

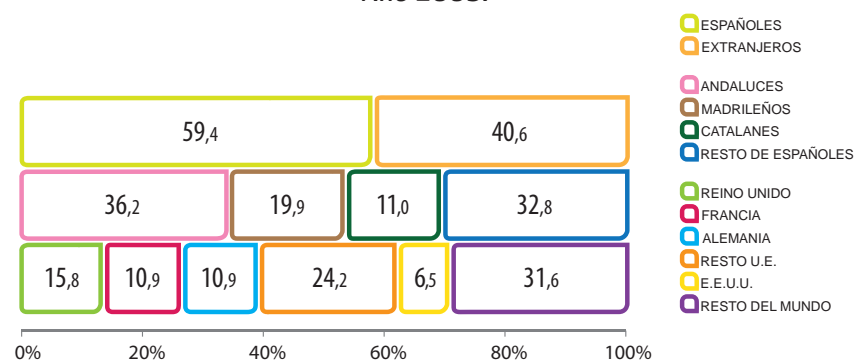
VII.2. TURISMO CULTURAL EN ANDALUCÍA. AÑO 2009

Análisis General

Según explotaciones basadas en la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía se ha estimado que aproximadamente **1 de cada 4 turistas** de los que Andalucía recibió a lo largo de 2009 son turistas cuya **motivación principal** a la hora de elegir el destino andaluz, como lugar donde pasar las vacaciones, es la **visita a monumentos**. Estos turistas han generado unos **ingresos** en torno a los **2.200 millones de euros**.

De ellos el 59,4% eran españoles, **procedentes** mayormente de Andalucía, Madrid y Cataluña, y el resto extranjeros, con origen principalmente, en Reino Unido, Francia y Alemania. Algo más de la mitad de los turistas (55%) accedieron a Andalucía a través del coche particular y el 26% lo hizo en avión. El tercer **medio de transporte** más representado ha sido el tren, utilizado por el 11%. Entre los extranjeros es más frecuente el uso del avión (75%) y entre los españoles el coche particular (72%).

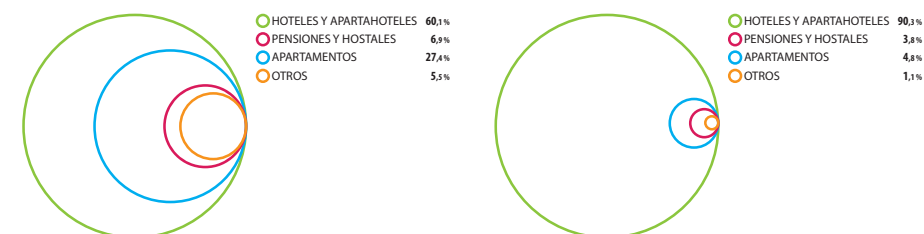
Distribución porcentual de los turistas culturales según procedencia. Año 2009.



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

El **tipo de alojamiento** elegido preferentemente por la mayoría es el hotelero (90%) situándose más de 20 puntos por encima de la media total de los turistas. Españoles y extranjeros tienen las mismas preferencias y muestran un comportamiento similar, dándole bastante prioridad a este tipo de alojamiento.

Distribución porcentual de los turistas del segmento cultural según tipo de alojamiento. Año 2009.



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

En cuanto a la composición del **grupo de viaje**, algo más de dos tercios de los turistas viaja acompañado por su pareja, le sigue a gran distancia por orden de importancia el grupo de los que viajan con familiares (14%). Estas dos modalidades son también las más importantes tanto para los turistas españoles como para los foráneos, pero se diferencian en cuantía, menor para los turistas extranjeros, a favor de la modalidad viajar acompañado de amigos, tal y como se aprecia en el gráfico. El tamaño medio del **grupo turístico** es de 2 personas.

La **organización del viaje** se lleva a cabo de forma particular, cualquiera que sea la procedencia, en más del 80% de las ocasiones. Los turistas españoles acuden a un intermediario en el 16% de los casos, porcentaje que se reduce al 13% para los extranjeros.

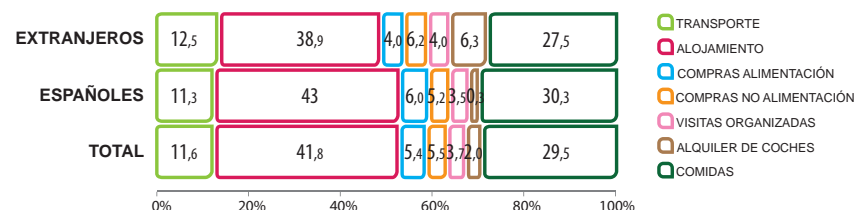
Más de la mitad de los turistas que han visitado Andalucía con la intención de hacer turismo cultural han usado **Internet** en algún momento, siendo algo mayor la utilización de esta herramienta entre los turistas extranjeros que entre los españoles. El uso de la misma va encaminada en la mayoría de los casos a realizar consultas, aunque el 62% de los que acceden a Internet realizan alguna reserva mientras que el 27% efectúa alguna compra.

La reserva del alojamiento o del transporte son los más frecuentes, siendo este último servicio el que mayor porcentaje de compra representa. Mientras que en la mayoría de los casos sí son consultados, a través de la red, los lugares que visitar o los restaurantes, no se reservan ni se compran a través de este medio.

El **gasto medio diario** efectuado en el destino andaluz se ha estimado en 75,94 euros, superando en algo más de 15 euros al turista medio que visita la Comunidad andaluza. Los turistas españoles gastaron poco más de 1 euro más que los extranjeros. La mayor parte del presupuesto se destinó al alojamiento, para la cual el total de turistas culturales desvió casi el 41% del mismo, siendo este concepto el de mayor cuantía tanto para el mercado nacional como internacional. A éste le sigue la restauración para la cual se destina en términos generales el 30% del gasto.

El **perfil** del turista cultural se corresponde mayormente con el de una mujer (52%), tanto en el caso de españoles como de extranjeros. Otra característica del turista de este segmento es que hay una mayor concentración de individuos en el intervalo de edad que comprende los 45 y 65 años (32,9%) para el caso de los extranjeros, mientras que los españoles se sitúan en mayor proporción en un intervalo de edad anterior, entre los 30 y 44 años (39,7%). La situación laboral más común es la de trabajo remunerado por cuenta propia o ajena y la profesión más representada tanto entre los españoles como entre los extranjeros se corresponde con la de técnicos y profesionales científicos e intelectuales.

Distribución gasto en destino por concepto. Turismo cultural 2009. Total, españoles y extranjeros



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

La **duración** del viaje cultural se ha estimado en 3,9 días, siendo superior entre los turistas extranjeros, ya que ésta alcanza casi los 6 días.

Más de la mitad de los turistas de este segmento han **conocido el destino** andaluz a través de la experiencia propia. Los españoles contribuyen a este porcentaje de forma más contundente 79% frente al 41% de los extranjeros. Estos últimos tienen mayor representación en la recomendación de amigos y familiares, ya que el 54% de ellos declara conocer el destino por este motivo.

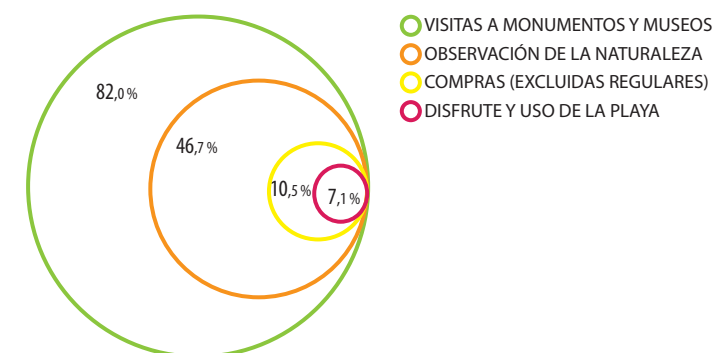
Perfil sociodemográfico del turista cultural según procedencia. Año 2009

Perfil del Turista	Total	Españoles	Extranjeros
Sexo			
Hombre	48,0	48,5	46,5
Mujer	52,0	51,5	53,5
Total	100,0	100,0	100,0
Edad			
Menores de 16 años	2,71	2,67	2,80
De 16 a 17 años	0,31	0,29	0,36
De 18 a 29 años	18,47	15,64	26,32
De 30 a 44 años	39,74	42,92	30,90
De 45 a 64 años	32,85	32,83	32,93
Más de 65 años	5,93	5,65	6,69
Total	100,0	100,0	100,0
Situación Laboral			
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	77,8	80,8	69,7
En Paro	1,7	1,9	1,3
Estudiante	8,8	6,4	15,3
Retirado/Jubilado	8,3	7,4	10,8
Labores del Hogar	3,0	3,2	2,4
Otras	0,4	0,3	0,5
Total	100,0	100,0	100,0
Profesión			
Dirección de empresas y Admon. Pública	7,0	6,7	8,0
Técnicos y Profesionales Científicos e Intelectuales	27,4	28,1	25,3
Técnicos y Profesionales de Apoyo (FP)	14,9	14,0	18,0
Otros empleados de tipo administrativo	25,8	27,0	22,0
Trabajadores Servicios: Rest, Personales, Protecc. y Comercio	22,3	21,4	25,0
Trabajadores cualificados en Agricultura y Pesca	0,5	0,6	0,4
Artesanos y Trabajadores cualificados: Ind., Manufact., Contr., y Minería	1,0	1,1	0,6
Operadores de Instalaciones y Maquinaria, Montadores	0,6	0,8	0,2
Trabajadores no cualificados	0,2	0,2	0,2
Fuerzas Armadas	0,2	0,1	0,3
Total	100,0	100,0	100,0

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

En cuanto a las **actividades realizadas** en destino por los turistas de este segmento turístico destaca sobre todas ellas, como es lógico, la visita a monumentos y museos que es realizada por el 82% de ellos, tras ella la observación de la naturaleza se convierte en la segunda actividad más frecuentada, ya que el 47% de los turistas que han venido a Andalucía por motivos culturales se decantan por ella. Ya a mayor distancia se sitúan las compras (excluidas la regulares) que son realizadas por el 11%. Esta distribución de actividades llevadas a cabo durante la estancia en la Comunidad Autónoma es similar para españoles y extranjeros.

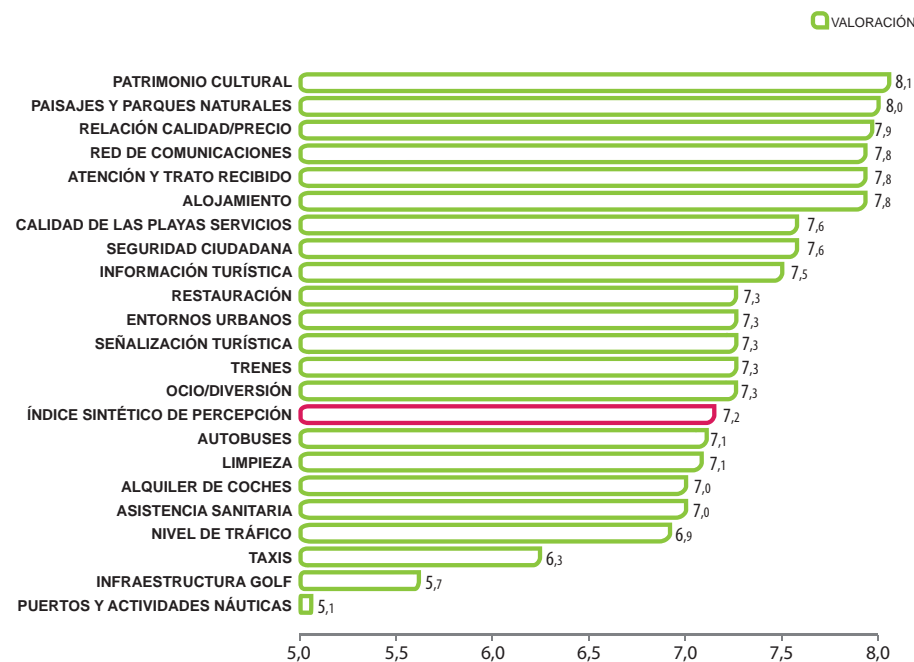
Principales actividades realizadas durante la estancia por el turista cultural. Año 2009



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

La satisfacción de los turistas en cuanto al destino andaluz queda patente en la **calificación** de notable (7,2 puntos en una escala de 1 a 10) que se le otorga. Los españoles son algo más exigentes que los extranjeros, ya que los primeros lo valoran con 7,1 puntos mientras que los segundos califican Andalucía con 7,3 puntos. Los conceptos mejor valorados, que obtienen calificaciones superiores o iguales a 8 puntos, son el patrimonio cultural y los paisajes y parques naturales respectivamente, coincidiendo en que son estos conceptos los mejor valorados tanto por los españoles como por los extranjeros.

Calificación media otorgada al destino andaluz por el turista cultural. Año 2009 (Puntuación 1 a 10)



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

La satisfacción con el destino andaluz es un hecho constatado, el 44% de los turistas que vinieron por motivos culturales a Andalucía ya habían estado el año anterior y no necesariamente por los mismos motivos, lo que puede indicar que la diversidad de Andalucía **fidelize** el destino.

ASPECTOS DIFERENCIALES DE CADA MERCADO

Mercado español

- Suponen casi **dos tercios del total de turistas** culturales.
- La Comunidad Autónoma de **origen** con más representación es la **andaluza** y la de **Madrid** aportando el 36% y el 20% respectivamente.
- La **estancia media** de los turistas españoles se ha estimado en 3,2 días.
- Algo más del 90% de los turistas españoles de este segmento eligen el **alojamiento hotelero** como establecimiento **preferente** a la hora de alojarse en Andalucía.
- El **70%** de los turistas españoles **viaja con su pareja**, siendo esta la opción más representada, le sigue a gran distancia el grupo de familiares (14%).
- La **organización del viaje** corre a cargo de los **particulares** como norma general, tan solo el 16% acude a un intermediario.
- Más de la mitad (**59%**) de los turistas de esta procedencia y para este segmento analizado **utiliza Internet** para preparar el viaje. La mayoría reserva el restaurante y paga el transporte a través de este medio.
- Debido a la cercanía geográfica, entra dentro de la normalidad, el que sea el **coche particular** el vehículo más utilizado para llegar a Andalucía.
- En cuanto al **gasto medio diario en destino**, hay que apuntar que el correspondiente a los españoles (**76,25 euros**) es **superior al de los extranjeros** (75,08 euros). La mayor parte de este gasto va destinada al alojamiento y a la restauración.
- La **referencia de este destino cultural**, para este mercado con origen en España, es la **propia experiencia** (79%).

- Entre los turistas la proporción de **mujeres** (51%) es superior a la de los hombres, con mayor representación en el intervalo de edad **30 a 44 años**, con una **trabajo remunerado** y con una **profesión de técnico y profesionales científicos e intelectuales**.
- Debido a las características de este segmento, es obvio que la **visita a monumentos y museos** sea la **actividad más realizada** por los turistas (81,1%), ésta es seguida por la observación de la naturaleza (52,0%).
- **Los turistas españoles** son ligeramente **más exigentes que los extranjeros** a la hora de valorar el destino al que califican con 7,1 puntos, otorgándole a los paisajes y parques naturales y al patrimonio cultural una puntuación de 8 puntos.
- El 55% de los turistas que realizaron turismo cultural en Andalucía ya había estado en este destino aunque no necesariamente por el mismo motivo.

Mercado extranjero

- El **42%** de los turistas culturales de Andalucía proceden del **extranjero**, siendo los turistas de Reino Unido (16%), Francia y Alemania los de mayor peso (11% cada uno).
- El **alojamiento hotelero** es utilizado el **87%** de este tipo de turistas. La pensión es también un alojamiento que adquiere especial relevancia entre ellos, ya que su elección destaca sobre cualquier otra procedencia.
- Mayoritariamente los turistas extranjeros tienen como **preferencia viajar con su pareja** (58%), en cambio el viajar con familiares o amigos es la opción para el 17% y el 16% respectivamente.
- La duración de la **estancia** en Andalucía por parte de los turistas extranjeros que hacen turismo cultural se ha estimado en **6 días** superior en casi tres a la de los españoles.
- Los turista culturales extranjeros prefieren en gran mayoría **organizar el viaje** de forma particular (87%), mientras que el 11% declara haber adquirido un paquete turístico o un viaje combinado.

- **Los extranjeros son los que mayor uso le dan a Internet**, casi las tres cuartas partes de ellos usan la red, el 84% de los que la usan hacen reservas a través de ella, siendo el transporte lo más reservado además del servicio más comprado.
- La **vía de acceso** elegida mayoritariamente por los extranjeros que pertenecen a este segmento es la **aérea**, el 75% de ellos coge un avión para venir a Andalucía.
- En cuanto al **gasto medio diario** hay que apuntar que los turistas extranjeros gastan **1,17 euros** por término medio **menos**, en el destino, **que los españoles**. La mayor parte del presupuesto va destinada al alojamiento y a la restauración que absorben el 38,3% y el 28% del gasto respectivamente.
- El principal **canal de conocimiento** del destino para los turistas extranjero es la recomendación de amigos y familiares (54%) a diferencia de las procedencias nacionales para las que el conocimiento del destino se obtiene principalmente de la propia experiencia.
- También existe una mayor proporción de **mujeres** que de hombres entre los turistas extranjeros, que en este caso es superior al de los españoles. El intervalo de edad que concentra más turistas es el que comprendido entre los **45 y 64 años**. En cuanto a la situación laboral y la profesión mayoritaria coincide con la de los españoles, **trabajo remunerado** en el primer caso y como profesión la de técnicos y profesionales de apoyo.
- Las actividades realizadas no presentan ninguna diferencia por procedencias, éstas son principalmente la visita a monumentos y museos (85%) y la observación de la naturaleza (31%).
- Son los turistas extranjeros los que **más satisfechos** se sienten en Andalucía ya que son los que mayor calificación le otorgan (7,3 puntos). Destacando por encima de 8 puntos el patrimonio cultural y los paisajes naturales.
- El grado de fidelidad no es tan alto como en el caso de los españoles, pero se puede decir que algo más de **la cuarta parte de los extranjeros que estuvieron en Andalucía** durante 2008 aunque no necesariamente hicieron turismo cultural.