

Turismo en el litoral de Andalucía Año 2014

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE TURISMO Y DEPORTE

TURISMO DE LITORAL EN ANDALUCÍA. AÑO 2014
Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte

COLECCIÓN:
Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos

EDITA
Consejería de Turismo y Deporte
C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n
41092 Sevilla
correo-e: publicaciones.ctd@juntadeandalucia.es

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

Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Deporte e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones>
Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos siempre que se indique la fuente.

TURISMO DE LITORAL EN ANDALUCÍA. AÑO 2014

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 se puede considerar como un destino de sol y playa. 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 2014 con 9.864 entrevistas a turistas que han visitado el litoral andaluz y que han servido como muestra para analizar este segmento.

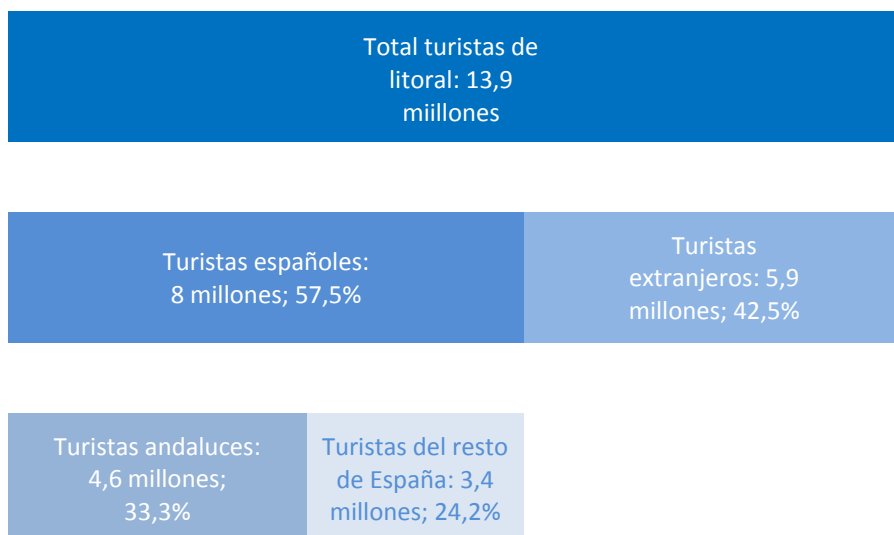
La ECTA proporciona información sobre variables tanto cualitativas como cuantitativas que permiten realizar estimaciones sobre el gasto, la estancia, perfil del turista, calificación del destino, etc.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO DE LITORAL EN ANDALUCÍA

Durante 2014, se recibieron en el litoral andaluz a 13,9 millones de turistas, que suponen el 59% del total de turistas que visitaron la región en dicho año. El turismo de litoral ha experimentado un crecimiento del +6,5% con respecto al año pasado, aumento similar al registrado para el total de turistas (+6,7%).

El 57,5% del turismo del litoral en Andalucía es residente en el territorio español y el 42,5% restante procede del extranjero. Los andaluces son los principales emisores nacionales, aportando más de la mitad del turismo español de litoral. Respecto al año 2013, los andaluces han ganado en la estructura de la demanda de litoral, pasando del 31,3% en 2013 al 33,3% en 2014 en detrimento principalmente de los turistas extranjeros, cuya cuota ha descendido casi en la misma proporción.

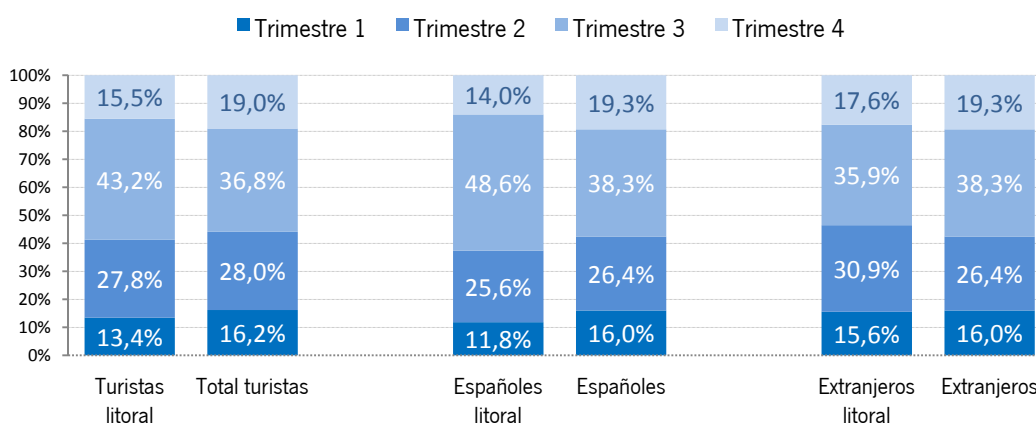
Distribución porcentual de los turistas de litoral por procedencia. Año 2014



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

El turismo en el litoral andaluz se caracteriza por su estacionalidad, ya que el mayor porcentaje de las visitas se concentran, como tónica habitual, en el tercer trimestre del año. En 2014 el 43,2%, viajó a la costa en este período frente al 36,8% del total de turismo que visitó Andalucía. Ahora bien, durante este año la concentración en el período estival ha sido de casi tres puntos porcentuales menos que en 2013, trasladándose la diferencia hacia el segundo trimestre.

Distribución porcentual de los turistas por trimestres según procedencia. Total turismo y turismo de litoral. Año 2014

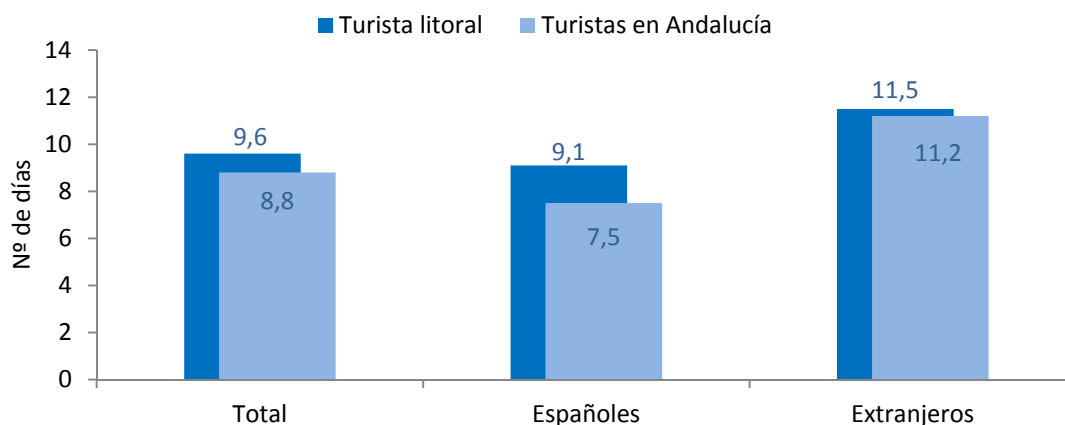


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Como viene siendo habitual, los turistas de litoral permanecen en promedio más tiempo en el destino andaluz que aquellos que visitan Andalucía en general. Durante 2014 la estancia del turista de litoral

ascendió a una media de 9,6 días frente a los 8,8 días de media del total de turistas de que recibió el destino andaluz. Esta diferencia, aunque se observa principalmente en el mercado nacional.

***Estancia media de los turistas según procedencia.
Total turismo y turismo de litoral. Año 2014***

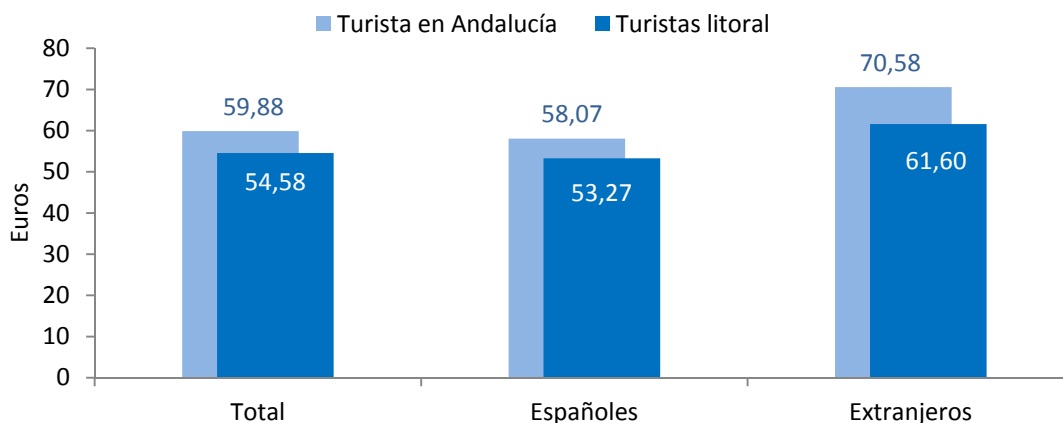


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Respecto al año anterior, la **estancia media** del turista de litoral se ha reducido en -0,6 días, un comportamiento negativo al igual que el registrado por el total de turistas que visitó la región en 2014 (que bajó en -0,2 días). Este descenso viene influenciado tanto por el turismo español como el extranjero.

El **gasto medio diario** en el destino del turista que visita el litoral andaluz (54,58 euros) es inferior en algo más de cinco euros al del total de turistas (59,88 euros), lo que puede estar relacionado con el hecho de que la duración de la estancia es más larga, por lo que el presupuesto del viaje se divide entre un mayor número de días.. Durante 2014, el gasto medio diario ha sido superior al del año anterior en poco más de un euro. Tanto los turistas españoles como los extranjeros han aumentado su gasto diario (+2,18 y +0,4 euros respectivamente).

**Gasto medio diario de los turistas según procedencia.
Total turismo y turismo de litoral. Año 2014**



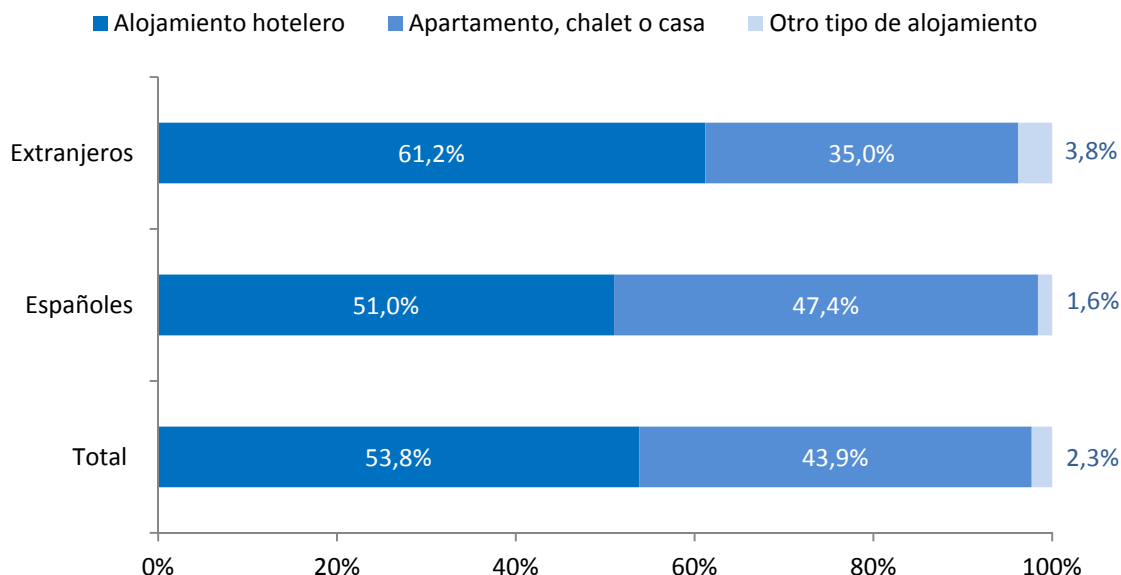
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Las partidas de gasto a los que el turismo de litoral ha dedicado la mayor parte de su presupuesto de 2014 han sido la restauración (46,5%) y el alojamiento (22,5%), este comportamiento es extensible tanto a españoles como extranjeros, ambos destinan más del 65% del gasto a estos conceptos. Con respecto al año pasado se observa, para el total, un cambio de estructura en la composición del mismo ya que en 2014 sube el importe dedicado a la restauración (+5,2 puntos porcentuales) a costa del descenso tanto en el alojamiento como en el transporte (-3,2 y -3 puntos porcentuales respectivamente). Este cambio se observa en los turistas residentes en España pero no es así para el caso de los extranjeros que aumentan el presupuesto destinado a la restauración y al alojamiento en detrimento del de compras y transporte fundamentalmente.

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 53,6% los visitantes, registrando respecto al año anterior un incremento de +5,9 puntos porcentuales,

En cuanto al **tipo de alojamiento** hay que apuntar que hay una preferencia mayoritaria (53,8%) hacia los establecimientos hoteleros (hoteles, apartahoteles, hostales y pensiones), al igual que para los turistas que visitan Andalucía en general, sólo que estos últimos lo eligen en mayor proporción (66,1%). En la costa andaluza esta preferencia se da tanto en el turismo procedente de España como del extranjero, aunque se intensifica más en el caso de los últimos.

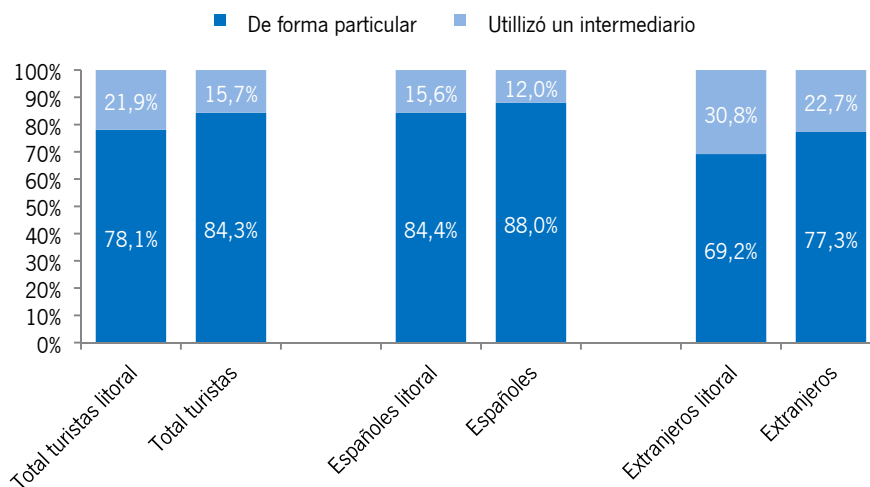
**Tipo de alojamiento de los turistas según procedencia.
Turismo de litoral. Año 2014**



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

La organización del viaje a Andalucía es realizada por el turista de litoral preferentemente de forma particular (78,1%). Esta tipología turística destaca en esta zona por una mayor dependencia de intermediarios que en el caso del total de turistas que visitaron la región en 2014 (21,9% frente al 15,7%), un comportamiento más común en el caso del emisor extranjero.

Distribución porcentual de los turistas por forma de organización del viaje según procedencia. Total turismo y turismo de litoral. Año 2014

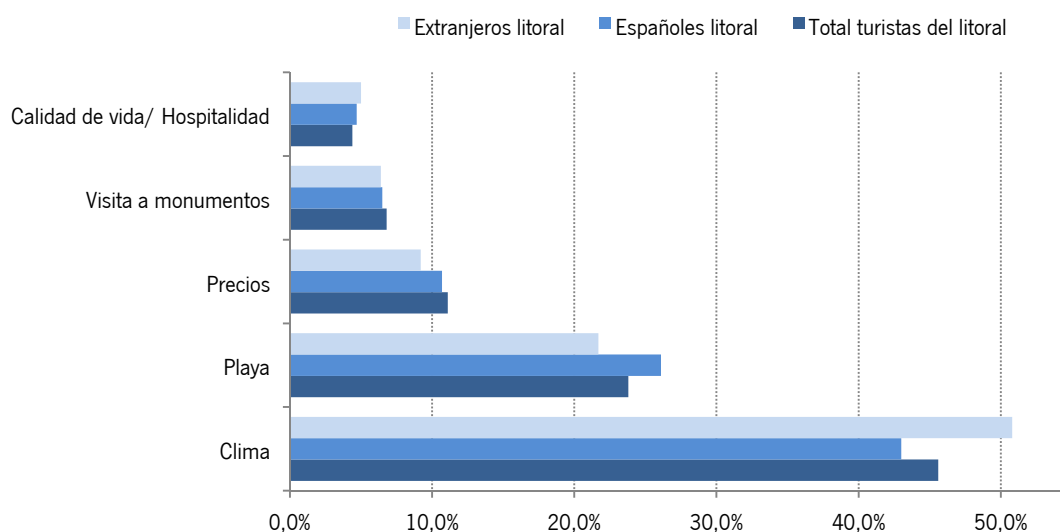


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Como viene siendo habitual, los principales **canales de conocimiento** que el turista de litoral, ya sea nacional o extranjero, utiliza para informarse sobre el destino han sido la propia experiencia y la recomendación de amigos y familiares (67,3% y 35,0%, 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 (18,1% frente a 7,4%), entre los que destacan las agencias de viajes y los anuncios, ya sea en prensa, radio o televisión para los turistas foráneos.

Las principales razones por las que el turista de litoral **elige Andalucía** como destino para sus vacaciones de 2014 son el clima, la playa y los precios, que en conjunto suponen algo más del 80,5% del total, destacando entre ellos con el 45,6% el clima. Estos mismos tres factores son los más determinantes en la elección del destino tanto para turistas de litoral españoles como extranjeros.

Principales razones para elegir Andalucía de los turistas de litoral según procedencia. Año 2014



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 2014 han sido, en primer lugar, el uso y disfrute de la playa, llevada a cabo por el 81,0% de los mismos. En segundo lugar se posiciona la observación de la naturaleza (31,0%), seguida por la visita a monumentos (realizada por el 18,1%). 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 2014, un 45,0% de los turistas de litoral utilizaron **Internet** para consultar, reservar o comprar algún servicio turístico de su viaje, comportamiento que otro año más permanece por debajo del porcentaje de uso de esta herramienta entre los turistas que visitaron cualquier zona de Andalucía (46,5%). Ahora bien,

el turista de litoral que sí utilizó Internet se mostró más activo que los turistas internautas del total de Andalucía, pues el 75,5% de los que accedieron a la Red realizaron alguna reserva y el 48,1% terminó efectuando una compra, porcentajes que alcanzaron el 71,0% y el 38,7%, respectivamente para el total de turistas.

Uso de Internet. Total turismo y turismo de litoral. Año 2014

	TURISTAS DE LITORAL	TOTAL TURISTAS
% Uso de Internet	44,9%	46,5%
Para que utilizó Internet: (Multirrespuesta)		
% que consultó productos o servicios turísticos	100,0%	100,0%
% que reservó productos o servicios turísticos	75,5%	71,1%
% que compró productos o servicios turísticos	48,1%	38,7%

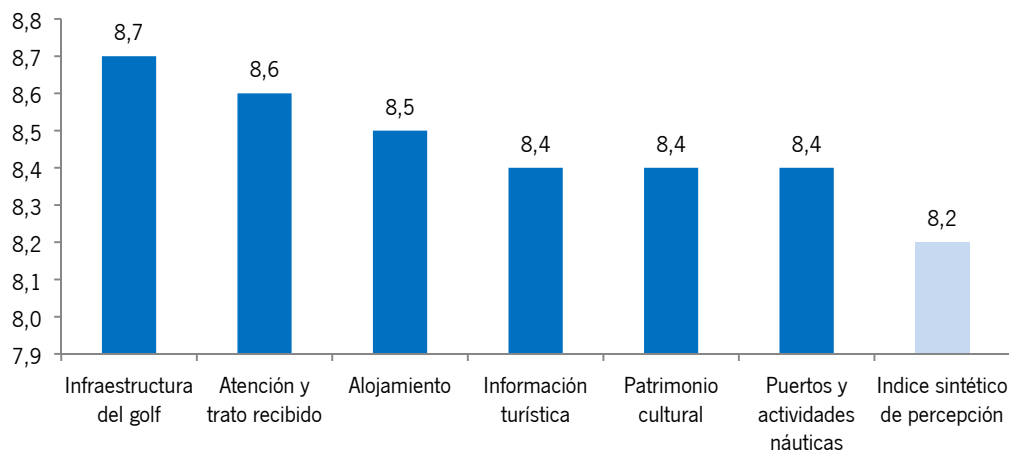
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Lo más frecuente es que el turista que viaja al litoral andaluz lo haga acompañado de su pareja (53,1%) o de otros familiares (29,3%), tanto es así para los turistas españoles como para los extranjeros. Respecto al año anterior, la **composición del grupo de viaje**, registra ligeros incrementos en las categorías de viajar en compañía de la familia o en la de sólo, mientras que desciende, también ligeramente (-0,7 puntos porcentuales) el viajar acompañado de amigos y en pareja. El tamaño medio del **grupo turístico** se estima en 2,1 personas.

La **calificación** media que los turistas de litoral otorgaron al destino andaluz se eleva este año a los 8,2 puntos en una escala de 1 a 10, registrándose prácticamente un mantenimiento con respecto a 2013. Vuelven a ser los turistas extranjeros los que han concedido la puntuación más alta, 8,2 puntos frente a los 8,0 puntos de los turistas nacionales.

La infraestructura para la práctica del golf es el concepto mejor valorado con 8,7 puntos seguido del alojamiento con 8,5 puntos. Siendo los que obtienen peor valoración los autobuses y la limpieza con 7,8 puntos.

Valoración de los conceptos mejor valorados del destino turístico andaluz. Año 2014



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 2014 visitaron Andalucía habiéndola visitado también el año anterior (aunque no necesariamente visitaran el litoral andaluz), se ha estimado en el 58,6%, un **grado de fidelidad** superior en un punto y medio al que presenta la media del total de turistas de Andalucía. Por nacionalidades, el turista español que visita el litoral andaluz, es más fiel (66,3%) que el turista extranjero (45,2%).

Las **características sociodemográficas** del turista de litoral del año 2014 presentan una mayor proporción de mujeres (51,7%) que de varones, siendo el grupo de edad de más peso el comprendido entre 45 y 64 años (31,0%), hecho que viene influenciado por el turismo extranjero (34,4% frente a 28,5% del español). No obstante, el siguiente grupo de edad en importancia es el de 30 a 44 años, en el que se sitúa un 28,8% de los españoles y un 25% de los turistas de procedencia internacional. El siguiente grupo más numeroso lo constituyen los turistas de 65 y más años (19,7%). La situación laboral más común es poseer un trabajo remunerado (56,3%) a la que le sigue los retirados y jubilados que representan al 22,5%.

Perfil sociodemográfico. Total turismo y turismo de litoral. Año 2014

	TURISTAS DE LITORAL	TOTAL TURISTAS
Sexo:		
Varones	48,3	47,8
Mujeres	51,7	52,2
Grupos de Edad:		
Menos de 18 años	8,7	7,8
De 18 a 29 años	13,5	16,2
De 30 a 44 años	27,3	30,2
De 45 a 64 años	30,9	30,2
65 y más años	19,7	15,7
Situación Laboral:		
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	56,3	61,7
En paro	33,2	3,5
Estudiante	13,1	13,4
Retirado/Jubilado	22,5	17,2
Labores del hogar	4,0	3,5
Otras	1,0	0,8

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

ASPECTOS DIFERENCIALES DE CADA MERCADO.

Mercado español

- **Emisor mayoritario** que supone el 57,5% de la demanda de litoral.
- **Los principales emisores nacionales** son la propia Andalucía, que aporta el 58,0% de los turistas de litoral españoles, seguida por la Comunidad de Madrid, con un 14,3% y Cataluña, que presenta una cuota del 3,9%.
- Este mercado muestra una **estacionalidad muy elevada**, casi la mitad (48,6%) de todas las visitas al litoral andaluz se concentran en el tercer trimestre del año.
- En 2014, su **estancia media** se ha estimado en **9,1 días**, superior en 1,6 días a la estancia del turista español que visita el total de Andalucía.
- El gasto medio diario en destino fue de **53,27 euros**, inferior en 5 euros al de los turistas que visitaron cualquier parte de Andalucía, un desembolso que ha ascendido en +2,18 euros respecto al realizado el año anterior. Dedicó la mayor parte de su presupuesto a las partidas de **restauración (47,1%) y alojamiento (23,2%)**. El gasto en restauración y en ocio han ganado peso este año en perjuicio de conceptos como las compras alimenticias, el transporte o las visitas organizadas.
- El principal medio de transporte usado para acceder al destino es **el coche**, utilizado en el 73,4% de los casos, lo que 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 (84,4%) para este emisor, cuota que ha subido en detrimento de la adquisición de paquetes turísticos o viajes combinados, que han descendido -5,6 puntos porcentuales.
- El uso del **alojamiento hotelero** en el emisor nacional se mantiene prácticamente en el mismo nivel que el año pasado (51,0 % en 2014 y 51,1% en 2013). Se observa para este año un desplazamiento de dos puntos y medio porcentuales desde la preferencia por la vivienda en propiedad hacia la de amigos y familiares. El resto de alojamientos mantiene la estructura de 2013.
- **El 37,6%** 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 (61,8%).
- Más de la mitad de los turistas de litoral españoles viajan **acompañado de su pareja** (51,1%) y otro 31,4% lo hace **acompañado de familiares**. El tamaño medio del grupo que visita el litoral andaluz se ha estimado 2,1 personas, promedio similar al del turismo extranjero y al de 2013.

- **El clima y la playa** son las **principales razones** que dan los turistas de litoral españoles **para elegir Andalucía** como destino de sus vacaciones (43,0% y 26,1% respectivamente). También destacan los precios, la tercera razón en orden de importancia, aunque a gran distancia que supone un motivo de elección de este destino para el 10,7%.
- **El uso y disfrute de la playa, principal actividad realizada** por el 80,6% de los turistas españoles de litoral. Le siguen, aunque a distancia, la observación de la naturaleza y la visita a monumentos y museos.
- El destino fue **valorado** por los turistas españoles del litoral con una nota de **8 puntos**, en una escala de 1 a 10, siendo en su calificación algo menos exigentes que los turistas foráneos. La atención y trato fue el concepto mejor valorado con 8,6 puntos, seguido del alojamiento, el patrimonio cultural y la señalización turística con calificación de 8,4 puntos.
- Para el 73,2% del turismo de litoral español, **la propia experiencia** es el principal canal utilizado **para informarse sobre el destino**, un porcentaje elevado pero **en consonancia con el grado de fidelidad** de este, ya que el 66,5% había estado también en 2013 en el destino andaluz, aunque no necesariamente en el litoral.
- Los turistas de litoral españoles se compone de un 47,9% de varones y de un 52,1% de mujeres. El grupo de edad de más peso es el comprendido **entre 30 y 44 años** (28,8%) seguido muy de cerca por el grupo de 45 a 64 años (28,5%), poseen en su mayoría un **trabajo remunerado** (55,5%), si bien la proporción de parados y de labores del hogar algo mayor en el mercado nacional que en el extranjero.

Mercado extranjero

- En 2014, el **44,7% de turistas** del litoral andaluz **proceden del extranjero**, una cuota que ha descendido -2,2 puntos porcentuales respecto al año anterior. **Los principales emisores extranjeros** son Reino Unido y Alemania, aportando respectivamente el 36,7% y el 14,7% 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 (35,9%) frente al 48,6% para los españoles.
- La **estancia media** en el destino del turista foráneo de litoral asciende a **11,3 días**, una estancia que supera en dos días a la del turista español de litoral, y que ha descendido en casi un día con respecto al año anterior.
- El **desembolso medio diario** que realizaron en el destino andaluz los turistas extranjeros de litoral se estima en **61,60 euros**, un gasto que descendió respecto al realizado en 2013 en -0,4 euros. Al igual que el turista nacional de litoral, destinan a la restauración (44,4%) y al alojamiento (22,0%) 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** (80,2%), medio de transporte cuyo uso se incrementó respecto al año anterior en +0,4 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 30,8% de estos turistas declaró haber adquirido un paquete turístico o un viaje combinado frente al 15,6% de los españoles. Durante 2014 se ha registrado un mayor porcentaje de turistas que han organizado particularmente su viaje que en 2013 (69,2% en 2014 frente al 63,8% de 2013).
- **También utilizaron Internet en mayor medida** que los turistas de litoral españoles (61,8% versus 37,6%) e hicieron un uso más activo de la Red, el 84,4% hicieron reservas a través de ella (frente al 68,7% del turismo nacional) y el 66,3% adquirió algún producto o servicio turístico (solo el 32,8% en el caso del turismo nacional).
- La mayoría de los turistas extranjeros de litoral prefieren el **alojamiento hotelero**, ya que es utilizado por el 61,2% de estos turistas. El apartamento, casa o chalet es una tipología de alojamiento más frecuente entre los turistas españoles (47,4%) que entre los extranjeros (35,0%).
- **Viaja acompañado de su pareja** en mayor proporción que el turista español (56,0% frente a 51,1%), mientras que ocurre lo contrario con la opción de venir acompañado **de familiares** (25,7% frente a 31,4%).
- La mitad 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 (21,7%), 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 (81,8%), la observación de la naturaleza (31,8%) y la visita a monumentos y museos (24,8%). En estas actividades, **el turista extranjero se muestra algo 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 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, al alojamiento 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** (57,2%) y la **recomendación de amigos y familiares** (39,3%). No obstante, se diferencian del mercado nacional en que para este último es bastante más importante la experiencia propia, por lo que hacen un menor uso del resto de canales disponibles que los turistas foráneos.
- Es destacable que el **45,5%** 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 2014 (41,5%).

- Presencia equilibrada entre hombres (49,4%) y mujeres (50,6%). También presentan una proporción de turistas con edad comprendida entre los **45 y 64 años** (34,4%), que supera a la del mercado nacional en más de 6 puntos porcentuales al mercado nacional en este tramo. La situación laboral mayoritaria coincide con la de los españoles (trabajo remunerado), si bien presentan una **mayor proporción de turistas retirados o jubilados**.