

III.2.1. EL TURISMO ANDALUZ EN ANDALUCÍA

Un año más el mercado andaluz conforma el grueso de la demanda turística de Andalucía, son **7,1 millones de turistas**, lo que supone el 53,3% del mercado nacional y el 33,2% del total de turistas que han visitado Andalucía en este año 2010.

El descenso que ha sufrido este mercado respecto a las cifras registradas el año anterior es de un -4,2%, pérdida superior a la presentada para el total de turistas en Andalucía (-2,4%). No obstante, si se observa la evolución de los últimos cuatro años según procedencia cabe destacar el dinamismo del turista andaluz con un descenso inferior al resto, así, un -4,6% es la tasa de variación del andaluz frente al -6,0% alcanzado por el total de turistas.

El turista andaluz **permanece como media** en la Comunidad 6,3 días, algo menos (-0,2 días) que la estancia registrada el año anterior. Los meses que engloban el segundo y tercer trimestre del año son los preferidos por los andaluces, comportamiento extensible al resto de procedencias tal y como se observa en el siguiente gráfico.

Distribución trimestral de número de turista por trimestres según procedencia. Año 2010.



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

Los andaluces **gastan una media de 55,29 euros al día** en su visita turística a Andalucía, gasto ligeramente inferior al presentado en 2009, año que vino mar-

cado por la crisis económica mundial y donde se registró el mayor crecimiento en esta variable de los últimos años (+2,33 euros), incluso por encima del estimado para el total de turistas (+1,20 euros).

Gasto medio diario. Andaluces y Total Turistas. Año 2004-2010

Año	Andaluces	Diferencia (euros)	Total Turistas	Diferencia (euros)
2004	45,70	-	49,48	-
2005	47,97	2,27	52,73	3,26
2006	50,74	2,78	54,50	1,77
2007	52,23	1,48	57,06	2,56
2008	53,37	1,14	58,65	1,59
2009	55,70	2,33	59,85	1,20
2010	55,29	-0,41	60,40	0,55

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

En cuanto a la distribución de este **gasto por conceptos**, cabe destacar las partidas destinadas al alojamiento (31,9%) y a la restauración (40,4%) no sólo por ser las más relevantes en el presupuesto de su viaje a Andalucía, si no por superar en los resultados para el total de Andalucía en más de un punto en el caso del alojamiento y en casi dos puntos en la restauración.

El **perfil sociodemográfico** del andaluz que visita la Comunidad se caracteriza por ser en su mayoría mujeres (51,2%), por situarse en el intervalo de edad comprendido entre los 30 y 44 años (34,4%), porque su situación laboral es la remunerada (64,1%) y que el 32,3% desempeñan trabajos relacionados con servicios de restauración, personales, protección y vendedores de comercio.

Conceptos	Extranjeros %
Sexo:	
Varones	48,8
Mujeres	51,2
TOTAL	100,0
Grupos de Edad:	
Menos de 18 años	6,8
De 18 a 29 años	17,3
De 30 a 44 años	34,4
De 45 a 64 años	29,0
Más de 65 años	12,5
TOTAL	100,0
Situación Laboral:	
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	64,1
En paro	3,3
Estudiante	11,1
Retirado/Jubilado	15,2
Labores del hogar	5,8
Otras	0,5
TOTAL	100,0
Profesión:	
Dirección de las empresas y de la Admón. Pública	10,5
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	18,6
Técnicos y profesionales de apoyo (FP)	12,5
Otros empleados de tipo administrativo	16,3
Trabajadores de ser. Restau., personales, protecc. y vend. comercio	32,3
Trabajadores cualificados en agricultura y pesca	1,9
Artesanos y trabajadores. Cualificados industria, manufactura, construcción y minería	2,3
Operadores de instalaciones y maquinaria, montadores	1,4
Trabajadores no cualificados	3,8
Fuerzas armadas	0,3
TOTAL	100,0

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

El coche particular es el **medio de transporte** más utilizado por el turista andaluz en su visita a la Comunidad, así lo declaran el 84,4% de los encuestados, muy por encima de lo afirmado por los turistas procedentes del resto de España (65,2%) o los extranjeros (27,1%). Otro aspecto que lo hace destacar sobre estas procedencias es la **forma de organizar el viaje**, así si el 86,9% de los andaluces afirma hacerlo de manera particular, el 78,9% sería en el caso de los turistas españoles no andaluces y 76,5% para los extranjeros.

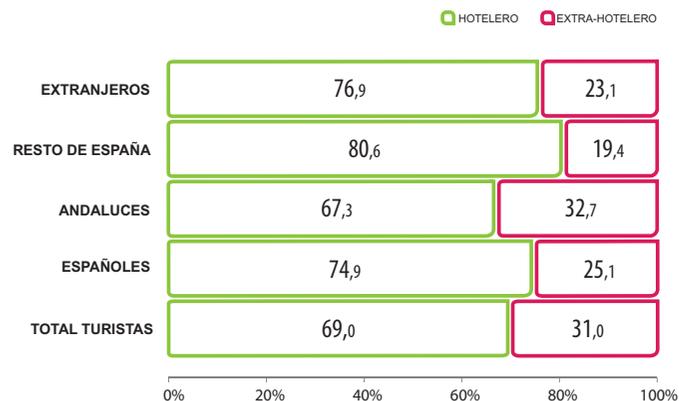
El **uso de Internet** está muy presente en la forma de organizar el viaje, así lo manifiestan el 42,3% de los encuestados. De estos internautas andaluces, el 64,1% afirma haber realizado reservas de productos o servicios turísticos en la red mientras que el 27,5% lo ha llegado a comprar.

Para el mercado andaluz, la experiencia propia (68%) es la principal **forma de conocer** el destino turístico andaluz, le sigue a gran distancia la recomendación de amigos y familiares con un porcentaje de participación del 24,4%. Asimismo, el 70% de los turistas andaluces que visitaron Andalucía en 2009 lo volvieron a hacer en 2010, lo que denota su alto **grado de fidelidad**, muy superior al alcanzado por el resto de procedencias. Los resultados de ambas variables indican que el turista andaluz es el mejor embajador de su propia tierra.

Su satisfacción y grado de conocimiento de Andalucía se ven reflejados en la **valoración media** que hace del destino turístico andaluz, concretamente un notable (7,0 puntos en una escala de 1 a 10). Entre los conceptos más valorados se encuentra el alojamiento con 8,1 puntos de calificación, le siguen los paisajes y parques naturales o la atención y trato recibido en su viaje a Andalucía con 7,9 puntos cada uno. En el otro extremo, con 5,4 puntos se sitúa el alquiler de coches como el concepto menos valorado por los andaluces.

El turista andaluz al igual que el resto de mercados analizados se decanta por los hoteles y pensiones como **tipo de alojamiento** a la hora de pernoctar en Andalucía, lo que sí diferencia al andaluz del resto es el mayor uso que hace del alojamiento extrahotelero (32,7%), en concreto, del apartamento en propiedad (16,6%) que supera en casi nueve puntos a la media de Andalucía.

Tipo de alojamiento. Desagregación por mercados. Año 2010



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

Disfrutar de las vacaciones o el tiempo de ocio en Andalucía es un bien irrenunciable por parte del turista andaluz, esto es lo que **motiva** al 88% de los mismos. El clima (32,9%), la playa (12,0%) y la visita a sus monumentos (22,1%) tienen una gran influencia sobre la **elección del destino turístico andaluz**.

Entre las **actividades**⁴ realizadas durante su estancia en la Comunidad cabe destacar el uso y disfrute de la playa (49,1%), visita a museos y monumentos (30,8%), observación de la naturaleza (26,9%) sin olvidar las compras (15,7%).

⁴ Pregunta multirespuesta.

Tabla: Resumen de Resultados. Turistas Andaluces

Andaluces	
INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2010 (millones)	7,1
Porcentaje de participación en la demanda turística	33,2
Gasto medio diario en destino: euros	55,29
Estancia media: Número de días	6,3
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	37,55%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Mujer	51,2%
Edad: De 30 a 44 años	34,4%
Situación laboral: Ocupado	64,1%
Profesión: Trabajadores de servicios	32,3%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: hotelero	66,6%
Principal medio de transporte: Coche	84,4%
Uso de intermediarios: Porcentaje	13,2%
Uso de Internet: Porcentaje	42,3%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Clima	32,9%
- Visita a monumentos	22,1%
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	67,9%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa	49,1%
- Visita a monumentos y museos	30,8%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	7,0
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Atención y trato recibido	7,9
- Paisajes y parques naturales	7,9
- Alojamiento	8,1
Grado de fidelidad: Porcentaje	69,8%

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