

Seguimiento de la demanda turística en Semana Santa

Andalucía. Año 2016



Unión Europea

Fondo Europeo
de Desarrollo Regional



SEGUIMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN SEMANA SANTA
Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte

COLECCIÓN
Demanda Turística en Andalucía

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

Publicado en Sevilla (España)

Publicación electrónica 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.

SEMANA SANTA 2016

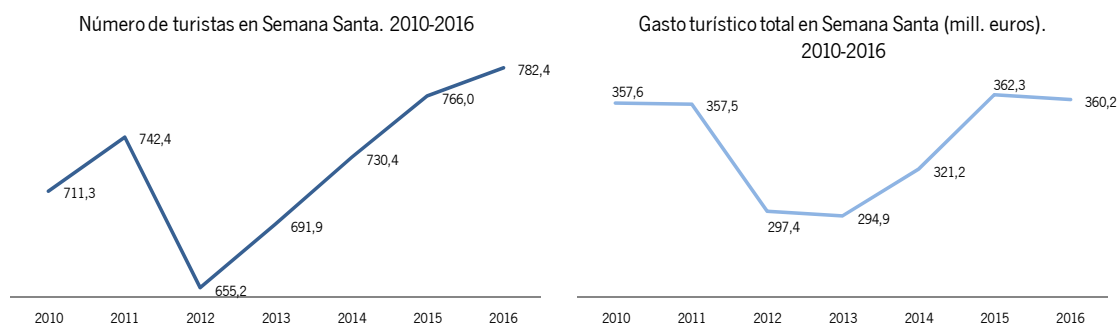
La Encuesta¹ de Seguimiento Turístico es una operación puesta en marcha por la Consejería de Turismo y Deporte con el objeto de hacer un seguimiento sobre las características de la demanda turística que visita Andalucía en Semana Santa.

La encuesta, realizada durante la Semana Santa de 2016, está diseñada para tener representatividad para Andalucía, con un total de 571 entrevistas realizadas por todo el territorio andaluz. Además, permite disponer de comparaciones con el mismo periodo del año anterior.

Esta operación, junto a la Encuesta Puntual de Ocupación, permite estimar el número **total de turistas que han visitado Andalucía durante la Semana Santa de 2016, el cual ha sido de 782 mil, un 2,1% más** que en la Semana Santa del año anterior. Cifra que aún no supera los niveles de 2008, año de inicio de la crisis.

Estos turistas han efectuado un **gasto medio diario** que se ha estimado en **52,61 euros**, superior en dos euros al correspondiente al mismo periodo del año anterior. El mayor número de turistas y el mayor desembolso diario efectuado por ellos han contribuido a la obtención de un saldo positivo en el gasto total durante este periodo. Sin embargo se ha observado un descenso de medio día en la estancia media que se ha estimado en 7,01 días.

El balance de la Semana Santa de 2016 se cierra con una estimación del **gasto turístico de 360 millones de euros** que supone prácticamente un mantenimiento de las excelentes cifras de 2015. Al igual que con el número de turistas, las cifras de ingresos no superan aún a las de 2008.



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

La mitad del **presupuesto** gastado en el destino se ha dedicado a la Restauración seguido de las Compras (22,6%) y a más distancia del Alojamiento en el cual se invierte el 15% del presupuesto.

El **medio de transporte** más frecuentado, para llegar a Andalucía, ha sido el coche que ha sido utilizado por el 46,3% de los turistas, seguidos del avión que es elegido por el 43% de ellos.

¹ Esta encuestación se realiza durante el periodo que dura la Semana Santa pero esto no implica que los turistas que están aquí durante esta Semana, permanezcan sólo durante estos siete días.

Transporte. Semana Santa 2016

Transporte	2016
Turismo	46,3%
Autocar	5,3%
Tren	3,5%
Avión	43,0%
Otros	1,8%
Total	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

El establecimiento hotelero sigue siendo el tipo de **alojamiento** turístico preferido para pasar las vacaciones de Semana Santa en Andalucía (57,5%), incrementándose su elección, durante este período en 2 puntos con respecto al mismo del año anterior.

Casi el 80% de los turistas que han visitado Andalucía en estos días de Semana Santa han **organizado su viaje de forma particular**, mientras que el resto ha acudido a algún tipo de intermediario.

Más de seis de cada diez encuestados declara haber hecho uso de **Internet** a la hora de organizar su viaje a Andalucía durante esta Semana Santa. En el caso del alojamiento y el transporte se ha utilizado principalmente para la compra y reserva de los mismos, mientras que para el resto de servicios, su uso ha estado relacionado principalmente con la consulta.

El **perfil del turista** se corresponde con que más de la mitad (62,0%) tiene una edad comprendida entre 30 y 65 años, un 34,0% está situado en el intervalo que comprende a las personas que tienen entre 30 y 44 años y el 28,0% está entre 45 y 65 años. Casi dos tercios tienen un trabajo remunerado y profesionalmente desempeñan funciones de empleado en una organización (34,1%). El 51,0% de los turistas de Semana Santa son hombres y el 49,0% restante mujeres.

Perfil del turista. Semana Santa 2016

Edad	2016
Hombre	51,0%
Mujer	49,0%
Total	100,0%

Edad	2016
Menos de 18 años	10,1%
18 a 29	21,1%
30 a 44	33,9%
45 a 65	28,0%
Más de 65	7,0%
Total	100,0%

Situación laboral	2016
Trabajo remunerado	65,3%
En paro	3,7%
Estudiante	17,2%
Retirado/jubilado	11,5%
Labores del hogar	2,2%
Otras	0,1%
Total	100,0%

Profesión	2016
Director, gerente de la empresa	7,9%
Técnico superior o medio por cuenta ajena	13,8%
Profesión liberal	15,0%
Funcionario	16,6%
Administrativo, auxiliar administrativo	12,0%
Empleado	34,1%
Obrero	0,5%
Otros	0,0%
Total	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

El **motivo** principal que ha movido a los turistas a visitar a Andalucía durante esta Semana ha sido disfrutar de las vacaciones (64,0%). En este periodo destaca especialmente la Semana Santa, que como evento cultural, motiva al 12% de los turistas a visitar el destino andaluz.

**Distribución de los turistas según motivo del viaje.
Semana Santa 2016**

Motivo	2016
Vacaciones/Ocio/Turismo	64,3%
Visita a familiares y amigos	22,4%
Eventos culturales (Semana Santa)	12,4%
Otros motivos	0,9%
Total	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

La **elección de Andalucía** como destino vacacional en estas fechas ha venido influenciada por el clima (24,8%) y por la playa (28,6%). Destaca también el concepto fiestas populares/folklore que supone en este período el 17,4% cuando la media del año se sitúa en tan solo el 0,7% (Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía).

**Distribución de los turistas según motivo de elección Andalucía.
Semana Santa 2016**

Motivo elección Andalucía	2016
Precios	6,5%
Clima	24,8%
Playa	28,6%
Visitas a monumentos	10,9%
Turismo de naturaleza y rural	3,0%
Visitas a familiares y amigos	1,1%
Fiestas populares/Folklore	17,4%
Golf	4,1%
Otros	3,5%
Total	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

El destino andaluz **es conocido** principalmente (78,3%) por la experiencia propia y la recomendación de amigos y familiares. Lo que va unido a un grado de satisfacción elevado por parte de los turistas, concretamente la **calificación** otorgada a la Comunidad por parte de los turistas es de notable (8,3 puntos), obteniendo la máxima puntuación la restauración (9,0 puntos), y la mínima con 6,5 puntos el transporte público.

**Distribución de los turistas según ¿Cómo conoció Andalucía?.
Semana Santa 2016**

¿Cómo conoció Andalucía?	2016
Recomendación de agencias de viajes	8,4%
Recomendación de amigos o familiares	44,3%
Experiencia propia	34,1%
Folletos turísticos	1,4%
Anuncios publicitarios en prensa, radio y TV	0,9%
Internet	11,0%
Total	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

**Calificación otorgada a Andalucía por conceptos (De 1 a 10 puntos).
Semana Santa 2016**

Calificación	2016
Entorno urbano	8,3
Entorno natural	8,6
Playas	8,7
Accesos al municipio	7,3
Seguridad ciudadana	8,5
Limpieza	7,6
Nivel de tráfico	7,1
Transportes públicos	6,5
Relación calidad/ precio	7,9
Atención y trato recibido	8,8
Calidad alojamiento	8,3
Restauración	9,1
Señalización turística	8,9
Información turística	8,5
Ocio/diversión	8,9
Patrimonio cultural	8,8
Índice Sintético de Percepción Turística	8,3

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

El 96% de los turistas encuestados han encontrado la **relación calidad/precio** muy bien o bien, nadie niega que exista una buena relación entre ambas variables.

**Distribución de los turistas según su opinión sobre la relación calidad/precio.
Semana Santa 2016**

Relación calidad/precio	2016
Muy bien	50,8%
Bien	45,0%
Normal	3,9%
Regular	0,4%
Mal	0,0%
Total	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

Tal y como evidencia los resultados, los turistas que han estado en Andalucía disfrutando de su tiempo libre, vuelven satisfechos a su lugar de residencia, cumpliéndose así sus expectativas sobre el destino lo que les hace plantearse la posibilidad de volver. El 34,7% de los turistas que han estado en Andalucía en Semana Santa este año, son **fieles** al destino, ya habían estado en esta misma temporada el año pasado.