

Turismo andaluz en Andalucía

Año 2019

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Junta de Andalucía

Andalucía

TURISMO ANDALUZ EN ANDALUCÍA. AÑO 2019

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

COLECCIÓN

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos

EDITA

Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n

41092 Sevilla

Formulario de contacto:

http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/opencms/ciudadania/servicio-atencion-ciudadania/peticion/index.html?cat_servicio_id=22

ELABORA

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.

C/ Compañía nº 40

29008, Málaga

T. 951 299 300 Fax. 951 299 365

Correo e.: saeta@andalucia.org

Publicado en Sevilla (España)

Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones

<https://www.juntadeandalucia.es/cultura/idea/opacidea/abnetl.cgi?SUBC=210701>

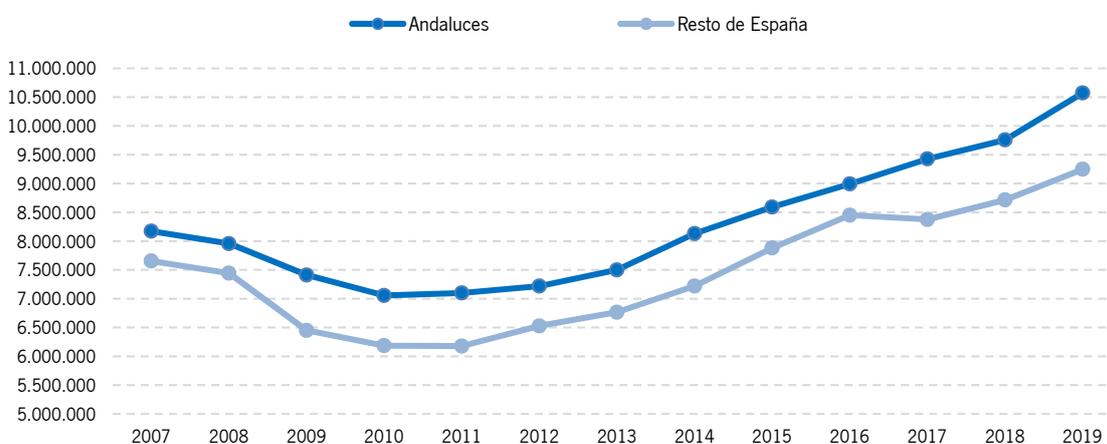
Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos siempre que se indique la fuente.

TURISMO ANDALUZ EN ANDALUCÍA. AÑO 2019

En el año 2019, Andalucía ha recibido un total de 19,8 millones de turistas nacionales, de los cuales 10,6 millones proceden de Andalucía y 9,2 millones del resto de España. Ambas cifras, no sólo suponen un incremento respecto al pasado año del +8,1% y +5,7%, respectivamente, sino también un récord histórico de estas visitas desde se tienen datos.

En el siguiente gráfico se puede apreciar la tendencia creciente de ambos mercados en Andalucía, sólo interrumpida en el caso del emisor procedente del resto de España por un leve descenso observado en 2017. En este contexto, destacar que la tasa media de variación acumulada de los últimos cuatro años del emisor andaluz no sólo es superior a la registrada en el resto del mercado nacional, sino también a la observada para el total de turistas que han visitado Andalucía, cifrándose en un +5,5% frente a +3,0% y 4,8%, respectivamente.

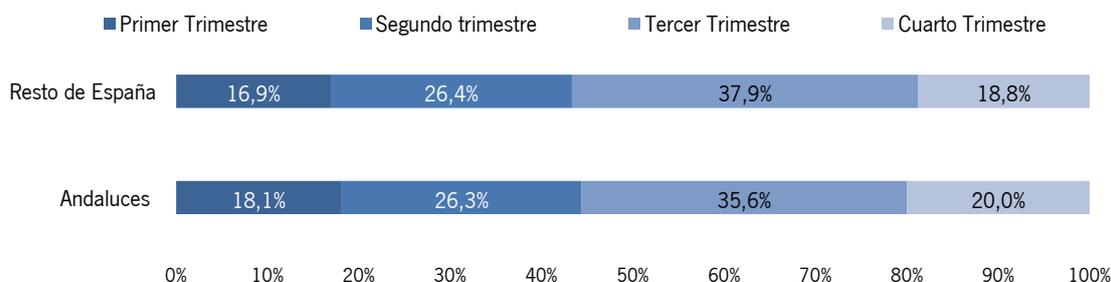
Turistas andaluces y del resto de España en Andalucía. Evolución 2007- 2019



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

El tercer trimestre es el preferido para visitar Andalucía tanto para andaluces como para los procedente del resto del España. No obstante, salvo en el segundo trimestre, se observan diferencias en la distribución de turistas andaluces a **lo largo del año** en su comparación con el procedente del resto de España, ya que el turista andaluz concentra un menor número de visitas en el tercer trimestre y algo más en el primer y cuarto trimestre.

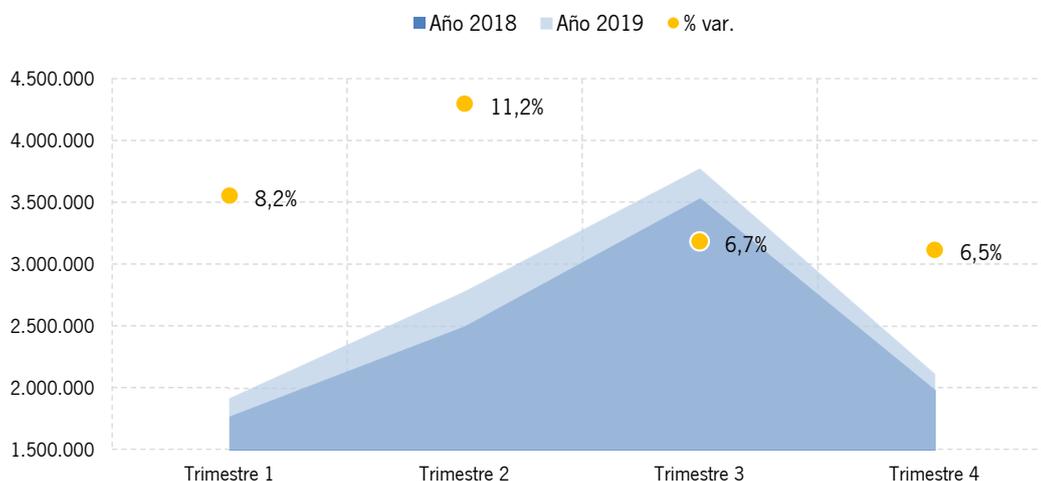
Distribución trimestral del turismo en Andalucía según procedencia. Año 2019.



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

En este contexto, cabe destacar la buena evolución del mercado andaluz en cada uno de los trimestres de 2019, con tasas de variación positivas en cada uno de ellos, siendo el segundo el de mayor intensidad (+11,2%), tal y como se puede observar en el siguiente gráfico.

Turistas andaluces en Andalucía por trimestres. % Var Año 2019/18.



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

La **estancia media** en la Comunidad de los andaluces que visitan Andalucía se sitúa en 5,5 días, aproximadamente dos días por debajo de la registrada por aquellos que proceden del resto de España (7,5 días). Esta diferencia se hace más acusada en su comparativa con la estancia registrada por el total de turistas (+8,2 días), situándose más de dos días y medio por debajo. Respecto a 2018, destacar que mientras en la permanencia de los andaluces en nuestra Comunidad se registra un descenso (-0,28 días), en la del emisor del resto de España se presenta un ligero crecimiento (+0,05 días).

En cuanto al **gasto realizado en el destino andaluz**, continúa siendo más comedido en el caso de los turistas andaluces, cifrándose el de los turistas procedentes del resto de España casi 8 euros por encima. Sin embargo, el mercado andaluz ha aumentado su gasto medio diario en +1,19 euros respecto al año 2018, cantidad superior a las registradas tanto por el resto de España (+0,08 euros) como por el total de turistas (+0,83 euros).

Gasto medio diario (euros) según procedencia. Año 2018 y 2019

Gasto medio diario (euros)	Año 2018	Año 2019	Diferencia
Andaluces	55,95	57,15	+1,19
Resto de España	64,78	64,86	+0,08
Total Turistas	66,76	67,59	+0,83

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

La principal partida de este gasto es la **restauración**, tanto en el caso del turista andaluz (40,1%) como en el que procede del resto de España (37,0%), ambos por encima de la cuota registrada por el total de turistas que visitan Andalucía (36,6%). Le sigue a gran distancia en los dos mercados, el gasto en alojamiento, siendo la participación en el caso del turista andaluz inferior a la registrada por el resto de turistas nacionales, un 25,8% frente a un 29,0%, respectivamente.

Obviamente, el coche es el principal **medio de transporte** utilizado por los andaluces para visitar Andalucía (81,4%). Los turistas procedentes del resto de España reducen el uso de este medio en favor del avión (23,9%), habiéndose incrementado este porcentaje +3,6 puntos en su comparativa con el año pasado.

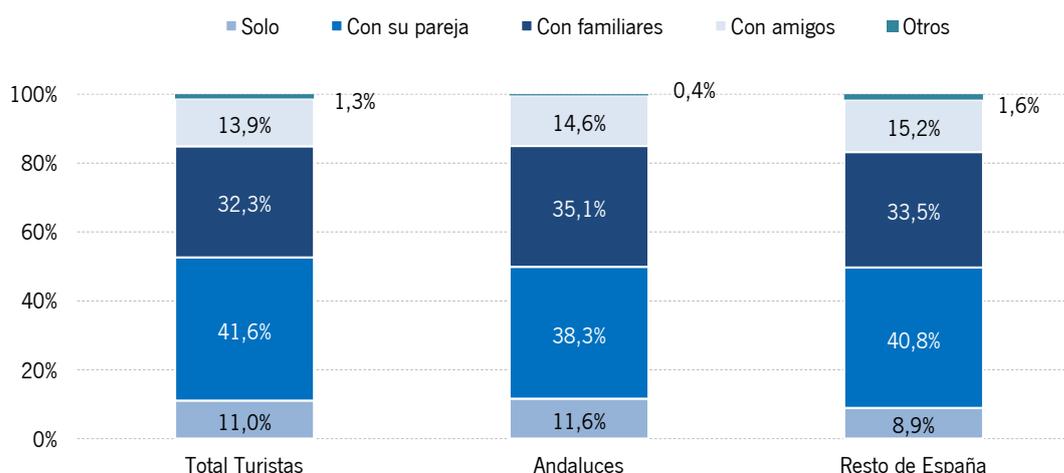
A la hora de **alojarse en Andalucía**, el alojamiento hotelero continúa siendo mayoritario, si bien los turistas procedentes otras Comunidades registran un porcentaje de uso superior al que presentan los propios andaluces (65,7% y 61,9%, respectivamente). Le sigue en relevancia la tipología apartamento, siendo más frecuente en el caso de los andaluces (33,0% frente a 30,7%). Respecto a 2018, resaltar que en ambos mercados se observa un aumento en el uso del alojamiento hotelero en detrimento de la figura del apartamento (+3,1 puntos y -3,3 puntos el andaluz; +4,3 puntos y -4,7 puntos el resto de España)

Nueve de cada diez andaluces que **organizan su viaje** a Andalucía lo hace de manera particular, siendo este porcentaje similar al registrado en 2018. Para el resto de turistas nacionales que visitan el destino andaluz, si bien esta participación es algo más comedida (84,7%), ha aumentado en más de tres puntos porcentuales respecto a la observada en 2018.

El **uso de Internet** como herramienta para consultar, reservar o comprar algún servicio turístico en el viaje a Andalucía se encuentra muy extendido. En 2019 la cuota de participación se cifra en un 55,6% para el mercado andaluz y en un 58,1% para el resto de España. Ahora bien, en ambos mercados, el uso de la Red es mayor a la hora de efectuar una reserva (en torno al 88%) y se sitúa por encima del 60% para incorporar internet al proceso de compra, concretamente 62,0% andaluz y 67,3% resto de España.

Los turistas andaluces que visitaron Andalucía en 2019 viajaron acompañados en su mayoría por sus parejas (38,3%) o por otros familiares (35,1%), que son también las opciones de **composición del grupo de viaje** más habituales en cualquier emisor. Respecto al año 2018, se han reducido el número de turistas andaluces que viajan acompañados de su pareja al tiempo que han aumentado aquellos que viajan acompañados de familiares o de amigos. En este contexto, destacar que los porcentajes de ambas categorías se sitúan por encima de la media de Andalucía. Esta situación es extensible al emisor procedente del resto de España.

Composición del grupo de viaje. Tota Turistas, Andaluces y Resto de España. Año 2019



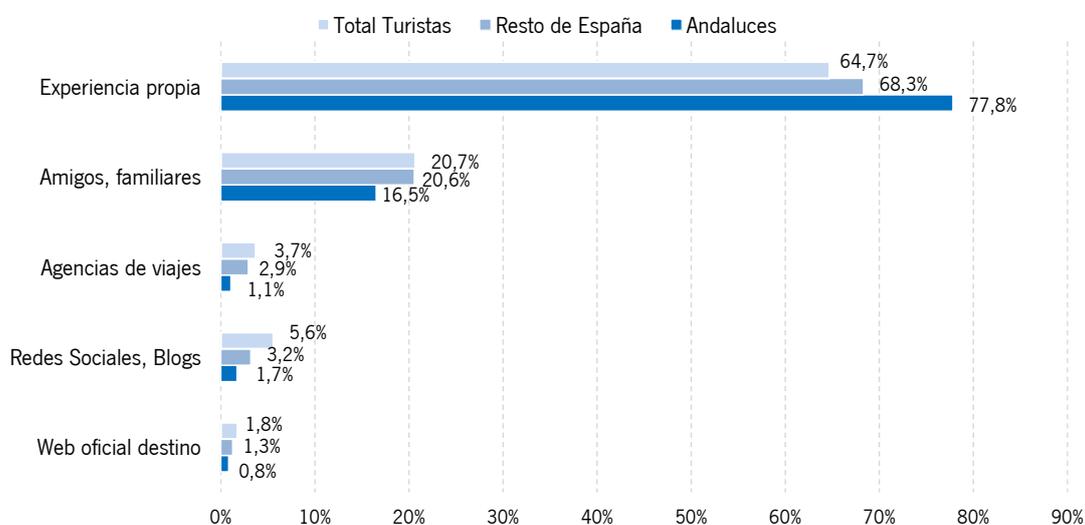
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Disfrutar de las vacaciones o del tiempo de ocio es la **principal motivación** de los turistas que eligen Andalucía como destino. La visita a monumentos (26,1%), el clima (24,4%) y disfrutar de las playas (20,5%) son los principales factores que los andaluces han tenido en cuenta a la hora de **elegir** Andalucía como destino de sus vacaciones. En este contexto, destacar la apuesta del mercado andaluz por el turismo cultural, ya que el resto de emisores (nacional o extranjero) señalan al clima como primer factor de elección en este año 2019.

En 2019, la **valoración** que han otorgado los turistas andaluces a la Comunidad ha sido de 8,3 puntos, calificación similar a la registrada en 2018. Entre los conceptos mejor valorados destacan la atención y el trato recibido como el ítem de mayor puntuación, concretamente 8,8 puntos. Le sigue muy de cerca el patrimonio cultural y los paisajes y parques naturales con una calificación de 8,7 puntos, respectivamente. En el caso del mercado procedente del resto de España, la valoración global del destino es ligeramente superior a la otorgada por el andaluz (8,4 puntos), donde la atención y el trato recibidos en la Comunidad junto al patrimonio cultural son los que han conseguido la calificación más elevada en este mercado (8,8 puntos, cada uno).

La experiencia propia continúa siendo el principal canal a la hora de dar a conocer Andalucía, especialmente para el caso del mercado andaluz. Así, el 77,8% de los andaluces **han conocido** el destino andaluz por ellos mismos, mientras que el 16,5% lo ha hecho a través de la recomendación de familiares y amigos. La preferencia de estos canales es la misma para el mercado procedente del resto de España, si bien la experiencia propia registra una participación más comedida (68,3%) y la recomendación de amigos y familiares un porcentaje más acusado (20,6%)

Canales de información sobre el destino Andalucía según procedencia. Año 2019



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA

En 2019 el **perfil sociodemográfico** del turista andaluz que visita Andalucía se corresponde con una participación similar tanto de hombres (50,2%) como de mujeres (49,8%), situación que no se observa en el caso del que procede del resto de España, donde las mujeres tienen una mayor participación (52,2%).

El intervalo de **edad** de mayor peso es el comprendido entre los 30 y 64 años en ambos mercados. No obstante, el turista andaluz tiene un perfil más joven que el del turista procedente del resto de España, ya que el 61,3% de los visitantes andaluces sitúan su edad por debajo de los 44 años, para el resto de España este porcentaje se sitúa en el 52,8%.

Estructura de edad según procedencia. Año 2019.

Edad	Andaluces	Resto de España
Menos de 18 años	9,6%	9,3%
De 18 a 29 años	22,9%	17,6%
De 30 a 44 años	28,9%	25,9%
De 45 a 64 años	28,3%	31,6%
Más de 65 años	10,3%	15,6%

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

La **situación laboral** más frecuente a la hora de visitar Andalucía es la remunerada, tanto en el caso del turista andaluz (62,9%) como en el que procede del resto de España (62,2%). Le sigue en orden de importancia, ser estudiante o ser retirado/jubilado según la procedencia nacional que se esté analizando (16,6% y 18,8%, respectivamente).

Tabla resumen: Perfil del turista andaluz en Andalucía. Año 2019.

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2019 (millones)	10,6
Gasto medio diario en destino: euros	57,15
Estancia media: Número de días	5,5
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	35,6%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Mujer	50,9%
Edad: De 30 a 64 años	57,2%
Situación laboral: Ocupado	62,9%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: Alojamiento Hotelero	61,9%
Principal medio de transporte: Coche	81,4%
Uso de intermediarios: Porcentaje	9,4%
Uso de internet: Porcentaje	55,6%
Para qué utilizó internet: Reserva	87,5%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Vista a monumentos: Porcentaje	26,1%
- Clima: Porcentaje	24,4%
- Playa: Porcentaje	20,5%
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	77,8%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa: Porcentaje	43,3%
- Visitas a monumentos y museos: Porcentaje	30,9%
- Observación de la naturaleza: Porcentaje	22,9%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,3
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Atención y trato recibido	8,8
- Paisajes y parques naturales	8,7
Grado de fidelidad: Porcentaje	72,3%
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.	

Tabla resumen: Perfil del turista del resto de España en Andalucía. Año 2019.

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2019 (millones)	9,3
Gasto medio diario en destino: euros	64,86
Estancia media: Número de días	7,5
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	37,9%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Hombre	50,2%
Edad: De 45 a 64 años	31,6%
Situación laboral: Ocupado	62,2%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: Alojamiento hotelero	65,7%
Principal medio de transporte: Coche	57,4%
Uso de intermediarios: Porcentaje	15,3%
Uso de internet: Porcentaje	61,6%
Para qué utilizó internet: Reserva	89,9%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Clima: Porcentaje	30,0%
- Visita a monumentos: Porcentaje	24,5%
- Playa: Porcentaje	18,8%
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	68,3%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa: Porcentaje	45,8%
- Visita a monumentos y museos:: Porcentaje	37,0%
- Compras: Porcentaje	24,8%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,4
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Atención y trato recibido y Patrimonio Cultural	8,8
- Paisajes y parques naturales	8,7
Grado de fidelidad: Porcentaje	48,2%
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.	