



JUNTA DE ANDALUCIA



JUNTA DE ANDALUCIA

La demanda del TURISMO NÁUTICO y de CRUCEROS en Andalucía 2006

CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

La demanda del
TURISMO NÁUTICO
y de **CRUCEROS**
en Andalucía
2006



CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

La demanda del
TURISMO NÁUTICO
y de **CRUCEROS**
en Andalucía
2006



JUNTA DE ANDALUCÍA

© Junta de Andalucía. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte
Calle Juan Antonio de Vizarrón, s/n. Edificio Torretriana
41071 Sevilla
Teléfono: 955 065 100
Fax: 955 065 164

Elaboración

Turismo Andaluz, S.A.
Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA)

Calle Compañía, 40
29008 Málaga
Teléfono: 951 299 300
Fax: 951 299 315
correo-e: saeta@andalucia.org

www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte
www.andalucia.org

Diseño y Maquetación

innovaIMAGEN Comunicación & Publicidad
www.innovaimagen.com

Impresión

Imagraf Impresores
Depósito Legal: MA-1.152-07

Dos de los pilares básicos de la actividad turística en el territorio andaluz son la belleza de su litoral y la benignidad climática de la que disfruta. Las costas andaluzas, con estas ventajas competitivas, no sólo satisfacen una demanda de sol y de la playa sino que prestan un magnífico escenario a cuantos eligen sus puertos deportivos para practicar el turismo náutico.

Durante 2006, Andalucía ha recibido a más de 618.000 de estos viajeros, que representan el 2,5% de los visitantes de nuestra Comunidad y unos ingresos para la economía andaluza que alcanzan los 409 millones de euros. Estas cifras ponen de manifiesto la gran relevancia del sector que, con una oferta superior a los 35 puertos costeros, tiene la oportunidad de dar respuesta a la continua diversificación, segmentación y especialización de la demanda actual.

Con esta publicación la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte pretende ampliar el conocimiento cuantitativo y cualitativo de este segmento turístico y proporcionar un instrumento de análisis que sirva a la formulación de políticas público-privadas y al diseño de estrategias de actuación a fin de convertir el litoral andaluz en un destino privilegiado para la práctica del turismo náutico.

Sergio Moreno Monrové
Consejero de Turismo, Comercio y Deporte
de la Junta de Andalucía

Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	11
2. LA DEMANDA DE TURISMO NÁUTICO EN ANDALUCÍA.....	17
3. LA DEMANDA DE TURISMO DE CRUCEROS EN ANDALUCÍA.....	35
4. LA DEMANDA DE TURISMO NÁUTICO EN ANDALUCÍA SEGÚN PROCEDEN- CIA.....	45
4.1. La demanda del Turismo Náutico en Andalucía. Turismo español.....	47
4.1.1. La demanda del Turismo Náutico en Andalucía. Turismo andaluz.....	61
4.1.2. La demanda del Turismo Náutico en Andalucía. Turismo del resto de España.....	73
4.2. La demanda del Turismo Náutico en Andalucía. Turismo extranjero.....	87
4.2.1. La demanda del Turismo Náutico en Andalucía. Turismo británico.....	103
5. LA DEMANDA DE TURISMO NÁUTICO EN ANDALUCÍA SEGÚN COSTAS.....	117
5.1. La demanda del Turismo Náutico en Andalucía. Costa Oriental.....	119
5.2. La demanda del Turismo Náutico en Andalucía. Costa Occidental.....	131

1

Introducción

1. Introducción

El estudio de la demanda de turismo náutico se ha realizado a través de una encuestación directa con un total de 3.798 cuestionarios realizados a los turistas de puertos deportivos (3.104 cuestionarios) y pasajeros de cruceros (694 cuestionarios) distribuidos por el litoral andaluz, siendo el período de encuestación correspondiente al cuarto trimestre de 2005 y los tres primeros de 2006.

Por lo tanto, los resultados que a continuación se analizan se refieren a la demanda turística de puertos deportivos andaluces, que dada la representatividad estadística conseguida, llegan a ofrecer información para los principales mercados (total, español y extranjero, desagregándose en andaluces, resto de España y británicos) consiguiendo información territorialmente diferenciada para la costa oriental y occidental de la Comunidad andaluza.

Es clara la importancia que tienen los puertos deportivos en el turismo náutico, concretamente Andalucía cuenta en 2006 con un total de 37 puertos que ofrecen un total de 13.570 amarres, lo que sitúa a la Comunidad Andaluza en la cuarta en importancia de España.

Distribución de puertos y amarres por Comunidad Autónoma. Año 2006

CC.AA.	Puertos	Puertos (%)	Amarres	Amarres(%)
Cataluña	46	14,2	27.540	25,6
Baleares	68	21,1	19.709	18,3
C.Valenciana	47	14,6	17.716	16,4
Andalucía	37	11,5	13.570	12,6
Canarias	32	9,9	7.226	6,7
Galicia	30	9,3	7.166	6,7
Murcia	19	5,9	5.644	5,2
País Vasco	18	5,6	4.751	4,4
Cantabria	13	4,0	2.924	2,7
Asturias	13	4,0	1.526	1,4
Total	323	100	107.772	100

Fuente: Direcciones Generales de Puertos y Autoridades Portuarias.

En cuanto a los cruceros, según las estadísticas de Puertos del Estado, Andalucía recibió en 2006 un total de 576 cruceros que supusieron un total de 384.248 pasajeros, lo que la sitúa también en la cuarta posición del movimiento turístico de cruceros nacional.

Distribución del número de cruceros y pasajeros por Comunidad Autónoma. Año 2006

CC.AA.	Cruceros	(%)	Pasajeros	(%)
Cataluña	710	23,2	1.402.278	34,9
Baleares	649	21,2	1.041.843	26,0
Canarias	707	23,1	782.454	19,5
Andalucía	576	18,8	384.248	9,6
Galicia	199	6,5	204.463	5,1
C. Valenciana	134	4,4	140.701	3,5
Murcia	38	1,2	30.615	0,8
País Vasco	21	0,7	16.645	0,4
Cantabria	11	0,4	6.031	0,2
Ceuta	6	0,2	1.840	0,0
Asturias	3	0,1	1.391	0,0
Melilla	2	0,1	960	0,0
Total	3.056	100	4.013.469	100

Fuente: Ministerio de Fomento. Puertos del Estado

2

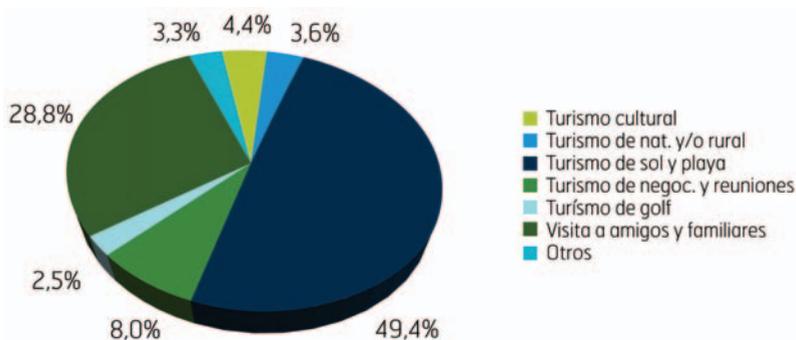
La demanda del
TURISMO NÁUTICO
en Andalucía

2. La demanda del Turismo Náutico en Andalucía

Según estimaciones de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte basadas en la Encuesta a los Segmentos Turísticos, Andalucía recibió en el año 2006 un total de **618.541 turistas náuticos**, cifra que incluye a los turistas de **puertos deportivos y pasajeros de cruceros** en Andalucía y que supone una **participación en el total del turismo de Andalucía del 2,46%**. Estos turistas han generado para la Comunidad Autónoma unos **ingresos de 409 millones de euros**¹.

Existe una vinculación muy estrecha entre el turismo náutico y el turismo de sol y playa, de hecho la mitad de los turistas náuticos que recibió Andalucía declararon como **motivo secundario** de su visita el disfrute del sol y de la playa, seguidos por la visita a amigos y familiares (29%).

Distribución de los turistas náuticos en Andalucía según motivación secundaria. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

¹ A esta cifra le falta los ingresos que generan los cruceros por el uso de puertos del estado - atraques, agua, luz, etc., pendiente de recibir.

El mercado español supone el 57% del total de turistas náuticos que recibió Andalucía en 2006, del resto, destacan los británicos que suponen casi el 21% del total, mientras que las demás nacionalidades no llegan a representar más del 6% del total de turistas náuticos.

En cuanto a la distribución de los turistas españoles, cabe resaltar que son los andaluces la **procedencia** mayoritaria (41% del total) seguido a gran distancia por los madrileños (9,7%), el resto de Comunidades Autónomas presentan porcentajes muy bajos, inferiores al 2%.

Distribución de los turistas náuticos en Andalucía según lugar de procedencia. Año 2006

Lugar de procedencia	%
España	57,1
- Andalucía	40,9
- Madrid	9,7
- Resto CC.AA.	6,5
Extranjero	42,9
- Reino Unido	20,9
- Alemania	6,1
- Resto Países	15,9
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Como media, el **número de personas** que realizan el viaje a Andalucía motivados por turismo náutico se cifra en 3 personas por barco. Igualmente cabe destacar que la media de **puertos** que estos turistas visitaron durante la totalidad de su viaje es de 4.

Por nacionalidad se observa que existe una gran diferencia entre el número de puertos visitados por el turista español y extranjero en su viaje, ya que mientras estos últimos recorren como media 7 puertos, los españoles visitan entre 1 y 2.

El **perfil** de un turista náutico difiere de la media de los que visitaron Andalucía en 2006 al presentar una mayor concentración en el segmento de edad de 45 a 65 años, concretamente el 40% de los turistas náuticos se encuentran en este segmento de edad. Por ello, tras el asalariado a tiempo completo la situación laboral más predominante es la de retirado o jubilado.

Dentro de los turistas con trabajo remunerado, la mitad ejercen una profesión de cualificación alta (director/gerente o técnico superior/medio).

Perfil sociodemográfico del turista náutico en Andalucía. Año 2006

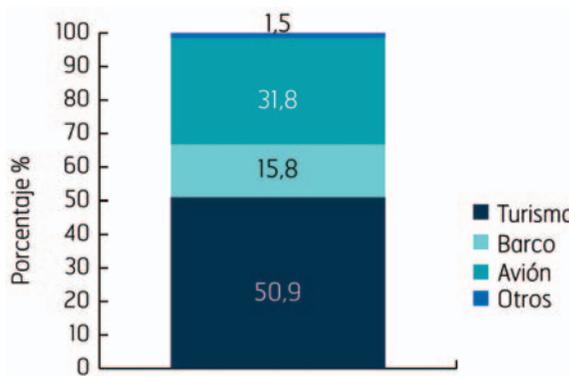
Sexo	%
Hombre	55,8
Mujer	44,2
Total	100,0
Edad	%
Menos de 18	12,1
18-29	7,9
30-44	28,8
45-65	40,0
Más de 65	11,1
Total	100,0
Situación Laboral	%
Asalariado	46,6
Autónomo	8,6
En paro	1,0
Estudiante	10,9
Retirado / Jubilado	24,7
Labores hogar	7,8
Otras	0,4
Total	100,0
Profesión	%
Director, gerente	28,2
Técnico superior o medio	23,2
Profesión liberal	20,5
Funcionario	11,1
Administrativo, Aux. administrativo	4,7
Empleado	8,7
Obrero	1,4
Otros	2,2
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Pese a que la utilización del barco como **medio de transporte** para llegar a Andalucía es muy superior a la media del total de turismo (15,8% del turismo náutico frente al 0,7%), continúa siendo el coche particular y el avión los principales medios con el 51% y 32% respectivamente.

Por nacionalidad, se observa que es más común la utilización del barco por los extranjeros que por los nacionales, ya que estos últimos tienen en su mayoría el atraque en los puertos andaluces. Concretamente el 96,6% de los españoles declaran que el puerto donde habitualmente se encuentra el barco está en Andalucía frente al 78% de los extranjeros.

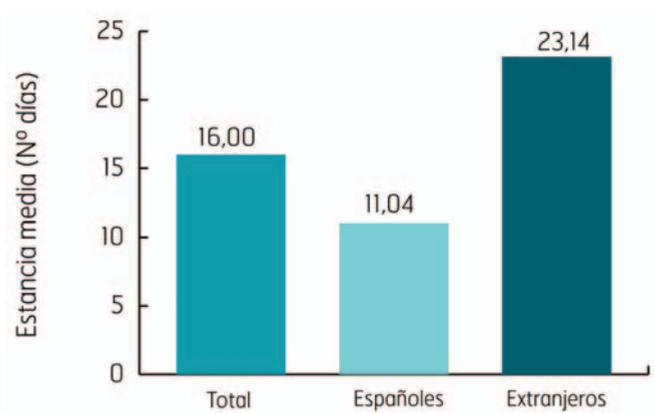
Distribución de los turistas náuticos en Andalucía según medio de transporte utilizado para acceder a Andalucía. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Prácticamente la totalidad de la demanda de náutico (97,1%) decide alojarse en barco o apartamento, siendo en ambos casos el **alojamiento** propio la opción más frecuente (53,8% y 28,3% respectivamente), seguida a gran distancia por el de amigos y familiares que supone alrededor del 5,5% en ambas modalidades.

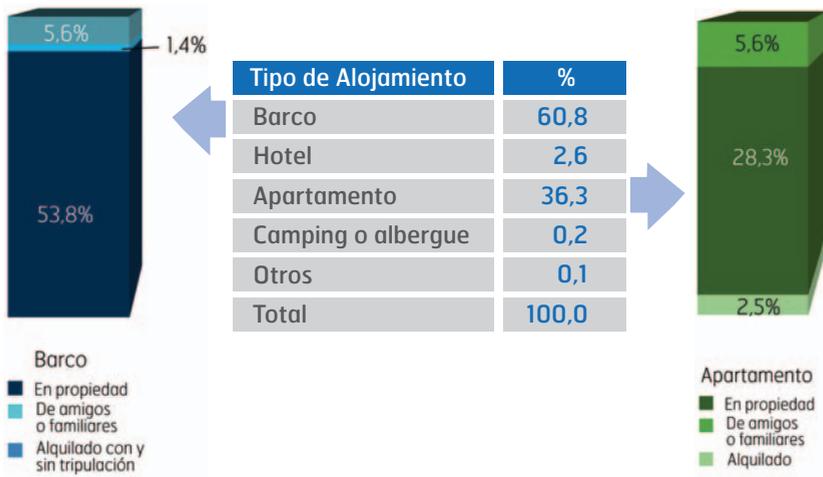
Estancia media de los turistas náuticos en Andalucía. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La **estancia media** en el destino andaluz es de 16 días, casi el doble que la registrada por la media del total de turistas que han visitado Andalucía durante el año 2006 (8,8 días). Cabe destacar la permanencia del turista náutico extranjero por ser superior a la del español.

Distribución de los turistas náuticos en Andalucía según tipo de alojamiento. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

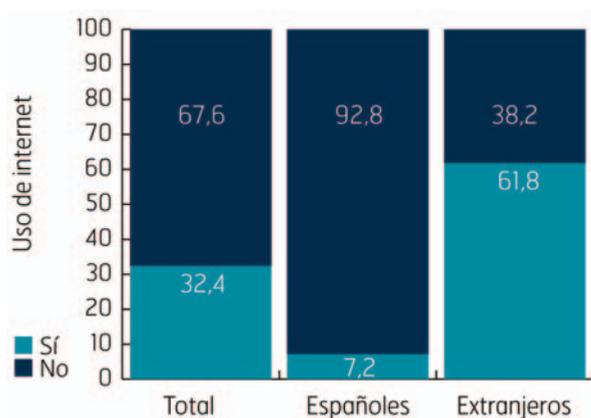
Por nacionalidad se observa que las preferencias por el tipo de alojamiento se invierten, mientras que para los españoles el apartamento en propiedad toma una mayor relevancia, los extranjeros se decantan más por el barco en propiedad.

Los barcos utilizados para realizar turismo náutico en Andalucía disponen como media de 6 plazas, mientras que el promedio de personas por embarcación se cifra en 3, lo que indica que se ocupa la mitad de la capacidad disponible.

Esta tipología turística se diferencia de otras por el poco uso de intermediarios en la **organización del viaje**, de hecho el 97% de los turistas náuticos organizaron de forma particular su viaje a Andalucía, mientras que la media del total de turistas se sitúa en torno al 68%.

El uso de **Internet** como herramienta a la hora de organizar el viaje aún no se encuentra muy extendido en el turismo náutico, sobre todo para los españoles, ya que sólo 7 de cada 100 la utilizaron mientras que esta proporción llega a aumentar hasta 62 cuando se trata del mercado extranjero.

Uso de Internet por los turistas náuticos. Total, españoles y extranjeros. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

En el caso de que lleguen a utilizar Internet, la mayoría (68%) adquieren principalmente el transporte en avión, mientras que el 5% reservan pero no llegan a comprar y el resto (26%) llegan sólo a realizar consultas a través de esta herramienta, principalmente sobre los lugares que visitar.

Gasto realizado por el turista náutico en Andalucía. Año 2006

	Total	Españoles	Extranjeros
Gasto medio diario	83,8	57,4	119,1

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El **gasto medio diario** en Andalucía ha ascendido a 83,8 euros, 30,8 euros superior al desembolso realizado por la media del total de turistas que ha visitado Andalucía durante el año 2006. Asimismo, cabe destacar el presupuesto liquidado por el turista náutico extranjero por duplicar al gasto medio registrado por la demanda española perteneciente a este segmento turístico.

Distribución del gasto en destino por conceptos. Turismo náutico. Año 2006

Conceptos	%
Alojamiento	1,6
Atraques	4,8
Compras	25,5
Restaurantes, bares, cafeterías	40,9
Alquiler de barco	1,1
Reparaciones y manten. barco	17,2
Transporte hacia su lugar de destino	1,6
Otros	7,2
Total	100,0

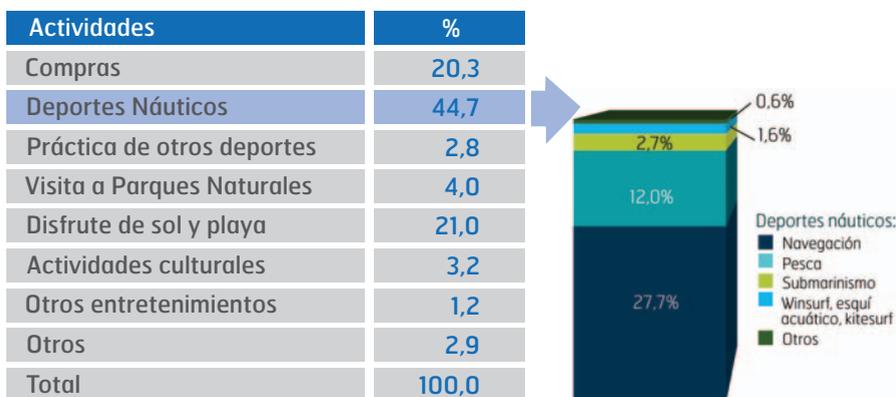
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Los turistas náuticos liquidan las principales partidas de su presupuesto diario en los *restaurantes, bares y cafeterías* de Andalucía (40,9%), así como en la realización de compras (25,5%). En este contexto, caben destacar las *reparaciones y el mantenimiento del barco* que suponen el 17,2% del presupuesto diario del turista náutico.

Las **actividades realizadas** en destino más habituales son la navegación, el disfrute del sol y la playa y las compras, todas ellas con porcentajes superiores al 20%. Cabe destacar que de las actividades realizadas, la mitad de ellas están relacionadas con algún deporte náutico (navegación, pesca, submarinismo, windsurf, esquí acuático, kitesurf u otros deportes náuticos).

Por nacionalidades, destaca el hecho de ser más frecuente en los extranjeros la realización de actividades no relacionadas directamente con el turismo náutico como las compras, visita a parques naturales y actividades culturales. En el caso del mercado nacional destaca la mayor frecuencia de las actividades de navegación y pesca que llegan a representar 11,5 puntos más que para los extranjeros.

Actividades realizadas en destino. Turismo náutico. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Al igual que ocurre con el turismo en general, la forma principal de **conocer el destino** turístico andaluz es para 7 de cada 10 turistas náuticos su experiencia propia seguida por la recomendaciones de amigos y familiares, el resto de los conceptos contemplados no llegan en ningún caso a representar más del 2,5%.

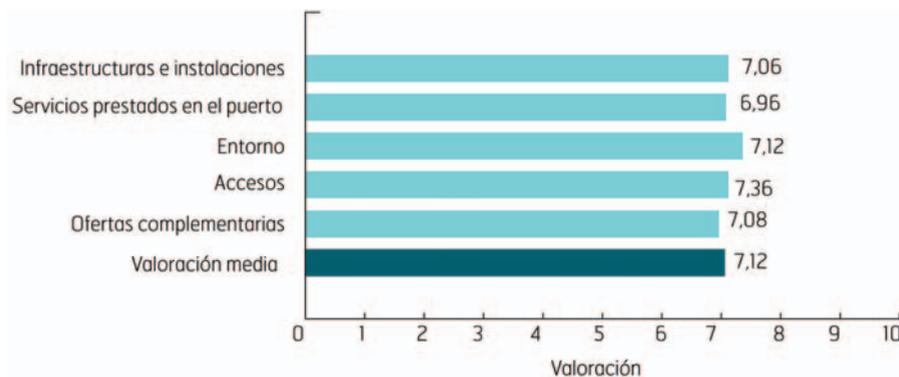
¿Cómo conoció Andalucía? Turismo náutico. Año 2006

Conceptos	%
Recomendación agencias de viajes	0,8
Recomendación amigos o familiares	16,5
Experiencia propia	73,5
Folleto turístico	1,4
Anuncios publicitarios	1,6
Organizaciones	0,7
Guías especializadas	2,3
Internet	1,3
Otros	1,8
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La **valoración** media que ofrecen los turistas a los puertos deportivos andaluces es de 7,12 puntos, en una escala de 1 a 10 puntos. Todos los conceptos valorados alcanzan puntuaciones cercanas o superiores a 7 puntos, siendo el conjunto de accesos el mejor valorado con 7,36 puntos.

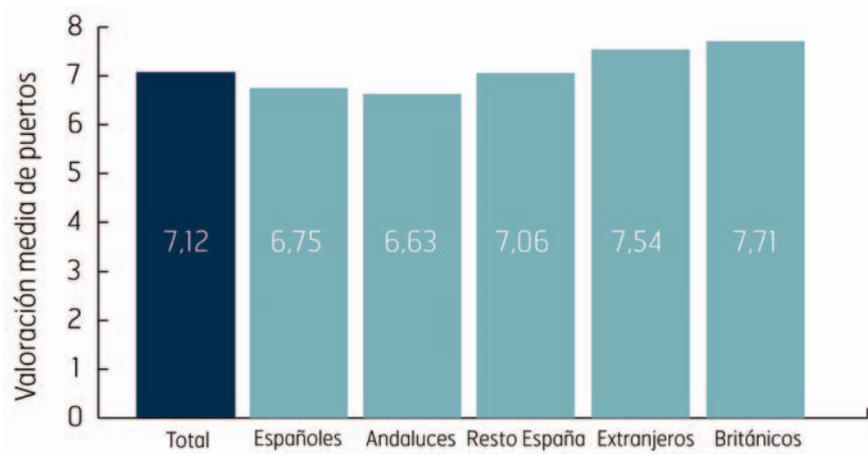
Valoración media (de 1 a 10 puntos) de los puertos deportivos andaluces. Turismo náutico. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Por nacionalidad se observa que los extranjeros tienen una mejor percepción de los puertos que los españoles ya que ofrecen una puntuación media de 7,5 puntos frente a los 6,7 puntos ofrecidos por el mercado nacional, concretamente son los propios andaluces los que dan la valoración más baja (6,63 puntos) de todas las procedencias analizadas.

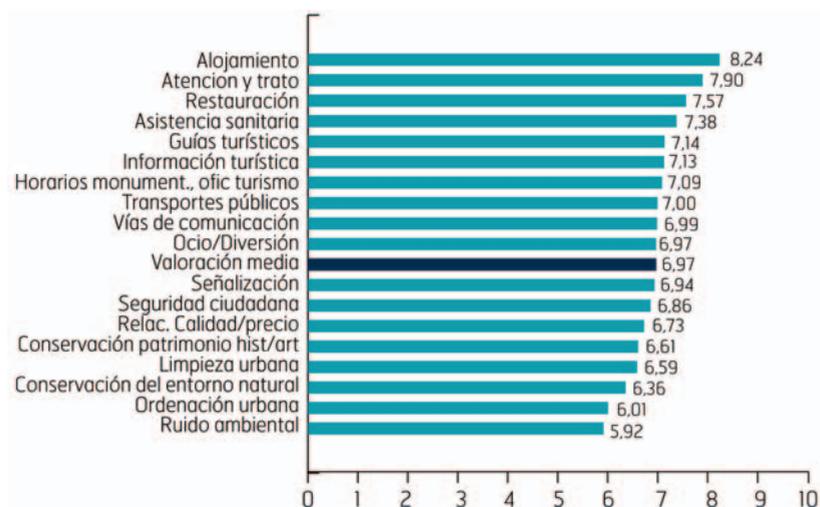
Valoración media (de 1 a 10 puntos) de los puertos deportivos andaluces según procedencia. Turismo náutico. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El destino andaluz es valorado por los turistas náuticos en casi 7 puntos en una escala de 1 a 10, siendo la oferta de alojamiento y restauración los conceptos mejor valorados junto con la atención y trato que los turistas reciben de los andaluces. En el otro extremo, aunque superior a 5,9 puntos, se encuentran conceptos como ruido ambiental, ordenación urbana o conservación del entorno natural.

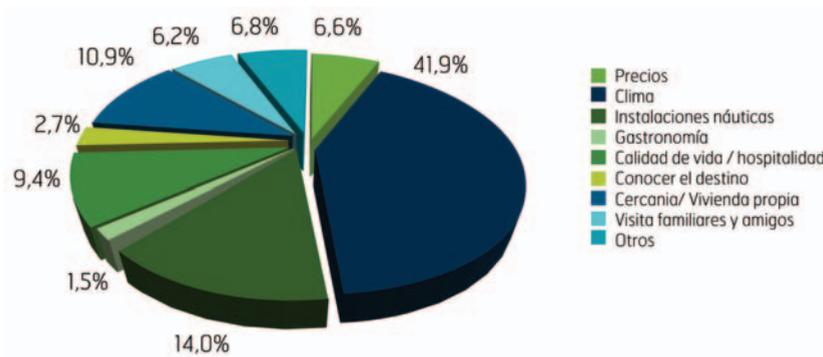
Valoración media (de 1 a 10 puntos) del viaje a Andalucía según conceptos. Turismo náutico. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El turista náutico presenta un alto **grado de repetición** del destino andaluz, de hecho, 7 de cada 10 turistas realizaron sus últimas vacaciones de turismo náutico en Andalucía. El principal motivo por el que los turistas eligen Andalucía frente a otros destinos es el clima (42%). No obstante, destaca la importancia del destino andaluz por ser la ubicación habitual del barco o por disponer de casa propia cercana al mismo, representando ambos motivos el 25%, porcentaje que llega a suponer hasta el 41% en el caso del turista náutico andaluz.

Motivo de elegir Andalucía frente a otros destinos. Turismo náutico. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El barco, utilizado por casi 9 de cada 10 turistas encuestados tiene como ubicación habitual algún puerto deportivo andaluz, ubicándose el resto en otra Comunidad Autónoma (2,4%) u otro País (9,5%).

3

La demanda del
TURISMO DE CRUCEROS
en Andalucía

3. La demanda de turismo de cruceros en Andalucía

Más de la mitad de los turistas de cruceros encuestados declaran como **motivo secundario** de su viaje el disfrute del sol y del mar seguido por la motivación cultural (31%) o la estancia con amigos y familiares (15%).

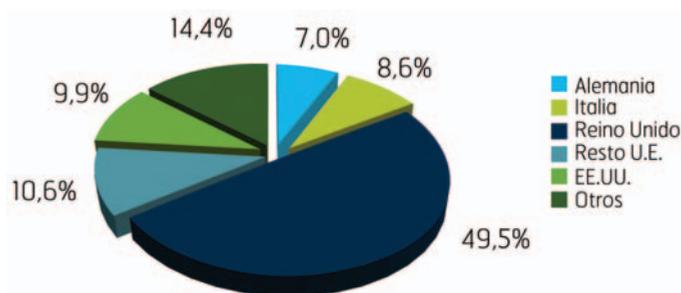
Distribución de los turistas de cruceros en Andalucía según motivación secundaria. Año 2006

Motivación secundaria	%
Turismo cultural	31,3
Turismo de sol y playa	53,7
Amigos y familiares	14,9
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La totalidad de los turistas encuestados **proceden** del extranjero, siendo la mitad de ellos de Reino Unido. El resto de las nacionalidades no llegan al 10% destacando Estados Unidos, Italia y Alemania.

Distribución de los turistas de cruceros en Andalucía según lugar de procedencia. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La media de **puertos** que estos turistas visitaron durante su crucero se cifra en siete puertos.

El **perfil** de un turista de cruceros difiere de la media de los que visitaron Andalucía en 2006 al presentar una mayor concentración en edades avanzadas, concretamente el 69% de los turistas de cruceros tienen una edad mayor de 45 años. Por ello, la situación laboral más predominante es la de retirado o jubilado (44,2%), seguida por la de asalariado a tiempo completo (38,7%). Dentro de los turistas con trabajo remunerado, casi la mitad ejercen una profesión de cualificación alta (director/gerente o técnico superior/medio).

Perfil sociodemográfico del turista de cruceros en Andalucía. Año 2006

Sexo	%
Hombre	48,1
Mujer	51,9
Total	100,0
Edad	%
Menos de 18	6,4
18-29	4,7
30-44	19,5
45-65	39,4
Más de 65	30,0
Total	100,0
Situación Laboral	%
Asalariado a tiempo completo	38,7
Asalariado a tiempo parcial	1,3
Autónomo	2,6
En paro	0,4
Estudiante	6,4
Retirado / Jubilado	44,2
Labores hogar	6,1
Otras	0,4
Total	100,0
Profesión	%
Director, gerente	19,9
Técnico superior o medio	27,2
Profesión liberal	17,0
Funcionario	10,7
Administrativo, Aux. administrativo	6,2
Empleado	12,3
Obrero	3,0
Otros	3,7
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

En el turismo de cruceros es el propio barco el tipo de **alojamiento** que utiliza el turista, destacando que la **estancia media** de éste en Andalucía se sitúa como media en 1,36 días.

Esta tipología turística se caracteriza por su comercialización a través de agencias de viajes, de hecho el 80% de los turistas de cruceros **organizaron el viaje** a través de intermediarios.

La importancia de las agencias de viajes también se observa en ser una de las principales vías de **conocimiento del destino** turístico andaluz que llega a suponer el 25% cuando la media en el total del turismo ronda el 10%. No obstante continúa siendo la experiencia propia y la recomendación de amigos y familiares unas de las principales formas de conocer Andalucía.

¿Cómo conoció Andalucía? Turismo de cruceros. Año 2006

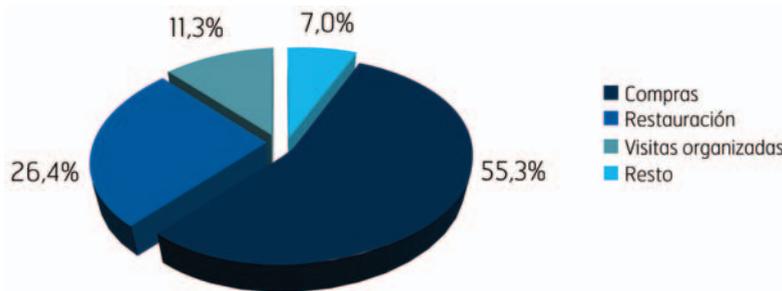
Conceptos	%
Recomendación agencias de viajes	24,7
Recomendación amigos o familiares	18,8
Experiencia propia	29,2
Folletos turísticos	5,3
Anuncios publicitarios	4,2
Organizaciones	0,3
Guías especializadas	1,5
Internet	5,6
Otros	10,6
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El **uso de Internet** como herramienta a la hora de organizar el viaje aún no se encuentra muy extendido en este segmento, sólo el 25% de los turistas de cruceros la utilizaron.

El turista de cruceros se caracteriza por realizar la mayor parte de su **gasto turístico** en origen, ya que la mayoría adquiere un paquete turístico que paga en su lugar de residencia. No obstante, tienen un gasto medio diario por persona en destino de 44,38 euros, que asigna principalmente a tres conceptos: compras, restauración y visitas organizadas o excursiones.

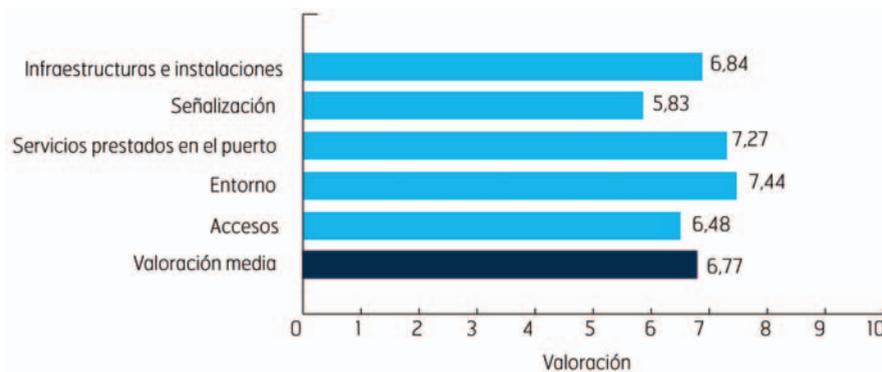
Distribución del gasto en destino según conceptos. Turismo de cruceros. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La **valoración** media que ofrecen los turistas a los puertos andaluces es de 6,77 puntos, en una escala de 1 a 10 puntos. Todos los conceptos valorados alcanzan puntuaciones cercanas o superiores a 6 puntos, siendo el entorno el mejor valorado con 7,44 puntos.

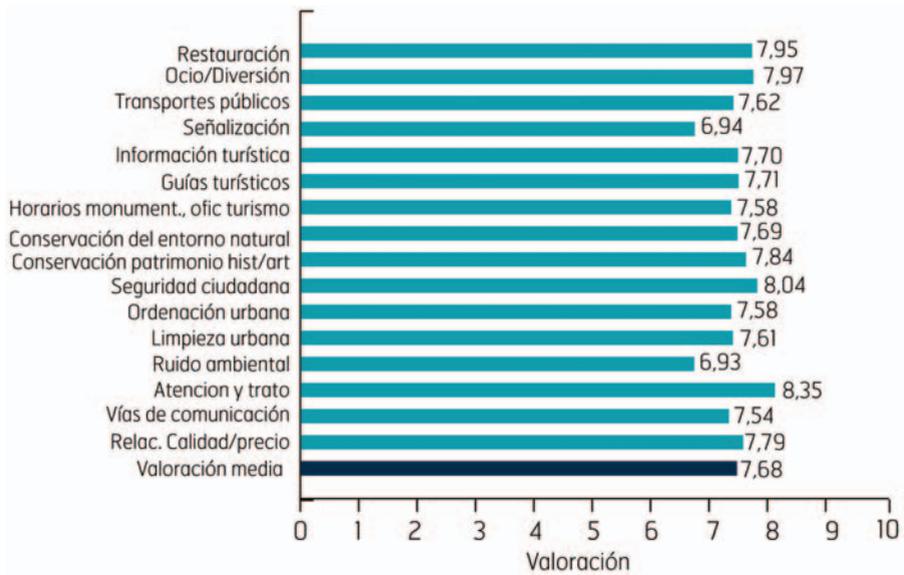
Valoración media (de 1 a 10 puntos) de los puertos deportivos andaluces. Turismo de cruceros. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El destino andaluz es valorado por los turistas de cruceros en 7,68 puntos en una escala de 1 a 10, siendo la atención y trato recibido junto con la seguridad ciudadana los conceptos mejor valorados, por encima de los 8 puntos. En el otro extremo, aunque con puntuaciones cercanas a los 7 puntos, se encuentran conceptos como ruido ambiental y la señalización.

Valoración media (de 1 a 10 puntos) del viaje a Andalucía según conceptos. Turismo de cruceros. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

4

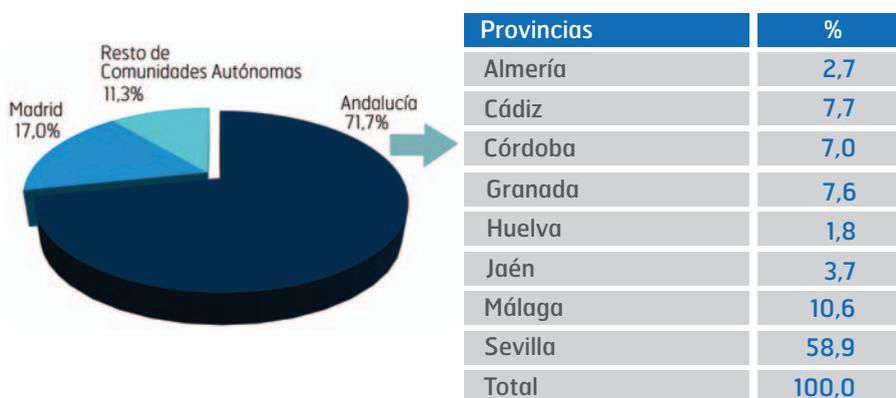
La demanda del
TURISMO NÁUTICO EN ANDALUCÍA
según procedencia

4.1

La demanda del
TURISMO NÁUTICO EN ANDALUCÍA
Turismo español

4.1. La demanda del Turismo Náutico en Andalucía. Turismo español

Turistas náuticos en Andalucía según procedencia.
Turistas españoles. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Siete de cada diez españoles que han practicado turismo náutico en Andalucía **proceden** de dicha Comunidad, destacando Sevilla como la provincia en la que reside más de la mitad de esta demanda turística (58,9%). Asimismo, mientras que Madrid registra un porcentaje de participación del 17% en este segmento turístico, el resto de comunidades no alcanzan en ningún caso una emisión de turistas al destino andaluz superior al 3%.

Perfil sociodemográfico del turista náutico en Andalucía. Turistas españoles. Año 2006

Sexo	%
Hombre	55,9
Mujer	44,1
Total	100,0
Edad	%
Menos de 18	14,7
18-29	9,3
30-44	33,7
45-65	37,6
Más de 65	4,7
Total	100,0
Situación Laboral	%
Trabajo remunerado	66,2
En paro	0,9
Estudiante	13,2
Jubilado	9,4
Labores hogar	9,9
Otras	0,4
Total	100,0
Profesión	%
Director, gerente	27,6
Técnico superior o medio	24,3
Profesión liberal	19,0
Funcionario	13,2
Administrativo, Aux. administrativo	5,2
Empleado	8,7
Obrero	0,3
Otros	1,7
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El **perfil sociodemográfico** de este turista se corresponde con el de una persona cuya edad está comprendida *entre los 30 y los 65 años* (71,2%), que en el 66,2% de los casos posee una **situación laboral remunerada** en la que predomina principalmente la **profesión** de *director gerente* (27,6%) y *técnico superior o medio* (24,3%).

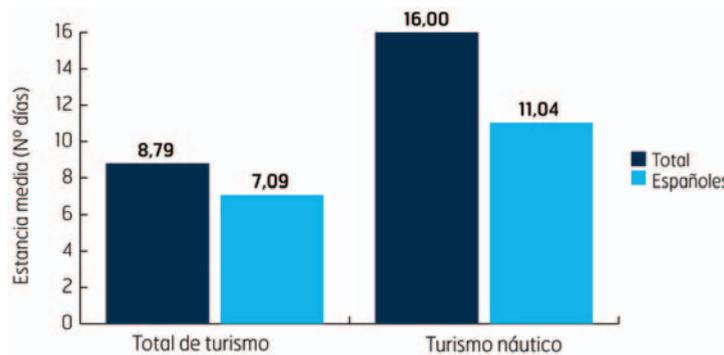
Medio de transporte utilizado para acceder a Andalucía. Total turistas y turistas españoles. Año 2006

Medio de transporte	T. náuticos (%)	T. españoles (%)
Turismo	84,06	64,4
Autocar	0,9	9,7
Tren	0,9	8,9
Barco	9,7	0,6
Avión	3,7	15,5
Otros	0,2	0,9
Total	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Los turistas náuticos procedentes de España han optado por el *coche particular* (84,6%) como principal **medio de transporte** para acceder al destino andaluz, lo que supone un porcentaje de participación 20 puntos superior al registrado por la media del total de turistas españoles que ha elegido Andalucía como destino turístico en 2006. Asimismo, cabe destacar que uno de cada diez turistas ha utilizado el barco para realizar su desplazamiento.

Estancia media de los turistas náuticos en Andalucía. Total turistas y turistas españoles. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La **estancia media** de la demanda española en el destino náutico andaluz se ha situado en 11,04 días, superior en cuatro días a la permanencia media registrada por el total del turistas españoles en territorio andaluz (7,09 días).

Distribución de los turistas náuticos en Andalucía según tipo de alojamiento. Turistas españoles. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Las tipologías de **alojamiento** escogidas por el turista nacional que ha viajado a Andalucía con el objetivo principal de realizar turismo náutico han sido el barco en propiedad (44,5%) y el apartamento propio (37,3%), siendo esta última modalidad de hospedaje 9 puntos superior a la registrada por el total de esta demanda durante el año 2006.

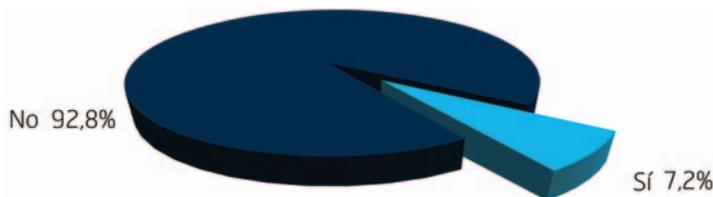
Organización del viaje del turista náutico. Total turistas y turistas españoles. Año 2006

Organización del viaje	T. españoles (%)	T. náuticos (%)
Particular	77,5	98,2
Club, asociación, empresa	7,1	1,4
Agencia de Viajes	15,4	0,4
Total	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Tal y como muestra la tendencia general de esta tipología de turismo, el 98,3% de la demanda náutica española **organiza** su viaje a Andalucía de forma particular, porcentaje éste superior en más de 20 puntos al registrado por la media del total de los turistas nacionales que ha elegido la Comunidad andaluza como destino turístico durante 2006.

Uso de Internet por el turista náutico. Turistas españoles. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Una vez en destino, el **gasto medio diario** ha ascendido a 57,4 euros, que aunque bastante inferior al presupuesto liquidado diariamente por el turista náutico extranjero, se sitúa 4,5 euros por encima del importe gastado por la media del total de turistas españoles que han elegido Andalucía como destino turístico durante el año 2006 (52,8 euros).

Distribución del gasto en destino por conceptos. Turistas españoles. Año 2006

Conceptos	%
Alojamiento	2,9
Atraques	4,5
Compras	16,6
Restaurantes, bares, cafeterías	54,1
Alquiler de barco	1,1
Reparaciones y manten. barco	15,3
Transporte hasta el lugar de destino	2,0
Otros	3,6
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

A diferencia del total de este segmento en Andalucía (40,9%), los turistas náuticos españoles dedican más de la mitad del gasto diario en los *restaurantes, bares y cafeterías* (54,1%), siendo esta proporción bastante más acusada que la registrada por la demanda foránea (32,4%). Las *compras* realizadas (16,6%) junto con las *reparaciones y el mantenimiento del barco* (15,3%) suponen casi la tercera parte del presupuesto.

Actividades realizadas por los turistas náuticos en Andalucía. Turistas españoles. Año 2006

Actividades	%
Compras	18,3
Navegación	30,4
Pesca	15,0
Submarinismo	2,6
Windsurf, esquí acuático, Kitesurf	1,6
Otros	0,5
Práctica de otros deportes	2,0
Visita a Parques Naturales	2,6
Disfrute de sol y playa	21,7
Actividades culturales	2,4
Clases y cursos deportivos	0,5
Otros entretenimientos	0,8
Otros	1,6
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Navegar (30,4%) y disfrutar del sol y de la playa (21,7%) son las **principales actividades** realizadas por los turistas náuticos españoles en el destino andaluz. Asimismo, la tercera parte de esta demanda turística ha optado por la realización de compras (18,3%) y por la práctica de pesca en las costas de Andalucía(15%).

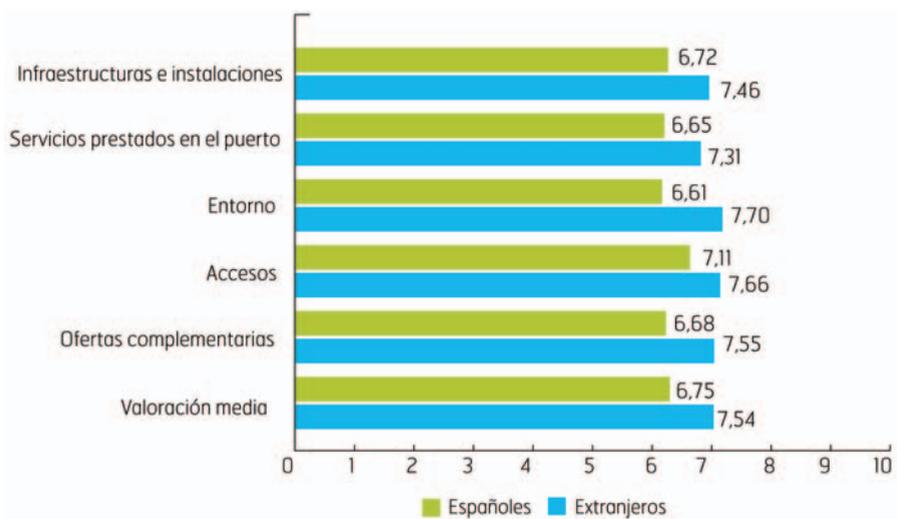
¿Cómo conoció Andalucía? Turismo náutico. Total turistas y turistas españoles. Año 2006

Conceptos	T. españoles (%)	Total turistas (%)
Recomendación agencias de viajes	0,6	0,8
Recomendación amigos o familiares	9,8	16,5
Experiencia propia	85,4	73,5
Folleto turístico	1,0	1,4
Anuncios publicitarios	0,8	1,6
Organizaciones	0,8	0,7
Guías especializadas	0,3	2,3
Internet	0,2	1,3
Otros	1,0	1,8
Total	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El 85,4% de los turistas españoles **han conocido** el destino andaluz por experiencia propia, siendo este porcentaje 12 puntos más acusado que el registrado por el total de la demanda de turismo náutico en Andalucía durante el año 2006. No obstante, aunque uno de cada diez turistas nacionales ha seguido las recomendaciones de amigos y familiares, este canal de promoción presenta una participación más elevada en el caso de la media del total de turistas que han elegido los puertos andaluces para practicar turismo náutico (16,5%).

Valoración media (de 1 a 10 puntos) de los puertos deportivos de Andalucía. Turistas españoles y extranjeros. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Los turistas españoles que eligen los puertos andaluces para realizar turismo náutico son los que otorgan una **valoración** al destino algo más baja que los extranjeros (6,75 puntos frente a 7,54 puntos), siendo el conjunto de accesos el único concepto que supera los siete puntos.

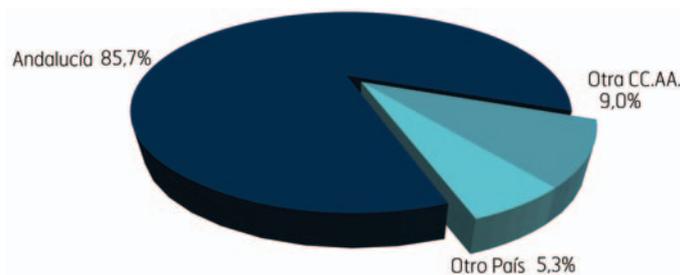
Valoración media (de 1 a 10 puntos) del viaje a Andalucía según conceptos. Turistas españoles. Año 2006

Conceptos	Puntos
Alojamiento	7,95
Restauración	7,28
Ocio / Diversión	6,76
Transportes públicos	6,46
Señalización	6,68
Información turística	6,70
Guías turísticos	6,58
Horarios monumentos y oficina turismo	6,61
Conservación del entorno natural	6,16
Conservación patrimonio hist /art	6,30
Seguridad ciudadana	6,48
Ordenación urbana	5,83
Limpieza urbana	6,13
Ruido ambiental	5,79
Asistencia sanitaria	6,84
Atención y trato	7,61
Vías de comunicación	6,63
Relación calidad-precio	6,28
Valoración media	6,62

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Los turistas españoles que practican turismo náutico en la Comunidad andaluza, valoran el destino con 6,62 puntos en una escala del 1 al 10, lo que supone una puntuación más comedida que la otorgada por el mercado extranjero (7,28 puntos). En este contexto, tan sólo tres conceptos superan los siete puntos: el alojamiento, el trato y la atención recibidos en el destino y la restauración.

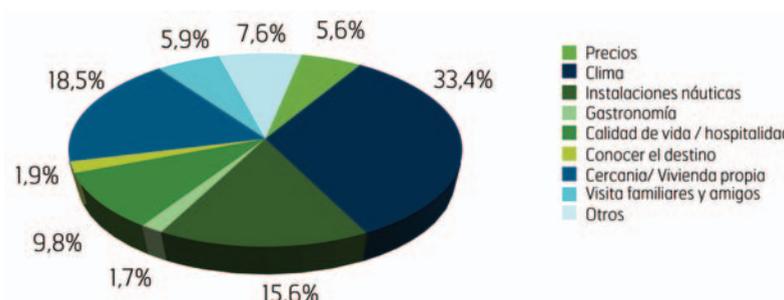
Destinos competidores de Andalucía en turismo náutico. Turistas españoles. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El 85,7% de los turistas españoles que han visitado Andalucía durante 2006, disfrutaron sus **últimas vacaciones** en el litoral andaluz, destacando este porcentaje frente al registrado por la demanda extranjera situado en el 57,4%. En este contexto, mientras que el 9% de los españoles eligió otra comunidad, el 5,3% optó por otro país.

Elección de Andalucía frente a otros destinos. Turistas españoles. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El clima (33,4%) se constituye como el principal motivo por el que los españoles **han elegido** el destino andaluz para practicar turismo náutico, siendo la relevancia de este fundamento tres veces superior que para el total de turistas españoles que han visitado Andalucía en 2006 (10,8%). Asimismo, las motivaciones que le siguen a gran distancia son la cercanía y/o la existencia de una vivienda propia (18,5%) y las instalaciones náuticas (15,6%).

4.1.1. La demanda del Turismo Náutico en Andalucía. Turismo andaluz

Turistas náuticos Andalucía según procedencia. Turistas andaluces. Año 2006

Provincias	%
Almería	2,7
Cádiz	7,7
Córdoba	7,0
Granada	7,6
Huelva	1,8
Jaén	3,7
Málaga	10,6
Sevilla	58,9
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El 58,9% de la demanda náutica andaluza **procede** de Sevilla, provincia seguida a larga distancia por Málaga donde reside el 10,6% de los turistas pertenecientes a este segmento. Asimismo, los andaluces que muestran una menor participación en esta tipología turística son los onubenses y los almerienses (1,8% y 2,7%, respectivamente).

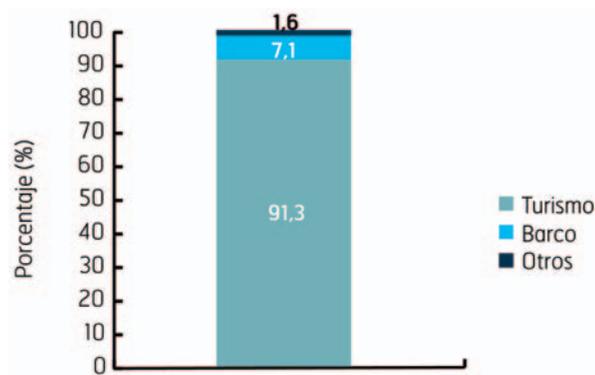
Perfil sociodemográfico del turista náutico en Andalucía. Turistas andaluces. Año 2006

Sexo	%
Hombre	56,3
Mujer	43,7
Total	100,0
Edad	%
Menos de 18	14,6
18-29	9,9
30-44	33,1
45-65	38,6
Más de 65	3,8
Total	100,0
Situación Laboral	%
Trabajo remunerado	68,3
En paro	1,0
Estudiante	12,6
Jubilado	7,8
Labores hogar	10,0
Otras	0,4
Total	100,0
Profesión	%
Director, gerente	25,6
Técnico superior o medio	24,3
Profesión liberal	19,1
Funcionario	14,1
Administrativo, Aux. administrativo	5,6
Empleado	9,1
Obrero	0,4
Otros	1,8
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Siete de cada diez andaluces que practicaron esta modalidad turística, tienen una **edad** comprendida entre los 30 y los 65 años, siendo la **situación laboral** remunerada la más frecuente (68,3%) y destacando la **profesión** de director gerente (25,6%) y técnico superior o medio (24,3%).

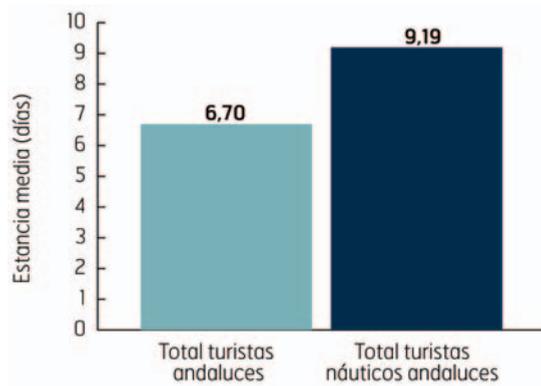
Medio de transporte utilizado para acceder a Andalucía. Turistas andaluces. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La cercanía del destino turístico pone de manifiesto la elevada participación del coche particular (91,3%) como **medio de transporte** utilizado para acceder a las costas andaluzas. No obstante, aún siendo la utilización del barco (7,1%) muy superior a la registrada por la media del total del turismo en Andalucía (0,6%), representa el porcentaje más bajo del total de turistas náuticos que ha visitado la región utilizando este medio.

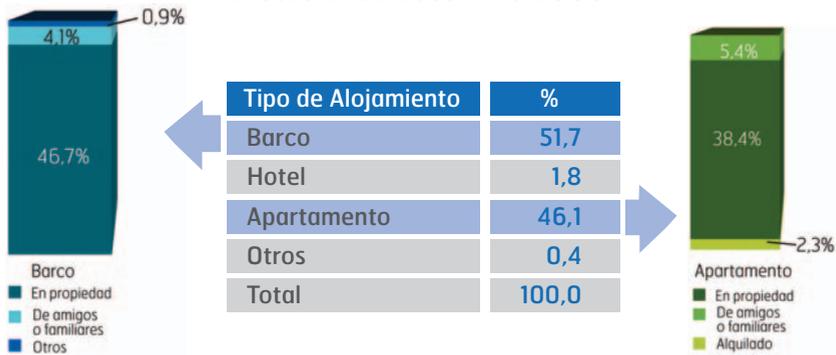
Estancia media de los turistas náuticos en Andalucía. Turistas andaluces. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La **estancia media** en Andalucía se ha situado en 9,19, dos días y medio por encima de la permanencia media del total del turismo andaluz en esta Comunidad (6,7 días). No obstante, cabe destacar que esta estancia es casi una semana inferior a la del resto de turistas náuticos procedentes del Resto de España (15,78 días).

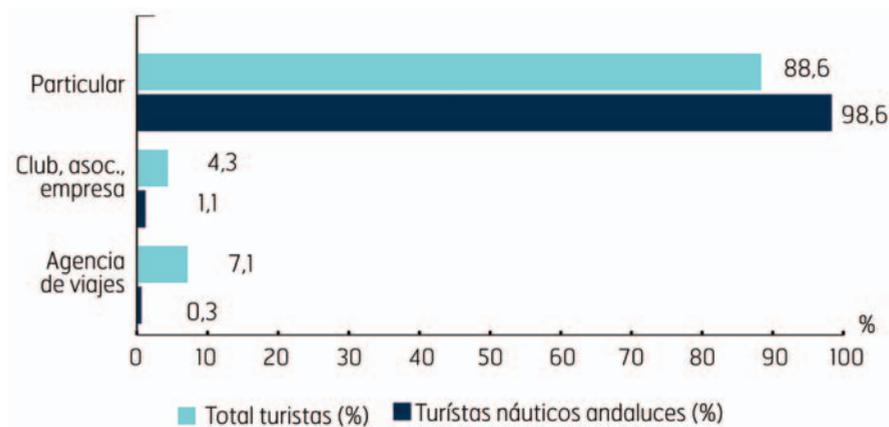
Tipo de alojamiento utilizado por el turista náutico en Andalucía. Turistas andaluces. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El 46,7% de los turistas andaluces que han realizado turismo náutico en la comunidad se han **alojado** en sus propios barcos, siendo este porcentaje más acusado que el registrado por el resto de españoles que han elegido Andalucía para practicar esta modalidad de turismo (38,9%). Asimismo, el uso del apartamento propio del turista andaluz registra una participación ligeramente por encima de la mostrada por la demanda procedente del resto de España (38,4% frente a 34,3%, respectivamente).

Organización del viaje del turista náutico. Total turistas y turistas andaluces. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La procedencia andaluza es la que ha registrado una mayor tendencia a **organizar el viaje** de forma particular (98,6%). La utilización de algún club, asociación y empresa tan sólo se ha realizado por un 1,1% de la demanda andaluza, porcentaje que contrasta con el registrado por la media del total de turistas andaluces de la Comunidad en esta modalidad de organización (4,3%).

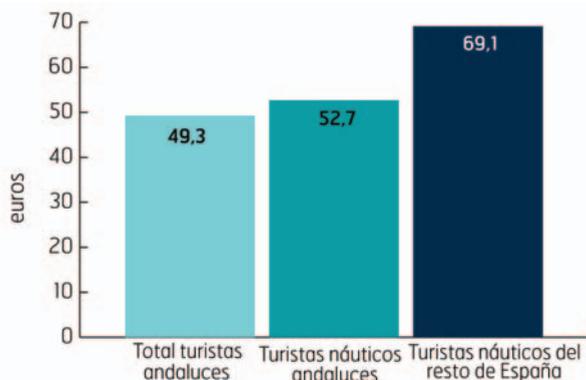
Uso de Internet por el turista náutico. Total turistas y turistas andaluces. Año 2006

Uso de Internet	Total t. náuticos (%)	Total t. náuticos andaluces (%)
Si	32,4	4,1
No	67,6	95,9
Total	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La proximidad del destino o el propio conocimiento del mismo, pueden ser las causas de que el **uso de Internet** registrado entre los andaluces que han elegido Andalucía como destino para realizar turismo náutico haya sido el más reducido en su comparativa con el resto de procedencias (4,1%).

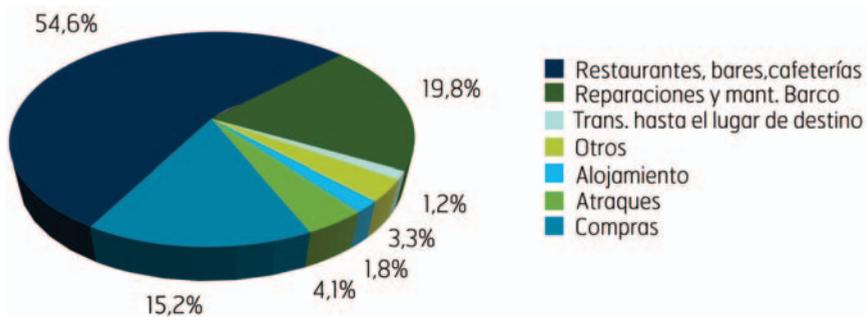
Gasto realizado por el turista náutico en Andalucía. Turistas andaluces. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

En 2006, el **gasto medio diario** que realiza un turista náutico andaluz se ha cifrado en 52,7 euros, que aunque situado 16,4 euros por debajo del desembolso realizado por la demanda procedente del resto de España, es 3,4 euros superior al registrado por la media del total de turistas andaluces que han elegido Andalucía como destino turístico en este mismo año (49,3 euros).

Distribución del gasto en destino por conceptos. Turistas andaluces. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La distribución del gasto del turista andaluz no difiere en demasía de la de aquel que procede del resto de España, donde el presupuesto se liquida principalmente en tres partidas: la restauración, las reparaciones y el mantenimiento del barco y las compras.

Actividades realizadas por los turistas náuticos en Andalucía. Turistas andaluces. Año 2006

Actividades	%
Compras	17,3
Navegación	32,6
Pesca	16,6
Submarinismo	2,4
Windsurf, esquí acuático, Kitesurf	1,3
Práctica de otros deportes	1,2
Visita a Parques Naturales	1,8
Disfrute de sol y playa	21,6
Actividades culturales	2,0
Otros	3,0
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Casi un tercio de las **actividades realizadas** en Andalucía se corresponden con la navegación (32,6%); práctica seguida del disfrute del sol y de la playa (21,6%), de la realización de compras (17,3%) y de la pesca (16,6%). Cabe destacar que estas preferencias son muy similares en la totalidad del turismo náutico recibido en la Comunidad andaluza.

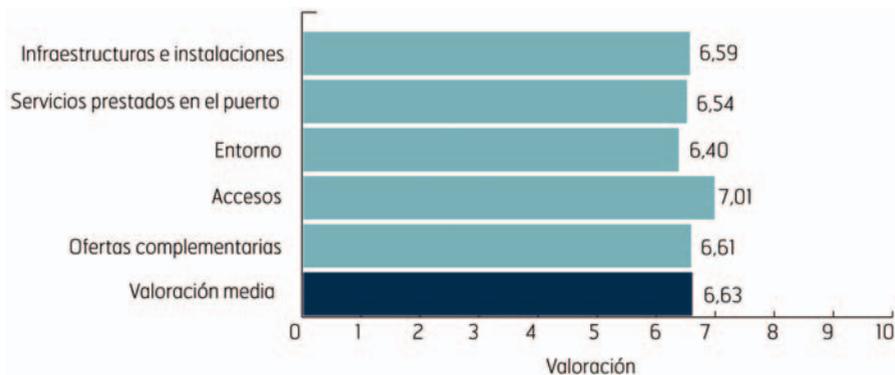
¿Cómo conoció Andalucía?. Turismo náutico. Turistas andaluces. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Obviamente, la experiencia propia es para el andaluz el principal medio de promoción de este destino para la práctica de turismo náutico. De hecho, nueve de cada diez turistas andaluces han utilizado este canal para **conocer** la comunidad, frente al 7,6% que lo han hecho a través de la recomendación de amigos o familiares.

Valoración media (de 1 a 10 puntos) de los puertos deportivos de Andalucía. Turistas andaluces. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Los andaluces **valoran** el destino con 6,63 puntos (en una escala del 1 al 10). Cabe destacar que todos los conceptos son puntuados de una forma mucho más mesurada que la otorgada, no sólo por el resto de españoles (6,75 puntos) pertenecientes a este segmento turístico, sino también por el total de extranjeros que lo practican en nuestra Comunidad (7,54 puntos).

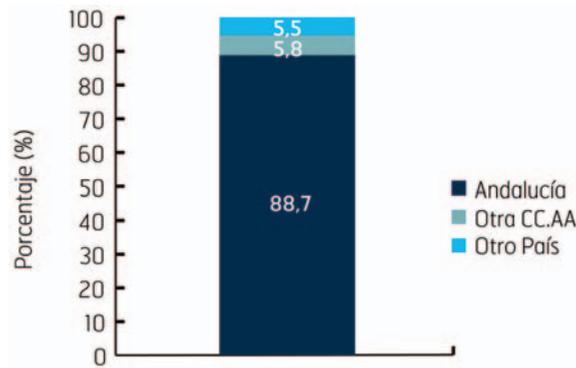
Valoración media (de 1 a 10 puntos) del viaje a Andalucía según conceptos. Turistas andaluces. Año 2006

Conceptos	Puntos
Alojamiento	7,71
Restauración	7,13
Ocio / Diversión	6,55
Transportes públicos	6,36
Señalización	6,65
Información turística	6,55
Guías turísticos	6,42
Horarios monumentos y oficina turismo	6,54
Conservación del entorno natural	6,13
Conservación patrimonio hist /art	6,21
Seguridad ciudadana	6,27
Ordenación urbana	5,79
Limpieza urbana	5,96
Ruido ambiental	5,65
Asistencia sanitaria	6,65
Atención y trato	7,46
Vías de comunicación	6,52
Relación calidad-precio	6,14
Valoración media	6,48

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Los turistas andaluces que eligen los puertos de su Comunidad para practicar turismo náutico, valoran este destino con la puntuación más moderada de todas las procedencias estudiadas (6,48 puntos). No obstante conceptos como el alojamiento, el trato y la atención recibidos en el destino y la restauración superan los siete puntos en una escala del 1 al 10.

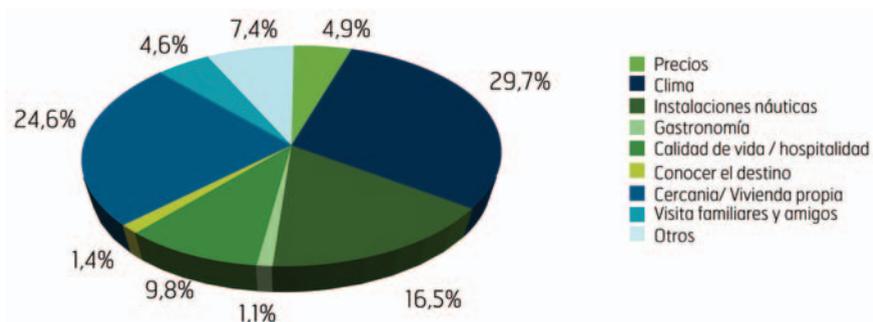
Destinos competidores de Andalucía en turismo náutico. Turistas andaluces. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Mientras que el 88,7% de los andaluces pasaron sus **últimas vacaciones** en el litoral andaluz, el resto se reparte de manera muy homogénea entre otros destinos nacionales o internacionales (5,8% y 5,5%, respectivamente).

Elección de Andalucía frente a otros destinos. Turistas andaluces. Año 2006



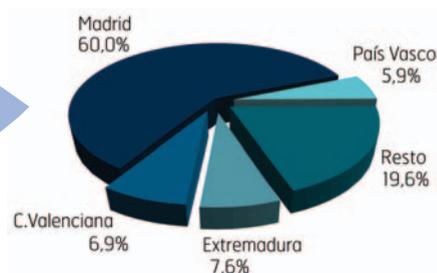
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Aunque tres de cada diez turistas andaluces eligen el clima como el principal motivo que ha primado en la **elección del destino**, cabe destacar la cercanía y la vivienda propia como parte relevante de la decisión (24,6%), causa ésta última que registra un porcentaje de participación más acusado que el presentado no sólo por el total de la demanda náutica procedente del resto de España (3,7%), sino también por el total de este segmento en Andalucía (10,9%).

4.1.2. La demanda del Turismo Náutico en Andalucía. Turismo del resto de España

Turistas náuticos en Andalucía según procedencia. Turistas del resto de España. Año 2006

Tipo de Alojamiento	%
Españoles	57,1
Andaluces	40,9
Resto de España	16,2
Total	100,0



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

En 2006, el 60% de los turistas náuticos que han visitado las costas andaluzas proceden de Madrid, comunidad seguida a gran distancia por Extremadura, la Comunidad Valenciana y el País Vasco que han supuesto el 7,6%, 6,9% y 5,9% respectivamente del total del turismo náutico procedente del resto de España.

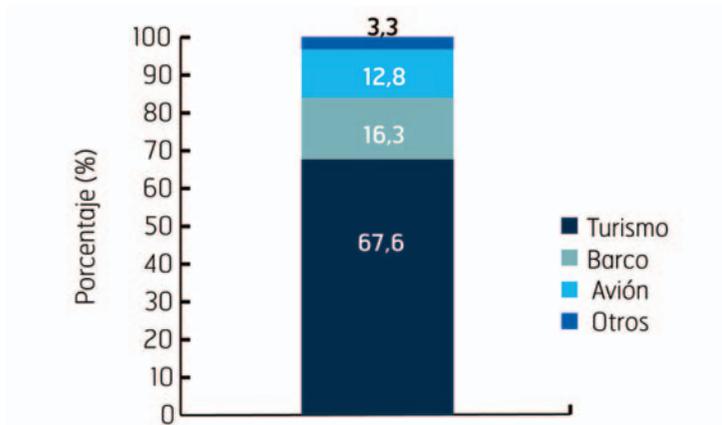
**Perfil sociodemográfico del turista náutico en Andalucía.
Turistas del resto de España. Año 2006**

Sexo	%
Hombre	55,1
Mujer	44,9
Total	100,0
Edad	%
Menos de 18	15,0
18-29	7,8
30-44	35,3
45-65	34,9
Más de 65	7,0
Total	100,0
Situación Laboral	%
Trabajo remunerado	61,0
En paro	0,7
Estudiante	14,8
Jubilado	13,3
Labores hogar	9,7
Otras	0,4
Total	100,0
Profesión	%
Director, gerente	33,0
Técnico superior o medio	24,3
Profesión liberal	18,8
Funcionario	10,6
Administrativo, Aux. administrativo	4,1
Empleado	7,7
Obrero	0,1
Otros	1,4
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Siete de cada diez turistas náuticos procedentes de alguna comunidad española no andaluza, se concentran en el intervalo de **edad** situado entre los 30 y los 65 años. La **situación laboral** más habitual es la de asalariado (61%) seguida a gran distancia por los estudiantes (14,8%) y los jubilados (13,3%). En cuanto a la **profesión**, destaca la de director gerente y la de técnico superior o medio (33% y 24,3%, respectivamente).

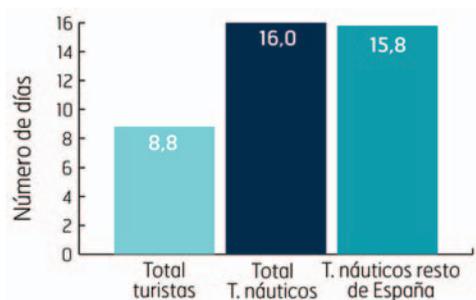
Medio de transporte utilizado para acceder a Andalucía. Turistas del resto de España. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El coche particular (67,6%) ha sido el principal medio utilizado por los turistas del resto de España para acceder a Andalucía y realizar turismo náutico. No obstante, cabe destacar la participación del **transporte** aéreo y del barco, siendo el porcentaje de uso de éste último más del doble del registrado por la demanda náutica procedente de Andalucía (16,3% frente a 7,1%).

Estancia media de los turistas náuticos en Andalucía. Turistas del resto de España. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La **estancia media** en Andalucía se ha situado en 15,78 días, siendo ligeramente inferior a la registrada por el total de turistas náuticos que han elegido esta comunidad como destino (16 días), pero situándose una semana por encima que la media del total de turistas en Andalucía durante el año 2006 (8,79 días).

Tipo de alojamiento utilizado por el turista náutico en Andalucía. Turistas del resto de España. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El barco (48,5%) y el apartamento (46,7%) son los **alojamientos** más utilizadas por esta parte de la demanda náutica registrada en Andalucía, destacando en ambas tipologías los de propia pertenencia que han registrado en ambos casos porcentajes superiores al 30% (38,9% y 34,3%, respectivamente). No obstante, el uso del hotel (4,6%) se sitúa dos puntos por encima del porcentaje mostrado por el total de este segmento turístico en el destino andaluz (2,6%).

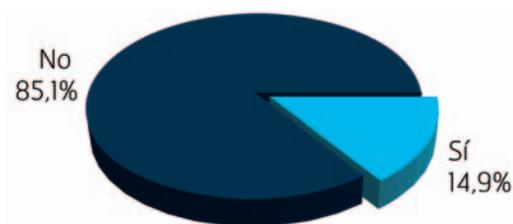
Organización del viaje del turista náutico. Turistas del resto de España. Año 2006

Organización del viaje	%
Particular	97,3
Club, asociación, empresa	2,1
Agencia de Viajes	0,6
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Aunque casi la totalidad de esta demanda turística **organiza** su viaje a Andalucía de forma particular (97,3%), el 2,1% lo hace a través de un club, asociación o empresa, registrando así un porcentaje de participación del uso de intermediarios más elevado que el registrado por la media de turistas andaluces pertenecientes a esta tipología turística (1,1%).

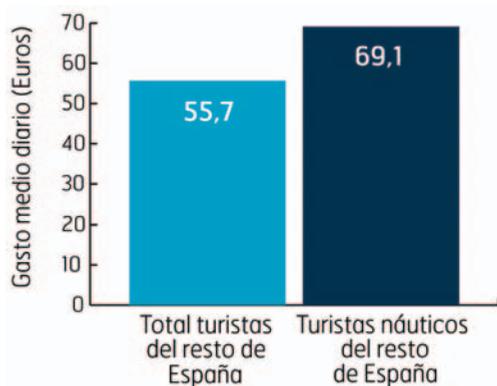
Uso de Internet por el turista náutico. Turistas del resto de España. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

En 2006, el 14,9% de los turistas han hecho **uso de Internet** para organizar su viaje, siendo este porcentaje casi once puntos superior al registrado por los andaluces que han elegido las costas andaluzas como destino para practicar turismo náutico (4,1%).

Gasto realizado por el turista náutico en Andalucía. Turistas del resto de España. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Una vez en Andalucía, el **gasto medio diario** es 69,1 euros, superior no sólo al desembolsado por el turista náutico andaluz (52,7 euros) sino también al liquidado por la media del total de la demanda procedente del resto de España que se ha desplazado a Andalucía para disfrutar su período vacacional (55,7 euros).

Distribución del gasto en destino por conceptos. Turistas del resto de España. Año 2006

Conceptos	%
Alojamiento	2,9
Atraques	4,5
Compras	16,6
Restaurantes, bares, cafeterías	54,1
Alquiler de barco	1,1
Reparaciones y manten. barco	15,3
Transporte hasta el lugar de destino	2,0
Otros	3,6
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El presupuesto en destino está dedicado principalmente a la restauración, partida que absorbe más de la mitad del gasto diario (54,1%). Le siguen en importancia las compras realizadas (16,6%) y las reparaciones y/o mantenimientos del barco (15,3%).

Actividades realizadas por los turistas náuticos en Andalucía. Turistas del resto de España. Año 2006

Actividades	%
Compras	20,3
Navegación	26,1
Pesca	11,8
Submarinismo	3,1
Windsurf, esquí acuático, Kitesurf	2,0
Práctica de otros deportes	3,5
Visita a Parques Naturales	3,9
Disfrute de sol y playa	21,8
Actividades culturales	3,2
Clases y cursos deportivos	0,6
Otros entretenimientos	1,1
Otros	2,5
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Una vez en el destino andaluz, navegar (26,1%), disfrutar del sol y de la playa (21,8%), salir de compras (20,3%) y pescar (11,8%) son las principales **actividades realizadas** por el turista náutico procedente del resto de España. No obstante, cabe destacar que este mercado registra porcentajes de participación más acusados que la demanda andaluza principalmente en conceptos como la realización de compras (+3 puntos), la práctica de otros deportes (+2,2 puntos) y la visita a parques naturales (+2,1 puntos).

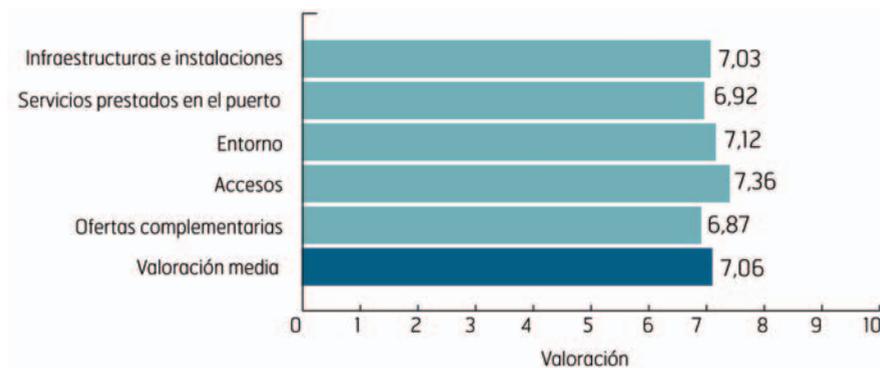
¿Cómo conoció Andalucía?. Turismo náutico. Turistas del resto de España. Año 2006

Conceptos	%
Recomendación agencias de viajes	1,3
Recomendación amigos o familiares	14,6
Experiencia propia	75,2
Folletos turísticos	2,4
Anuncios publicitarios	2,2
Organizaciones	2,0
Guías especializadas	0,7
Internet	0,7
Otros	0,9
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Nueve de cada diez turistas han conocido Andalucía por experiencia propia y/o la recomendación de familiares y amigos, destacando los **canales de promoción** basados en los folletos turísticos, los anuncios y las organizaciones especializadas por acaparar a más del 6% de esta demanda turística, porcentaje en ningún caso alcanzado por el total del mercado español (2,6%), ni por el total del mercado extranjero (4,8%).

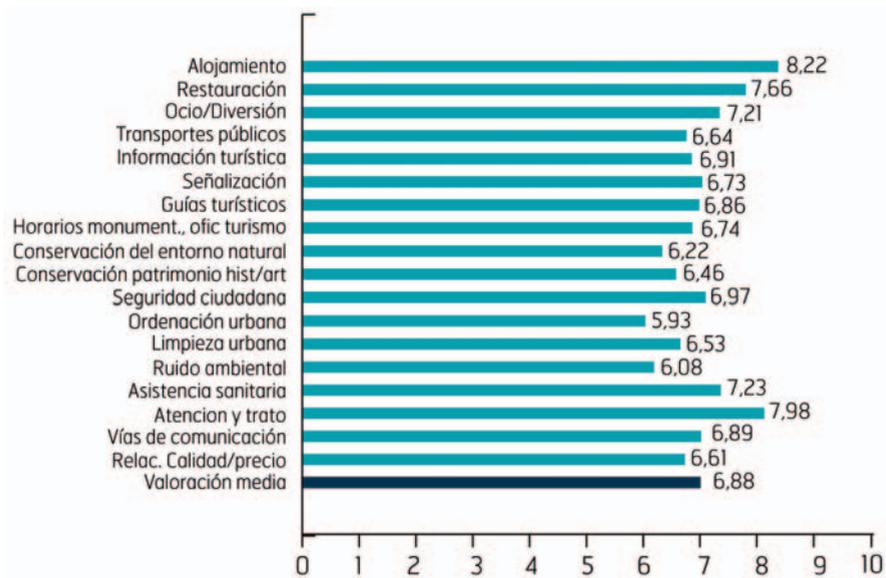
Valoración media (de 1 a 10 puntos) de los puertos deportivos de Andalucía. Turistas del resto de España. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Los españoles que se desplazan a la Comunidad andaluza para practicar turismo náutico **valoran** los puertos deportivos con una media de 7,06 puntos en una escala del 1 al 10, destacando los accesos, el entorno y las infraestructuras e instalaciones como aquellos conceptos valorados por encima de los siete puntos.

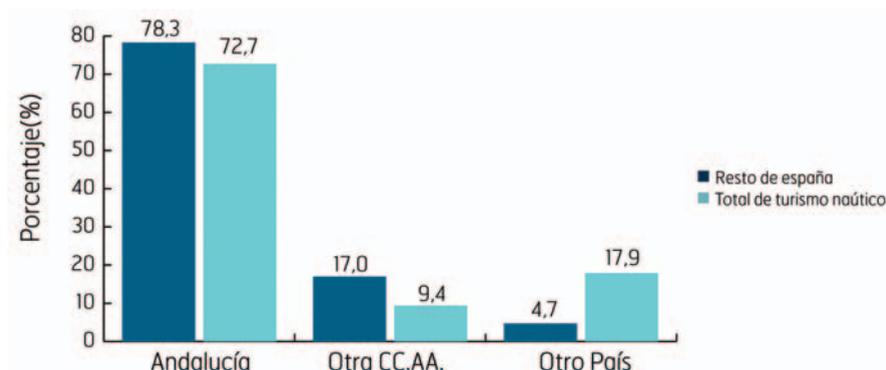
Valoración media (de 1 a 10 puntos) del viaje a Andalucía según conceptos. Turistas del resto de España. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Una vez en Andalucía, los turistas náuticos procedentes del resto de España han valorado el destino con una media de 6,88 puntos en una escala del 1 al 10, siendo la puntuación de todos y cada uno de los conceptos superior a la registrada por la demanda andaluza de este segmento turístico. Cabe destacar el alojamiento como el único concepto que supera el notable en la valoración recibida (8,22 puntos).

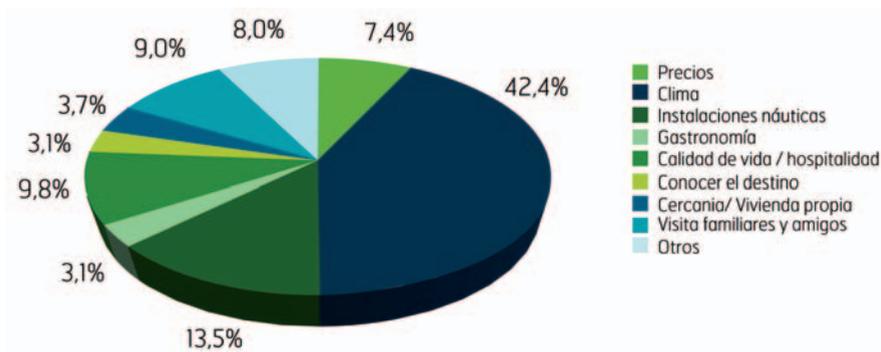
Destinos competidores de Andalucía en turismo náutico. Turistas del resto de España. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Aunque el 78,3% de los turistas pasó sus **últimas vacaciones** en Andalucía, este mercado registra una participación del 17% representativa de aquellos que se desplazaron a otra Comunidad autónoma, siendo este porcentaje casi el doble que el registrado por el total de la demanda náutica recibida en el destino andaluz durante 2006 (9,4%).

Elección de Andalucía frente a otros destinos. Turistas del resto de España. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El clima (42,4%) seguido a gran distancia de las instalaciones náuticas (13,5%) han sido los principales **motivos** por los que los turistas españoles se han desplazado al destino andaluz para realizar turismo náutico. No obstante, cabe destacar la calidad de vida y la hospitalidad junto con la visita a amigos y familiares como otras dos causas condicionantes en la elección del destino andaluz para la práctica del turismo náutico (18,9%).

4.2

La demanda del
TURISMO NÁUTICO EN ANDALUCÍA
Turismo extranjero

4.2. La demanda del Turismo Náutico en Andalucía. Turismo extranjero

Turistas náuticos en Andalucía según procedencia.
Turistas extranjeros. Año 2006

País	%
Alemania	14,2
Bélgica	2,6
Francia	4,8
Holanda	7,3
Reino Unido	48,7
Resto Unión Europea	13,3
EE.UU.	2,0
Otros	7,2
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

En 2006, del total de extranjeros que han elegido Andalucía como destino para practicar turismo náutico, el 48,7% **proceden** de Reino Unido, porcentaje superior al registrado por el total de turismo británico recibido en Andalucía durante este mismo año (31,1%) y seguido a gran distancia por el de Alemania con una participación del 14,2%.

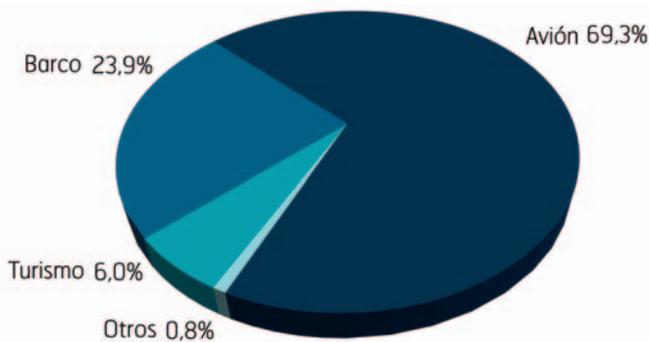
Perfil sociodemográfico del turista náutico en Andalucía. Turistas extranjeros. Año 2006

Sexo	%
Hombre	55,6
Mujer	44,4
Total	100,0
Edad	%
Menos de 18	8,7
18-29	6,2
30-44	22,3
45-65	43,3
Más de 65	19,6
Total	100,0
Situación Laboral	%
Trabajo remunerado	40,8
En paro	1,1
Estudiante	8,0
Jubilado	44,6
Labores hogar	5,2
Otras	0,3
Total	100,0
Profesión	%
Director, gerente	29,6
Técnico superior o medio	20,8
Profesión liberal	23,5
Funcionario	6,7
Administrativo, Aux. administrativo	3,9
Empleado	8,7
Obrero	3,7
Otros	3,2
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El **perfil sociodemográfico** de la demanda extranjera de turismo náutico se corresponde con el de una persona cuya **edad** está comprendida entre los 30 y los 65 años, si bien cabe destacar que el intervalo comprendido *entre los 45 y los 65* (43,3%), presenta un porcentaje de participación más elevado que el registrado por el total de turistas españoles que han practicado esta tipología de turismo en Andalucía durante 2006 (37,6%). En general, la **situación laboral** se corresponde mayormente con la de *jubilado* (44,6%) seguida a corta distancia por la *remunerada* (40,8%). En cuanto a la **profesión**, destaca la de *director gerente*, la *profesión liberal* y la de *técnico superior o medio* con porcentajes de participación superiores al 20%.

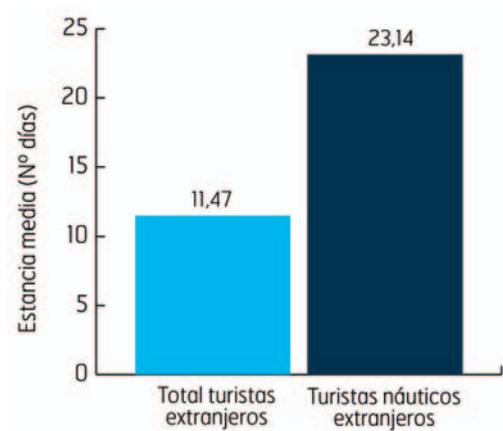
Medio de transporte utilizado para acceder a Andalucía. Turistas extranjeros. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La procedencia del turista es un factor determinante a la hora de elegir el **transporte** para acceder a Andalucía. De hecho, siete de cada diez turistas extranjeros han hecho uso del avión, medio seguido a gran distancia por el barco que ha sido utilizado por el 23,9% de esta demanda. Cabe destacar ambas proporciones como mucho más acusadas que las registradas por el total de la demanda española de turismo náutico en el destino andaluz (3,7% y 9,7%, respectivamente).

Estancia media de los turistas náuticos en Andalucía. Turistas extranjeros. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La **estancia media** en Andalucía se ha situado en 23,14 días, siendo alrededor de 12 días superior no sólo a la registrada por la demanda española de este segmento turístico (11,04 días) sino a la permanencia registrada por la media del total de turistas extranjeros que han elegido Andalucía como destino turístico durante el año 2006 (11,47 días).

Tipo de alojamiento utilizado por el turista náutico en Andalucía. Turistas extranjeros. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El principal tipo de **alojamiento** utilizado por la demanda foránea de turismo náutico es el barco (74,2%), si bien es cierto que su uso además supera en 13,4 puntos al registrado por el total de esta tipología turística en el destino andaluz (60,8%). Asimismo, el apartamento es elegido por el 23% de estos turistas, destacando el de propiedad que acapara una participación del 16,3%, superior en 10 puntos al porcentaje registrado por el total de extranjeros que ha elegido Andalucía como destino vacacional durante el año 2006.

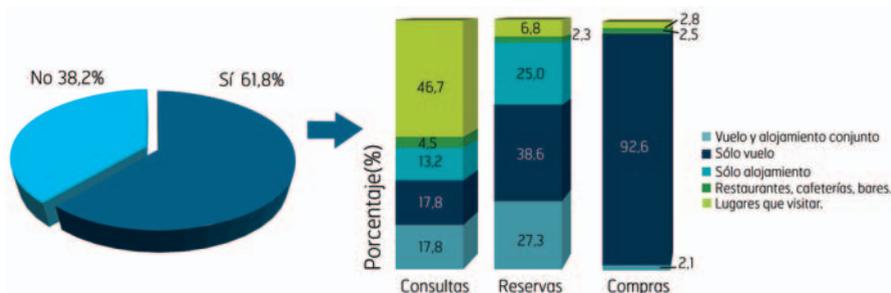
Organización del viaje del turista náutico. Turistas españoles y extranjeros. Año 2006

Organización del viaje	T. extranjeros (%)	T. españoles (%)
Particular	95,1	98,2
Club, asociación, empresa	1,7	1,4
Agencia de Viajes	3,2	0,4
Total	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El 95,1% de los turistas extranjeros **organiza** su viaje de forma particular, observándose un porcentaje menor al registrado por el total de este segmento turístico procedente de España, en favor de la figura de la agencia de viajes que presenta una participación casi tres puntos superior.

Uso de Internet por el turista náutico. Turistas extranjeros. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

En 2006, la demanda de turismo náutico procedente del extranjero es la que ha realizado un mayor **uso de Internet** a la hora de organizar el viaje a los puertos andaluces. Así pues, el 46,7% de las consultas realizadas han demandado información acerca de lugares que visitar, mientras que nueve de cada diez reservas se han efectuado sobre el vuelo, el alojamiento o ambos conceptos. Cabe destacar que del total de compras realmente efectuadas a través de Internet, más de 90% han adquirido el ticket de transporte aéreo.

Gasto realizado por el turista náutico en Andalucía. Turistas extranjeros. Año 2006

	T. náuticos españoles	T. náuticos extranjeros
Gasto medio diario	57,4	119,1

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

En Andalucía, el **gasto medio diario** del turista extranjero ha sido de 119,1 euros, doblando esta cifra al desembolso realizado, no sólo por el turista náutico español (57,4 euros), sino también por el de la media de la demanda extranjera que ha elegido Andalucía como destino turístico en el año 2006 (53,7 euros).

Distribución del gasto en destino por conceptos. Turistas Extranjeros. Año 2006

Conceptos	%
Atraques	5,1
Compras	31,2
Restaurantes, bares, cafeterías	32,4
Alquiler de coches	1,3
Alquiler de barco	1,2
Reparaciones y manten. barco	18,4
Otros	6,9
Transporte hasta el lugar de destino	1,4
Otros	2,0
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Los turistas extranjeros liquidan más del 63% de su presupuesto diario en la restauración y en la realización de compras, conceptos seguidos a gran distancia por las reparaciones y mantenimientos de la embarcación que absorben un 18,4% del gasto en destino.

Actividades realizadas por los turistas náuticos en Andalucía. Turistas extranjeros. Año 2006

Actividades	%
Compras	22,3
Navegación	24,9
Pesca	8,9
Submarinismo	2,8
Windsurf, esquí acuático, Kitesurf	1,7
Práctica de otros deportes	3,6
Visita a Parques Naturales	5,4
Disfrute de sol y playa	20,2
Actividades culturales	4,1
Otros entretenimientos	1,6
Otros	4,3
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Las actividades relacionadas con la navegación (24,9%), la realización de compras (22,3%) y el disfrute del sol y de la playa (20,2%) son las principales dedicaciones en destino del turista extranjero que ha practicado turismo en los puertos náuticos de Andalucía. Cabe destacar la importancia más acusada de las compras en la nacionalidad foránea, no sólo por ser superior a la registrada por el mercado español (18,3%) sino también a la del total del segmento náutico en la Comunidad andaluza (20,3%).

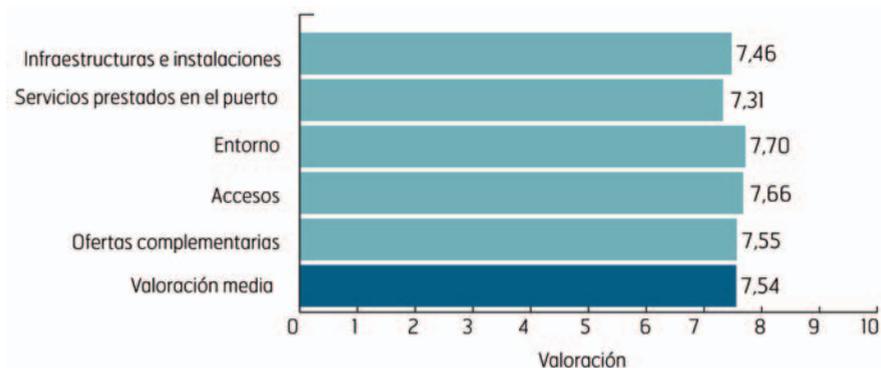
¿Cómo conoció Andalucía?. Turismo náutico. Turistas extranjeros. Año 2006

Conceptos	%
Recomendación agencias de viajes	1,1
Recomendación amigos o familiares	23,8
Experiencia propia	60,5
Folleto turísticos	1,8
Anuncios publicitarios	2,6
Organizaciones	0,5
Guías especializadas	4,5
Internet	2,6
Otros	2,7
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Seis de cada diez turistas se han basado en la experiencia propia para **conocer** Andalucía como destino para practicar turismo náutico. Asimismo, el canal de promoción fundamentado en la recomendación de amigos o familiares ha sido utilizado por el 23,8% de esta demanda, porcentaje 14 puntos superior al registrado por el total del segmento español de turismo náutico en el destino andaluz (9,8%).

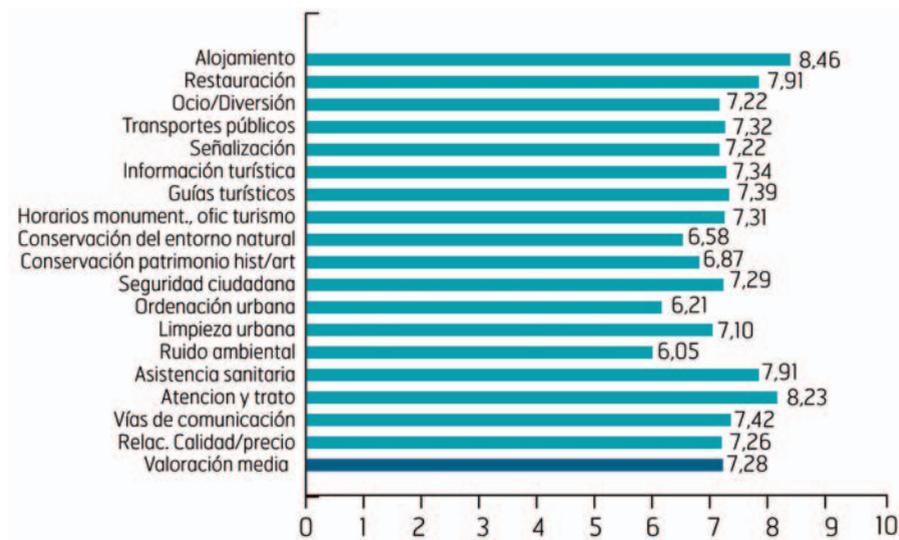
Valoración media (de 1 a 10 puntos) de los puertos deportivos de Andalucía. Turistas extranjeros. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Los puertos deportivos han sido **valorados** con una media de 7,54 puntos, siendo superior a la apreciación realizada por el total de los turistas que han practicado turismo náutico en Andalucía durante 2006 (7,12 puntos). Caben destacar el entorno (7,70 puntos) y los accesos (7,66 puntos) como los conceptos mejor valorados, ambos por encima de los 7,6 puntos.

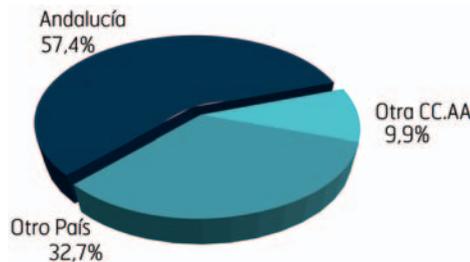
Valoración media (de 1 a 10 puntos) del viaje a Andalucía según conceptos. Turistas extranjeros. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Una vez en Andalucía, los turistas náuticos de nacionalidad extranjera han valorado el destino con una media de 7,28 puntos en una escala del 1 al 10, siendo esta puntuación superior a la otorgada por el mercado español. Todos y cada uno de los conceptos muestran valoraciones superiores a las registradas por la demanda española de este segmento turístico, siendo el alojamiento el único concepto que supera el notable en la valoración recibida (8,46 puntos).

Destinos competidores de Andalucía en turismo náutico. Turistas extranjeros. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Aunque más de la mitad de los turistas extranjeros eligieron los puertos de Andalucía para pasar sus **últimas vacaciones**, el 32,7% se decidió por otro país, siendo este porcentaje casi el doble del registrado por la media del total de turistas náuticos en el destino andaluz (17,9%).

Elección de Andalucía frente a otros destinos. Turistas extranjeros. Año 2006

Motivo	%
Precios	7,7
Clima	51,8
Instalaciones náuticas	12,2
Gastronomía	1,2
Calidad de vida / hospitalidad	8,9
Excursiones	0,3
Fiestas populares / Folklore	0,3
Conocer el destino	3,7
Otros	5,2
Cercanía / vivienda propia	2,1
Visita a familiares y amigos	6,5
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El clima es uno de los factores más decisivos a la hora de **elegir Andalucía** frente a otros destinos donde practicar turismo náutico, siendo el mercado extranjero el más influenciado por este motivo (51,8%). Asimismo, las instalaciones náuticas junto con la hospitalidad del destino y los precios son motivaciones en las que se basan más del 28,9% de la demanda extranjera de este segmento turístico.

4.2.1. La demanda del Turismo Náutico en Andalucía. Turismo británico

Gasto realizado por el turista náutico en Andalucía. Turistas británicos. Año 2006

	% participación turismo náutico británico	% participación total de turismo náutico
Reino Unido	48,7	31,1

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

En el año 2006, el 48,7% de los turistas extranjeros que han practicado turismo náutico en Andalucía poseen nacionalidad británica, destacando este porcentaje por ser superior (+17,6 puntos) al registrado por el total de turistas procedentes de Reino Unido que han elegido Andalucía como destino turístico en este mismo año (31,1%).

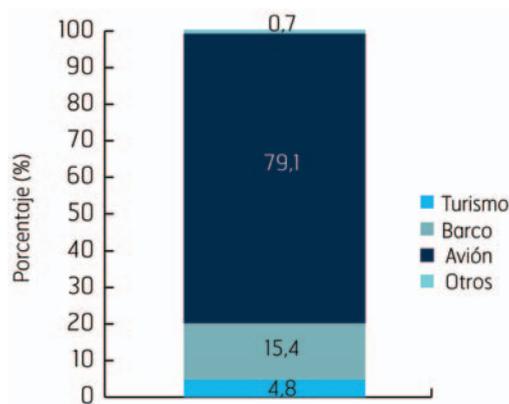
**Perfil sociodemográfico del turista náutico en Andalucía.
Turistas británicos. Año 2006**

Sexo	%
Hombre	55,9
Mujer	44,1
Total	100,0
Edad	%
Menos de 18	7,6
18-29	5,0
30-44	19,8
45-65	45,6
Más de 65	22,0
Total	100,0
Situación Laboral	%
Trabajo remunerado	38,4
En paro	0,7
Estudiante	6,2
Jubilado	49,7
Labores hogar	4,6
Otras	0,3
Total	100,0
Profesión	%
Director, gerente	32,8
Técnico superior o medio	19,5
Profesión liberal	20,7
Funcionario	6,1
Administrativo, Aux. administrativo	3,5
Empleado	8,9
Obrero	4,8
Otros	3,6
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El **perfil sociodemográfico** del turista británico se corresponde con el de una persona cuya **edad** está comprendida *entre los 45 y los 65 años* (45,6%), siendo la participación de este segmento de edad más acusada que la registrada no sólo por la nacionalidad española que practica turismo náutico en Andalucía (37,6%) sino también por la extranjera (43,3%). Así pues, este hecho se repite en el caso de la **situación laboral** donde destaca en un 49,7% de los casos la condición de *jubilado*. En cuanto a la **profesión** más común destaca la de *director gerente* seguida de la *profesión liberal* (32,8% y 20,7%, respectivamente).

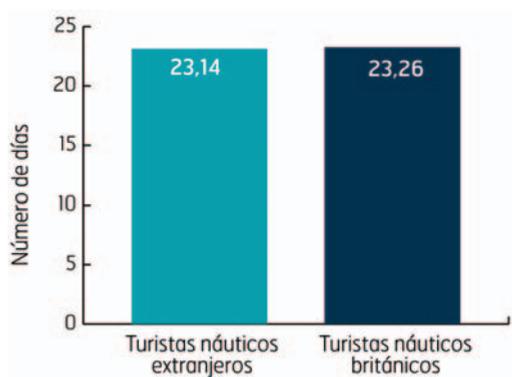
Medio de transporte utilizado para acceder a Andalucía. Turistas británicos. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El 79,1% de los turistas británicos que se desplazan a Andalucía con el objetivo prioritario de practicar turismo náutico, eligen el avión como **medio de transporte** para acceder a este destino. Este porcentaje se sitúa 8 puntos por debajo del registrado por el total de los turistas procedentes de Reino Unido que han visitado la Comunidad Andaluza durante el año 2006 (87,1%). No obstante, cabe destacar el uso del barco como medio utilizado por un 15,4% de la demanda británica.

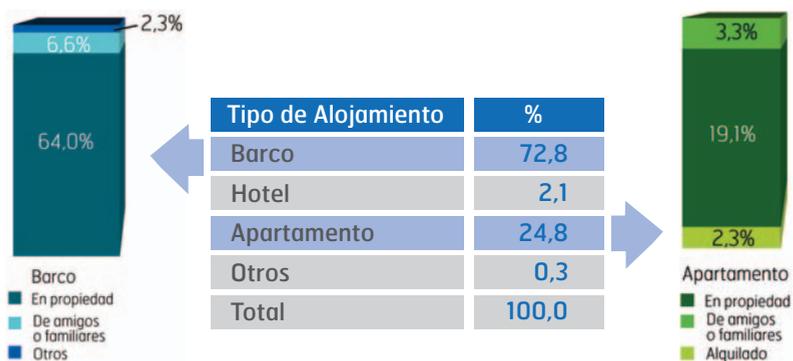
Estancia media de los turistas náuticos en Andalucía. Turistas extranjeros y británicos. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La **estancia media** en Andalucía ha sido de 23,26 días, que no sólo es ligeramente superior a la registrada por el total del mercado extranjero en los puertos andaluces, sino que también se sitúa 12,6 días por encima de la permanencia de la media del total del turismo británico en Andalucía durante el año 2006 (10,7 días).

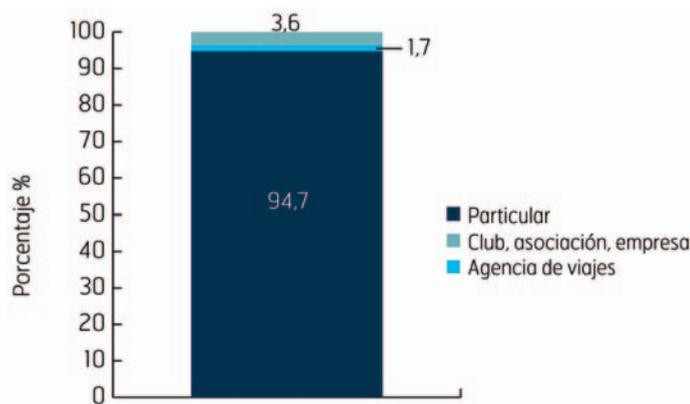
Tipo de alojamiento utilizado por el turista náutico en Andalucía. Turistas británicos. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El 64% de los turistas británicos han utilizado su propio barco para **hospedarse** en Andalucía, modalidad seguida a gran distancia por el apartamento en propiedad que acapara al 19,1% de esta demanda. Cabe destacar que el porcentaje registrado por ésta última tipología de alojamiento se sitúa por encima de la media registrada por el total de los turistas foráneos de turismo náutico (16,3%).

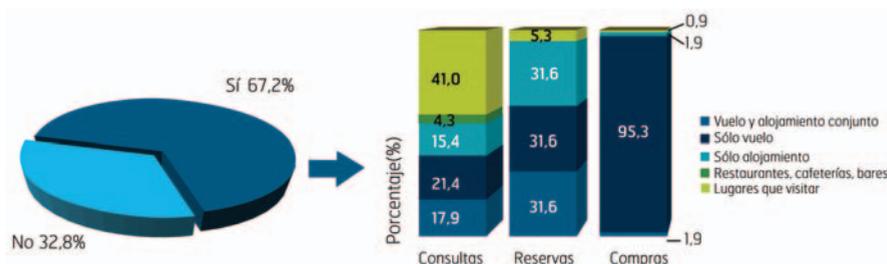
Organización del viaje del turista náutico. Turistas británicos. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Aunque casi el 95% de los turistas **organizan** su viaje de forma particular, el 3,6% hacen uso de las agencias de viaje, porcentaje éste ligeramente superior al registrado por el total de extranjeros pertenecientes a este segmento turístico (3,2%).

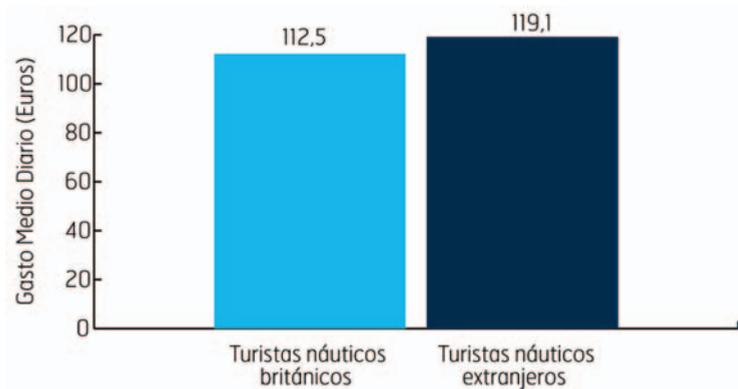
Uso de internet por el turista náutico. Turistas británicos. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

En el año 2006, la procedencia británica es la que ha registrado el mayor porcentaje en el uso de Internet a la hora de **organizar su viaje** a Andalucía. De hecho, la participación de esta herramienta es dos veces superior a la registrada por el total de la demanda de turismo náutico registrado en la Comunidad (32,4%) y se sitúa 5,5 puntos por encima de la importancia de Internet dentro del mercado náutico extranjero (61,8%). Así pues, las principales consultas realizadas buscan información acerca de lugares que visitar (41%) y la mayor parte de las reservas se basan en la provisión del vuelo, del alojamiento ó de ambos. En cuanto al total de compras realizadas, más del 95% tienen como objetivo la adquisición del billete aéreo.

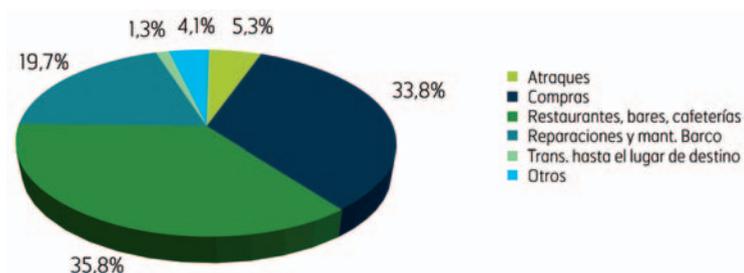
Gasto realizado por el turista náutico en Andalucía. Turistas extranjeros y británicos. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El **gasto medio diario** del turista británico se ha situado en 112,5 euros, 6,6 euros por debajo de la media registrada por el mercado extranjero (119,1 euros) pero más del doble del desembolsado por el promedio del total de turistas británicos que han elegido Andalucía como destino vacacional en el año 2006 (51,1 euros).

Distribución del gasto en destino por conceptos. Turistas británicos. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La demanda británica de turismo náutico ha liquidado el 70% del gasto en destino en los restaurantes, bares y cafeterías de Andalucía, así como en la realización de compras. Asimismo, las reparaciones y mantenimientos del barco absorben casi el 20% del presupuesto total desembolsado en Andalucía. Cabe destacar que estos tres conceptos presentan porcentajes de participación superiores a los registrados por la media del total del mercado extranjero.

Actividades realizadas por los turistas náuticos en Andalucía. Turistas británicos. Año 2006

Actividades	%
Compras	22,9
Navegación	24,9
Pesca	8,8
Submarinismo	2,7
Windsurf, esquí acuático, Kitesurf	1,5
Práctica de otros deportes	4,0
Visita a Parques Naturales	5,4
Disfrute de sol y playa	20,9
Actividades culturales	3,8
Otros entretenimientos	1,6
Otros	3,5
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Una vez en destino, navegar (24,9%), comprar (23%) y disfrutar del sol y de la playa (20,9%) son las principales **actividades realizadas** por el turista británico que elige Andalucía para practicar turismo náutico. Cabe destacar que la práctica de otros deportes (4%), se sitúa ligeramente por encima de la registrada por el mercado extranjero (3,7%) y también de la del total de este segmento en la Comunidad andaluza (2,8%).

¿Cómo conoció Andalucía?. Turismo náutico. Turistas británicos. Año 2006

Conceptos	%
Recomendación agencias de viajes	1,0
Recomendación amigos o familiares	25,0
Experiencia propia	64,9
Folleto turístico	1,4
Anuncios publicitarios	2,0
Organizaciones	0,3
Guías especializadas	2,3
Internet	2,0
Otros	1,2
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La novena parte de la demanda británica **ha conocido** Andalucía como destino de turismo náutico gracias a la experiencia propia (64,9%) y a la recomendación de amigos o familiares (25%), siendo este último canal de promoción el que adquiere una mayor relevancia respecto a las participaciones de este medio registradas por el resto de nacionalidades que disfrutaron de las peculiaridades de esta oferta turística.

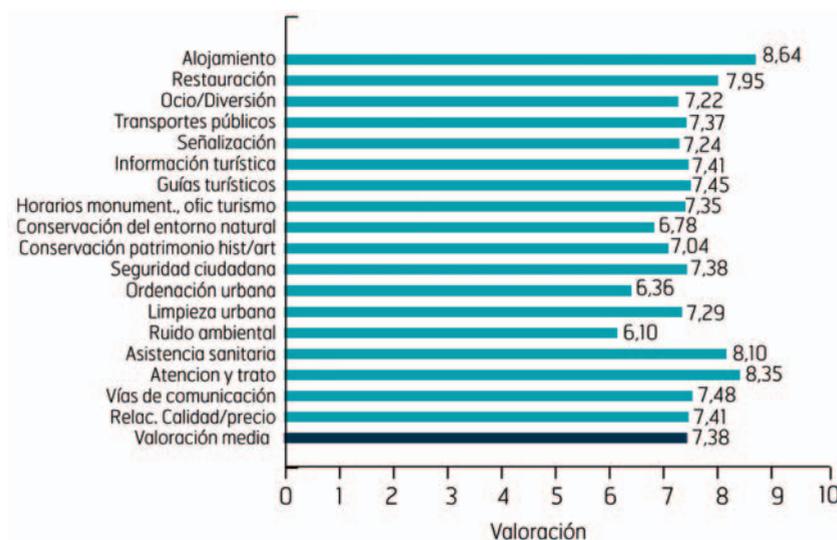
Valoración media (de 1 a 10 puntos) de los puertos deportivos de Andalucía. Turistas británicos. Año 2006

Conceptos	Espanoles (%)	Extranjeros (%)	Británicos (%)
Infraestructuras e instalaciones	6,7	7,5	7,6
Servicios prestados en el puerto	6,7	7,3	7,4
Entorno	6,6	7,7	7,9
Accesos	7,1	7,7	8,0
Oferta complementaria	6,7	7,5	7,7
Valoración media	6,8	7,5	7,7

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

De todas las procedencias objeto de estudio, la nacionalidad británica es la que otorga una mayor **valoración** a los puertos de Andalucía (7,71 puntos). Así pues, la puntuación de todos y cada uno de los conceptos se encuentra por encima no sólo de las concedidas por la demanda española de turismo náutico sino también de las dispuestas por el total del mercado extranjero. Cabe destacar el conjunto de accesos y el entorno con puntuaciones superiores a los 7,8 puntos.

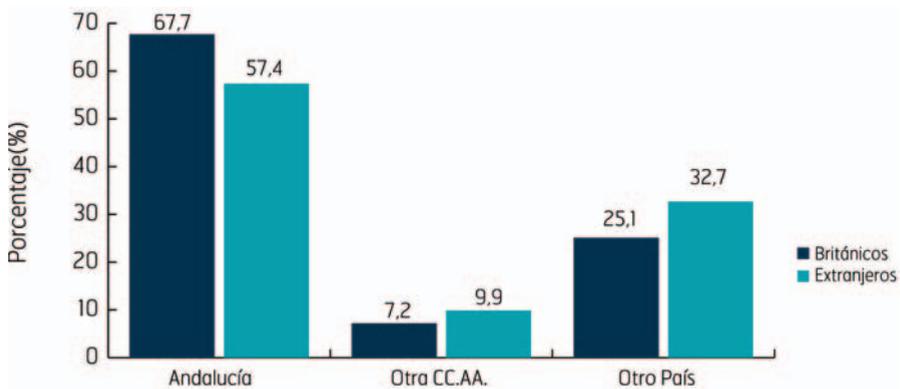
Valoración media (de 1 a 10 puntos) del viaje a Andalucía según conceptos. Turistas británicos. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

De todas las procedencias estudiadas, es también la británica la que asigna la valoración más positiva al destino andaluz (7,38 puntos), siendo el alojamiento, la atención y el trato recibido y la asistencia sanitaria los conceptos que reciben las mejores valoraciones por encima de los ocho puntos.

Destinos competidores de Andalucía en turismo náutico. Turistas británicos. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Del total de foráneos, la nacionalidad británica es la que muestra una mayor **fidelidad** al destino andaluz. De hecho, el 67,7% de los turistas procedentes de Reino Unido pasaron sus últimas vacaciones en aguas andaluzas, siendo este porcentaje 10 puntos superior al registrado por el total de extranjeros que declararon haber pasado sus últimas vacaciones en Andalucía motivados por la práctica de turismo náutico (57,4%).

Elección de Andalucía frente a otros destinos. Turistas británicos. Año 2006

Motivo	%
Precios	7,0
Clima	53,5
Instalaciones náuticas	14,2
Gastronomía	1,1
Calidad de vida / hospitalidad	9,3
Excursiones	0,3
Fiestas populares / Folklore	0,3
Conocer el destino	2,4
Otros	4,4
Cercanía / vivienda propia	1,5
Visita a familiares y amigos	5,9
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Más de la mitad de los turistas, han basado la **elección** de Andalucía frente a otros destinos en el clima, que con un porcentaje del 53,5% se ha situado casi dos puntos por encima de la participación de este fundamento registrada por el total de la nacionalidad extranjera (51,8%). No obstante, caben destacar las instalaciones náuticas que han influido en la decisión del 14,2% de la demanda británica.

5

La demanda del
TURISMO NÁUTICO EN ANDALUCÍA
según costas

5.1

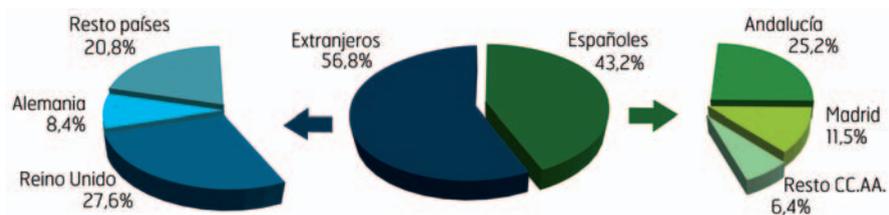
La demanda del

TURISMO NÁUTICO EN ANDALUCÍA

Costa Oriental

5.1. La demanda del turismo náutico en Andalucía. Costa oriental.

Turistas náuticos en la costa oriental andaluza según procedencia. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Dentro del litoral andaluz, es en la costa oriental donde existe una mayor presencia del turismo extranjero que llega a suponer el 57% frente a la occidental que supone el 24%. Dentro de las nacionalidades más destacadas están los británicos y alemanes, **procedencias** tradicionales en el turismo de Andalucía.

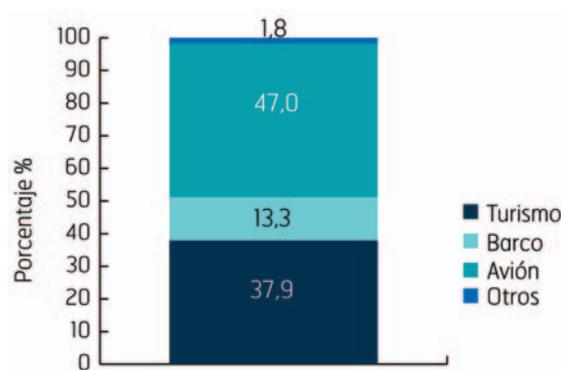
Perfil sociodemográfico del turista náutico en la costa oriental andaluza. Año 2006

Sexo	%
Hombre	55,4
Mujer	44,6
Total	100,0
Edad	%
Menos de 18	10,3
18-29	7,8
30-44	26,7
45-65	41,15
Más de 65	13,7
Total	100,0
Situación Laboral	%
Asalariado a tiempo completo	35,2
Asalariado a tiempo parcial	2,1
Autónomo	11,6
En paro	1,0
Estudiante	9,9
Retirado / Jubilado	32,5
Labores hogar	7,3
Otras	0,4
Total	100,0
Profesión	%
Director, gerente	28,9
Técnico superior o medio	20,0
Profesión liberal	22,3
Funcionario	9,1
Administrativo, Aux. administrativo	5,0
Empleado	10,3
Obrero	2,2
Otros	2,1
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Más de la mitad de los turistas náuticos de la costa oriental andaluza son mayores de 45 años, presentando este litoral una **edad** media más avanzada ya que este segmento llega a ser 10 puntos inferior en la costa occidental. Esta característica afecta de manera importante a la **situación laboral** de los turistas ya que existe una mayor importancia de los retirados/jubilados en la costa oriental, presentando casi la misma proporción que los asalariados a tiempo completo.

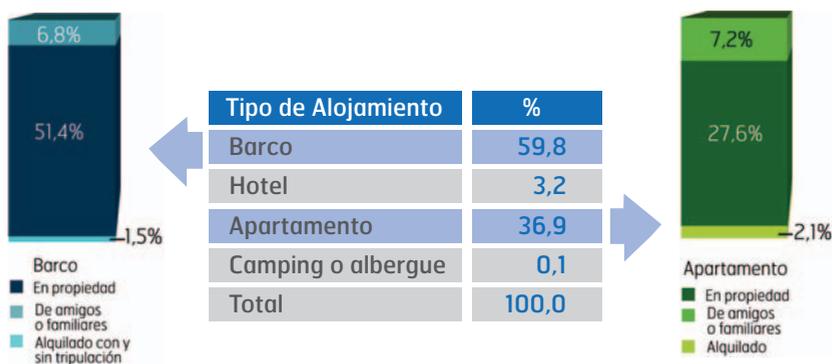
Medio de transporte utilizado para acceder a Andalucía. Costa oriental andaluza. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El hecho de que exista una mayor presencia de turismo extranjero en esta costa, hace que el avión suponga el principal **medio de transporte** para acceder a Andalucía. Así pues, 1 de cada 2 turistas eligen esta opción. Obviamente, destaca el barco, que en esta tipología turística alcanza el 13,3% mientras que como media en el total del turismo sólo llega a representar el 0,9%.

Tipo de alojamiento utilizado por el turista náutico en la costa oriental andaluza. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La mayoría de los turistas náuticos de la costa oriental andaluza (96,6%) optan por dos tipologías de **alojamiento**, barco o apartamento y en ambos casos es la propiedad la opción más habitual, siendo más relevante en el caso de los barcos ya que 1 de cada 2 turista náuticos de esta costa optan por su propia embarcación como forma de alojamiento.

Organización del viaje del turista náutico. Costa oriental andaluza. Año 2006

Organización del viaje	%
Particular	97,1
Club, asociación, empresa	1,0
Agencia de Viajes	2,0
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La utilización de intermediarios para **organizar** el viaje a Andalucía en este segmento turístico no es habitual en general ni en particular para los turistas náuticos de la costa oriental andaluza que tan sólo llegan a representar el 3% del total.

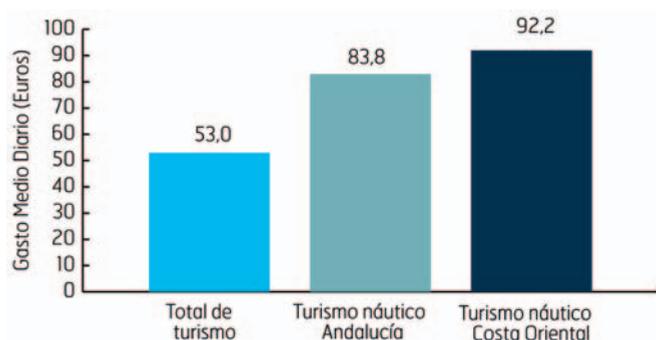
Uso de Internet por el turista náutico. Costa oriental andaluza. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Lo más relevante de los turistas náuticos que **usan Internet** es que realizan el proceso completo, que consiste en comprar el producto además de consultar y reservarlo, en el 91% de los casos para adquirir el billete de avión, comportamiento que se ve más acentuado en el caso de la costa oriental andaluza por el mayor uso del transporte aéreo que realizan los turistas náuticos que visitan esta zona.

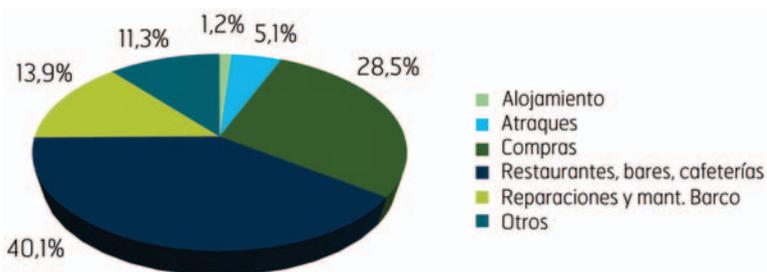
Gasto realizado por el turista náutico en la costa oriental andaluza. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El **gasto** que realizan los turistas náuticos en el destino turístico andaluz es mayor en casi 20 euros en la costa oriental que en la occidental, debido a la mayor presencia de extranjeros en esta zona, que en términos generales realizan un gasto medio diario superior.

Distribución del gasto en destino por conceptos. Turista náutico en la costa oriental andaluza. Año 2006

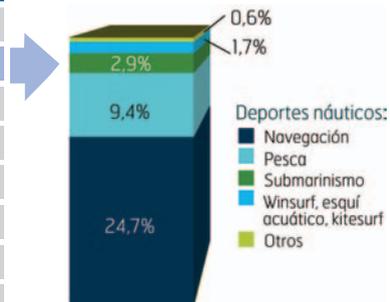


Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El gasto realizado en restaurantes, bares y cafeterías de la costa oriental andaluza acaparan el 40% del presupuesto del turista náutico, seguido por el gasto en compras (28,5%). Destaca como gasto importante de esta tipología de turismo el que realizan en las reparaciones y mantenimiento del barco (13,9%).

Actividades realizadas por los turistas náuticos en la costa oriental andaluza. Año 2006

Actividades	%
Compras	22,2
Deportes Náuticos	39,3
Práctica de otros deportes	3,8
Visita a Parques Naturales	5,0
Disfrute de sol y playa	21,8
Actividades culturales	3,7
Otros entretenimientos	1,5
Otros	2,7
Total	100,0



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El disfrute del sol y de la playa así como la práctica de deportes náuticos, principalmente la navegación, son las **actividades** más frecuentes realizadas por los turistas náuticos en la costa oriental andaluza. A estas actividades propiamente relacionadas con este segmento habría que añadir las compras que son realizadas por el 22,2% de estos turistas.

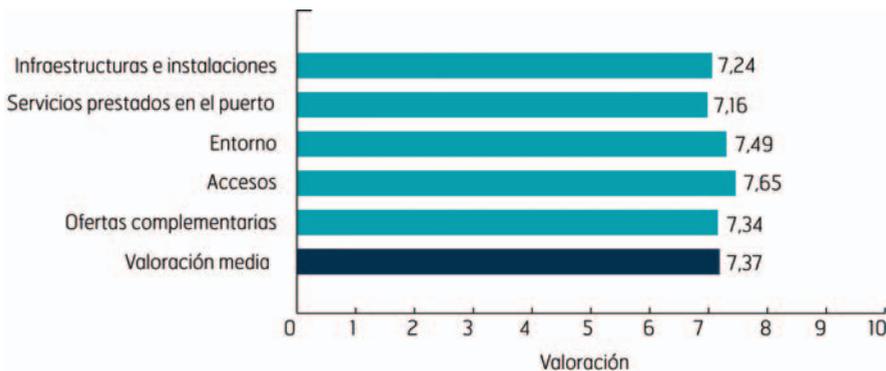
¿Cómo conoció Andalucía? Turismo náutico en la costa oriental andaluza. Año 2006

Conceptos	%
Recomendación agencias de viajes	0,7
Recomendación amigos o familiares	15,6
Experiencia propia	75,8
Folletos turísticos	1,1
Anuncios publicitarios	1,2
Organizaciones	0,3
Guías especializadas	1,9
Internet	1,6
Otros	2,0
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Los turista náuticos en general y en la costa oriental en particular, **conocen** el destino turístico andaluz principalmente por su propia experiencia, llegando a alcanzar el 76%, porcentaje muy superior al que registra la media del total del turismo (36%).

Valoración media (de 1 a 10 puntos) de los puertos deportivos de la costa oriental andaluza. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Los puertos deportivos de la costa oriental andaluza reciben una **puntuación media** superior a la costa occidental en todos los conceptos, alcanzando una valoración media de 7,37 puntos, 0,66 puntos más. Destaca el conjunto de accesos como el ítem mejor valorado en ambas costas.

Valoración media (de 1 a 10 puntos) del viaje a Andalucía según conceptos. Turista náutico en la costa oriental andaluza. Año 2006

Conceptos	Puntos
Alojamiento	8,25
Restauración	7,87
Ocio / Diversión	7,21
Transportes públicos	7,05
Señalización	7,07
Información turística	7,19
Guías turísticos	7,10
Horarios monumentos y oficina turismo	7,09
Conservación del entorno natural	6,23
Conservación patrimonio hist /art	6,47
Seguridad ciudadana	7,08
Ordenación urbana	5,80
Limpieza urbana	6,85
Ruido ambiental	5,81
Asistencia sanitaria	7,52
Atención y trato	8,07
Vías de comunicación	7,19
Relación calidad-precio	6,87
Valoración media	7,04

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

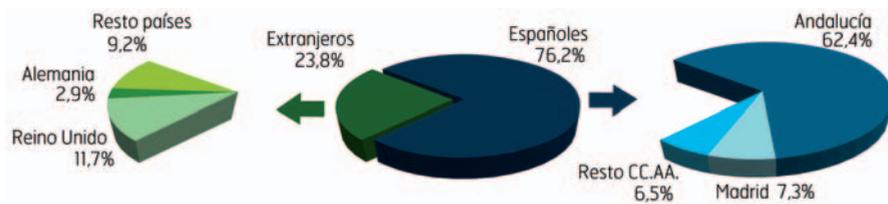
Los turistas náuticos de la costa oriental dan al destino andaluz una **valoración** de notable, destacando la oferta de alojamiento y la atención y el trato recibidos que reciben puntuaciones superiores a 8. En el otro extremo, aunque con aprobado, se encuentra el ruido ambiental (5,8 puntos).

5.2

La demanda del
TURISMO NÁUTICO EN ANDALUCÍA
Costa Occidental

5.2. La demanda del turismo náutico en Andalucía. Costa occidental

Turistas náuticos en la costa occidental andaluza según procedencia. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Existe una diferencia importante por costas en cuanto a la **procedencia** de los turistas náuticos: mientras en la oriental tiene un peso relevante el turismo extranjero (57%), en la costa occidental esta presencia se reduce al 24% caracterizándose por el hecho de que casi 8 de cada 10 turistas son españoles, destacando además que el 82% de éstos proceden de la propia región.

Perfil sociodemográfico del turista náutico en la costa occidental andaluza. Año 2006

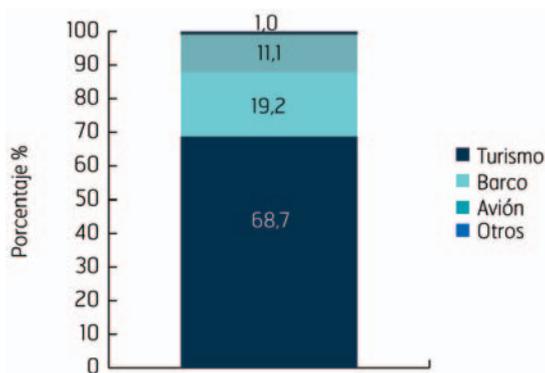
Sexo	%
Hombre	56,4
Mujer	43,6
Total	100,0
Edad	%
Menos de 18	14,6
18-29	8,1
30-44	31,7
45-65	38,0
Más de 65	7,6
Total	100,0
Situación Laboral	%
Asalariado a tiempo completo	59,2
Asalariado a tiempo parcial	0,2
Autónomo	4,4
En paro	1,0
Estudiante	12,4
Retirado / Jubilado	13,7
Labores hogar	8,6
Otras	0,3
Total	100,0
Profesión	%
Director, gerente	27,4
Técnico superior o medio	26,6
Profesión liberal	18,4
Funcionario	13,3
Administrativo, Aux. administrativo	4,4
Empleado	7,0
Obrero	0,6
Otros	2,2
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Aunque el segmento de **edad** más predominante entre los turistas náuticos de Andalucía en ambas costas es el comprendido entre 45 y 65 años, la diferencia entre zonas se observa principalmente porque la costa occidental registra porcentajes más elevados en los intervalos de edad menores.

Aproximadamente, 6 de cada 10 turistas náuticos de la costa occidental andaluza son asalariados a tiempo completo. De estos, el 54% tienen **profesiones** de cualificación alta (director gerente o técnico superior/medio).

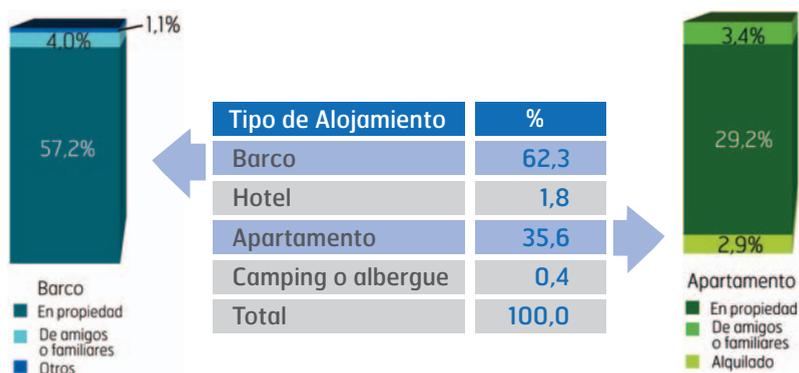
Medio de transporte utilizado para acceder a Andalucía. Costa occidental andaluza. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El **medio de transporte** elegido mayoritariamente por los turistas náuticos de la costa occidental para acceder a Andalucía es el coche (69%), elección que viene influenciada por la mayor presencia de turistas españoles, principalmente andaluces. Situación contraria a la que tiene lugar en la costa oriental, en la que toma mayor relevancia el avión por la mayor importancia del turismo extranjero mientras que el coche solo llega a representar el 38%.

Tipo de alojamiento utilizado por el turista náutico en la costa occidental andaluza. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Los turistas náuticos de la costa occidental andaluza se alojan principalmente en barco o apartamento que conjuntamente suponen el 98%. En ambos casos la opción más relevante es el alojamiento en propiedad.

No existe una estructura de **alojamiento** muy diferente entre ambas costas andaluzas. No obstante, destaca que es más habitual en esta zona que el turista náutico disponga de un barco o apartamento en propiedad dada la importancia de la procedencia andaluza.

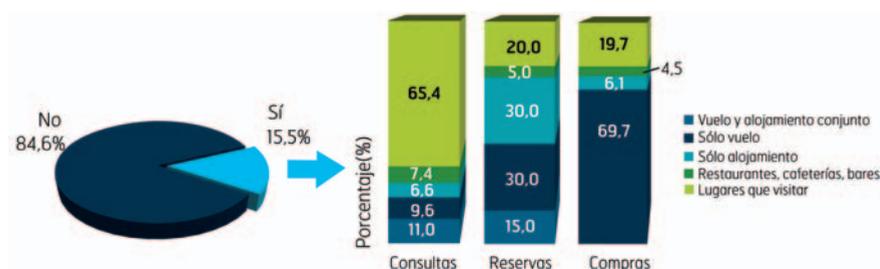
Organización del viaje del turista náutico. Costa occidental andaluza. Año 2006

Organización del viaje	%
Particular	96,6
Club, asociación, empresa	2,3
Agencia de Viajes	1,1
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Casi la totalidad de los turistas náuticos de la costa occidental andaluza **organizan** su viaje de forma particular, es decir, no utilizan ningún tipo de intermediarios (club, asociaciones, agencias de viajes, etc.). Esta conclusión es trasladable también a los turistas de la costa oriental de Andalucía.

Uso de Internet por el turista náutico. Costa occidental andaluza. Año 2006

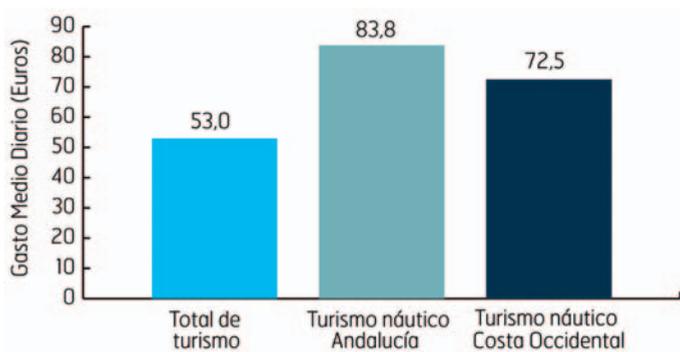


Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

A la hora de organizar el viaje a Andalucía, **Internet** no es una herramienta muy habitual entre los turistas náuticos, registrando el porcentaje más bajo los de la costa occidental (15,5%), debido, en parte, a la mayor presencia del turista nacional para quienes, en una proporción alta, el destino andaluz es habitual en sus viajes.

Dentro de los turistas náuticos de la costa occidental andaluza que utilizan Internet, la consulta más habitual es sobre los lugares a visitar, si deciden reservar existe una misma proporción entre vuelos y alojamiento mientras que las compras por Internet se concentran en su gran mayoría (70%) en el transporte aéreo.

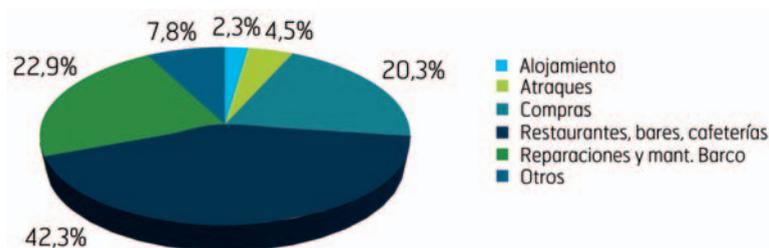
Gasto realizado por el turista náutico en la costa occidental andaluza. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

El **gasto diario** que realiza como media un turista náutico en la costa occidental andaluza se estima en 72,45 euros, superior a la media del turista general en 19,42 euros. Sin embargo, esta zona registra un gasto en destino menor que la costa oriental, hecho afectado por las diferentes pautas de consumo que realizan las diferentes procedencias predominantes, españoles en el caso del litoral occidental.

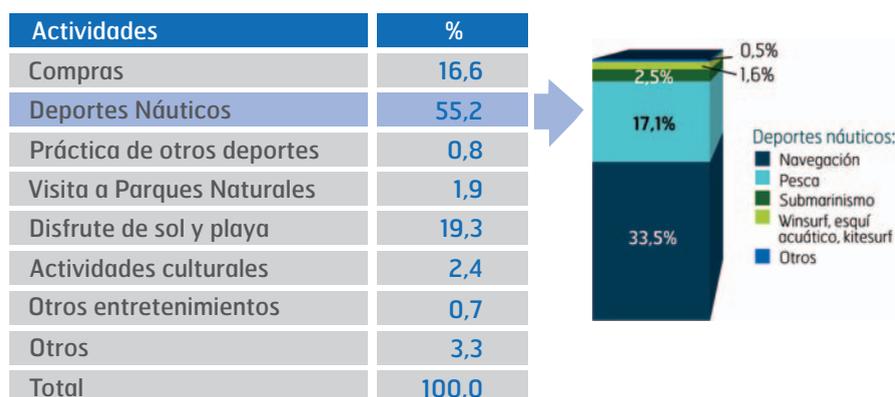
Distribución del gasto en destino por conceptos. Turista náutico en la costa occidental andaluza. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Tan solo tres conceptos llegan a suponer el 85,5% del presupuesto de un turista náutico en la costa occidental andaluza, destacando el gasto en restauración (42,3%), seguido por las reparaciones y mantenimiento del barco así como por las compras realizadas en destino que acaparan el 23% y 20% respectivamente.

Actividades realizadas por los turistas náuticos en la costa occidental andaluza. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Aunque la gran mayoría de los turistas náuticos (casi el 70%) realizan tres **actividades** durante su estancia en Andalucía: navegación, disfrute del sol y la playa y las compras, cabe destacar que sí existe una mayor relevancia de los deportes náuticos en la costa occidental frente a la oriental (55,2% frente al 39,3%), principalmente los relativos a navegación y pesca.

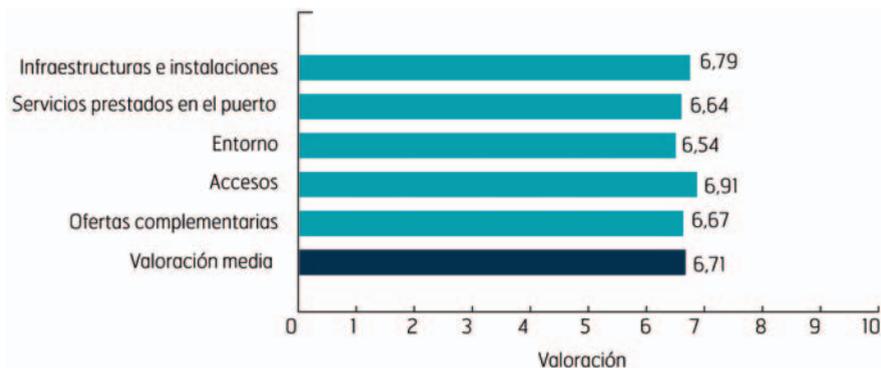
¿Cómo conoció Andalucía? Turismo náutico en la costa occidental andaluza. Año 2006

Conceptos	%
Recomendación agencias de viajes	1,0
Recomendación amigos o familiares	17,7
Experiencia propia	70,2
Folleto turístico	1,9
Anuncios publicitarios	2,4
Organizaciones	1,2
Guías especializadas	3,0
Internet	1,0
Otros	1,6
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Siete de cada diez turistas náuticos de la costa occidental conocen el destino andaluz por propia experiencia seguidos a gran distancia por aquellos que vienen recomendados por amigos y familiares (17,7%). El resto de los conceptos contemplados no alcanzan en ningún caso el 5% de importancia.

Valoración media (de 1 a 10 puntos) de los puertos deportivos de la costa occidental andaluza. Año 2006



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

Los puertos deportivos de la costa occidental andaluza son algo menos valorados que los de la costa oriental, alcanzando una **valoración** media de 6,71 puntos y destacando que no existen grandes diferencias de puntuación entre los conceptos considerados, ya que todos ellos se encuentran entre 6,5 y 6,9 puntos.

Valoración media (de 1 a 10 puntos) del viaje a Andalucía según conceptos. Turista náutico en la costa occidental andaluza. Año 2006

Conceptos	Puntos
Alojamiento	8,20
Restauración	7,10
Ocio / Diversión	6,50
Transportes públicos	6,77
Señalización	6,63
Información turística	6,93
Guías turísticos	7,31
Horarios monumentos y oficina turismo	7,07
Conservación del entorno natural	6,60
Conservación patrimonio hist /art	7,09
Seguridad ciudadana	6,36
Ordenación urbana	6,46
Limpieza urbana	6,12
Ruido ambiental	6,21
Asistencia sanitaria	6,85
Atención y trato	7,62
Vías de comunicación	6,61
Relación calidad-precio	6,51
Valoración media	9,83

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. SAETA

La **valoración media** que ofrecen los turistas náuticos de la costa occidental a su viaje a Andalucía es de 6,83 puntos, en una escala de 1 a 10 puntos. Todos los conceptos son valorados por encima de los 6 puntos destacando la oferta de alojamiento que es el único item que alcanza una puntuación superior a ocho.