



Turismo de ciudad en Andalucía

Año 2021

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos



TURISMO DE CIUDAD EN ANDALUCÍA. AÑO 2021

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

Plaza Nueva, nº 4

41001 Sevilla

NPU-1-10-220088-PDF

Formulario de contacto:

https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/servicios/app/csu-peticion.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

Autora: Inmaculada Gallego Galán

Publicación electrónica semestral 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.

Índice de contenidos

- 00. Introducción.
- 01. Turistas en las capitales de provincias andaluzas.
- 02. Características del turismo de ciudad. Año 2021.
- 03. Anexo tablas.

00. Introducción

A lo largo de los años, en Andalucía se han realizado diferentes tipos de segmentaciones de la demanda, con el objetivo de ampliar el conocimiento, tanto cualitativo como cuantitativo, de una amplia variedad de conjuntos de consumidores/as de turismo. La segmentación de la demanda se puede llevar a cabo atendiendo a múltiples factores: en función de la procedencia del turista (por mercados), atendiendo a la motivación principal de su viaje, puede obedecer a criterios geográficos (litoral, interior y ciudades), a perfiles sociodemográficos o al tipo de alojamiento utilizado, entre otros.

Desde el [Área de Estadística e Investigación de Mercados \(SAETA\) de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía](#) se lleva a cabo una explotación específica de la [Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía \(ECTA\)](#) que realiza el [Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía \(IECA\)](#) para las capitales de provincia (excepto Almería, Cádiz y Huelva) con el objetivo de proporcionar información cualitativa y cuantitativa del turista de ciudad que visita Andalucía. En 2021 se ha contado con 2.160 entrevistas a turistas que han visitado las capitales de provincia andaluzas y que han servido como muestra para analizar este segmento, lo que supone trabajar con un nivel de error estadístico del +/- 2,2% y un nivel de confianza del 95,5% donde $p=q=0,5$.

01. Turistas en las capitales de provincias andaluzas.

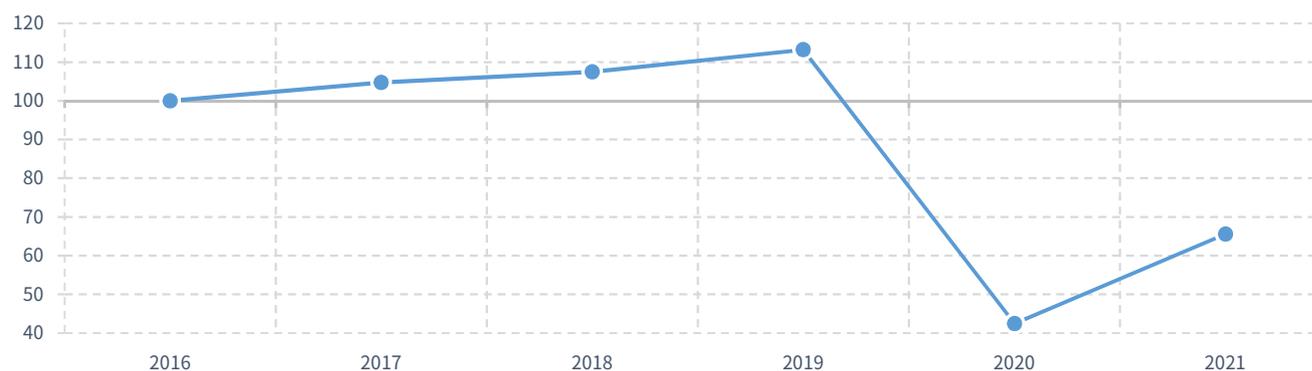
BALANCE DEL AÑO 2021 Y PERFIL DEL TURISTA.

Al igual que ha ocurrido en el turismo en general, la crisis sanitaria provocada por la COVID-19 ha cambiado drásticamente la evolución que venía observándose en el segmento de turismo de ciudad. Tras el descenso histórico del año 2020, en 2021 este segmento comienza a dar síntomas de recuperación, tal y como se puede observar en el gráfico, con un aumento respecto al 2020 del +54,5% y alcanzando la cifra de **5,4 millones de turistas**. Sin embargo, a este segmento turístico aún le queda conseguir un 42% más de turistas para alcanzar el nivel pre-pandémico (2019).

En cuanto al **perfil sociodemográfico** del turista de ciudad, se aprecia una mayor proporción de mujeres (54,4%) y la situación laboral más común es estar trabajando (71,1%). El intervalo de edad predominante es el comprendido entre los 18 y 29 años (34,3%) que aumenta significativamente en el turismo de ciudad (+9,6 puntos respecto a 2019) frente a la población mayor de 44 años que llegan a reducir su cuota en -10 puntos porcentuales.

Evolución del turismo de ciudad. Años 2016-2021.

(Índice = 100 en 2016)

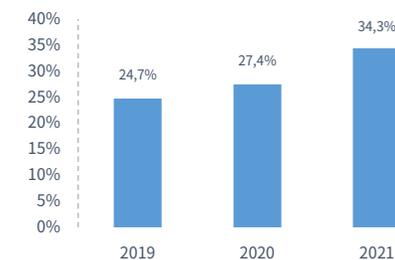


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Puntos clave

- Las restricciones hasta mayo de 2021, fecha en la que se levantó el estado de alarma y el efecto de las cuatro olas de contagios de la pandemia, ha provocado que 2021 sea un año de recuperación turística lleno de altibajos.
- Aunque se ha realizado una mayor apertura de establecimientos y actividades relacionadas con el turismo de ciudad (monumentos, museos, tiendas, eventos, etc.), la demanda ha continuado siendo muy reticente a los espacios cerrados y aglomeración de personas.
- Relevancia del segmento de edad de 18 a 29 años durante el periodo de pandemia para esta tipología turística.

Evolución de la demanda turística de ciudad entre los 18 y 29 años



02. Características del turismo de ciudad. Año 2021.

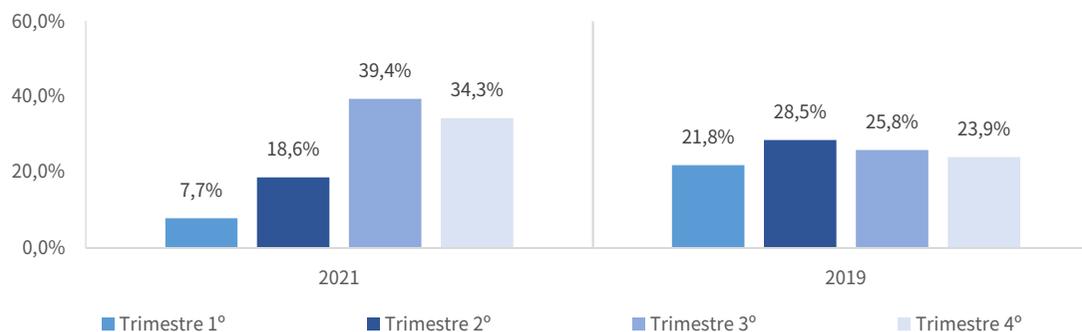
1. VINCULACIÓN CON ACTIVIDADES CULTURALES Y COMPRAS.

Existe una clara vinculación entre el turismo de ciudad y el turismo cultural, tanto porque los monumentos son el principal factor para elegir las ciudades andaluzas como destino del viaje, como por ser las actividades culturales una de las más realizadas durante la estancia. Concretamente la mitad de la demanda turística de este segmento declaran haber realizado alguna actividad cultural durante su visita mientras que este porcentaje se reduce al 27,3% en el caso del total de turistas. No obstante, pese a esta relevancia, los años de la pandemia ha mermado significativamente estas actividades en las ciudades mientras que se ha reforzado la realización de compras, alcanzando en 2021 una cuota del 47,4%, lo que supone respecto a 2019 aumentar +22 puntos porcentuales. Este cambio de actividades puede estar influenciado por el perfil más joven que ha mostrado la demanda turística de ciudad durante la pandemia.

2. ALTERACIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DEL TURISMO DE CIUDAD.

En 2021, la pandemia de la COVID-19 y las olas de contagio han alterado la distribución anual del turismo de ciudad significativamente, tradicionalmente esta tipología turística se caracterizaba por una distribución más equitativa por trimestres, pero en 2021 en el segundo semestre del año se llega a concentrar el 73,7% del total de turistas de todo el año.

Distribución porcentual de turistas por trimestres. Turismo de ciudad. Años 2019 y 2021.



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

Puntos clave

- Según la UNESCO, la crisis causada por la pandemia de la COVID-19 ha tenido repercusiones devastadoras en las industrias creativas y culturales que se han visto gravemente afectadas por las medidas de confinamiento y distanciamiento físico.

- 1 de cada 2 turistas de ciudad realizan alguna actividad cultural y de compras durante su visita a las capitales de provincia andaluzas.

- Una de las características más representativas del turismo de ciudad es su baja estacionalidad, sin embargo, la evolución de la pandemia ha provocado un reparto inusual de los turistas de esta tipología en el año 2021.

- En el turismo de ciudad del año 2021 destaca el aumento de cuota de los viajes solos/as o en pareja frente al año 2019 (+1,8 puntos y +1,1 puntos, respectivamente), mientras que los realizados con familiares y amigos/as pierden participación.

02. Características del turismo de ciudad. Año 2021

3. PREDOMINA EL ALOJAMIENTO HOTELERO.

En este segmento turístico destaca la predilección por el alojamiento hotelero, el 72,3% de su demanda turística eligió esta opción en 2021, un porcentaje de uso muy superior a la media (57,5%). Sin embargo, dentro de esta tipología se observa un descenso de los hoteles (-3,8 puntos respecto a 2019) a favor del alquiler de viviendas (+1,7 puntos) y las viviendas de amigos/as y familiares (+0,8 puntos).

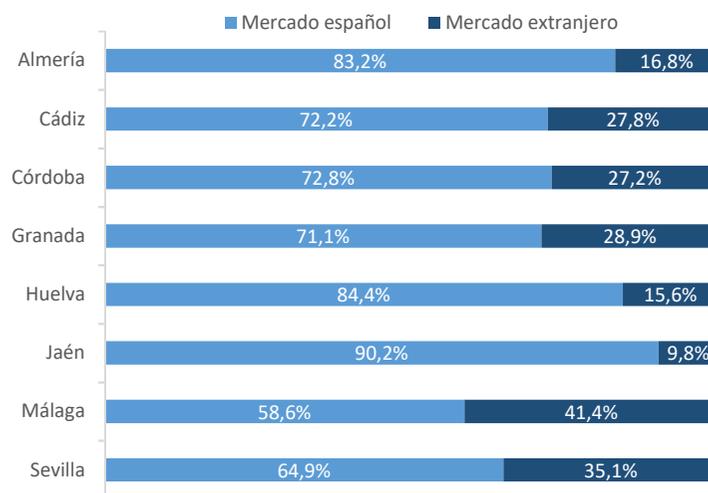
Según el movimiento hotelero, las capitales de las provincias andaluzas han cerrado 2021 con un total de 4,2 millones de viajeros/as que han realizado 8,4 millones de pernoctaciones. Se produce un cambio relevante en cuanto a la procedencia ya que destaca la mayor presencia del mercado español (68,2% frente al 46,5% que suponía en el año 2019). Este cambio, sin duda, va a influir en otras variables de comportamiento del turismo de ciudad en 2021, como el medio de transporte, organización del viaje, etc.

Viajeros/as y pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Ciudades andaluzas. Año 2021.

Ciudades	VIAJEROS/AS	% VAR 21/19	PERNOCT.	% VAR 21/19
Almería	222.802	-31,3%	520.323	-29,21%
Cádiz	169.307	-36,0%	440.584	-30,06%
Córdoba	492.905	-49,2%	841.600	-48,45%
Granada	867.727	-56,6%	1.675.138	-53,57%
Huelva	91.596	-28,5%	176.306	-23,6%
Jaén	97.184	-14,9%	159.225	-8,3%
Málaga	818.145	-42,1%	1.789.276	-35,80%
Sevilla	1.456.052	-48,2%	2.827.985	-51,96%

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

Distribución (%) de los/as viajeros/as según procedencia



Puntos clave

- Los alojamientos hoteleros de las capitales de provincia andaluzas aún continúan en 2021 registrando descensos respecto a los niveles de 2019.

- Por provincias, en 2021 destaca Jaén al ser la ciudad que más cerca está de conseguir los niveles de 2019 en su movimiento hotelero.

- En el otro extremo, se encuentra la ciudad de Granada, donde su movimiento hotelero aún está a la mitad de las cifras (viajeros y pernoctaciones) que se registraron en 2019.

- En 2019 tres de las ocho capitales de provincias andaluzas superaban el millón de viajeros/as alojados/as en establecimientos hoteleros. En 2021 sólo la ciudad de Sevilla supera esta cifra.

- En 2021 en todos los establecimientos hoteleros de las capitales de provincia andaluzas hay mayor presencia de viajeros/as procedentes de España que del extranjero.

02. Características del turismo de ciudad. Año 2021

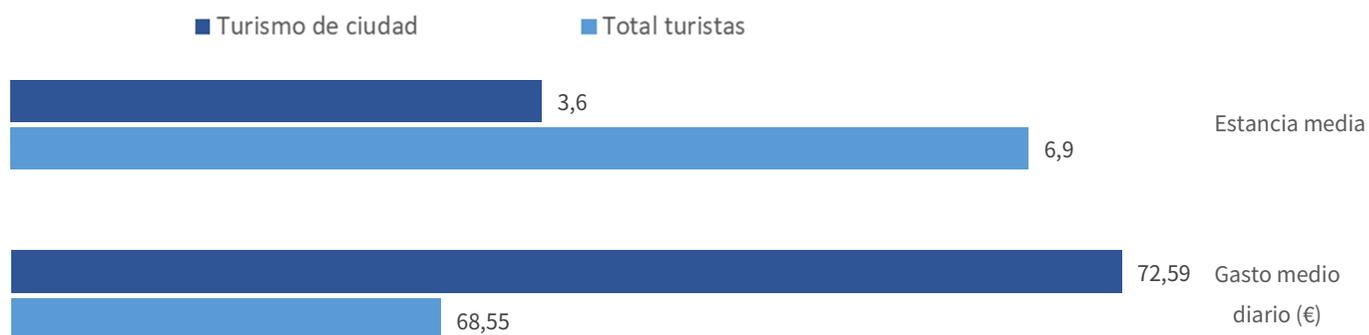
4. MENOR GASTO POR ESTANCIA.

La estancia media en Andalucía del turismo de ciudad para el año 2021 se ha estimado en 3,6 días, situándose, como es tradicional, por debajo de la media del total turistas (6,9 días). Al igual que ha ocurrido en la demanda turística global, también se observa un menor tiempo de permanencia de los y las turistas de ciudad, reduciendo su estancia media en -1,2 días respecto al año 2020.

Otra característica distintiva del turismo de ciudad es realizar un desembolso por persona y día en el destino andaluz más elevado que la media del total de la demanda. Concretamente para el año 2021, se ha estima un gasto de 72,59 euros, mientras que el nivel de gasto general que visita Andalucía se ha situado en 63,62 euros para el mismo año.

Sin embargo, aunque el turismo de ciudad es interesante por tener un gasto más elevado que la media y por haber crecido respecto al año 2020 en +2,15 euros, su menor permanencia en el destino provoca que para el total de la estancia se sitúe en 261,32 euros, muy por debajo del total de turistas (473,00 euros). Además, la importante caída de la estancia media en 2021 no llega a compensar la subida del gasto y se registra un descenso del gasto para el total de la estancia que ronda el -22% tanto respecto al año 2020 como al 2019.

Estancia media y Gasto medio diario. Total turismo y turismo de ciudad. Año 2021.



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

Puntos clave

- La permanencia en Andalucía de la demanda turística de ciudad es inferior al total de turistas que visita la región. Esta característica distintiva del segmento de ciudad no se ha alterado en los años de pandemia (2020 y 2021).
- Igualmente, la crisis sanitaria tampoco parece haber ejercido un efecto diferencial en el gasto medio diario del turismo de ciudad, que continúa siendo superior al registrado como media para el total de turistas.
- El importante descenso de estancia media en el turismo de ciudad no logra compensar el incremento del gasto y ofrece un balance negativo en cuanto al gasto para el total de la estancia.

02. Características del turismo de ciudad. Año 2021

5. MAYOR USO DEL COCHE.

La **vinculación** de los aeropuertos a las ciudades ha favorecido tradicionalmente una mayor presencia del avión como medio de transporte frente a la media del total de turistas. Sin embargo, en 2021 la mayor presencia de turistas nacionales que han optado por desplazamientos de proximidad en coche ha propiciado un aumento de este medio de transporte, situándose en el 50,3%, algo inferior a la cuota que registró en 2020 (-4 puntos porcentuales) pero aún muy superior al nivel que mostraba en el año pre-pandémico 2019 (+18 puntos porcentuales).

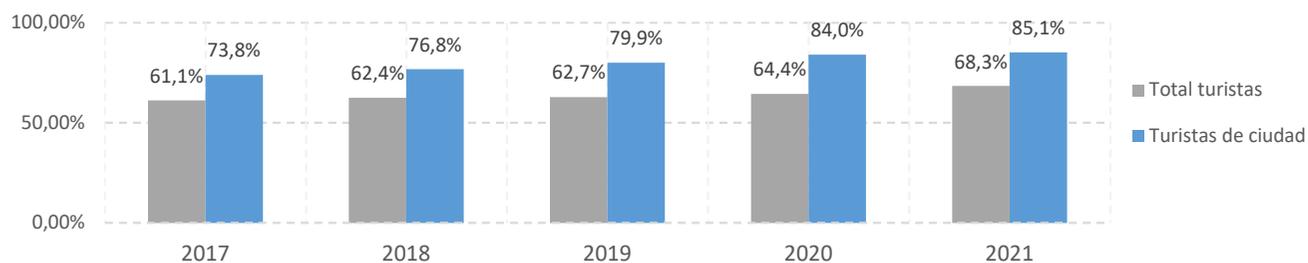
6. ORGANIZACIÓN INDEPENDIENTE DEL VIAJE.

En general, la demanda de turismo de ciudad prefiere organizar su viaje a Andalucía de manera particular, pero en 2021 esta opción se ha intensificado por la mayor presencia de turistas nacionales, llegando a alcanzar el 92,7%. Así, la proximidad de la demanda al destino a visitar y su mayor nivel de conocimiento ha provocado que la organización particular del viaje haya aumentado +6,9 puntos respecto al año anterior.

7. MAYOR USO DE INTERNET.

Esta independencia a la hora de viajar también se ve reflejada en el mayor uso de internet en la planificación del viaje, el 85% de los y las turistas de ciudad utilizaron esta herramienta para consultar, reservar o comprar algún servicio turístico de su viaje, siendo este porcentaje muy superior a la media (68,3%).

Uso de Internet. Total turismo y turismo de ciudad. Años 2017 - 2021.



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

Puntos clave

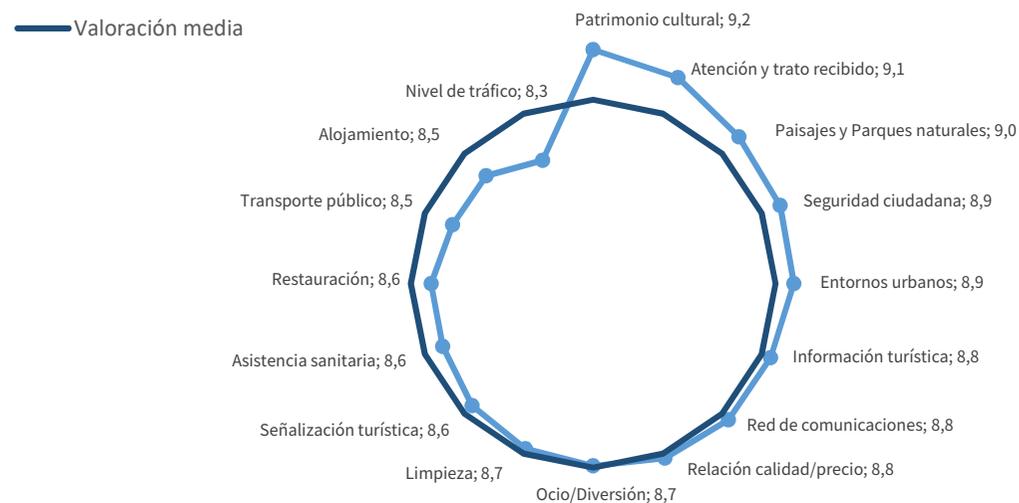
- El turismo de ciudad se caracteriza por un mayor uso del transporte aéreo que se ha visto especialmente restringido durante la pandemia y las diferentes olas de contagios que se dieron en el año 2021.
- El turismo de ciudad se beneficia de las excelentes infraestructuras de transporte que presentan las grandes ciudades.
- La mayor presencia de turismo nacional en 2021 ha intensificado la organización particular del viaje (+6,9 puntos porcentuales respecto al 2019) y toma mayor protagonismo la experiencia propia como canal de información sobre el destino (+5,1 puntos porcentuales respecto al 2019).
- Tradicionalmente la demanda turística de ciudad presenta un perfil más online, tanto por su mayor uso de internet como por la mayor realización de reservas y compras online frente al comportamiento general del turismo en su planificación del viaje a Andalucía.

02. Características del turismo de ciudad. Año 2021

8. EXCELENTE VALORACIÓN.

La demanda del turismo de ciudad en 2021 ha valorado su viaje a Andalucía con 8,7 puntos en una escala de 1 a 10, siendo 1 poco satisfactorio y 10 muy satisfactorio, lo que supone recibir una calificación superior a la que recibe Andalucía en su conjunto (8,5 puntos). Tal y como se muestra en el gráfico, todos los conceptos valorados se encuentran por encima de los 8 puntos, destacando especialmente el patrimonio cultural que alcanza la valoración más alta con 9,2 puntos, en el otro extremo se encuentra el nivel de tráfico que obtiene una valoración de 8,3 puntos.

Valoración (1 a 10). Turismo de ciudad. Año 2021.



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

Puntos clave

- Andalucía recibe por los y las turistas de ciudad una valoración de 8,75 puntos sobre 10 y todos los conceptos superan los 8 puntos.

- La valoración global del turismo de ciudad en 2021 ha sido mejor en +0,18 puntos que la recibida en 2019, año pre-pandémico.

- Cabe destacar que, pese a que el concepto peor valorado ha sido el nivel de tráfico, es el que ofrece el crecimiento más elevado respecto a 2019 (+0,43 puntos) junto con la limpieza (+0,41 puntos), lo que ha podido verse influenciado por la menor concentración y afluencia de turistas como consecuencia de la pandemia.

03. Anexo tablas

INDICADORES BÁSICOS	2021	2020	2019	Variac. 21/20	Variac. 21/19
Número de turistas (millones)	5,4	3,5	9,4	54,5%	-42,0%
Distribución porcentual por trimestres:					
Trimestre 1	7,7%	45,9%	21,8%	-38,2	-14,1
Trimestre 2	18,6%	6,7%	28,5%	11,9	-9,9
Trimestre 3	39,4%	32,0%	25,8%	7,3	13,6
Trimestre 4	34,3%	15,3%	23,9%	19,0	10,5
Gasto medio diario (en euros):	72,59	70,44	68,85	2,15	3,75
Estancia media (nº de días):	3,6	4,8	4,9	-1,2	-1,3
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)					

HÁBITOS DE CONSUMO	2021	2020	2019	Variac. 21/20	Variac. 21/19
Medio de Transporte:					
Coche (particular, alquilado, autocaravana)	50,3%	54,2%	32,2%	-3,9	18,1
Avión	28,9%	27,6%	39,2%	1,4	-10,3
Resto	20,8%	18,2%	28,6%	2,5	-7,8
Tipo de Alojamiento:					
Alojamientos Hoteleros	72,3%	70,6%	74,7%	1,7	-2,4
Apartamentos, casa o chalet	24,4%	26,3%	21,9%	-1,9	2,5
Otros	3,3%	3,1%	3,4%	0,2	-0,1
Organización del viaje:					
De forma particular	92,7%	93,7%	85,9%	-0,9	6,9
Adquirió un paquete turístico o viaje combinado	4,8%	3,5%	5,8%	1,3	-1,0
Lo organizó un club, asociación, empresa, etc..	2,5%	2,8%	8,3%	-0,3	-5,8
Motivo principal del viaje:					
Trabajo (motivos profesionales) o Negocios	7,0%	3,0%	4,8%	4,0	2,2
Vacaciones / Ocio	77,2%	86,3%	78,7%	-9,1	-1,5
Visitas a familiares y amigos	12,2%	8,9%	12,8%	3,3	-0,7
Otros motivos	3,6%	1,8%	3,6%	1,8	0,0
Principales factores para elegir el destino andaluz:					
Precios	13,2%	11,7%	6,6%	1,5	6,6
Clima	18,1%	20,5%	18,6%	-2,4	-0,6
Playa	6,8%	6,5%	4,5%	0,2	2,3
Visitas a monumentos	49,2%	51,2%	52,9%	-2,0	-3,7
Gastronomía	3,7%	1,9%	4,2%	1,8	-0,5
Calidad de vida / Hospitalidad	1,2%	3,3%	2,0%	-2,1	-0,8
Excursiones	1,3%	0,0%	0,4%	1,3	0,9
Practicar deportes	1,5%	0,6%	1,3%	0,9	0,2
Otros	5,0%	4,3%	9,3%	0,8	-4,3
Canales de información del destino:					
Por experiencia propia	66,3%	71,5%	61,3%	-5,1	5,1
Por recomendación de agencias de viajes (oficinas)	1,7%	0,5%	2,4%	1,2	-0,7
Por recomendación de amigos o familiares	23,1%	19,8%	24,3%	3,3	-1,1
Por redes sociales, web especializadas de viajes, blogs	4,5%	6,1%	6,8%	-1,6	-2,3
Por página Web oficial del destino	1,3%	0,2%	2,1%	1,1	-0,9
Por publicidad en prensa, radio y TV	1,0%	0,6%	1,4%	0,4	-0,3
Por otros medios	2,0%	1,3%	1,8%	0,7	0,2

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2021	2020	2019	Variac. 21/20	Variac. 21/19
Valoración al destino turístico andaluz (de 1 a 10 puntos):					
Alojamiento	8,5	8,6	8,5	-0,11	-0,05
Restauración	8,6	8,6	8,6	-0,06	0,00
Ocio/Diversión	8,7	8,6	8,7	0,12	0,05
Seguridad ciudadana	8,9	8,9	8,8	0,07	0,13
Asistencia sanitaria	8,6	8,5	8,6	0,08	-0,04
Atención y trato recibido	9,1	9,0	9,0	0,15	0,15
Relación calidad/precio	8,8	8,7	8,6	0,12	0,22
Red de comunicaciones	8,8	8,6	8,5	0,27	0,35
Limpieza	8,7	8,7	8,3	0,02	0,41
Nivel de tráfico	8,3	8,3	7,8	-0,06	0,43
Señalización turística	8,6	8,5	8,3	0,18	0,32
Información turística	8,8	8,6	8,5	0,26	0,30
Patrimonio cultural	9,2	9,3	9,2	-0,10	-0,01
Transporte público	8,5	8,4	8,1	0,04	0,35
Entornos urbanos	8,9	9,0	8,7	-0,06	0,26
Valoración global (Índice sintético de percepción)	8,7	8,7	8,6	0,04	0,18
Actividades realizadas durante la estancia en Andalucía:					
(NOTA: pregunta multirrespuesta, los % no suman 100)					
Compras (excluidas regulares)	47,4%	19,2%	25,3%	28,2	22,1
Disfrute y uso de la playa	20,6%	18,5%	18,1%	2,2	2,6
Observación de la naturaleza	8,8%	4,0%	10,7%	4,7	-1,9
Actividades culturales	57,7%	76,9%	77,2%	-19,2	-19,4
Actividades deportivas	6,3%	3,1%	5,0%	3,2	1,2
Actividades profesionales o de negocios/congresos y reuniones	1,3%	1,4%	1,8%	-0,1	-0,5
Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc...)	6,7%	1,4%	8,0%	5,2	-1,4
Otras actividades	6,2%	2,4%	7,8%	3,8	-1,6

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2021	2020	2019	Variac. 21/20	Variac. 21/19
Usó internet para consultas, reservas o compras:					
Si	85,1%	84,0%	79,9%	1,1	5,2
No	14,9%	16,0%	20,1%	-1,1	-5,2
Grupo de viaje:					
Solo	12,1%	7,9%	10,3%	4,1	1,8
Con su pareja	41,0%	46,2%	39,9%	-5,2	1,1
Con familiares	25,3%	26,7%	28,1%	-1,4	-2,8
Con amigos	19,6%	18,4%	20,1%	1,2	-0,5
Otros	2,0%	0,7%	1,6%	1,3	0,4
Grado de fidelidad:	41,9%	43,8%	39,4%	-1,8	2,5

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

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	2021	2020	2019	Variac. 21/20	Variac. 21/19
Sexo:					
Hombres	45,6%	46,6%	47,5%	-1,0	-1,9
Mujeres	54,4%	53,4%	52,5%	1,0	1,9
Grupos de Edad:					
Menos de 18 años	5,2%	5,7%	6,6%	-0,5	-1,4
De 18 a 29 años	34,3%	27,4%	24,7%	6,9	9,6
De 30 a 44 años	28,9%	27,2%	27,1%	1,7	1,8
De 45 a 64 años	26,3%	30,9%	31,1%	-4,5	-4,7
Más de 65 años	5,3%	8,9%	10,6%	-3,6	-5,3
Situación Laboral:					
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	71,1%	71,1%	68,5%	0,0	2,5
En paro	2,9%	3,9%	3,4%	-1,0	-0,5
Estudiante	17,9%	14,3%	14,2%	3,6	3,7
Retirado/Jubilado	6,5%	9,0%	11,8%	-2,6	-5,3
Labores del hogar	0,8%	0,9%	1,0%	-0,1	-0,2
Otras	0,9%	0,9%	1,1%	0,0	-0,2

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