

Turismo de Litoral en Andalucía

INFORME ANUAL

2013

Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía. SAETA

Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía



INTRODUCCIÓN

Debido a la gran riqueza y variedad turística de Andalucía, la región cuenta con múltiples recursos y cada uno de ellos atiende a una serie de preferencias de la demanda turística. Es por ello, que es necesario identificarlos y establecer criterios para analizarlos separadamente. Esta segmentación se puede llevar a cabo en función de la procedencia del turista, de la motivación principal de su viaje, o puede obedecer a criterios geográficos (el destino visitado), o al tipo de alojamiento utilizado, etc.

Andalucía destaca por ser un destino de sol y playa de referencia. Andalucía cuenta con un total de 372 playas, que se extienden a lo largo de 603 Kms. de costa (65% de los 917 Kms de litoral andaluz), y está formado por un total de 60 municipios, que representan un 9,1% del territorio y un 35,6% de la población andaluza.

Para analizar este segmento, se ha utilizado la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) que realiza el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) y se analiza la parte de litoral atendiendo a **criterios geográficos** y no a motivaciones. Esta encuesta ha contado durante 2013 con 11.166 entrevistas a turistas que han visitado el litoral andaluz y que han servido como muestra para analizar este segmento.

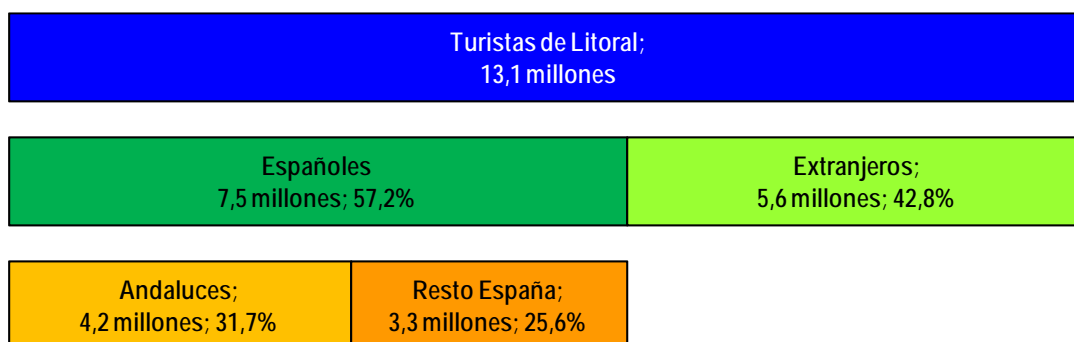
La ECTA proporciona información sobre variables tanto cualitativas como cuantitativas que permiten realizar estimaciones sobre el gasto, la estancia, perfil del turista, calificación del destino, etc.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO DE LITORAL EN ANDALUCÍA

En 2013, el litoral andaluz recibió 13,1 millones de turistas, lo que aproximadamente supone el 59% del total de turistas que visitaron la región en dicho año. Respecto al año anterior, el turismo de litoral ha experimentado un crecimiento del +3,0%, un aumento similar al registrado para el total de turistas (+4,0%). Los ingresos por turismo en la costa andaluza se han estimado en 10,1 mil millones de euros que han supuesto un crecimiento de la tasa real con respecto al año anterior del +5.3%.

El turismo de litoral en Andalucía se compone en un 57,2% de turistas residentes en el territorio español y de un 42,8% de turistas extranjeros. Los andaluces son los principales emisores nacionales, aportando más de la mitad del turismo español de litoral. Respecto al año 2012, los turistas extranjeros ganan un punto de cuota en cuanto a la estructura de la demanda de litoral, siendo Reino Unido y Alemania las principales procedencias.

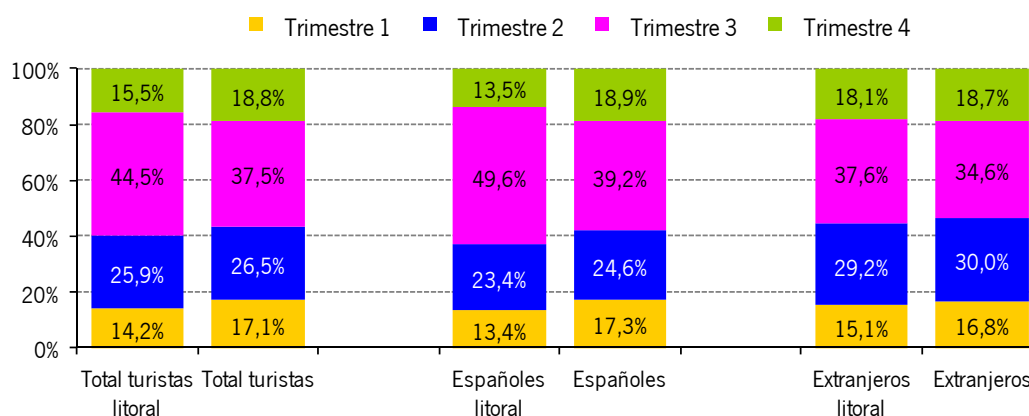
Distribución porcentual de los turistas de litoral por procedencia. Año 2013



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

El turismo que se realiza en el litoral andaluz es muy estacional, puesto que el mayor porcentaje de sus visitas se ha concentrado en el tercer trimestre del año, concretamente el 44,5%, una proporción que supera en 7 puntos porcentuales a la que registró el total del turismo de la región recibido en ese mismo periodo. Esta característica del turismo de litoral se acentúa cuando el turista procede del mercado nacional, ya que cerca de la mitad de estos turistas visitaron el litoral andaluz en el tercer trimestre del año, mientras que el mercado extranjero de litoral repartió sus visitas a lo largo de 2013 de forma más equilibrada, un comportamiento que también se presenta para el total de turismo.

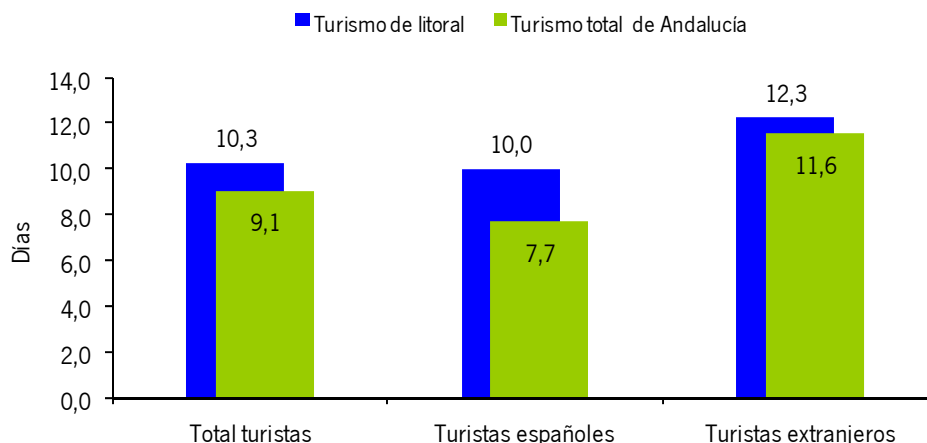
Distribución porcentual de los turistas por trimestres según procedencia. Total turismo y turismo de litoral. Año 2013



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

Tradicionalmente, los turistas de litoral permanecen en promedio más tiempo en el destino andaluz que el total de turistas que visitaron la región: en 2013 la estancia del turista de litoral ascendió a una media de 10,3 días frente a los 9,1 días de media del total de turistas. Esta diferencia, aunque se observa tanto en el mercado nacional como en el extranjero, es algo mayor en el primero.

Estancia media de los turistas según procedencia.
Total turismo y turismo de litoral. Año 2013



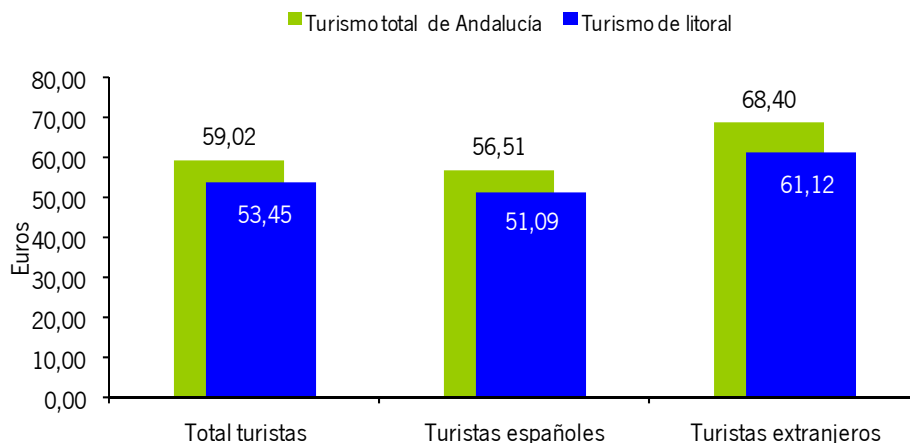
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Respecto al año anterior, la **estancia media** del turista de litoral se ha reducido en -0,4 días, un comportamiento similar al registrado por el total de turistas que visitó la región en 2013 (que bajó en -0,3 días). Este descenso se ha debido tanto a los turistas de litoral nacionales como extranjeros.

Al contrario de lo que ocurre con la estancia media, el **gasto medio diario** en el destino del turista que visita el litoral andaluz es inferior al del total de turistas (53,45 euros frente a 59,02 euros), lo cual puede justificarse con el hecho de permanecer más tiempo en el destino que el turismo total de Andalucía¹. Respecto al año anterior, el gasto medio diario del turista de litoral ha descendido casi en un euro. Esta evolución es fruto de un comportamiento desigual de los mercados emisores, de modo que el ascenso del desembolso diario del turista de litoral extranjero no fue suficiente para contrarrestar la caída registrada en el mercado nacional.

¹ El presupuesto del viaje debe repartirse entre un mayor número de días.

Gasto medio diario de los turistas según procedencia.
Total turismo y turismo de litoral. Año 2013



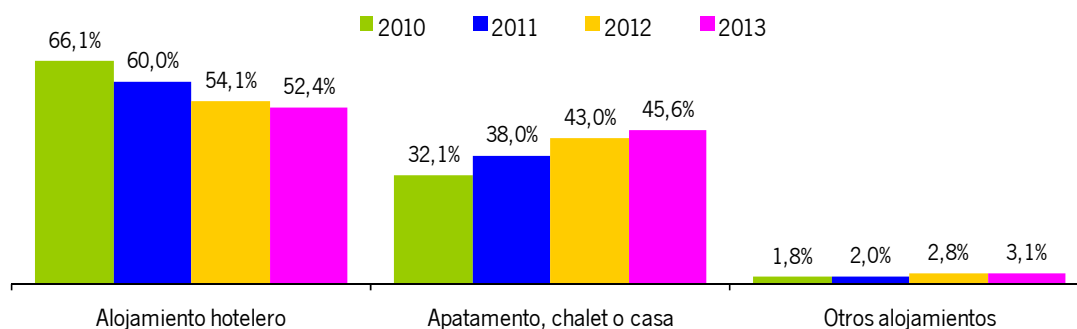
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Los conceptos de gasto a los que los turistas de litoral dedicó la mayor parte de su presupuesto en el destino durante 2013 han sido la restauración (41,3%) y el alojamiento (25,7%). Y al contrario de lo que ocurrió el año anterior, estas dos partidas han aumentado su importancia en la **composición del gasto en destino**, incrementándose conjuntamente +6,8 puntos porcentuales este año, mientras que la partida de transporte se ha reducido en -4,4 puntos porcentuales.

El **medio de transporte** utilizado mayoritariamente por el turista de litoral para acceder a Andalucía es el coche (en cualquiera de sus modalidades), utilizado por el 52,7% de estos visitantes en 2013, si bien se observan diferencias significativas, como es de esperar, dependiendo de la procedencia del turista así entre los españoles el vehículo utilizado mayoritariamente es el coche (72,4%) y entre los extranjeros el avión (81%).

En cuanto al **tipo de alojamiento**, la tendencia de los últimos años muestra que los turistas de litoral han ido sustituyendo el alojamiento en los establecimientos hoteleros (hoteles, apartahoteles, hostales y pensiones) sobre todo por el alojamiento en apartamentos o casas, ya sean en propiedad, alquiler o de familiares y amigos. Este comportamiento viene influenciado por los turistas nacionales de litoral.

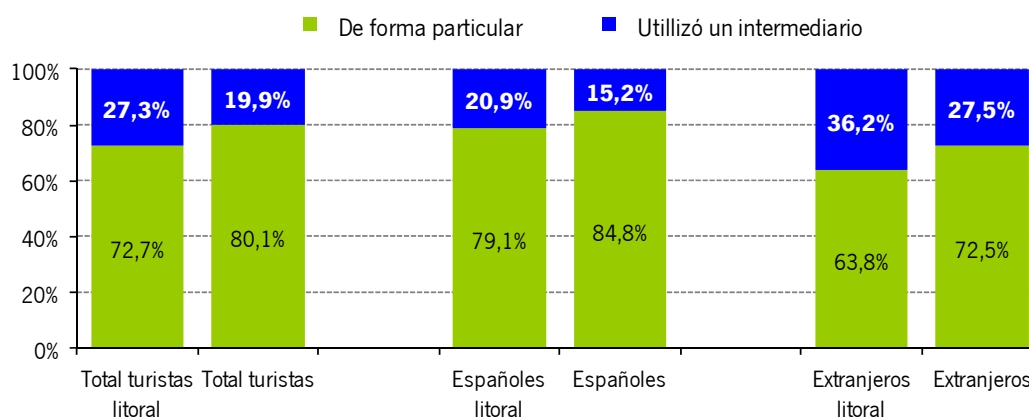
Tipo de alojamiento de los turistas de litoral. Años 2010 a 2013



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

La organización del viaje a la región es realizada por el turista de litoral preferentemente de forma particular (72,7%). No obstante, esta tipología turística destaca por una mayor dependencia de intermediarios que el total de turistas que visitaron la región en 2013 (27,3% frente al 19,9%), un comportamiento que, como era de esperar, se intensifica en el caso del emisor extranjero. Además, este año se observa en el turismo de litoral un incremento en el uso de intermediarios de +4,7 puntos porcentuales, al igual que ha ocurrido para el total del turismo, aunque en este último caso se produce con menos intensidad.

Distribución porcentual de los turistas por forma de organización del viaje según procedencia. Total turismo y turismo de litoral. Año 2013



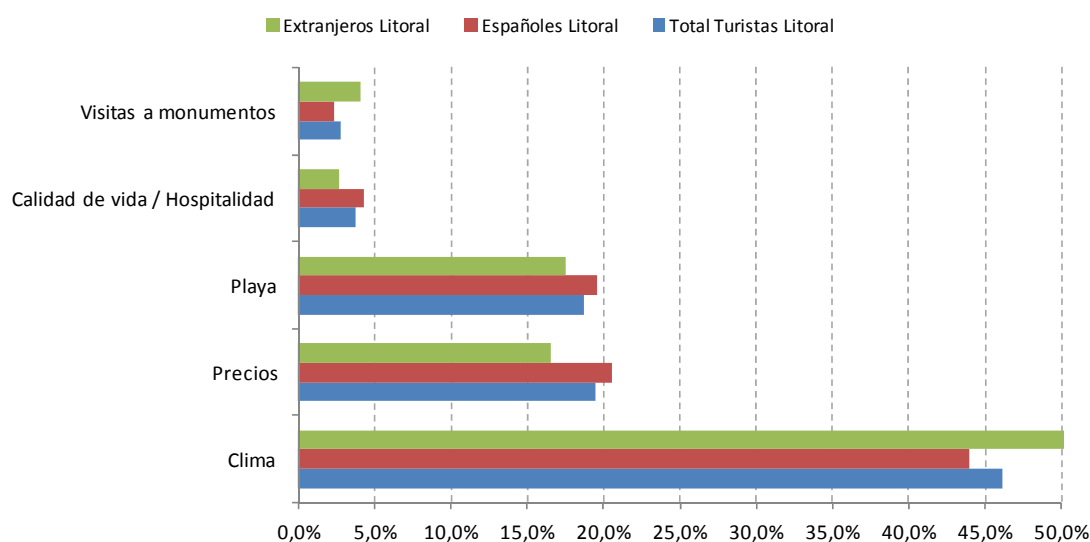
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Un año más, los principales **canales de conocimiento** que el turista de litoral, ya sea nacional o foráneo, ha utilizado para informarse sobre el destino han sido la propia experiencia y la

recomendación de amigos y familiares (67,2% y 25,3%, respectivamente). No obstante, los turistas extranjeros de litoral destacan por hacer un mayor uso del resto de canales disponibles (agencias de viajes, anuncios, redes sociales o web oficial de turismo) que los turistas nacionales (15,0% frente a 5,2%).

Las principales razones por las que el turista de litoral ha **elegido Andalucía** como destino para sus vacaciones de 2013 son el clima, los precios y la playa, que en conjunto suponen algo más del 84% del total. Estos mismos tres factores son los más determinantes en la elección del destino tanto para turistas de litoral españoles como extranjeros. Respecto al año anterior, destaca el aumento de la importancia de los precios en la elección del destino (+7,4 puntos porcentuales), incremento que se ha presentado en ambas procedencias, si bien ha sido más intenso para el mercado nacional.

Principales razones para elegir Andalucía de los turistas de litoral según procedencia. Año 2013



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

Las **actividades realizadas** más frecuentemente por los turistas de litoral durante su estancia en el destino en 2013 fueron, en primer lugar, el uso y disfrute de la playa, llevada a cabo por el 76,9% de los mismos. En segundo lugar se posiciona la observación de la naturaleza (29,0%), seguida por las compras (realizada por otro 21,7%). En comparación con los datos del total de turismo que visita la región, destaca como era de esperar, que el turista de litoral hace un mayor uso y disfrute de la playa, mientras que es bastante más reducido el porcentaje que realiza actividades relacionadas con la cultura.

En 2013, poco más de un tercio de los turistas de litoral utilizaron **Internet** para consultar, reservar o comprar algún servicio turístico de su viaje, cifra que un año más permanece por debajo del porcentaje de uso de esta herramienta en el total de turistas que visitó Andalucía (40,1%). Sin embargo, el turista de litoral que sí utilizó Internet se mostró más activo que los turistas internautas del total de Andalucía, pues el 78,6% de los que accedieron a la Red

realizaron alguna reserva y el 52,1% terminó efectuando una compra, porcentajes que alcanzaron el 75,4% y el 46,4%, respectivamente para el total de turistas.

Uso de Internet. Total turismo y turismo de litoral. Año 2013

	TURISTAS DE LITORAL	TOTAL TURISTAS
% Uso de Internet	33,3	40,1
Para que utilizó Internet: (Multirrespuesta)		
% que consultó productos o servicios turísticos	100,0	100,0
% que reservó productos o servicios turísticos	78,6	75,4
% que compró productos o servicios turísticos	52,1	46,4

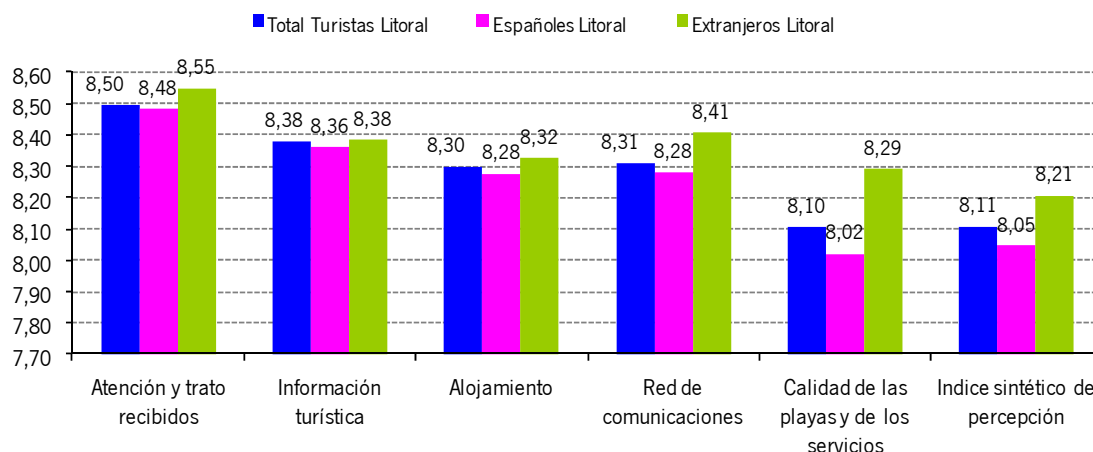
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Lo más frecuente es que el turista que viaja al litoral andaluz lo haga acompañado de su pareja (54,4%) o de otros familiares (27,9%), tanto para los turistas españoles como para los foráneos. Respecto al año anterior, la **composición del grupo de viaje**, registra ligeros incrementos en las categorías de viajar solo o acompañado por la pareja, mientras que desciende (-2,2 puntos porcentuales) el viajar acompañado de familiares, por lo que el **tamaño medio del grupo turístico** cambia ligeramente a la baja en 2013 y se sitúa en 2,1 personas.

La **valoración** media que los turistas de litoral otorgaron al destino andaluz se eleva este año a los 8,1 puntos en una escala de 1 a 10, superando la valoración del año anterior en +0,2 puntos. Un año más, han sido los turistas extranjeros de esta tipología los que han concedido la puntuación más alta, 8,2 puntos frente a los 8,1 puntos de los turistas nacionales. Sin embargo, mientras que la calificación de los extranjeros se ha mantenido respecto a la otorgada el año anterior, ha mejorado la calificación de los turistas españoles de litoral.

Por segundo año consecutivo, la “Calidad de las playas y de sus servicios”, el concepto más directamente relacionado con esta tipología turística, ha alcanzado una valoración mejor que el año anterior (8,1 puntos frente a los 8 puntos de 2012). Sin embargo, han sido otros conceptos del destino los que han recibido en 2013 puntuaciones más elevadas: la atención y el trato recibidos (8,5 puntos), la información turística (8,4 puntos), el alojamiento y la red de comunicaciones (8,3 puntos, respectivamente). En todos estos conceptos, los turistas foráneos y los españoles han otorgado una puntuación similar.

Valoración de los principales conceptos del destino turístico andaluz según procedencia. Año 2013



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

El porcentaje de turistas de litoral que en el año 2013 visitaron Andalucía habiéndola visitado también el año anterior (aunque no necesariamente visitaran el litoral andaluz), se ha estimado en el 66,0%, un **grado de fidelidad** superior al que presenta la media del total de turistas de Andalucía (65,3%). Por nacionalidad, cabe destacar que el turista español de esta tipología muestra un valor de esta variable bastante más elevado que el turista extranjero, y ambos grados de fidelidad son más elevados que los registrados el año anterior.

Las **características sociodemográficas** del turista de litoral del año 2013 presenta una mayor proporción de mujeres (52,3%) que de varones, siendo el grupo de edad de más peso el comprendido entre 45 y 64 años (30,9%), y esto es así tanto entre los turistas de litoral foráneos como nacionales. No obstante, el siguiente grupo de edad en importancia es el de 30 a 44 años para los turistas de litoral nacionales (26,2%) mientras que para los extranjeros el siguiente grupo más numeroso lo constituyen los turistas de 65 y más años (23,4%) pero seguido muy de cerca por el intervalo que comprende a los turistas que tienen entre 30 y 44 años (23,0%). La situación laboral más común es poseer un trabajo remunerado (55,3%), si bien la proporción de jubilados es algo mayor en el emisor extranjero mientras que la proporción de labores del hogar y de parados son algo mayores en el mercado nacional.

Comparando este perfil con el que presenta el turista medio que visitó Andalucía este mismo año, las diferencias más significativas se aprecian en la estructura por edad. El turista de litoral presenta una menor presencia de turistas jóvenes, a la vez que una mayor proporción de los turistas de edades avanzadas. En coherencia con esta estructura de edad, es inferior el porcentaje de los turistas de litoral que tienen un trabajo remunerado y superior el porcentaje de retirados/jubilados.

Perfil sociodemográfico. Total turismo y turismo de litoral. Año 2013

	TURISTAS DE LITORAL	TOTAL TURISTAS
Sexo:		
Varones	47,7	47,4
Mujeres	52,3	52,6
Grupos de Edad:		
Menos de 18 años	7,5	6,6
De 18 a 29 años	13,2	16,2
De 30 a 44 años	25,5	29,3
De 45 a 64 años	30,9	30,4
65 y más años	22,9	17,5
Situación Laboral:		
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	55,3	60,1
En paro	3,2	3,7
Estudiante	11,0	11,7
Retirado/Jubilado	26,9	20,7
Labores del hogar	2,4	2,6
Otras	1,1	1,1

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

ASPECTOS DIFERENCIALES DE CADA MERCADO.

Mercado español

- Es el **emisor mayoritario** ya que supone el 57,2% de la demanda de litoral.
- **Los principales emisores nacionales** son la propia Andalucía, pues los turistas de esta procedencia aportan el 55,3% de los turistas de litoral españoles, seguida por la Comunidad de Madrid, que aporta otro 14,5% y Cataluña, con una cuota del 4,5%.
- Este mercado presenta una **estacionalidad muy elevada**, ya que prácticamente la mitad (49,6%) de todas las visitas al litoral andaluz las concentran en el tercer trimestre del año.
- En 2013, su **estancia media** se ha estimado en **10,0 días**, superior en algo más de dos días a la permanencia del turista español que visita el total de Andalucía, y se ha reducido en 0,2 días respecto a la registrada el año anterior.
- El gasto medio diario en destino fue de **51,09 euros**, inferior en 10 euros al de los turistas extranjeros de esta tipología, un desembolso que ha descendido en -0,5 euros respecto al realizado el año anterior. Dedicó la mayor parte de su presupuesto a las partidas de **restauración (41,4%) y alojamiento (28,0%)**, partidas que han ganado peso este año en perjuicio de conceptos como las compras no alimenticias, el transporte o las visitas organizadas y el ocio.
- El principal medio de transporte usado para acceder al destino es **el coche**, utilizado en el 72,4% de los casos, lo cual es consecuente con el elevado porcentaje de turistas andaluces entre los turistas españoles de litoral.
- La **organización particular del viaje** es la opción más habitual (79,1%) para este emisor, no obstante este año se ha reducido a favor de la adquisición de paquetes turísticos o viajes combinados, que han crecido +7 puntos porcentuales.
- Por tercer año consecutivo desciende considerablemente el uso del alojamiento hotelero en el emisor nacional (en -1,3 puntos porcentuales respecto a 2012), beneficiándose el **alojamiento en apartamentos, casas o chalets**, sobre todo las cedidas por familiares y amigos y las viviendas en propiedad. Aún así el alojamiento hotelero sigue siendo el establecimiento elegido mayoritariamente (50,6%).
- **Solo el 25,4%** de los turistas de este mercado **utilizó Internet** para preparar su viaje al destino andaluz, un porcentaje muy bajo en comparación con el porcentaje de uso de esta herramienta entre los turista foráneos de litoral (54,4%).

- Más de la mitad de los turistas de litoral españoles viajan **acompañado de su pareja** (53,8%). Otro 29,4% **acompañado de familiares**. Mientras que la primera opción ha aumentado respecto al año anterior en +2,2 puntos porcentuales, la segunda se ha reducido en -4,2 puntos porcentuales.
- **El clima y la playa** son las **principales razones** esgrimidas por los turistas de litoral españoles **para elegir Andalucía** como destino de sus vacaciones (los son para el 44% y 19,6% de estos turistas, respectivamente). Pero este año destacan los precios, la tercera razón en orden de importancia, porque ha aumentado mucho respecto al año anterior (pasando del 12,2% en 2012 al 20,6% en 2013)
- **El uso y disfrute de la playa, principal actividad realizada** por el 76,2% de los turistas españoles de litoral. Le siguen, aunque a distancia, la observación de la naturaleza y las compras.
- El destino fue **valorado** por los turistas españoles de litoral con una nota de **8,1 puntos**, siendo en su calificación algo más exigentes que los turistas foráneos. La atención y el trato recibido, los puertos y actividades náuticas, la información turística han sido los conceptos mejor puntuados por este emisor, valorados con 8,4 puntos o más.
- Para el 71% del turismo de litoral español, **la propia experiencia** es el principal canal utilizado **para informarse sobre el destino**, un porcentaje elevado pero **coherente con el grado de fidelidad** de estos turistas, puesto que el 76% había estado también en 2012 en el destino andaluz, aunque no necesariamente en el litoral.
- Los turistas de litoral españoles se compone de un porcentaje bastante equilibrado de varones (48,3%) y de mujeres (51,7%). El grupo de edad de más peso es el comprendido **entre 45 y 64 años** (29,3%) seguido por el grupo de 30 a 44 años (26,2%), poseen en su mayoría un **trabajo remunerado** (53,2%), si bien la proporción de parados y de labores del hogar algo mayor en el mercado nacional que en el extranjero.

Mercado extranjero

- En 2013, **cuatro de cada diez turistas** de litoral andaluz **proceden del extranjero**, una cuota que ha aumentado en 1,2 puntos porcentuales respecto al año anterior. **Los principales emisores extranjeros** son Reino Unido y Alemania, aportando respectivamente el 35,2% y el 15,3% de los turistas de litoral extranjeros.
- El turista extranjero de esta tipología es menos estacional que el nacional, si bien es cierto que **el tercer trimestre del año también es el preferido** para visitar el litoral andaluz (37,6%).

- La **estancia media** en el destino del turista foráneo de litoral asciende a **12,3 días**, una estancia que supera en dos días a la del turista español de litoral, y que ha descendido ligeramente respecto al año anterior.
- El **desembolso medio diario** que realizaron en el destino andaluz los turistas extranjeros de litoral ascendió a los **61,12 euros**, un gasto que aumentó respecto al realizado en 2012 en +1,8 euros. Al igual que el turista nacional de litoral, destinan a la restauración (40,7%) y al alojamiento (20,2%) la mayor parte de su presupuesto, si bien en proporciones inferiores a éste, mientras que realizan un gasto mayor en las partidas de transporte, alquiler de coches y compras no alimenticias.
- Para acceder a Andalucía, el turista extranjero de litoral utilizó principalmente el **avión** (81,0%), medio de transporte cuyo uso se incrementó respecto al año anterior en +3,3 puntos porcentuales.
- Para organizar su viaje a la región, los turistas extranjeros de litoral **utilizan intermediarios en mayor proporción que los turistas españoles**, pues este año el 36,3% de estos turistas declaró haber adquirido un paquete turístico o un viaje organizado a través de un club, asociación o empresa frente al 20,9% de los españoles. Además, el uso del paquete turístico se ha incrementado respecto a 2012 en +6,7 puntos porcentuales.
- **También se valieron de Internet en mayor medida** que los turistas de litoral españoles (54,4% versus 25,4%) e hicieron un uso más activo de la Red, el 84,9% hicieron reservas a través de ella (frente al 73,1% del turismo nacional) y el 65,4% adquirió algún producto o servicio turístico (solo el 38,8% en el caso del turismo nacional).
- La mayoría de los turistas extranjeros de litoral prefieren el **alojamiento hotelero**, ya que es utilizado por el 58,4% de estos turistas. El apartamento, casa o chalet es una tipología de alojamiento más frecuente entre los turistas españoles (47,8%) que entre los extranjeros (38,5%), pero también hay que destacar que esta última opción de alojamiento se ha incrementado entre los turistas extranjeros de litoral este año en casi medio punto porcentual.
- **Viaja acompañado de su pareja** en mayor proporción que el turista español (56,3% frente a 53,4%), mientras que ocurre lo contrario con la opción de venir acompañado **de familiares** (25,2% frente a 29,4%).
- El 50,2% de los turistas extranjeros de esta tipología declararon que el factor más determinante en la **elección de Andalucía** como destino vacacional ha sido su **clima**. Le sigue a distancia la playa (17,5%), un factor menos decisivo para el turista foráneo que para el turista nacional de litoral.

- No difiere del turista español en cuanto a las principales **actividades realizadas**: el disfrute y uso de la playa (78,9%), la observación de la naturaleza (30,1%) y las compras (25,7%). No obstante, en estas actividades, **el turista extranjero se muestra más activo que el nacional**.
- Otorgan al litoral andaluz una **calificación media** superior que los turistas nacionales de esta tipología (**8,2 puntos** frente a 8,1 puntos). Todos los ítems de la oferta valorados por el mercado extranjero han sido puntuados con 8 o más puntos. Destacan las valoraciones realizadas a la atención y trato recibidos, a los trenes, a la red de comunicaciones y a la información turística.
- Para conocer del destino, los turistas extranjeros de litoral coinciden con los turistas españoles de esta tipología: se basan principalmente en **la experiencia propia** (71,4%) y la **recomendación de amigos y familiares** (34,4%). No obstante, se diferencian del mercado nacional en que para este último es menos importante el uso del resto de canales disponibles que para los turistas foráneos.
- Es destacable que el **50%** de los turistas extranjeros de litoral hubiesen visitado Andalucía el año anterior, un **grado de fidelidad** que si bien no es tan alto como en el caso del mercado español de este segmento, supera al registrado para la media del turismo foráneo que visitó Andalucía en 2013 (44,4%).
- Hay una **mayor presencia de mujeres (53%)** que de varones entre los turistas extranjeros de litoral. También presentan una proporción de turistas de más edad (**de 45 y más años**), que supera a la del mercado nacional en casi 4 puntos porcentuales (57,3% frente a 53,4% del turista nacional). La situación laboral mayoritaria coincide con la de los españoles (trabajo remunerado), si bien presentan una **mayor proporción de turistas retirados o jubilados**.



www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio