

III.3. EL TURISMO EXTRANJERO EN ANDALUCÍA

Mientras el mercado nacional ha presentado unos hábitos de consumo marcados por la prudencia, ya que el escenario macroeconómico ha seguido condicionando las decisiones de viajes de los españoles (subida del IVA, incremento de desempleo, reducción de salarios a funcionarios, etc.) lo que ha provocado una pérdida de confianza que se refleja en un menor dinamismo en los viajes de los españoles en general y hacia Andalucía en particular, los extranjeros presentan una tendencia más clara hacia la recuperación, alentado por la progresiva recuperación económica de nuestros principales emisores.

Evolución trimestral del número de turistas según procedencia en Andalucía. Tasas de variación.



Fuentes: ECTA (IEA)

La evolución turística en la coyuntura de crisis económica muestra diferencias entre mercados, mientras los españoles muestran una tendencia mucho más estable se observa que es en el mercado extranjero donde tanto en recesión como en recuperación alcanza valores más elevados.

La evolución trimestral muestra que durante el 2010 la cifra de **turistas extranjeros** ha ido recuperándose paulatinamente para cerrar el año con un total de 8,1 millones de turistas extranjeros, lo que supone un leve crecimiento (+0,32%) respecto a la cifra de 2009. En el total de la demanda turística de Andalucía este mercado ostenta una **cuota** del 37,8%, creciendo un punto porcentual respecto al año anterior.

Los turistas extranjeros y españoles no presentan variaciones significativas en su preferencia a la hora de viajar en el periodo octubre - marzo, ya que en ambos casos este periodo recoge al 36% de la demanda en 2010, sin embargo es en el segundo y tercer trimestre del año donde sí se observa una menor **estacionalidad** en el mercado extranjero, el tercer trimestre supone 2 puntos porcentuales menos que para el nacional.

Distribución trimestral de los turistas españoles y extranjeros en Andalucía. Año 2010



Fuente: ECTA (IEA)

Como vienen siendo tradicional los turistas extranjeros permanecen más tiempo y gastan más en el destino turístico andaluz que los españoles. Además, estas dos variables representa bien que la crisis económica no ha variado el perfil de consumo turístico de los extranjeros, es decir, los que han vendido a Andalucía lo han hecho aumentando su **estancia** y el **gasto medio diario** que realizan en el destino.

Estancia media y gasto medio diario de los turistas extranjeros en Andalucía. Año 2009 y 2010

| | Año 2009 | Año 2010 | Diferencias |
|-----------------------------|----------|----------|-------------|
| Estancia media (nº de días) | 11,9 | 12,1 | +0,2 |
| Gasto medio diario (euros) | 64,38 | 65,94 | +1,56 |

Fuente: ECTA (IEA)

Tres conceptos, transporte, alojamiento y restauración, acaparan casi la totalidad del presupuesto en destino (76,4%), prácticamente igual que ocurre para el resto de procedencias analizadas. Del resto de **conceptos de gasto** tan solo el alquiler de coches supone una mayor relevancia en el presupuesto de un extranjero frente al de un nacional (3,4% frente al 0,4%).

Los turistas extranjeros se **alojan** en su viaje a Andalucía mayoritariamente en hoteles (72,5%), alcanzando una proporción superior si además se le añade otro alojamiento hotelero como pensiones, hostales, etc. (77%). El resto prefieren el alojamiento en apartamentos, casas o chalet en cualquiera de sus modalidades (propiedad, alquiler, tiempo compartido o de amigos/ familiares).

Aunque sigue siendo mayoritaria la **organización del viaje** de forma particular, más de las tres cuartas partes de los turistas extranjeros optan por esta forma, cabe destacar que en el año 2010 se ha observado un repunte hacia la adquisición de paquetes turísticos (+4,8 puntos porcentuales) ya que estos aseguran un gasto cerrado, que en situación de incertidumbre económica es percibido por los consumidores como una ventaja, al conocer con antelación el presupuesto total del viaje.

Internet es una herramienta cada vez más presente en todas las fases del viaje (decisión, planificación, durante el viaje e incluso después del viaje). Concretamente en la planificación del viaje de los extranjeros a Andalucía el uso de esta herramienta ha crecido 8 puntos porcentuales para situarse en el 61%. Dentro de la planificación sólo la mitad llegan a realizar una compra online, no obstante este porcentaje es más elevado que el presentado por el mercado nacional que se sitúa en el 32%.

Internet también ha crecido como herramienta para **conocer el destino** turístico andaluz, ya que este año ha sido utilizada por el 9% de los turistas extranjeros, 3 puntos porcentuales más que en 2009. No obstante, continúa siendo la recomendación de amigos y familiares y la experiencia propia las vías más relevantes, además ambas en igual proporción, mientras que en el mercado nacional pesa más del doble la experiencia propia que las recomendaciones.

**¿Cómo conoció el destino turístico andaluz?
Turistas españoles y Extranjeros. Año 2010**

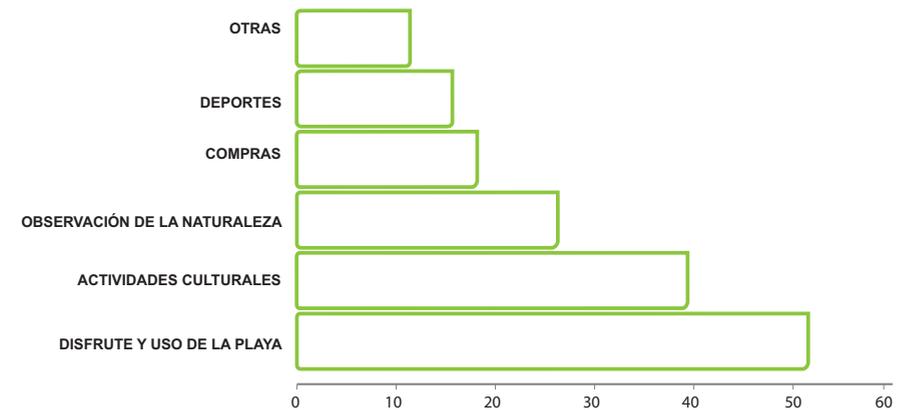


Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a partir de datos ECTA (IEA).

El clima es el principal factor para todos los turistas en general pero toma aún mayor peso para los turistas extranjeros, el 39% **eligen Andalucía como destino de su viaje** por el clima mientras que este porcentaje se reduce al 34,3% en el caso de los españoles. Le sigue en importancia las playas y monumentos, no obstante cabe destacar que la opción "precio" es también manejada por los turistas en general y por los extranjeros en particular en mayor medida que en años anteriores.

Son tres las **actividades** principales que los extranjeros realizan **en el destino andaluz**, vinculadas a los tres segmentos más relevantes en Andalucía, como son el turismo de sol y playa, cultural y de naturaleza/rural. Además, destaca también la importancia de las compras como una actividad común en el viaje. En 2010 se ha producido una mayor relevancia de las actividades culturales y de naturaleza frente al disfrute y uso de la playa.

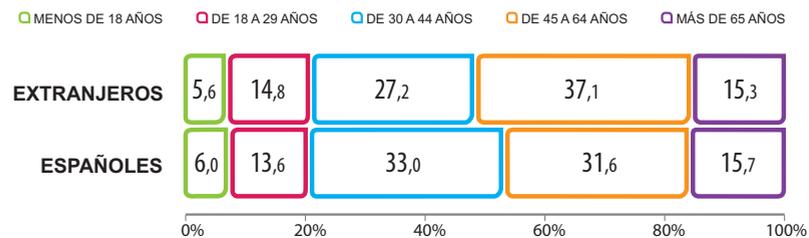
**Actividades desarrolladas en destino por los turistas extranjeros.
Año 2010 (Multirespuesta)**



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

El **perfil sociodemográfico** del turista extranjero no difiere de la media, salvo en tener una edad media más avanzada que los turistas españoles. De hecho entre ambas procedencias se encuentra cambiada la relevancia en los segmentos de edad centrales, mientras el mayor porcentaje para los extranjeros se encuentra en el intervalo de 45 a 64 años, en el caso de los españoles este porcentaje se traslada al intervalo anterior (de 30 a 44 años).

Intervalos de edad según procedencia. Año 2010



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

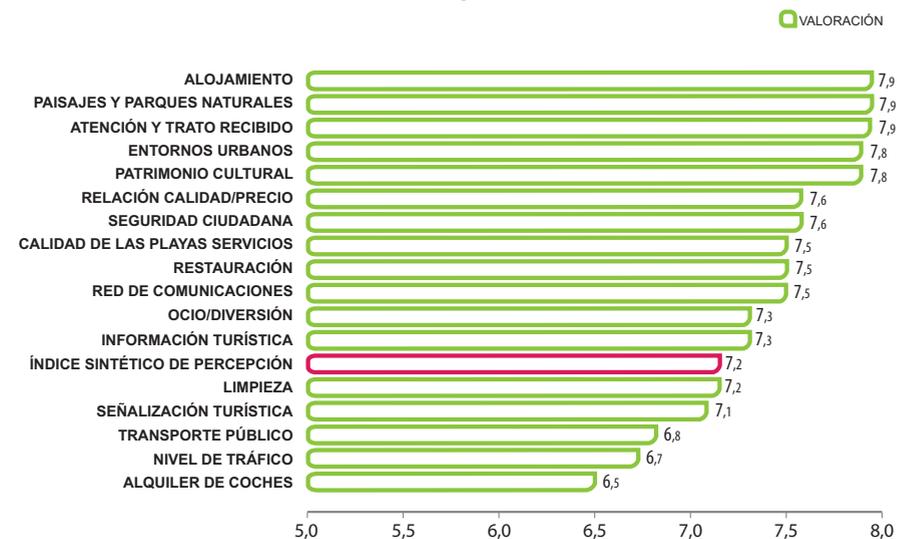
En cuanto a la profesión también cabe destacar que los turistas extranjeros presenta una mayor relevancia en las categorías profesionales: dirección de empresas y de la Administración Pública, técnicos/profesionales científicos e intelectuales y técnicos, que conjuntamente suponen el 50,6% del total de turistas extranjeros mientras que para el mercado nacional este porcentaje se reduce al 42%.

La proximidad al destino es un factor que actúa favorablemente al **grado de fidelidad**, de hecho son los andaluces los que presentan el valor más elevado (70%) mientras que los extranjeros se sitúan en el otro extremo con un porcentaje del 33,5%, lo que indica que tres de cada diez turistas extranjeros ya habían visitado Andalucía el año anterior.

Además habría que apuntar que esta variable, al estar referida al año anterior, también se ha visto muy influenciada por la mala coyuntura económica y turística del 2009, que ha implicado una caída del grado de fidelidad en todas las procedencias al tener un menor flujo de movimientos turísticos en 2009.

En la **valoración** global que ofrecen los turistas a Andalucía como destino turístico no existen diferencias significativas por procedencias, donde si comienzan a darse mayor discrepancia es en los ítems valorados, concretamente los extranjeros otorgan una mejor puntuación a los transportes en destino (autobuses, trenes y taxi) que los españoles e igualmente están más satisfechos con la calidad de las playas, los entornos urbanos o el patrimonio cultural.

Valoración (1 a 10 puntos) del destino turístico andaluz según conceptos. Turistas extranjeros. Año 2010



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

Tabla: Resumen de Resultados. Turismo Extranjero.

| Extranjeros | |
|---|-------|
| INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA | |
| Número de turistas en 2010 (millones) | 8,1 |
| Porcentaje de participación en la demanda turística | 37,8% |
| Gasto medio diario en destino: euros | 65,94 |
| Estancia media: Número de días | 12,1 |
| Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano) | 35,73 |
| PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA | |
| Sexo: Mujer | 51,9% |
| Edad: De 45 a 64 años | 37,1% |
| Situación laboral: Ocupado | 62,9% |
| Profesión: Trabajadores de servicios | 27,9% |
| HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA | |
| Principal tipo de alojamiento: hoteles | 72,5% |
| Principal medio de transporte: Avión | 66,1% |
| Uso de intermediarios: Porcentaje | 23,5 |
| Uso de Internet: Porcentaje | 61,0 |
| Principales factores de elegir Andalucía: | |
| - Clima | 38,9% |
| - Visitas a monumentos | 26,1% |
| Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia | 37,4% |
| Principales actividades desarrolladas en Andalucía: | |
| - Disfrute y uso de playa | 50,9% |
| - Visita a monumentos y museos | 35,8% |
| OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA | |
| Valoración del destino: Escala de 1 a 10 | 7,2 |
| Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10 | |
| - Paisajes y parques naturales | 7,9 |
| - Atención y trato recibido | 7,9 |
| - Alojamiento | 7,9 |
| Grado de fidelidad: Porcentaje | 33,5% |

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