

+ data

AÑO 2024

Turismo cultural en Andalucía

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos Turísticos

nexus.andalucia.org



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos



Junta
de Andalucía

TURISMO CULTURAL EN ANDALUCÍA. AÑO 2024

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior



Junta de Andalucía

COLECCIÓN

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos

EDITA

Consejería de Turismo y Andalucía Exterior
Av. de la Guardia Civil, 1 (Casa Rosa)
41013 Sevilla
NPU-1-10-250050-PDF

Formulario de contacto:

https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoyandaluciaexterior/servicios/app/cs-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
Correo e.: oficinadeldato@andalucia.org ; saeta@andalucia.org

Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones

<https://www.juntadeandalucia.es/cultura/idea/opacidea/abnetcl.cgi?SUBC=02/2107/01>

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

1. PRINCIPALES CLAVES

1. Para **uno de cada tres turistas** recibidos en la región en 2024, **disfrutar de la cultura de Andalucía** fue el principal elemento inspirador de su visita.

En cifras: **12,5 millones de turistas culturales en 2024**, lo que representa el 34,6% de los 36,1 millones recibidos en Andalucía en este año.

2. En 2024, **el turismo cultural sigue aumentando, pero su crecimiento se ralentiza**.

En cifras: después tres años consecutivos (intervalo 2021-2023) en los que el turismo cultural había crecido a un ritmo superior al del total de turistas recibidos en Andalucía, **en 2024 el turismo cultural ha crecido a una tasa del +2,5%**, un incremento inferior al registrado por el total de turistas (+5,3%).

3. **Destaca por su baja estacionalidad**: el reparto de turistas culturales a lo largo del año es más equilibrado que en otras tipologías turísticas.

En cifras: para el **turismo cultural**, habitualmente el **segundo trimestre** es el que acumula un mayor número de turistas de esta tipología (el 28,8% en 2024), mientras que para el **total del turismo** en Andalucía lo es el **tercer trimestre** (acumuló el 34,8%).

4. **Estancias más cortas pero un gasto medio diario en el destino andaluz más elevado** que el del total de la demanda.

En cifras: **4,5 días de estancia media y 90,05€ de gasto medio diario para el turismo cultural**, frente a una permanencia de 6,5 días y un gasto medio diario de 82,27€ para el turista general que visitó Andalucía en 2024.

5. Se mantienen en 2024 **otras características distintivas del segmento**.

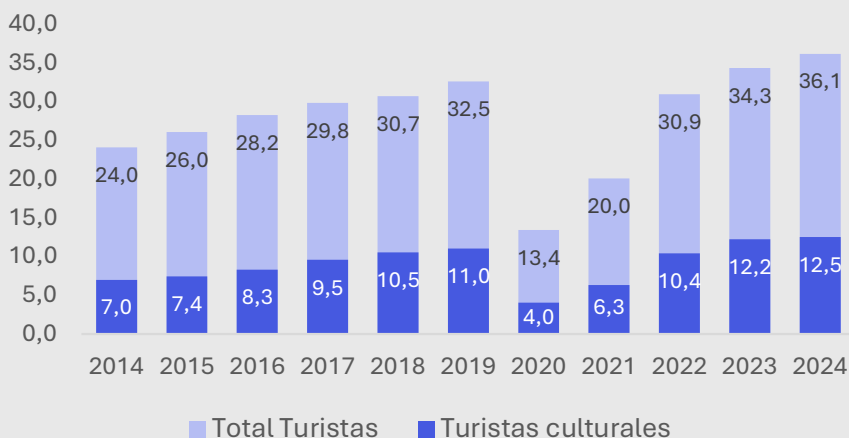
En cifras: en comparación con el total de turistas que visita Andalucía, los turistas culturales presentan una mayor presencia de turistas procedentes del extranjero (45,8% frente a 36,3% del total turismo), hacen un mayor uso de los alojamientos hoteleros (63% frente a 60%), viajan acompañados de la pareja (41,7% frente a 35,7%) y presentan fidelidad al destino más baja (28,5% frente a 49,2%).

2. TURISMO CULTURAL EN ANDALUCÍA. Datos relevantes

Es disfrutar, en diferentes niveles, de la inmersión en la cultura de Andalucía: de su patrimonio cultural, de su arte e historia, de sus tradiciones y fiestas, etc... en definitiva, de todas las manifestaciones que determinan su identidad y carácter.

Se estima que Andalucía ha recibido en 2024 un total de 12,5 millones de turistas culturales, lo que supone un aumento del +2,5% respecto al año anterior, un crecimiento menor que el registrado en el total de turismo recibido en la región (+5,3%). El segmento representa el 34,6% del total de turistas que el destino andaluz recibió en dicho año (36,1 millones).

Millones de turistas



El Turismo Cultural llevaba creciendo de forma ininterrumpida hasta la aparición de la COVID-19 (intervalo 2014-2019). Y, en cuatro de esos seis años de resultados positivos, había registrado mayores crecimientos que los del total de turismo recibido en Andalucía, lo que le había permitido incrementar su importancia de forma progresiva.

Tras la pandemia, el turismo cultural evolucionó peor que el total de turismo durante el primer año de la crisis sanitaria (2020), pero su recuperación en los años 2021 a 2023 ha sido mejor, lo que le permitió superar el nivel pre-crisis en el año 2023.



Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, del IECA

INDICADORES BÁSICOS

Turistas

12,5 millones en 2024

+2,5% vs. 2023

+13,6% vs. 2019

Nivel pre-covid: **11,0 millones**



Cuota de participación

34,6% en 2024

-0,9 p. percent. vs. 2023

+0,8 p. percent. vs. 2019

Cuota pre-covid: **33,8%**



Estancia media

4,5 días en 2024

+0,9 días vs. 2023

+0,4 días vs. 2019

Nivel pre-covid: **4,1 días**



Gasto medio diario

90,05 euros en 2024

+6,0 euros vs. 2023

+16,3 euros vs. 2019

Nivel pre-covid: **73,75 euros**



Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, del IECA

En el año 2024, la mayoría de los indicadores básicos del turismo cultural en Andalucía han sido superiores a los estimados tanto en el año 2023 como en el año pre-pandemia (2019). La única excepción ha sido la cuota de participación de este segmento en el total de turistas recibidos en Andalucía, que ha disminuido respecto al año anterior, al registrar el segmento cultural una evolución positiva en 2024 (subida del +2,5%), pero inferior a la del total de turistas (+5,3%).

HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA

Organización del viaje

83,0%

Sin paquete turístico

Canales de información

32,1%

Experiencia propia

30,3%

Recomendación de amistades y/o familiares

Criterios de elección del destino

44,5%

Explorar destinos nuevos

16,1%

Prefiere lo conocido

Principal alojamiento

62,5%

Establecimientos hoteleros

Con quién viaja

41,7%

Con su pareja

27,8%

Con familiares

Tamaño grupo viaje

2,6

Personas de media

Principales actividades

93,5%

Visitas culturales

67,8%

Actividades gastronómicas

35,9%

Disfrutar de áreas naturales

Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, del IECA

OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA

Valoración del viaje

9,2

En escala de 1 a 10 puntos

Grado de fidelidad

28,5%

Pasó las vacaciones el año anterior en Andalucía

PERFIL DEMOGRÁFICO Y SOCIAL

Sexo

45,1%

Hombres

54,9%

Mujeres

Edad

5,6%

Menos de 18 años

15,1%

De 18 a 29 años

19,7%

De 30 a 44 años

37,0%

De 45 a 64 años

22,6%

65 o más años

Situación laboral

58,3%

Trabajando

20,2%

Retirado/Jubilado

1,8%

En paro

1,3%

Labores del hogar

10,3%

Estudiante

1,0%

Otras

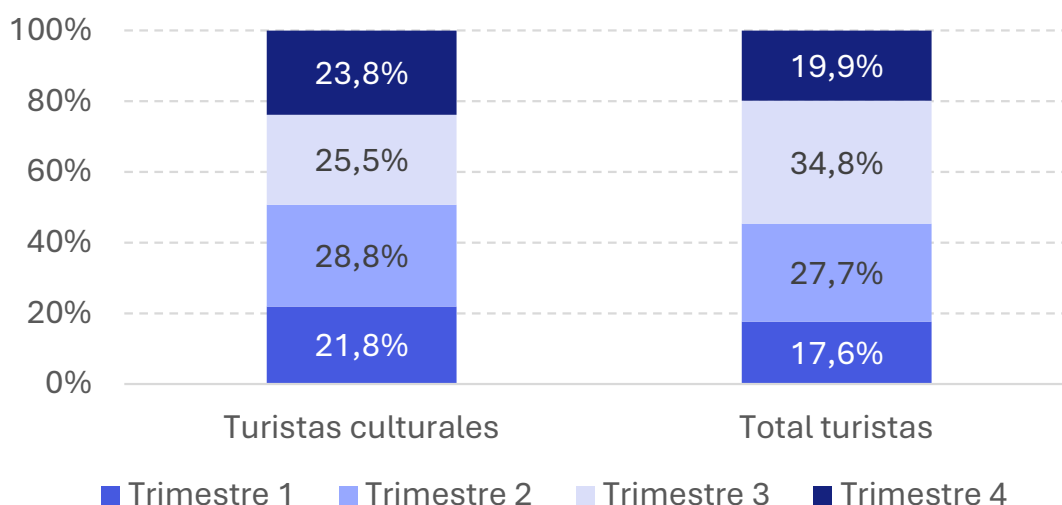
Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, del IECA

3. ASPECTOS DIFERENCIALES.

Turistas culturales vs total turistas*

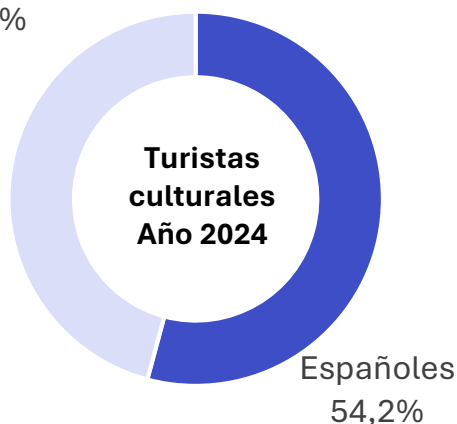
1. El turista cultural es menos estacional que la media, pues distribuye sus visitas más homogéneamente a lo largo del año.

Distribución de los turistas por trimestres. Año 2024



2. El turismo cultural presenta una mayor proporción de turistas que proceden del extranjero en comparación con la cuota de este colectivo en el total de turismo. Así, el segmento exhibe, año tras año, una composición por procedencias más equilibrada que la del total de la demanda.

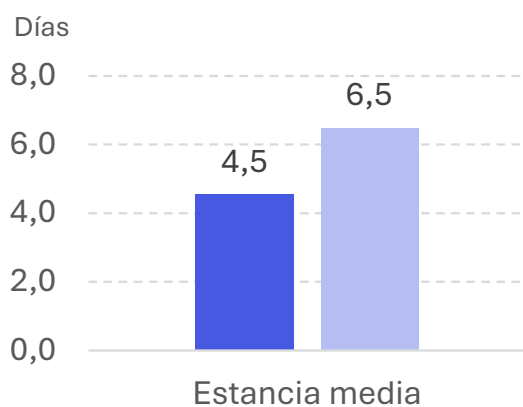
Extranjeros
45,8%



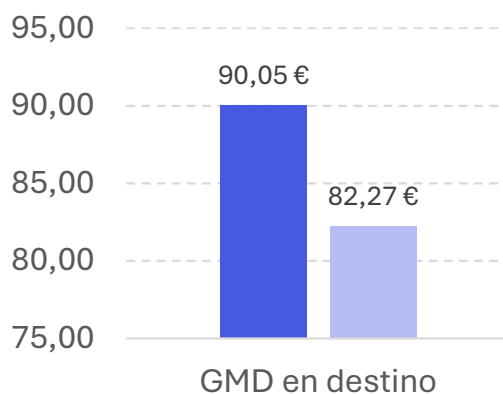
Extranjeros
36,2%



3. Los y las turistas culturales realizan estancias más cortas pero un gasto medio diario en el destino andaluz más elevado que el del total de la demanda.

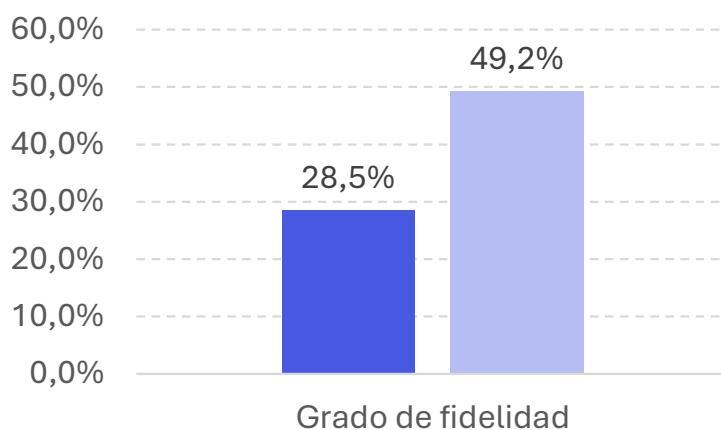


■ Turistas culturales ■ Total turistas



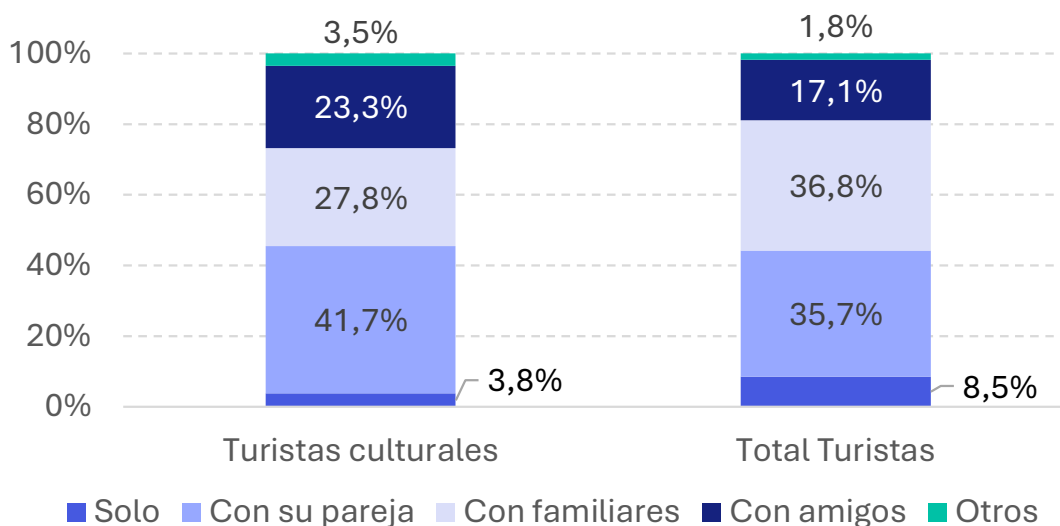
■ Turistas culturales ■ Total turistas

4. El grado de fidelidad del segmento cultural se sitúa cada año por debajo del que presenta la media del total de turistas de Andalucía. Esta baja fidelidad se debe a la dificultad de repetir visita una vez conocidos los recursos culturales y patrimoniales del destino.



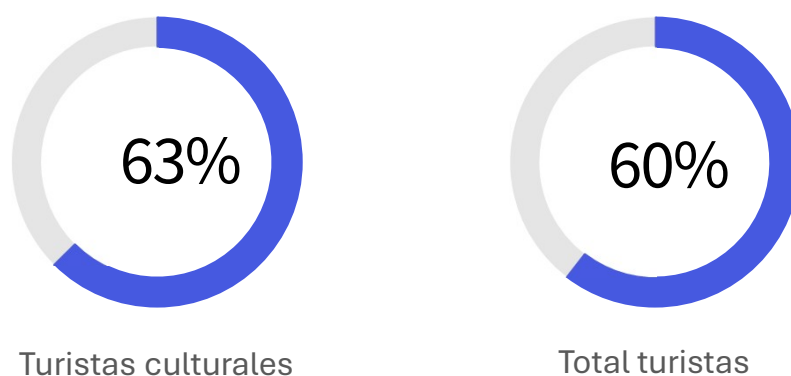
■ Turistas culturales ■ Total turistas

5. El turismo cultural se disfruta preferentemente acompañado por la pareja, aunque poco a poco, se ha convertido en una opción atractiva para viajar con familiares y/o amistades.



6. Preferencia por el alojamiento hotelero sobre otros tipos de alojamientos. Aunque en 2024 se mantiene esta característica distintiva del segmento cultural, se ha reducido mucho la distancia que tradicionalmente mantenía con la media del total de turistas de Andalucía.

Porcentaje de uso de alojamiento hotelero. Año 2024



Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, del IECA

***NOTA METODOLÓGICA:**

La Oficina el Dato viene realizando **sus estudios anuales sobre el turismo cultural a partir de una explotación específica de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA)**, del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Esta encuesta suministraba cada año una muestra representativa de entrevistas a turistas cuya motivación principal, a la hora de elegir el destino andaluz para pasar su tiempo de ocio, fue la de hacer turismo de cultura, y que además han declarado haber realizado actividades culturales durante su estancia en Andalucía.

Pero **la ECTA ha sufrido en 2024 cambios metodológicos de importancia que han afectado a su diseño**: se ha pasado de representatividad por zonas a representatividad por provincias; se ha reducido significativamente el número de entrevistas realizadas prácticamente a la mitad de las que se hacían anteriormente; se han realizado ajustes en las variables recogidas en el nuevo cuestionario (redefiniciones de variables existentes, introducción de nuevas variables, eliminación de otras, etc.) y cambios en la formulación de ciertos indicadores.

La implementación de estos cambios en los sistemas informáticos disponibles en la Oficina del Dato para la explotación de esta encuesta está siendo un proceso lento y dificultoso. También, resulta muy difícil evaluar a priori el impacto que la nueva metodología ECTA puedan tener en la estabilidad de las series de datos del turismo cultural en Andalucía.

Por todo ello, **los resultados obtenidos en este informe del año 2024 deben ser considerados como datos avance**, y de ahí que solo se hayan realizado escasas comparaciones interanuales de la información obtenida, prefiriendo centrar la atención en el análisis de aquellas variables en las que el turismo cultural mantiene en el año 2024 un comportamiento diferencial frente al total de turismo que se realiza en Andalucía.



Andalucía
NEXUS | +data