

Andalucía

Turismo en el litoral de Andalucía Año 2015

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos



Unión Europea

Fondo Europeo
de Desarrollo Regional

TURISMO DE LITORAL EN ANDALUCÍA. AÑO 2015
Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte

COLECCIÓN:
Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos

EDITA
Consejería de Turismo y Deporte
C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n
41092 Sevilla
correo-e: publicaciones.ctd@juntadeandalucia.es

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

Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Deporte e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones>
Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos siempre que se indique la fuente.

TURISMO DE LITORAL EN ANDALUCÍA. AÑO 2015

INTRODUCCIÓN

Debido a la gran riqueza y variedad turística de Andalucía, la región cuenta con múltiples recursos y cada uno de ellos atiende a una serie de preferencias de la demanda turística. Es por ello, que es necesario identificarlos y establecer criterios para analizarlos separadamente. Esta segmentación se puede llevar a cabo en función de la procedencia del turista, de la motivación principal de su viaje, o puede obedecer a criterios geográficos (el destino visitado), o al tipo de alojamiento utilizado, etc.

Andalucía se puede considerar como un destino de sol y playa. Andalucía cuenta con un total de 372 playas, que se extienden a lo largo de 603 Kms. de costa (65% de los 917 Kms de litoral andaluz), y está formado por un total de 60 municipios, que representan un 9,1% del territorio y un 35,6% de la población andaluza.

Para analizar este segmento, se ha utilizado la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) que realiza el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) y se analiza la parte de litoral atendiendo a **criterios geográficos** y no a motivaciones. Esta encuesta ha contado durante 2015 con 8.432 entrevistas a turistas que han visitado el litoral andaluz y que han servido como muestra para analizar este segmento.

La ECTA proporciona información sobre variables tanto cualitativas como cuantitativas que permiten realizar estimaciones sobre el gasto, la estancia, perfil del turista, calificación del destino, etc.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO DE LITORAL EN ANDALUCÍA

El litoral andaluz ha recibido durante 2015 a 15,2 millones de turistas lo que supone el 59% del total de turistas que visitaron la región en dicho año. El turismo de litoral ha experimentado un crecimiento del +8,8% con respecto al año pasado, aumento similar al registrado para el total de turistas (+8,2%).

El 57,7% del turismo de la costa andaluza es residente en el territorio español y el 42,3% restante procede del extranjero, distribución similar a la del año pasado. Los andaluces son los principales emisores nacionales, aportando más de la mitad del turismo español del litoral. Durante 2015, los andaluces han mantenido la estructura de la demanda en esta zona en un 33%.

Distribución porcentual de los turistas de litoral por procedencia. Año 2015

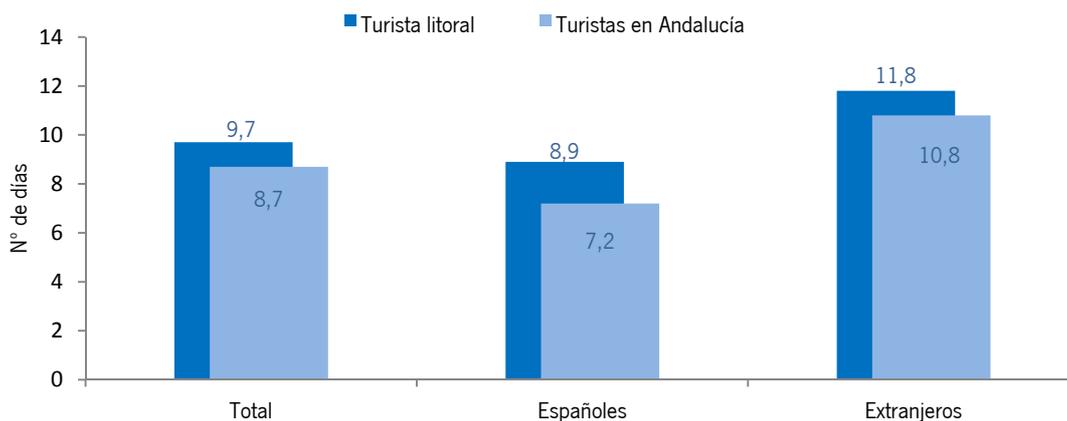


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

La estacionalidad es una característica propia del turismo del litoral andaluz, pues este turismo se concentra, como viene siendo habitual, en el tercer trimestre del año. En 2015 el 43,4% viajó a la costa en este período frente al 37% del total de turismo que visitó Andalucía. Durante este año se mantienen los niveles de estacionalidad del ejercicio pasado.

Los turistas de litoral realizan estancias más largas que aquellos que visitan Andalucía en general. Durante 2015 la estancia media en la costa andaluza ascendió a una media de 9,7 días, superior en un día a la del destino andaluz en su conjunto. Diferencia más acusada en el caso del turismo español.

Estancia media de los turistas según procedencia. Total turismo y turismo de litoral. Año 2015



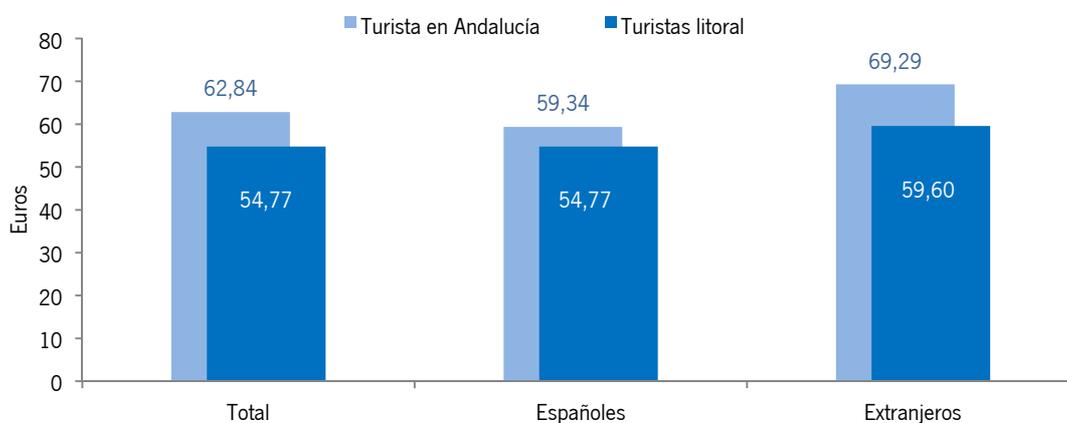
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Respecto al año anterior, la **estancia media** del turista de litoral se ha mantenido prácticamente en los niveles del año anterior al igual que ha ocurrido para el total del turismo de Andalucía. Este comportamiento en la costa ha sido consecuencia de una evolución dispar de la variable por

procedencias, así mientras el turismo extranjero ha incrementado sus días de estancia en +0,3 días el turismo español del litoral lo ha disminuido en (-0,2 días).

El **gasto medio diario** en el destino del turista que visita el litoral andaluz (54,77 euros) es inferior en ocho euros al del total de turistas (62,84 euros), lo que podría estar relacionado con el hecho de que la duración de la estancia es más larga, por lo que el presupuesto del viaje se divide entre un mayor número de días. Durante 2015, el gasto medio diario ha sido superior en +0,18 euros al del año anterior gracias a la subida de un euro y medio en los turistas españoles ya que en los extranjeros se ha dado el comportamiento contrario, registrándose un descenso de dos euros.

**Gasto medio diario de los turistas según procedencia.
Total turismo y turismo de litoral. Año 2015**



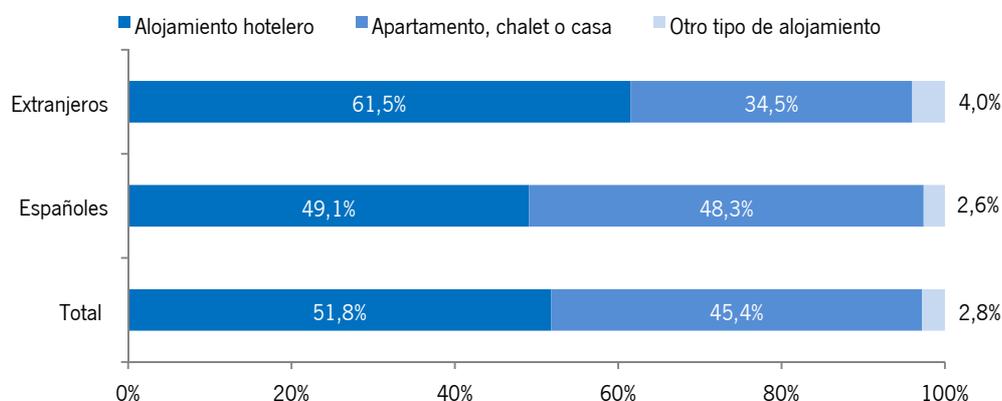
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Las partidas de gasto a los que el turismo de litoral ha destinado la mayor parte de su presupuesto de 2015 han sido la restauración (38,3%) y el alojamiento (29,9%), este comportamiento es extensible tanto a españoles como extranjeros, ambos destinan más del 60% del gasto a estos conceptos. Con respecto al año pasado se observa, para el total, un cambio de estructura en la composición del mismo ya que en 2015 aumenta el importe dedicado al alojamiento (+7,4 puntos porcentuales) frente al descenso observado en la restauración, a la que el turista destina -8,2 puntos porcentuales menos. Este cambio se observa tanto en los turistas españoles como extranjeros.

Para acceder a Andalucía, el **medio de transporte** utilizado mayoritariamente por el turista de litoral es el coche (en cualquiera de sus modalidades), utilizado por el 59,4% los visitantes, registrando respecto al año anterior un incremento de +5,8 puntos porcentuales,

El tipo de alojamiento por el que se inclinan la mayor parte de los turistas del litoral andaluz (51,8%) son los establecimientos hoteleros (hoteles, apartahoteles, hostales y pensiones), al igual que para los turistas que visitan Andalucía en general, sólo que estos últimos lo eligen en mayor proporción (65,2%). En la costa andaluza esta preferencia se da principalmente en el turismo extranjero.

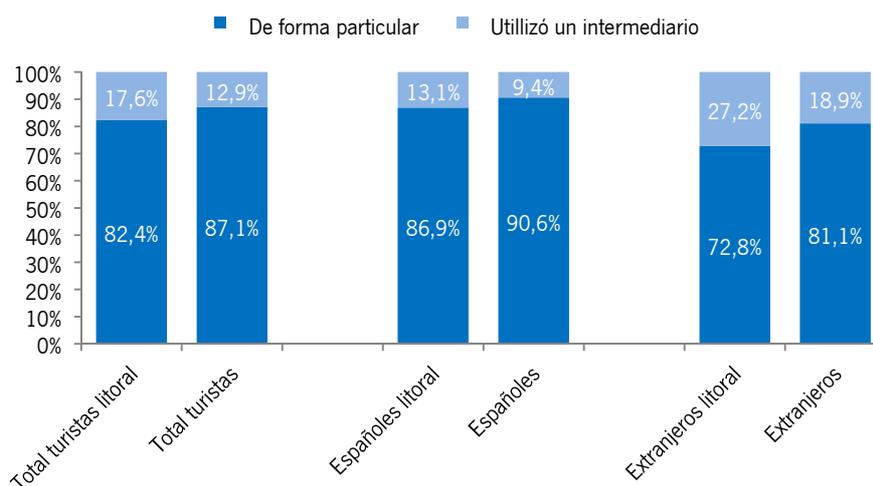
Tipo de alojamiento de los turistas según procedencia. Turismo de litoral. Año 2015



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

La organización del viaje a Andalucía se realiza preferentemente de forma particular (82,4%) en el caso del turista de litoral. El turismo que se realiza en esta zona destaca por una mayor dependencia de intermediarios que en el caso del total de turistas que visitaron la región en 2015 (17,6% frente al 12,9%), un comportamiento que se acentúa en el caso del emisor extranjero. Sin embargo a lo largo de este año se observa, tanto para los que visitan el litoral andaluz como para los que viajan a cualquier punto de Andalucía, una mayor tendencia que en 2014 hacia la organización de forma particular sin acudir a intermediarios.

Distribución porcentual de los turistas por forma de organización del viaje según procedencia. Total turismo y turismo de litoral. Año 2015

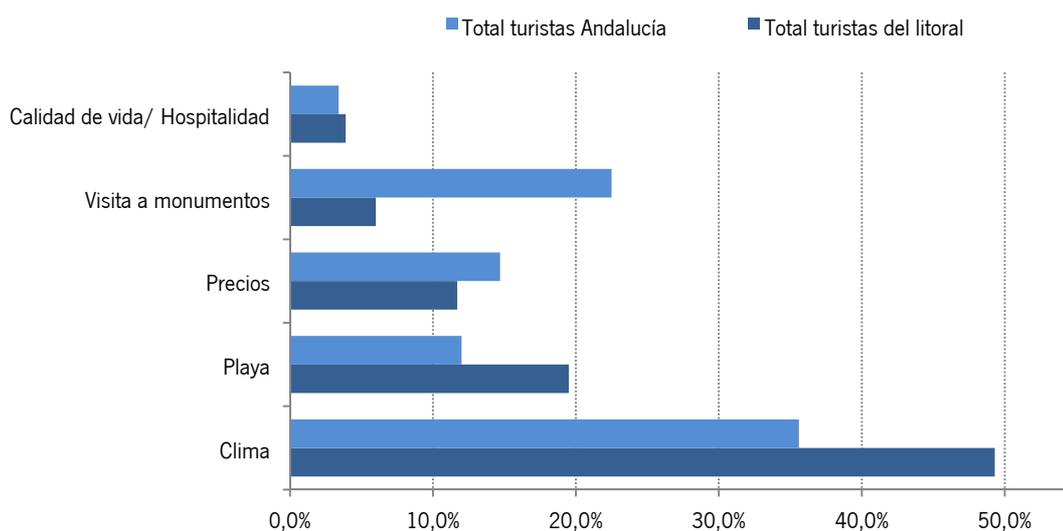


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Generalmente, los principales **canales de conocimiento** que el turista de litoral, ya sea nacional o extranjero, utiliza para informarse sobre el destino han sido la propia experiencia y la recomendación de amigos y familiares (62,9% y 27,1%, respectivamente). No obstante, los turistas extranjeros de litoral destacan por hacer un mayor uso del resto de canales disponibles (agencias de viajes, anuncios, redes sociales o web oficial de turismo) que los turistas nacionales (20,6% frente a 7,1%), entre los que destacan las agencias de viajes y las redes sociales, blogs, etc., para los turistas foráneos, canales que han sido más frecuentes durante 2015 que durante 2014.

El turista de litoral **elige Andalucía** como destino para sus vacaciones de 2015, principalmente, por el clima, la playa y los precios, que en su conjunto suponen algo más del 80,5% del total, destacando entre ellos con el 49,3% el clima. Estos mismos tres factores son los más determinantes en la elección del destino tanto para turistas de litoral españoles como extranjeros. Mientras que para los turistas que visitan el destino andaluz en su conjunto la visita a monumentos sobrepasa a la playa.

Principales razones para elegir Andalucía. Total turismo y turismo de litoral. Año 2015



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

Las **actividades realizadas**, más comunes, entre los turistas de litoral durante su estancia en el destino en 2015 han sido, en primer lugar, el uso y disfrute de la playa, llevada a cabo por el 80,1% de los mismos. En segundo lugar se posiciona las compras (28,7%) seguidas de la observación de la naturaleza (27,1%) y de la visita a monumentos (realizada por el 14,1%). En comparación con los datos del total de turismo que visita la región, destaca como era de esperar, que el turista de litoral hace un mayor uso y disfrute de la playa, mientras que es bastante más reducido el porcentaje que realiza actividades relacionadas con la cultura y la naturaleza.

Durante 2015, un 48,4% de los turistas de litoral utilizaron **Internet** para consultar, reservar o comprar algún servicio turístico de su viaje, comportamiento que otro año más permanece por debajo del porcentaje de uso entre los turistas que visitaron cualquier zona de Andalucía (50,8%). Ahora bien, el turista de litoral que sí utilizó Internet se mostró más activo que los turistas internautas del total de Andalucía, pues el 71,6% de los que accedieron a la Red realizaron alguna reserva y el 30,8% terminó

efectuando una compra, porcentajes que alcanzaron el 68,8% y el 29,5%, respectivamente para el total de turistas.

Uso de Internet. Total turismo y turismo de litoral. Año 2015

	TURISTAS DE LITORAL	TOTAL TURISTAS
% Uso de Internet	48,4%	50,8%
Para que utilizó Internet: (Multirrespuesta)		
% que consultó productos o servicios turísticos	100,0%	100,0%
% que reservó productos o servicios turísticos	71,6%	68,8%
% que compró productos o servicios turísticos	30,8%	29,5%

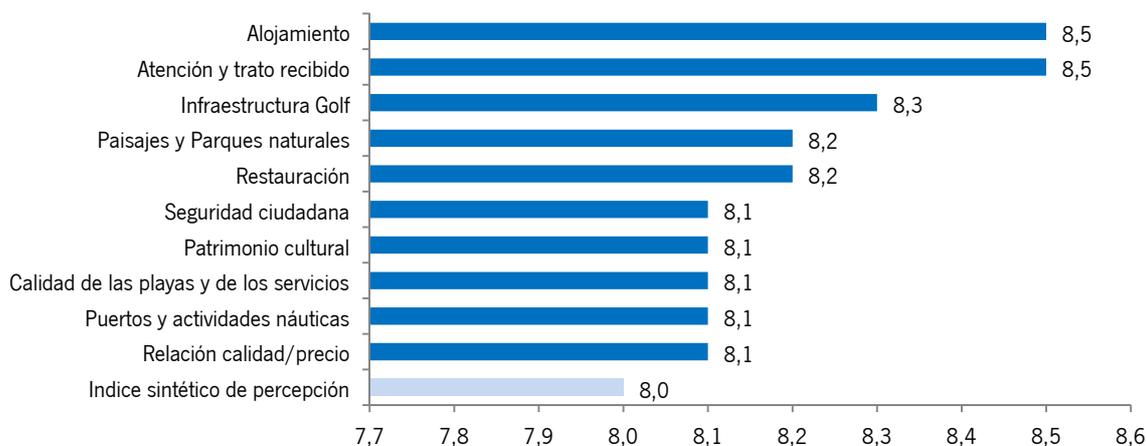
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Lo más frecuente es que el turista que viaja al litoral andaluz lo haga **acompañado** de su pareja (49,0%) o de otros familiares (33,7%), tanto es así para los turistas españoles como para los extranjeros. Aunque en estos últimos se observa un mayor porcentaje de personas que viajan en pareja y menos en familia que en los españoles (53,0% frente a 47,1% en pareja y 26,3% frente a 36,7% en familia). Los extranjeros también viajan más (solos 9,9% frente a 6,6% de los españoles). El tamaño medio del **grupo turístico** se estima en 2,3 personas.

La **calificación** media que los turistas de litoral otorgaron al destino andaluz se eleva este año a los 8,0 puntos en una escala de 1 a 10, registrándose prácticamente un mantenimiento con respecto a 2014. Vuelven a ser los turistas extranjeros los que han concedido la puntuación más alta, 8,1 puntos frente a los 8,0 puntos de los turistas nacionales.

El alojamiento y la atención y trato son los conceptos mejor valorados, ambos obtienen 8,5 puntos y el peor valorado el nivel de tráfico con 7,6 puntos.

Relación de conceptos mejor valorados del destino turístico andaluz. Año 2015



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

El porcentaje de turistas de litoral que en el año 2015 visitaron Andalucía habiéndola visitado también el año anterior (aunque no necesariamente visitaran el litoral andaluz), se ha estimado en el 63,1%, un **grado de fidelidad** superior en el que presenta la media del total de turistas de Andalucía (57,4%). Por nacionalidades, el turista español que visita el litoral andaluz, es más fiel que el turista extranjero.

Las **características sociodemográficas** del turista de litoral del año 2015 presentan una mayor proporción de mujeres (52,2%) que de varones, siendo el grupo de edad de más peso el comprendido entre 45 y 64 años (29,6%), hecho que viene influenciado por el turismo extranjero (30,8% frente a 28,7% del español). El siguiente grupo de edad en importancia es el de 30 a 44 años, en el que se sitúa un 28,4% de los españoles y un 24,2% de los turistas de procedencia internacional. Tras estos, el siguiente grupo más numeroso lo constituyen los turistas de 65 y más años (18,8%). La situación laboral más común es poseer un trabajo remunerado (55,9%) a la que le sigue los retirados y jubilados que representan al 22,1%.

Perfil sociodemográfico. Total turismo y turismo de litoral. Año 2015

	TURISTAS LITORAL	TOTAL TURISTAS
Sexo: (%)		
Varones	47,8	47,5
Mujeres	52,2	52,5
Grupos de Edad: (%)		
Menos de 18 años	9,5	8,1
De 18 a 29 años	14,6	17,7
De 30 a 44 años	27,4	31,3
De 45 a 64 años	29,6	28,5
65 y más años	18,8	14,5
Situación Laboral:(%)		
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	55,9	62,0
En paro	4,2	3,9
Estudiante	13,1	13,5
Retirado/Jubilado	22,1	16,6
Labores del hogar	3,1	2,8
Otras	1,7	1,3

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

ASPECTOS DIFERENCIALES DE CADA MERCADO

Mercado español

- Es el **emisor mayoritario** que supone el 57,7% de la demanda de litoral.
- **Los principales emisores nacionales** son la propia Andalucía, que aporta al litoral el 57,8% de los turistas españoles, seguida por la Comunidad de Madrid, con un 13,1% y Cataluña que presenta una cuota del 4,5%.
- Este mercado muestra una **estacionalidad muy elevada**, el 49,7% de todas las visitas al litoral andaluz se concentran en el tercer trimestre del año.
- En 2015, su **estancia media** se ha estimado en **8,9 días**, superior en un día y medio a la estancia del turista español que visita el total de Andalucía.
- El gasto medio diario en destino fue de **54,77 euros**, inferior en 4,57 euros al de los turistas españoles que visitaron cualquier parte de Andalucía, un desembolso que ha ascendido un euro y medio con respecto al realizado el año anterior. Dedicó la mayor parte de su presupuesto a las partidas de **restauración (37,7%) y alojamiento (31,2%)**. El gasto en restauración ha perdido peso a favor del alojamiento con respecto a 2014.
- El principal medio de transporte usado para acceder al destino es **el coche**, utilizado por tres de cada cuatro de estos turistas, en ello influye el elevado porcentaje de andaluces entre los turistas españoles de litoral.
- La **organización particular del viaje** es la opción más frecuente (86,9%) para este emisor, cuota que ha subido en detrimento tanto de la adquisición de paquetes turísticos o viajes combinados como de la organización a través de clubes, asociaciones o empresas, que han descendido en su conjunto -2,4 puntos porcentuales respecto al año anterior.
- El uso del **alojamiento hotelero** por parte del 49,1% de los turistas españoles, aumenta dos puntos porcentuales con respecto a 2014. Se observa para este año un desplazamiento de 2,4 porcentuales desde la preferencia por la vivienda en propiedad hacia la de alquiler.
- **El 41,8%** de los turistas de este mercado **utilizó Internet** para preparar su viaje al destino andaluz, un porcentaje muy bajo en comparación con correspondiente al uso de esta herramienta por parte de los turistas extranjeros del litoral (65,5%).
- El 47,1% de los españoles que hacen turismo en la costa andaluza viene **acompañado** de su pareja y el 36,7% de su familia. El tamaño medio del grupo es de 2,4 personas.
- **El clima y la playa** son las **principales razones** que dan los turistas de litoral españoles **para elegir Andalucía** como destino de sus vacaciones (46,2% y 21,4% respectivamente). También destacan los precios, la tercera razón en orden de importancia, aunque a gran distancia ya que supone un motivo de elección de este destino para el 12,6%.
- Dadas las características de las zonas que conforman ese segmento, **el uso y disfrute de la playa es la principal actividad realizada**, tal y como lo justifica el 80,7% de los turistas

españoles. Le siguen, aunque a distancia, las compras, la observación de la naturaleza y la visita a monumentos y museos.

- El destino ha sido **valorado** por los turistas españoles del litoral con una nota de **8 puntos**, en una escala de 1 a 10, siendo en su calificación algo menos exigentes que los turistas foráneos. La atención y trato y el alojamiento han sido los conceptos mejor valorados con 8,5 puntos, en ambos casos y el peor valorado, con 7,5 puntos, el nivel de tráfico.
- Para dos de cada tres turistas españoles de litoral, **la propia experiencia** es el principal canal utilizado **para informarse sobre el destino**, un porcentaje elevado que está **en consonancia con el grado de fidelidad**, ya que el 69,6% había estado también, en 2014, en el destino andaluz, aunque no necesariamente en el litoral. El 26,3% visita las costas andaluzas movidos por la recomendación de amigos y familiares.
- En cuanto al perfil de los turistas españoles que visitan el litoral el 47,5% son varones y el 52,5% mujeres. El grupo de edad más representado es el comprendido **entre 45 y 64 años** (28,7%) seguido muy de cerca por el grupo de 30 a 44 años (28,4%), poseen en su mayoría un **trabajo remunerado** (55,2%), si bien la proporción de parados y de labores del hogar es algo mayor en el mercado nacional que en el extranjero.

Mercado extranjero

- Durante 2015, el **42,3% de turistas** del litoral andaluz **procedían del extranjero**, manteniéndose la cuota del año anterior. **Los principales emisores extranjeros** son Reino Unido y Alemania, aportando respectivamente el 38,8% y el 12,8% de los turistas de litoral extranjeros.
- El turista extranjero es menos estacional que el nacional aunque **el tercer trimestre del año también es el preferido** por ellos para visitar el litoral andaluz (34,8%) frente al 49,7% de los españoles.
- La **estancia media** en el destino del turista foráneo de litoral asciende a **11,8 días**, una estancia que supera en casi tres días a la del turista español de litoral, y que ha crecido en +0,3 días con respecto al año anterior.
- El **gasto medio diario** que realizaron en el destino andaluz los turistas extranjeros de litoral se estima en **59,63 euros**, un gasto que descendió respecto al realizado en 2014 en casi dos euros. Al igual que el turista nacional de litoral, la restauración y el alojamiento se llevan la mayor parte del desembolso en destino, así se destina a la restauración el 37,5% del presupuesto y al alojamiento el 26,2%, si bien en proporciones inferiores están las compras (18,0%) y el transporte (9,2%), al igual que ocurre para el turismo español.
- Para acceder a Andalucía, el turista extranjero de litoral utilizó principalmente el **avión** (71,6%), +3,7 puntos porcentuales por encima que el turista extranjero que visita el conjunto de la Comunidad andaluza.
- Para organizar su viaje a la región, los turistas extranjeros de litoral **utilizan intermediarios en mayor proporción que los turistas españoles**, en este año el 27,3% de ellos declaró haber adquirido un paquete turístico u organizado el viaje a través de clubes, asociación o empresas

frente al 13,1% de los españoles. Durante 2014 se ha registrado un mayor porcentaje de turistas que han organizado particularmente su viaje que en 2014 (72,8% en 2015 frente al 69,2% de 2014).

- **También recurrieron a Internet en mayor medida** que los turistas españoles del litoral (65,5% versus 41,8%), además de hacer un uso más activo de la Red, el 79,9% reservó a través de ella (frente al 66,7% del turismo nacional) y el 43,3% adquirió algún producto o servicio turístico (solo el 22,4% en el caso del turismo nacional).
- La mayoría de los turistas extranjeros de litoral prefieren el **alojamiento hotelero**, siendo elegido por el 61,5% de ellos. El apartamento, casa o chalet es una tipología de alojamiento más frecuente entre los turistas españoles de litoral (48,3%) que entre los extranjeros (34,5%).
- **Viaja acompañado de su pareja** en mayor proporción que el turista español (53,0% frente a 47,1%), mientras que ocurre lo contrario con la opción de venir acompañado **de familiares** (26,3% frente a 36,7%).
- Más de la mitad de los turistas extranjeros de esta tipología (55,5%) declararon que el factor más determinante en la **elección de Andalucía** como destino vacacional ha sido su **clima**. Le sigue a distancia la playa (18,2%), un factor menos decisivo para el turista foráneo que para el turista nacional de litoral.
- No difiere del turista español en cuanto a las principales **actividades realizadas**: el disfrute y uso de la playa (81,0%), la observación de la naturaleza (31,3%). Le siguen las compras y la visita a monumentos y museos. Exceptuando las compras, en estas actividades, **el turista extranjero se muestra algo más activo que el nacional**.
- Otorgan al litoral andaluz una **calificación media** superior que los turistas nacionales de esta tipología (**8,1 puntos** frente a 8 puntos). Destacan las valoraciones realizadas a la atención y trato recibido (8,6 puntos) y al alojamiento (8,5 puntos).
- Para conocer del destino, los turistas extranjeros de litoral coinciden con los turistas españoles de esta tipología: se basan principalmente en **la experiencia propia** (59,8%) y la **recomendación de amigos y familiares** (31,7%). No obstante, se diferencian del mercado nacional en que este último hace un menor uso del resto de canales disponibles que los turistas foráneos.
- Es destacable que el **47,0%** de los turistas extranjeros de litoral hubiesen visitado Andalucía el año anterior, un **grado de fidelidad** que si bien no es tan alto como en el caso del mercado español de este segmento, supera al registrado para la media del turismo foráneo que visitó Andalucía en 2015 (40,9%).
- En cuanto al perfil, presencia más equilibrada entre hombres (48,7%) y mujeres (51,3%) que en el caso del turista español del litoral. El grupo de edad más numeroso es el comprendido entre los **45 y 64 años** (30,8%). La situación laboral mayoritaria coincide con la de los españoles (trabajo remunerado), si bien presentan una **mayor proporción de turistas retirados o jubilados** (26,6% frente al 20,6% de los españoles).