

CONSEJERÍA DE TURISMO Y COMERCIO

Principales Segmentos turísticos en Andalucía

Turismo de Sol & Playa

INFORME ANUAL

2012



JUNTA DE ANDALUCÍA

PRINCIPALES SEGMENTOS TURÍSTICOS EN ANDALUCÍA

INTRODUCCIÓN

El sector turístico está sometido a una evolución continua. Los gustos y las preferencias de los consumidores cambian constantemente, así como los canales de información y de comercialización. Para poder adaptarse a una situación tan cambiante es necesario contar con un sistema de información adecuado que permita conocer cuáles son y en qué consisten las nuevas tendencias de la demanda turística.

Debido a la gran riqueza y variedad turística de Andalucía, la región cuenta con múltiples recursos y segmentos turísticos, los cuales deben ser identificados y analizados separadamente. Los criterios para segmentar la demanda pueden ser muy variados: atendiendo a la procedencia del turista, según la motivación principal de su viaje, puede obedecer a criterios geográficos (el destino visitado), según el tipo de alojamiento utilizado, etc.

En este informe se analizan las características que presenta la demanda turística que visita Andalucía según su motivación principal. Este análisis se lleva a cabo a través de una explotación específica que la Consejería de Turismo y Comercio realiza de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), elaborada por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA).

En el análisis de los segmentos turísticos se ha llevado a cabo un cambio metodológico que persigue una mayor precisión de las cifras estimadas. Los principales segmentos se venían analizando a través de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, sobre ella se han realizado una serie de cambios tanto en el cuestionario como en la metodología de estimación de las variables, pretendiéndose con ello conseguir una clasificación más óptima de los turistas en función de la motivación principal del viaje y de la elección de Andalucía como destino vacacional. Estos cambios van a mejorar las comparaciones que ya se venían haciendo entre las variables de los distintos segmentos con respecto al total de turistas y ofrece la posibilidad de presentar un completo análisis de la demanda turística de sol y playa y cultural de Andalucía.

Es por ello, que este apartado sólo se podrá desarrollar sobre los datos del año 2012, sin posibilidad de comparación con años anteriores por diferencias metodológicas. Este año se fija pues como base de otros posteriores, para los que ya será posible la realización de análisis temporales.

1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO DE SOL Y PLAYA EN ANDALUCÍA

Se cifra en aproximadamente 9,4 millones los turistas que durante 2012 han visitado Andalucía en su período vacacional atraídos hacia este destino por el Sol y la Playa que han dejado unos ingresos por turismo de 6,5 miles de millones de euros. De ellos el 59,5% han sido españoles y el resto, por tanto, extranjeros siendo los británicos y los alemanes los más representativos. Entre los españoles el 23% eran residentes en la Comunidad y el 36% restante procedían de otros lugares de España.

Distribución porcentual de los turistas por procedencia.

Turismo de sol y playa. Año 2012

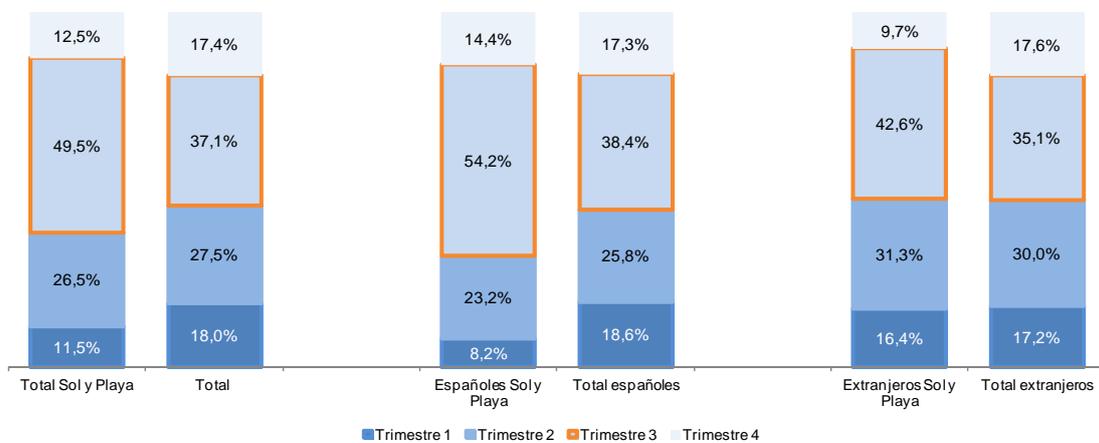
Trimestres	2012
Españoles:	59,5
- Andaluces	23,0
- Resto de españoles	36,5
Extranjeros:	40,5
	100,0

Fuente: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos ECTA (IECA)

El turismo de Sol y Playa se caracteriza por ser muy estacional, ya que concentra el 49,5% de sus llegadas en el periodo estival, una proporción que supera en casi 11 puntos porcentuales a la que registra el total del turismo de la región recibido en verano. Por procedencia, se observa una menor concentración en el tercer trimestre de este tipo de turismo por parte del mercado extranjero que del mercado español, ya que estos últimos reparten sus visitas a la región de forma menos equilibrada con una marcada estacionalidad. Este comportamiento es extensible al total de turismo.

Distribución porcentual de los turistas por trimestres según procedencia.

Turismo de sol y playa. Año 2012



Fuente: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos ECTA (IECA).

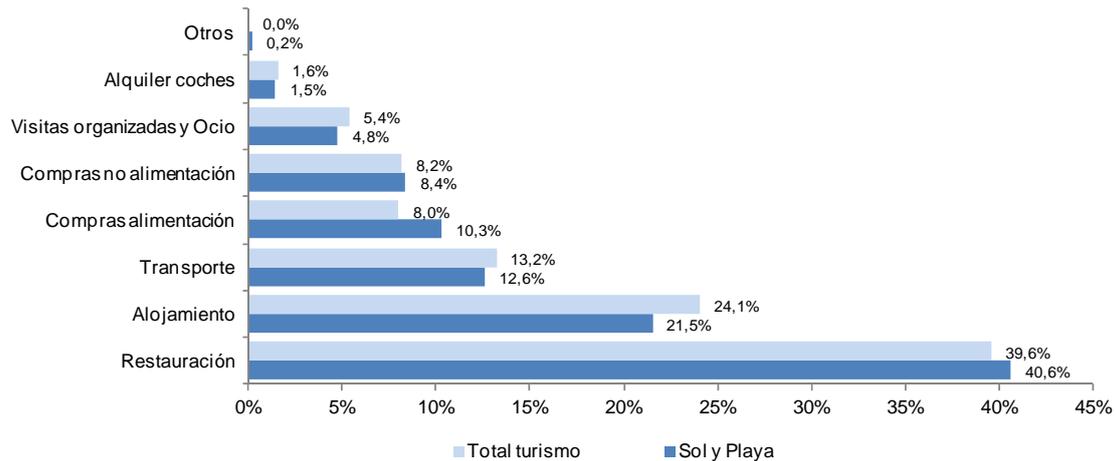
Durante su visita a Andalucía, el turista de Sol y Playa realiza un **gasto medio diario** de 52,56 euros, casi 8 euros por debajo de la media total, son los turistas extranjeros los que aportan un mayor nivel al gasto 61,16 euros frente a 47,94 euros de los españoles. Este comportamiento es similar al total de turistas.

La mayor parte del gasto en destino va dirigido, independientemente de su procedencia, al pago de los servicios de restauración y alojamiento en los que se emplea el 62% del presupuesto (40% y 22% respectivamente). Al comparar esta **composición del gasto** con la media del turismo en Andalucía, se observa cierta similitud entre estos conceptos en destino de 2012, incluso atendiendo a la nacionalidad.

Si bien se observa que, en el caso de Sol y Playa, hay un mayor porcentaje de gasto en restauración que en el total de turistas (41% frente al 40%) mientras que ocurre lo contrario en el caso del alojamiento (24% en Sol y Playa y 22% como promedio total)

Distribución del gasto en destino por conceptos.

Turismo de sol y playa. Año 2012

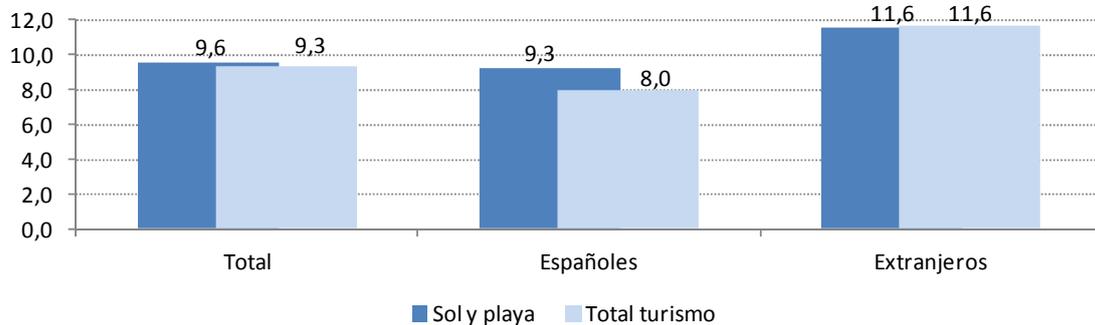


Fuente: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos ECTA (IECA).

La **estancia media** de los turistas que eligen Andalucía motivados por el Sol y la Playa se ha estimado en 9,6 días, siendo la de los extranjeros (11,6 días) superior en más de dos días a la registrada por los españoles (9,3 días). También se da la particularidad de tratarse de un segmento en el que la duración del viaje es algo superior a la media (9,6 días frente a 9,3 días) y de que los extranjeros ya vengan por sol y playa o por otro motivo disfrutaran del destino andaluz durante 11,6 días.

Estancia media de los turistas según procedencia.

Total turismo y turismo de sol y playa. Año 2012



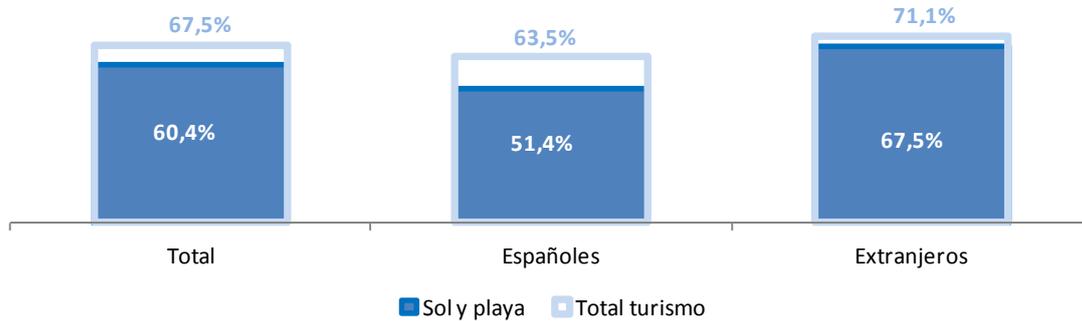
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA (IECA).

Por lo que se refiere al **medio de transporte** utilizado para acceder a Andalucía en 2012, el turista de sol y playa utiliza en el 46,7% de las ocasiones el coche. Sin embargo, según sea la procedencia del turista se observa una gran diferencia en el uso de un tipo u otro de transporte, en el caso de los

españoles hay una clara preferencia por el acceso por carretera (70%), mientras que para el turista extranjero es el transporte aéreo el elegido por la mayoría (79%).

Los establecimientos hoteleros (hoteles, apartahoteles, hostales y pensiones) son la **tipología de alojamiento** preferida por los turistas motivados por el sol y la playa (60%) en Andalucía, aunque 7 puntos por debajo de la elección de la media total de turistas, ya que el 36,3% se decantó por apartamentos, casas o chalets, ya sean en alquiler, en propiedad o de amigos y familiares. Del resto, el 1,5% eligió la opción del camping.

% Alojamiento hotelero de los turistas sol y playa. Año 2012



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA (IECA).

La **organización del viaje** presenta conductas diferenciadas según sea la procedencia de los turistas de este segmento, si bien es cierto que tanto los españoles como los extranjeros eligen mayoritariamente la organización particular del viaje, existe gran distancia entre ellos, mientras que los primeros lo hacen personalmente en el 88% de las ocasiones, este porcentaje se reduce para el caso de los extranjeros hasta el 68%. Este comportamiento es similar en el caso del turismo total con porcentajes incluso mayores para el caso de los extranjeros y similar en los españoles.

La visita a Andalucía motivada por el sol y la playa se realiza en el 85% de las ocasiones **acompañada** de la pareja (55%) o de la familia (30%), comportamiento extensible tanto a los españoles como a los extranjeros así como al total de turistas que visita el destino andaluz cualquiera que sea su motivación.

El **uso de Internet** tiene más presencia entre los extranjeros (53,7%) que entre los españoles (34,4%). De los que consultan la Red para informarse sobre el destino, el 80% en el caso de los extranjeros realiza alguna reserva a través de la Red y el 54% culmina el proceso realizando la compra. En el caso de los españoles estos porcentajes se reducen a un 71% y 36% respectivamente.

No obstante, aunque el uso de esta herramienta sea ligeramente inferior entre los turistas de sol y playa que entre el total de turistas, el turista de sol y playa se muestra más activo, pues el 76% de los que accedieron a la Red realizaron alguna reserva y el 45% terminó efectuando una compra, porcentajes que superan al 73,5% y al 39,2%, que respectivamente corresponden al total de turistas.

Uso de Internet. Total turismo y turismo de sol y playa. Año 2012

	Total Turistas	Turistas de sol y playa
% Uso de Internet	48,7%	47,7%
Para que utilizó Internet: (Multirrespuesta)		
Consultar productos o servicios turísticos	100,0%	100,0%
Reservar productos o servicios turísticos	73,5%	75,8%
Comprar productos o servicios turísticos	39,2%	44,6%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA. IECA.

Bien la propia experiencia (59%) o la recomendación de amigos y familiares (26,4%) son los principales **canales de conocimiento** que han influido en los turistas de este segmento para conocer el destino, y es así tanto para turistas nacionales como foráneos.

Del resto de canales (agencias de viajes, folletos turísticos, anuncios o Internet), aunque son opciones minoritarias, cabe destacar que son utilizados con más intensidad por los turistas extranjeros de sol y playa que por los turistas nacionales, siendo las agencias de viajes y los blogs y redes sociales los canales más consultados (7,8% en agencias de viajes y 7,4% en blogs y redes sociales).

Andalucía es, para esta tipología de turismo, un destino para disfrutar de las vacaciones o el tiempo de ocio, así lo declararon prácticamente la totalidad de los encuestados. El clima (38%), la playa (31%) y los precios (10%) son los principales factores que incitan a los turistas a elegir el destino andaluz para disfrutar de unas vacaciones de sol y playa. Como era de esperar, la principal **actividad** realizada durante la estancia, ha sido el disfrute y uso de la playa (67,1%). Junto a ella destacan las compras (30%), las visitas a monumentos y museos (29,5%) y la observación de la naturaleza (27,5%) como las actividades realizadas con mayor frecuencia por los turistas de sol y playa. Estas actividades son también las preferidas por el total de turistas que visita el destino andaluz.

El destino andaluz es valorado por los turistas de de sol y playa con notable alto (8 puntos) en una escala del 1 al 10, **valoración** que coincide con la otorgada por el total de turistas. Los extranjeros se sienten más satisfechos que los españoles y otorgan una puntuación de 8,2 puntos a los recursos y servicios turísticos frente a los 7,8 puntos del turismo español.

Todos los conceptos valorados obtienen una puntuación superior a los siete puntos y medio. La atención y el trato recibido es el más valorado con 8,4 puntos tanto para los españoles como para los extranjeros, a éste le siguen con 8,2 puntos el alojamiento, la información turística, los puertos y actividades náuticas y los paisajes y parques naturales.

Si bien la calidad de las playas y de los servicios es un concepto que se encuentra entre los mejor valorados para el turismo extranjero que viene a disfrutar del sol y la playa, no lo es así para los turistas españoles que le otorgan una puntuación de 7,7 puntos, lo que la deja fuera del ranking que aparece a continuación.

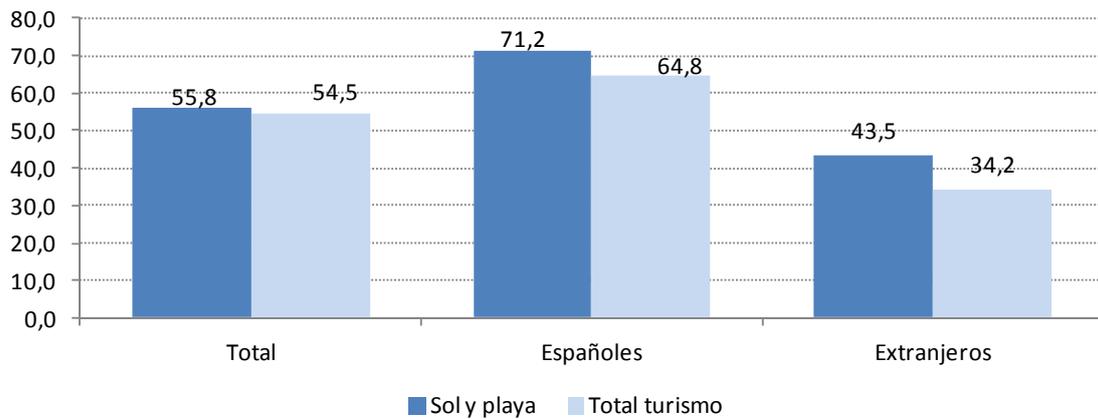
Ranking de conceptos mejor valorados por los turistas de sol y playa del destino turístico andaluz. Año 2012

Ranking	Total
1	Atención y trato recibido 8,4 puntos
2	Puertos y actividades náuticas 8,2 puntos
3	Paisajes y Parques naturales 8,2 puntos
4	Información turística 8,2 puntos
5	Alojamiento 8,2 puntos
6	Patrimonio cultural 8,1 puntos
7	Trenes 8,1 puntos
8	Red de comunicaciones 8,1 puntos
9	Seguridad ciudadana 8,1 puntos
10	Alquiler de coches 8,0 puntos
11	Taxis 8,0 puntos
12	Restauración 8,0 puntos
13	Calidad de las playas y de los servicios 8,0 puntos

Fuente: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos ECTA (IEA)

El **grado de fidelidad** de esta tipología, entendido como el porcentaje de turistas de sol y playa que en el año 2012 visitaron Andalucía habiéndola visitado también el año anterior (aunque no necesariamente por este motivo), se ha estimado en el 55,8%, algo más de un punto por encima del que presentan la media del total de turistas de Andalucía (54,5%). Por nacionalidad, cabe destacar que el turista español de este segmento muestra un valor de esta variable bastante más elevado que el turista extranjero (71,2% frente a 43,5%).

Grado de fidelidad de los turistas según procedencia. Total turismo y turismo de sol y playa. Año 2012



Fuente: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos ECTA (IECA).

En el **perfil sociodemográfico** del turista de sol y playa se observa una mayor proporción de mujeres (52,2%) que de varones, siendo el grupo de edad de más peso el comprendido entre 45 y 64 años (29,2%), seguido muy de cerca del intervalo 30 a 44 años (27,3%). La situación laboral más común es poseer un trabajo remunerado (59,9%), si bien la proporción de jubilados es algo mayor en el emisor foráneo. Estructuras muy similares a la media del turista.

Perfil sociodemográfico del turista de sol y playa en Andalucía. Año 2012

	Total (%)	Españoles (%)	Extranjeros (%)
Sexo:			
Varones	47,8	47,5	49,0
Mujeres	52,2	52,5	51,0
Grupos de Edad:			
Menos de 18 años	8,2	8,9	8,1
De 18 a 29 años	18,3	16,6	13,3
De 30 a 44 años	27,3	27,4	23,7
De 45 a 64 años	29,2	31,0	36,0
De 65 y más años	17,0	16,1	18,9
Situación Laboral:			
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	59,9	57,3	60,9
En paro	2,2	3,3	0,8
Estudiante	13,5	14,3	12,1
Retirado/Jubilado	20,3	19,3	23,2
Labores del hogar	3,2	4,6	1,6
Otras	0,9	1,1	1,4



www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio