, se identifican una serie de **aspectos diferenciales** del turismo de ciudad en Andalucía a tener en cuenta:

- Destaca su relevancia como segmento desestacionalizador, ya que sus flujos turísticos se reparten de manera homogénea a lo largo del año.
- Se ajusta a la tendencia creciente de fraccionar las vacaciones y optar por periodos vacacionales cortos (escapadas de fin de semana y puentes).
- Los destinos de ciudad pueden satisfacer múltiples motivaciones, aunque toma especial relevancia las actividades relacionadas con la cultura.
- Sus turistas realizan un gasto en destino superior a la media y son más independientes a la hora de organizar su viaje, constituyendo internet una herramienta clave para ello.
- Viajar solos o en pareja y optar por establecimientos hoteleros es habitual entre estos turistas.

- Es un turismo que se beneficia de las excelentes infraestructuras de transporte que presentan las grandes ciudades, así el avión y el tren son usados como medios de transporte para acceder al destino en mayor medida.

Todas estas características propias del turismo de ciudad lo convierten, sin duda, en un segmento estratégico para Andalucía.

Tabla resumen: Perfil del turista de ciudad en Andalucía. Año 2018.

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2018 (millones)	8,8
Gasto medio diario en destino: euros	71,84
Estancia media: Número de días	4,4
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	25,5%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Mujer	53,2%
Edad: De 45 a 64 años	31,3%
Situación laboral: Ocupado	69,9%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	74,5%
Principal medio de transporte: Avión	50,0%
Uso de intermediarios: Porcentaje	11,1%
Uso de internet: Porcentaje	76,8%
Compra online: Porcentaje	68,9%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Visita a monumentos: Porcentaje	61,9%
- Clima: Porcentaje	22,6%
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	67,3%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía (multirespuesta):	
- Actividades culturales: Porcentaje	73,6%
- Observación de la naturaleza: Porcentaje	40,4%
- Compras: Porcentaje	27,7%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,6
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Patrimonio cultural	9,1
- Paisajes y Parques naturales	8,9
- Trenes	8,9

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