



# Perfil y características del turista

Capítulo 4



## 4. PERFIL Y CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA.

¿Quién es el turista que visitó Andalucía en 2008? ¿Es posible establecer un perfil que responda esta pregunta? En el presente capítulo se tratará de dar respuesta a esta cuestión con carácter general, profundizando en la información disponible y verificando que, para ciertos parámetros, las tendencias no han experimentado grandes cambios, si bien el año 2008 representó una alteración en algunas variables.

En primer lugar cabe plantearse de dónde procede el turista que visitó Andalucía, lo que determinará en gran medida el tipo de turismo que cabe esperar, y a partir de ahí se desarrollará un análisis en torno a su género y edad, cuánto tiempo se queda y dónde se aloja, cuánto gasta por día, cuál es la motivación principal que le impulsó a elegir Andalucía y, finalmente, cuál es su percepción de la experiencia vivida. Estos apartados tienen como objetivo poner de manifiesto los atributos del turista en Andalucía más allá de los patrones sociodemográficos, entrando en el terreno de sus apreciaciones y sus peculiaridades económicas.

### 4.1 Perfil general.

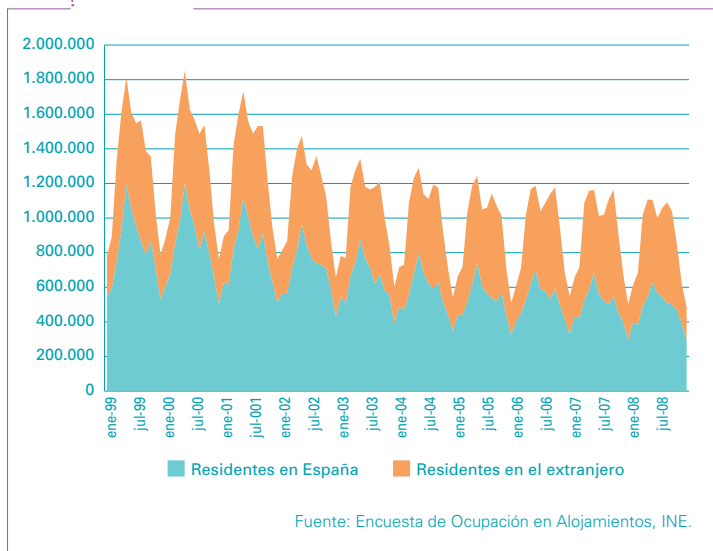
Puede afirmarse que para el año 2008, el turista que viajó a Andalucía fue predominantemente familiar, sobresaliendo el turismo español y particularmente el andaluz sobre el foráneo. De la misma manera se perfila un turista que se declara fundamentalmente vacacional o de ocio, alojándose los foráneos predominantemente en establecimientos hoteleros y los nacionales en alojamientos no hoteleros. Esta distinción es importante a la hora de establecer el perfil del viajero, ya que determina en gran medida variables sobre cuándo viene (estacionalidad), cuánto tiempo se queda o incluso el montante económico que deja en los destinos andaluces tras sus vacaciones. Para este capítulo se ha considerado establecer una comparativa con otras Comunidades Autónomas en la que, con carácter general, puede deducirse que Andalucía no posee un turista distinto a la generalidad nacional.

#### 4.2 Procedencia del turista.

La Encuesta de Ocupación de Alojamientos Turísticos del INE revela una mayor dependencia, conforme avanza el tiempo, del turismo nacional en detrimento del turismo extranjero. Si se examinan los datos desde 1999, se obtiene una tendencia que puede apreciarse a simple vista, en la que una parte cada vez mayor del turismo registrado en la encuesta es español (Gráfico 4.1). No obstante, debe hacerse la salvedad de que esta encuesta se realiza en oferta de alojamiento reglada, cuando en la realidad el turismo nacional y extranjero acude en cierta medida a hospedarse en alojamientos no reglados y, por tanto, no susceptibles de registro estadístico directo.

Gráfico 4.1

Composición del turismo en Andalucía



Si lo que se analizan son las tendencias expresadas en porcentajes, la conclusión es aún más evidente. El número de turistas registrados por el INE que se han alojado en los diversos establecimientos de Andalucía han sido de casi diez millones en 2008, frente a los casi seis millones de extranjeros. Con

una perspectiva de diez años puede afirmarse que la composición mensual del turismo ha sufrido una gran estacionalidad, aunque la tendencia es claramente a favor del turismo nacional en los destinos andaluces (Gráfico 4.2). Un promedio de 76 por ciento más de turistas españoles con respecto a los extranjeros se registró en Andalucía, culminando una trayectoria en la que los viajeros con residencia en el país ganan terreno frente a los que viajan desde otras naciones.

En igual sentido, si se tienen en cuenta los datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, elaborada por el Instituto de Estadística de Andalucía, se comprueba que durante 2008 los principales viajeros a Andalucía fueron, en su mayoría, los propios andaluces, seguidos del resto de españoles y, en una proporción muy similar, de países de la UE (Gráfico 4.3). Los demás países no representaron apenas un 10 por ciento con respecto al resto, estando repartido el gran mercado turístico andaluz en los tres sectores anteriores y predominando el turismo extranjero de la UE durante el segundo trimestre.

Gráfico 4.2

Tendencia en la composición turística

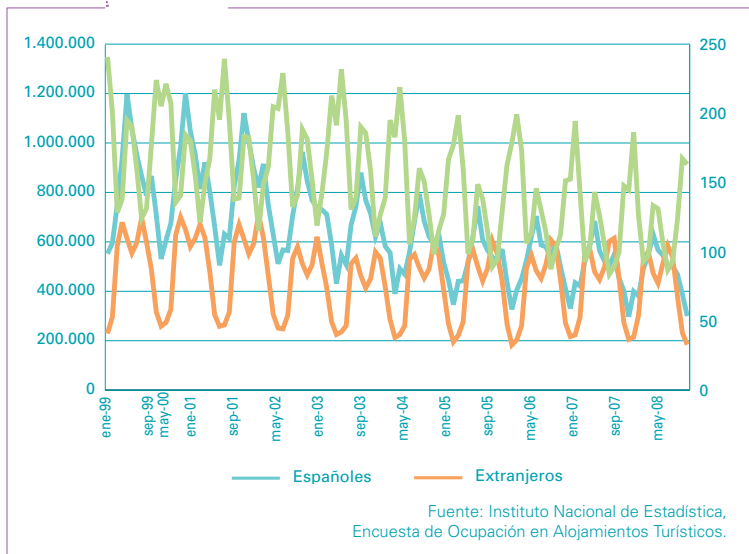
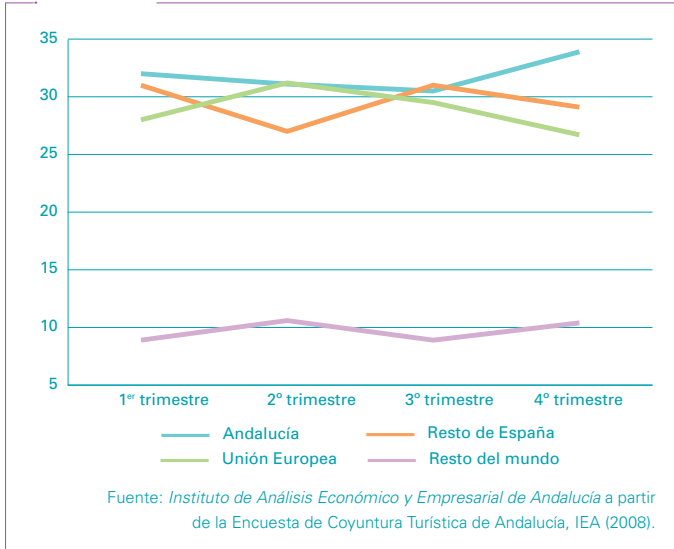


Gráfico 4.3

## Procedencia

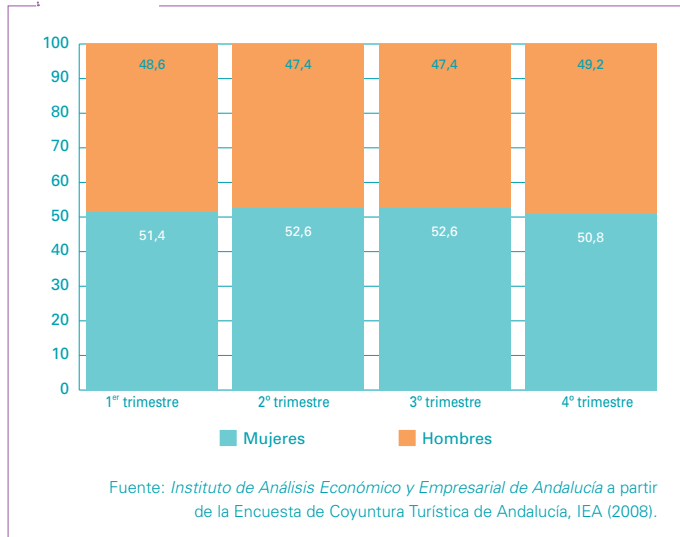


#### 4.3 Sexo del turista.

En la línea con los datos que en los últimos años se han ofrecido, al parecer el género de los turistas que arriban a Andalucía no experimenta grandes fluctuaciones. Se conserva un cierto equilibrio entre sexos, con una ligera desproporción favorable a los varones, pero sin ser representativa en ningún caso. Los datos de la ECTA así lo revelan, conservándose esta tendencia incluso entre los distintos trimestres del año (Gráfico 4.4). Cabe decir que es ésta una variable muy estable dentro del perfil de los viajeros, estando la población de turistas homogéneamente repartida año tras año, sin que incluso a nivel provincial puedan percibirse desigualdades estadísticas.

Gráfico 4.4

Género  
Porcentaje

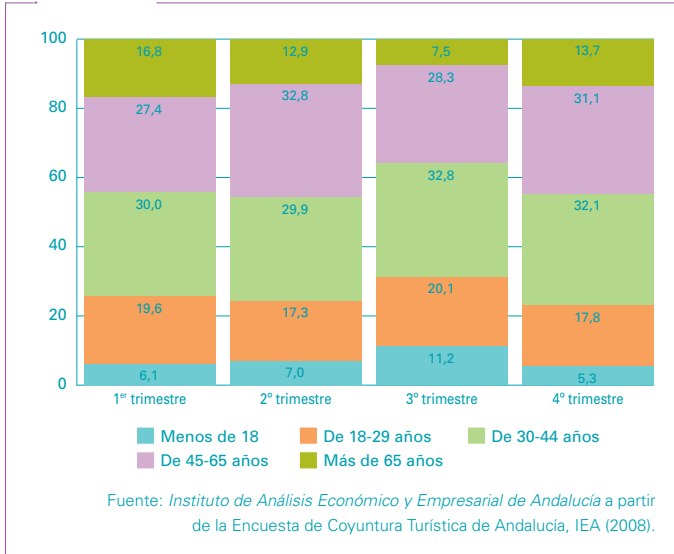


#### 4.4 Edad.

Otro dato interesante que también aporta la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía es la composición por edades de los visitantes. En 2008 cabe decir que se mantuvieron las proporciones de otros años, encontrándose un amplio porcentaje de viajeros en la franja entre 30 y 44 años (Gráfico 4.5), siguiéndoles los de mayor edad (45-65 años), y estando escasamente representados tanto los turistas de más de 65 años como los más jóvenes. Esto se mantiene así salvo para el caso del periodo entre julio, agosto y septiembre, donde la tasa de presencia de viajeros menores de edad casi se duplica, coincidiendo con los meses de vacaciones del curso escolar.

Gráfico 4.5

## Turistas por edad

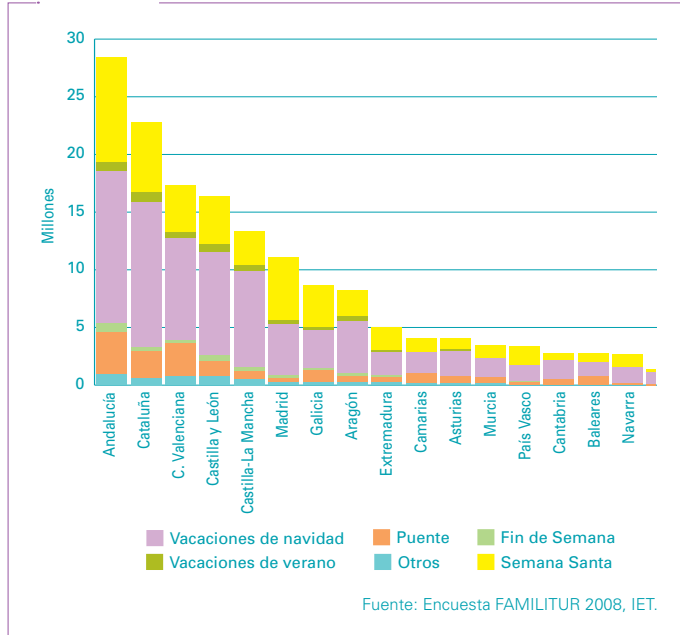


#### 4.5 Estancia media.

Al investigar la estancia de los turistas en Andalucía, lo primero que puede conjeturarse es el momento del año en que deciden venir, ya que ello determinará la duración del viaje. En este sentido, cabe formular la pregunta de si los patrones de visita de los turistas que visitaron Andalucía durante 2008 fueron distintos de los de otras Comunidades Autónomas. En lo que respecta a los viajeros nacionales, mayoritarios en los destinos andaluces, la encuesta Familiar del IET arroja abundante información (Gráfico 4.6).

Gráfico 4.6

Viajes por comunidades y periodo



A la luz del gráfico anterior, donde se exponen los momentos del año preferidos por los turistas españoles para visitar las distintas Comunidades, puede verse cómo los que eligieron Andalucía lo hicieron según un patrón no muy distinto del resto: en primer lugar fue una Comunidad escogida para pasar el fin de semana o las vacaciones de verano. Existen sutiles diferencias con otras regiones, como por ejemplo con Castilla La Mancha, la cual es aprovechada para pasar fines de semana, pero no periodos estivales, aunque las diferencias no son apreciables en ningún caso, revelándose un patrón de conducta similar en los viajes de los españoles.

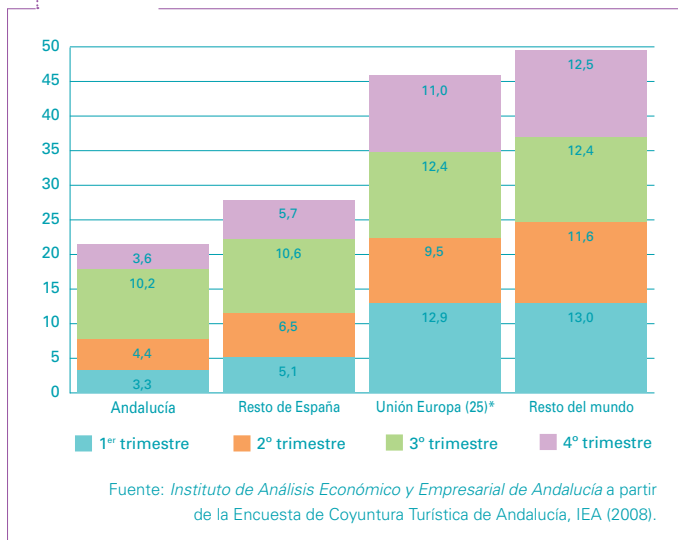
Otra información igualmente reveladora, que ayuda a entender la dinámica turística andaluza, es la referida al plazo de estancia promedio de los visitantes en los distintos alojamientos que escogen. En primer lugar cabe analizar las diferencias que se aprecian en función de su procedencia. Como es lógico, los

residentes en Andalucía no son distintos a los turistas del resto de España, y en entre ellos predominan las escapadas cortas y los viajes de fin de semana (Instituto de Estudios Turísticos, Avance de diciembre del Informe Familiarit), optando por acortar sus estancias en los trimestres típicamente laborales (primero, segundo y cuarto). En estos meses la estancia promedio se sitúa entre tres y cuatro días, mientras que en el trimestre estival la duración de la misma se dispara hasta más de diez.

Los turistas provenientes del resto de España (como se ha dicho, sobre todo de Madrid) mantienen este comportamiento e idéntica duración de la estancia en verano, aunque el resto de los meses presentan una estancia media un poco más larga que los andaluces (Gráfico 4.7).

Gráfico 4.7

Estancia promedio  
Porcentaje

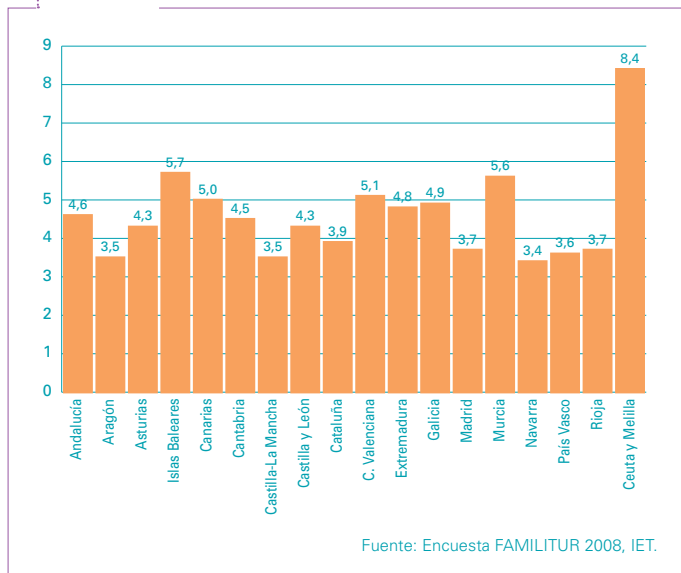


Por su parte, los más equilibrados en sus hábitos de estancia son los extranjeros, que no manifiestan una especial predilección por los meses de verano para acometer estancias más largas de lo habitual. Por el contrario, ellos al parecer prefieren los primeros meses del año (de enero a marzo) para prolongar su presencia en los destinos andaluces, aunque bien es cierto que por una diferencia mínima. En otras palabras, no se observan diferencias apreciables en los días que pasan de viaje, situándose su estancia promedio entre once y trece días en cualquier trimestre del año.

En una clara referencia al resto de Comunidades Autónomas (Gráfico 4.8), puede afirmarse que los turistas españoles no mantienen estancias más largas en Andalucía que en el resto de Comunidades, ya que frente a un promedio anual en 2008 de 4,5 días que permanecieron en este destino otros, como los que visitaron Baleares o Murcia, prefirieron quedarse un día más aproximadamente.

Gráfico 4.8

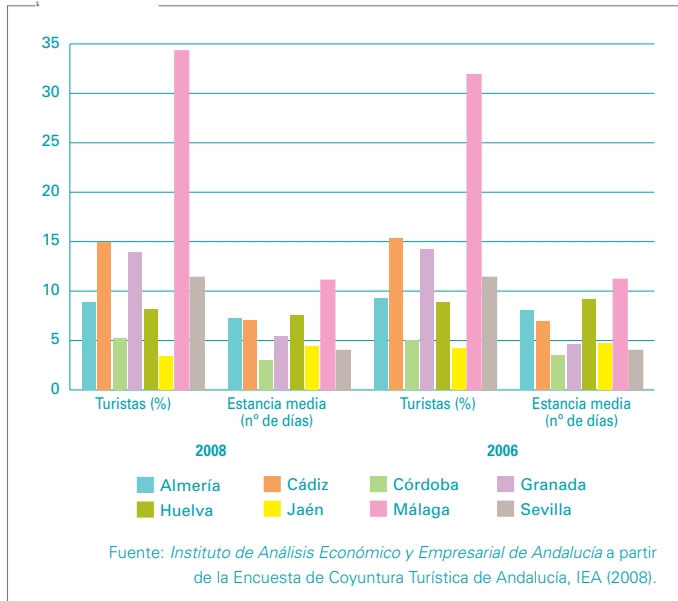
Estancia promedio del turismo nacional  
Días



En otro sentido, cuando se analizan las particularidades provinciales del turismo en función de su reparto y su estancia, emerge un reparto desigual de los flujos. Por un lado es posible encontrar provincias por las cuales los visitantes se sienten muy atraídos, como es el caso de Málaga y, en menor medida, Cádiz, Granada y Sevilla, que a la vez presentan visitas de duración relativamente larga (once días en caso de Málaga y más de siete en Cádiz y Granada, por ejemplo), ver Gráfico 4.9. Por el contrario, puede comprobarse a la vista del gráfico citado cómo también existen provincias de menor proporción de visitas, en la que las estancias son más cortas, caso de Córdoba o Jaén. Cabe apreciar que, si bien a partir de los datos de 2008 esto es lo que se manifiesta, si se compara con los datos de 2006 las conclusiones no son muy distintas, aunque se apuntan ciertas diferencias, no tanto en la duración de la estancia promedio como de la proporción en el reparto provincial del número de visitas.

**Gráfico 4.9**

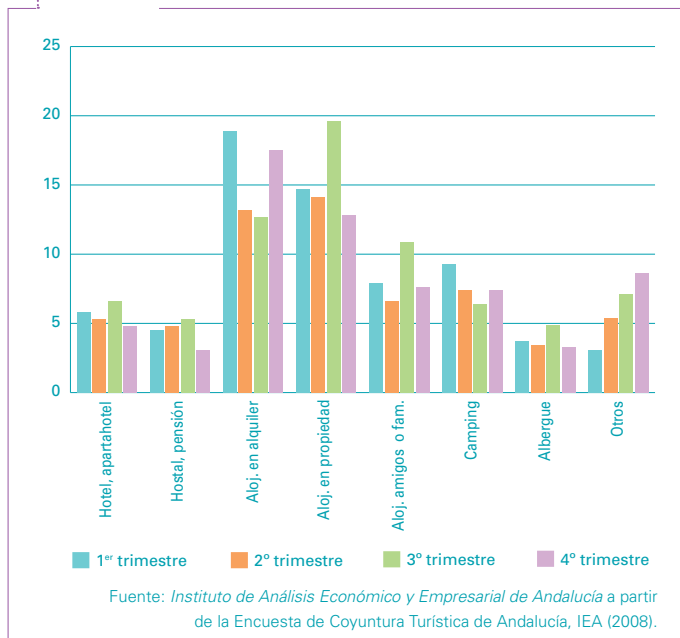
**Proporción de turistas y estancia Promedio**



Si el análisis, en cambio, se ciñe al tipo de alojamiento y se enlaza con la estancia promedio, es fácil comprender que las estancias más largas pertenezcan a los alojamientos más asequibles por unidad de tiempo, en especial en un contexto tan marcado por la austeridad de las economías familiares. Así pues, cabe señalar que los alojamientos alquilados o en propiedad se destacaron en 2008 por ser los que más días alojaron al mismo turista en promedio, con valores entre dieciocho y veinte días (Gráfico 4.10). Es interesante comprobar cómo el visitante que viaja para alojarse en alquiler prefiere quedarse más días en el primer y cuarto trimestre, mientras que el que posee en propiedad su vivienda lo hace sobre todo en los meses de verano. Los segundos alojamientos más usados, por orden de duración de la estancia, son las casas de amigos o familiares y los camping, con estancias medias de unos siete días. Por su parte, todas las ramas del alojamiento hotelero (hoteles, apartoteles, hostales y pensiones) se contienen en una duración promedio de la estancia más discreta, de algo más de seis días de media, con escasa estacionalidad en comparación con el resto de los tipos de alojamiento.

Gráfico 4.10

Estancia por tipo de alojamiento  
Porcentaje

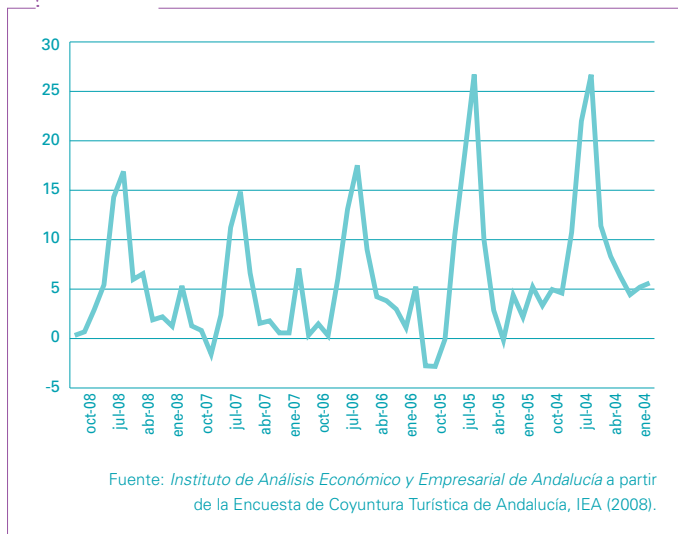


En cuanto a mediciones relativas, cabe analizar la evolución de la estancia del turista en los diferentes tipos de alojamientos en Andalucía con respecto a la estancia promedio del conjunto nacional. En los Gráficos 4.11 a 4.14 puede observarse la evolución de los valores relativos de éste concepto desde 2004, lo que ayuda a situar convenientemente la cuestión. Dado que los datos han sido registrados por la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos, la información puede desglosarse en viajeros cuyo alojamiento ha sido hotelero, apartamentos, camping y establecimientos rurales.

La estancia promedio en los establecimientos hoteleros andaluces aún es más elevada que en el resto de España (Gráfico 4.11), aunque la tendencia se va ajustando a los niveles nacionales. Durante 2008 las diferencias con respecto al promedio del resto de España no fueron tan notables como en otros años, pero los visitantes que eligieron los hoteles andaluces para pasar sus vacaciones llegaron a quedarse hasta un 15 por ciento más de tiempo.

Gráfico 4.11

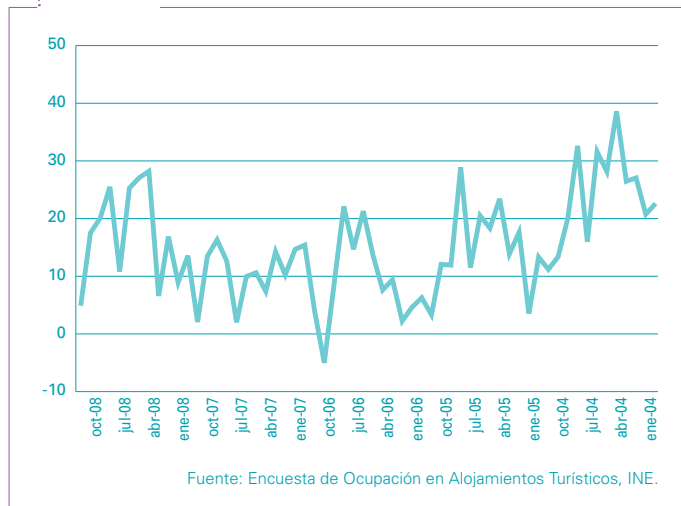
Diferencia de estancia con el promedio nacional  
en establecimientos hoteleros  
Porcentaje



Por otro lado, y en el caso de los apartamentos, tras unos años en los que los viajeros se han ido quedando cada vez menos tiempo con respecto al resto de España, puede decirse que la estancia se recupera, ya que desde enero de 2007 la estancia promedio en estos establecimientos ha adquirido una tendencia positiva (Gráfico 4.12). En otras palabras, cada vez hay una diferencia mayor entre la estancia del turista en Andalucía y las de los viajeros que visitan el resto de las Comunidades Autónomas, llegando en 2008 hasta una brecha de casi un 30 por ciento más.

Gráfico 4.12

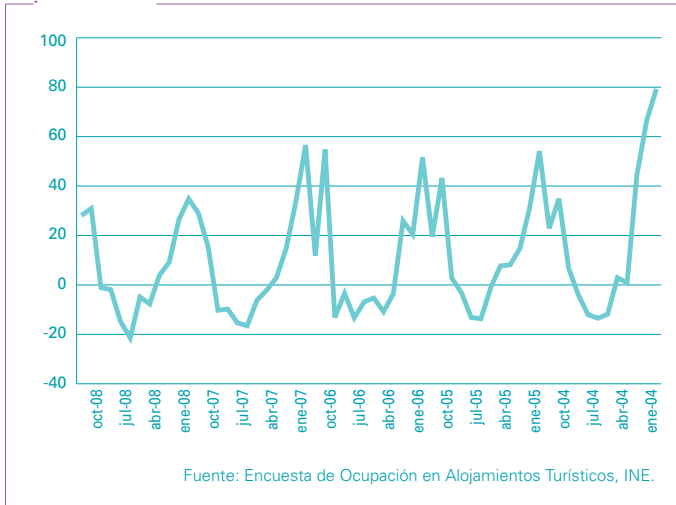
Diferencia de estancia con el promedio nacional en apartamentos  
Porcentaje



En lo que respecta a los camping o acampamentos turísticos (Gráfico 4.13), tras unos años de continuada estabilidad, puede decirse que la estancia promedio de los turistas en Andalucía se está ajustando (al menos desde 2007) a las cifras nacionales. Cabe afirmar que el turista que visita los acampamentos andaluces manifiesta una estacionalidad en su visita claramente distinta a la del resto de formas de alojamiento, lo que tiene una traslación en el comportamiento de la estancia promedio comparada entre Andalucía y el

Gráfico 4.13

Diferencia de estancia con el promedio nacional en acampamentos  
Porcentaje

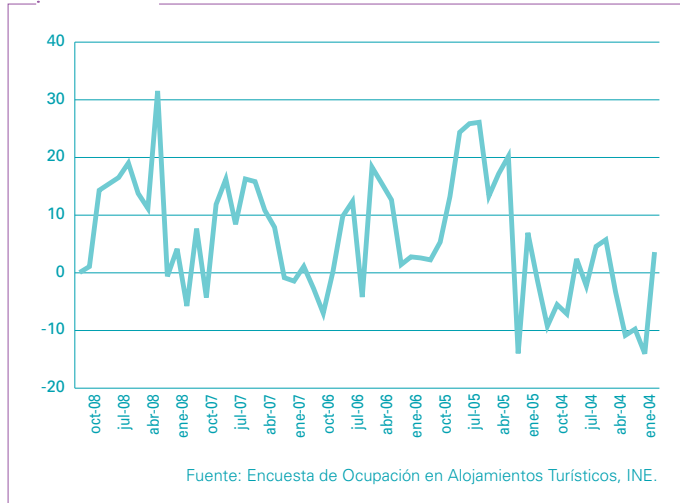


resto de España: mientras en la temporada de verano la estancia del campista en Andalucía es manifiestamente más corta que en el resto de España, en los meses de invierno se mantienen estancias hasta de un 35 por ciento más.

Definitivamente, la estancia comparativamente más inestable con respecto al resto de España es la del turismo rural (Gráfico 4.14). Los viajeros que optaron por esta modalidad de alojamiento para sus vacaciones durante 2008 lo hicieron siempre en estancias más largas que el promedio del resto del país, llegando incluso a superar el 30 por ciento de diferencia, la más importante desde hace cinco años al menos. Este viajero prefiere prolongar su estancia más de lo normal en abril y mayo, mientras que los meses entre octubre y marzo ajusta su estancia a los promedios nacionales para este tipo de alojamiento.

Gráfico 4.14

Diferencia de estancia con el promedio nacional en alojamientos rurales  
Porcentaje

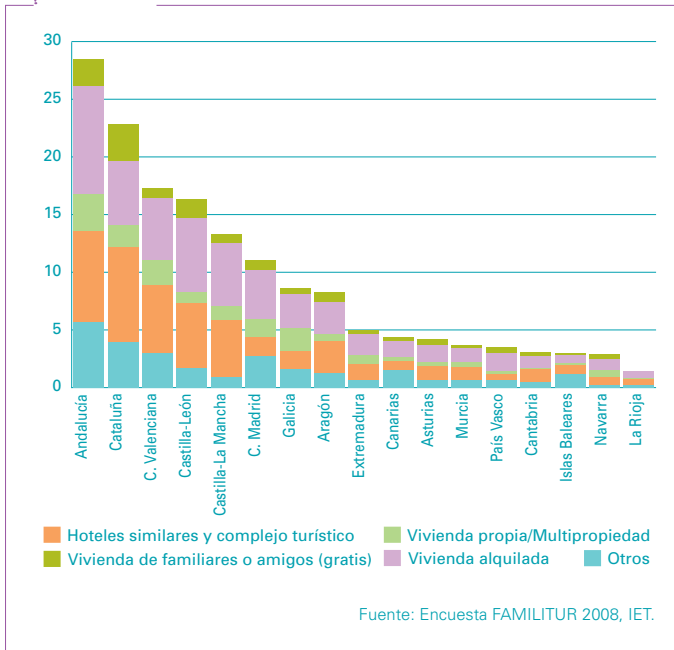


#### 4.6 Tipo de alojamiento.

Según las cifras de Familitur, más del 80 por ciento de los viajes nacionales a Andalucía durante 2008 tuvieron como alojamiento un establecimiento no hotelero, y además se detectó un gran aumento del uso de la vivienda propia. Si se tiene en cuenta los datos ofrecidos por esta fuente para 2008, se pone de manifiesto que Andalucía es una Comunidad en la que el turista español se alojó mayoritariamente en el sector extrahotelero, bien en domicilios de amigos o parientes, bien en apartamentos o casa alquiladas, o incluso en hogares de su propiedad. El uso del hotel y similares queda para cinco de los casi veintinueve millones de viajes de los españoles. Cabe añadir que el patrón no difiere de otras Comunidades Autónomas, el Gráfico 4.15 lo confirma si se compara con los destinos más parecidos a Andalucía, como pueden ser Cataluña o la Comunidad Valenciana.

Gráfico 4.15

Viajeros por tipo de alojamiento  
Millones



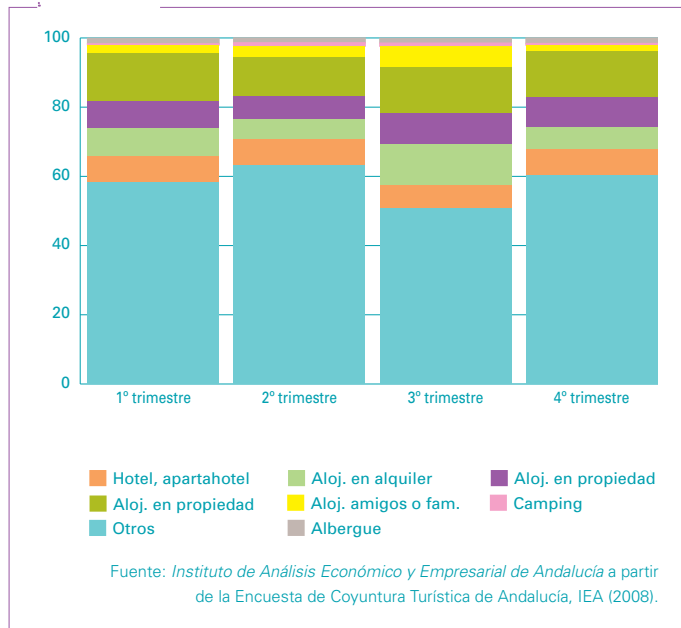
En el aspecto del turismo foráneo, Frontur no desglosa datos para el caso de Andalucía, aunque para el conjunto nacional predominó el alojamiento hotelero, usado en un 64,1 por ciento de los casos registrados. El no hotelero y el uso de viviendas de familiares y amigos caen, en este caso, hasta cifras del 35,15 y 21,7 por ciento respectivamente.

Si, por el contrario, se tienen en consideración las cifras ofrecidas por la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, el alojamiento hotelero, en promedio, apenas constituyó el 60 por ciento de la cuota total de alojamiento turístico durante 2008 (Gráfico 4.16), con cierta estacionalidad. Como puede apreciarse en el gráfico citado, en los meses de alta afluencia de viajeros estivales, más propensos a usar alojamientos no hoteleros, en propiedad o alquiler, la cuota de uso del alojamiento hotelero bajó hasta casi el 50 por

ciento del total del alojamiento de uso reglado en Andalucía. El camping, asimismo, cobró más protagonismo en estos meses, coincidiendo con las temperaturas más apropiadas, unas tarifas singularmente asequibles y la posibilidad de ampliar las estancias por parte de los turistas. Por otra parte, puede apreciarse cómo la proporción de turistas que usan el domicilio de los amigos y familiares apenas cambia a lo largo de todo el año, corroborando la poca estacionalidad que se le atribuye a este tipo de alojamiento.

Gráfico 4.16

Viajeros por tipo de alojamiento  
Porcentaje



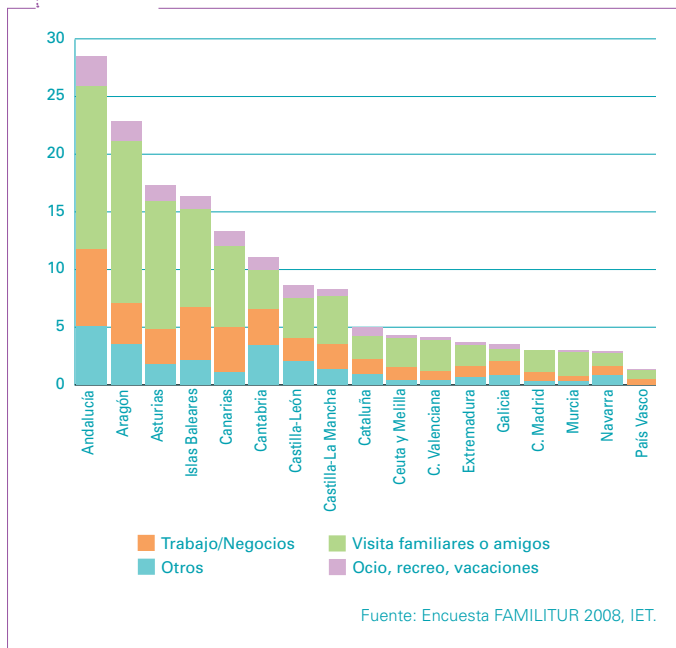
#### 4.7 Motivación.

Según el Instituto de Estudios Turísticos, casi la mitad de los viajes de españoles hacia Andalucía durante 2008 lo hicieron por motivos de ocio (Familiar), y de entre ellos un 45 por ciento lo hizo en escapadas de fin de semana como ya se vió anteriormente. Según esta misma fuente, el perfil

de este turista no se diferencia en mucho del resto de Comunidades, lo que puede apreciarse en el Gráfico 4.17. El ocio es la principal motivación del turista tanto en Andalucía como en el resto de Comunidades Autónomas, independientemente de la naturaleza turística de la Comunidad o del número de viajes que se registró en ella.

Gráfico 4.17

Viajeros nacionales según motivación  
Millones



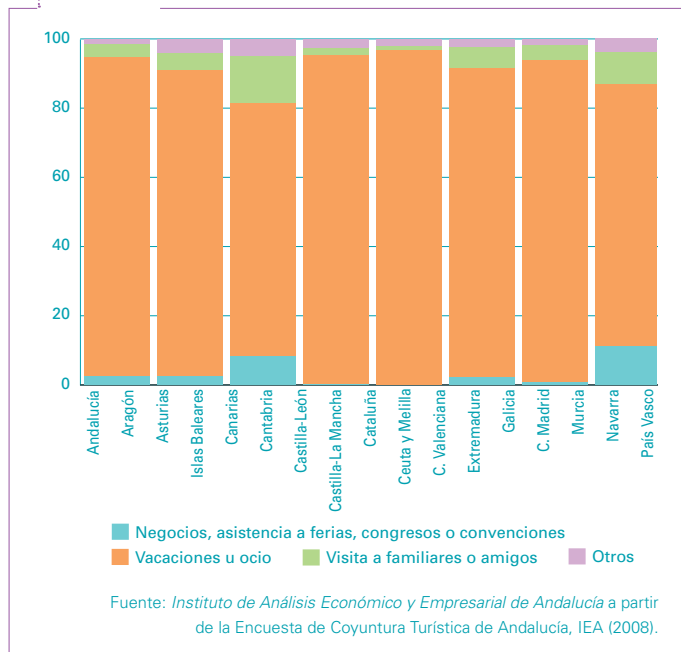
Por parte de los extranjeros, las encuestas Frontur no arrojan datos sobre motivación aplicados a Andalucía, por lo que habrá que estar a lo presentado por otras estadísticas.

En este sentido cabe destacar los resultados de la ECTA 2008 del IEA, que corrobora para el turista tipo de Andalucía una motivación mayoritariamente lúdica, donde el ocio ocupa un papel preponderante (Gráfico 4.18); sólo para ciertas provincias asoma tímidamente la visita a familiares y amigos

como motivo principal del viaje. Como ya es tradicional en este punto, cabe subrayar que en las provincias con más consolidación turística como Málaga, Huelva o Granada el turista se declara firmemente vacacional y motivado por el ocio. No obstante, en otras con un componente más familiar o mercantil los segmentos del VAP (Visita a Amigos y Parientes) y congresos o negocios asoman rotundamente tras la motivación de ocio predominante en todas las provincias, tal es el caso de Sevilla o Córdoba.

Gráfico 4.18

Motivación del viaje  
Porcentaje



#### 4.8 Gasto del turista.

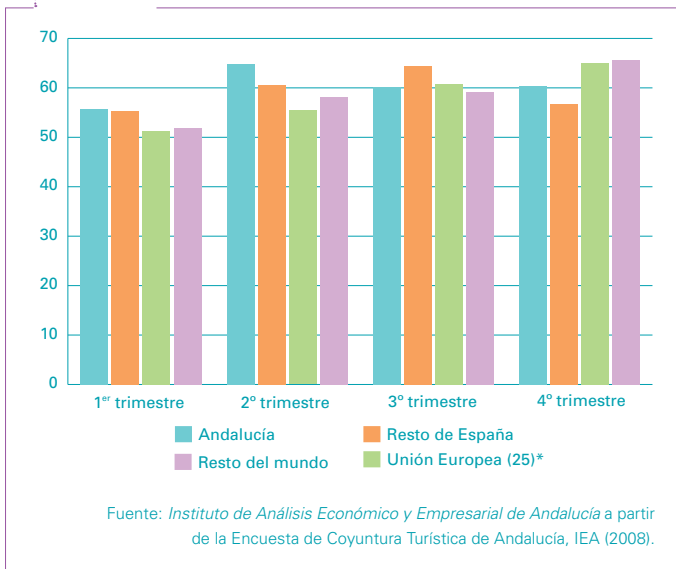
Dado que en otro apartado del presente informe se acomete este aspecto con mayor precisión, se remite a lo mencionado en los capítulos 2 y 3 para un análisis que exceda las someras pretensiones de estas líneas, que sólo sirven al propósito de explicar, como parte del perfil del turista, su capacidad de gasto

por origen y provincia de destino, para dar cumplida respuesta a preguntas como ¿hay una divergencia apreciable de gasto en función de la procedencia del turista?, o ¿hay diferencias significativas en el gasto que se registra por parte de los turistas que visitan las distintas provincias?.

Para el caso de la primera pregunta se debe analizar el Gráfico 4.19, que presenta el gasto turístico (gasto medio diario) en 2008 según la ECTA. Como puede apreciarse, a lo largo de todo el año se detectan los mismos niveles de gasto turístico agregado, o lo que es lo mismo, el visitante típico deja aproximadamente el mismo monto diario en los destinos andaluces. No obstante, cabe hacer ciertas precisiones. La primera de las cuales es que se habla aquí de gasto medio diario, por lo que lógicamente cuantos más días pase en destino, más será su impacto económico en el mismo. La segunda es que, a tenor de los datos que se presentan, cabe concluir que, si bien los andaluces manifiestan incurrir en un gasto medio diario mayor los primeros dos trimestres (en torno a 55 euros/día), esta cifra baja durante el resto del

Gráfico 4.19

Gasto según origen  
Euros

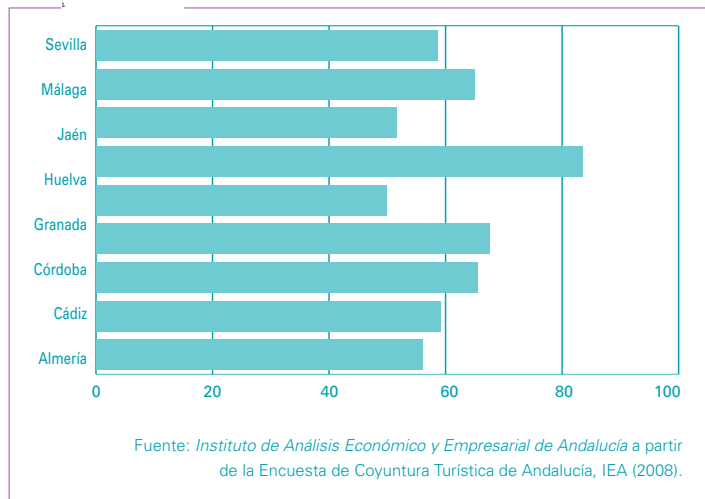


año para situarse en una más discreta de 51 euros diarios. Por el contrario, los turistas de la UE que arriban a las fronteras andaluzas lo hacen con un nivel de gasto particularmente estable a lo largo de todo el año, por ende superior al de los andaluces (hasta rozar los 65 euros diarios).

En relación con la segunda de las cuestiones planteadas al inicio de este epígrafe, cabe suponer *a priori* que las provincias con mayor planta turística instalada (hoteles, restaurantes, salas de ocio o campos de golf, por ejemplo), serán las más preparadas para que el turista con mayor capacidad de gasto se asiente en ella durante sus vacaciones. No obstante, la complejidad de mercado turístico y, más concretamente, su heterogeneidad, se pone aquí de manifiesto, plasmándose en la ECTA cifras que no responden a esta idea. Por ejemplo, se encuentran provincias sólidamente construidas en torno al sector turístico, donde cada visitante dejó de promedio durante 2008 unos 53 euros diarios; por el contrario, provincias con economías más diversificadas vieron cómo se detectaban en 2008 niveles de gasto que superaban los 85 euros/día, caso de Jaén, o 66 euros diarios, como Sevilla (Gráfico 4.20).

Gráfico 4.20

Gasto medio diario  
Euros



Esto puede explicarse por las motivaciones y las actividades que busca el visitante de cada provincia, ya sea vacacional, de negocios, de naturaleza o de salud.

#### **4.9 Percepción de la experiencia del turista.**

La Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía registra anualmente las valoraciones que del 1 al 10 los turistas encuestados otorgan a diferentes aspectos de la experiencia vivida durante su viaje por Andalucía. De ahí se elabora el IPS (Índice de Percepción Sintética), que es una calificación promedio de toda la experiencia de los turistas encuestados por todos los conceptos. Este índice, que en 2005 estaba en 7,7 (aunque en los dos primeros trimestres alcanzó el valor de 7,9), presenta una ligera tendencia decreciente, en 2007 se colocaba en 7,3 y en 2008 en 7 (con valores de 6,9 en el primer y tercer trimestre). Por tanto, en trimestres la oscilación va desde el 7,9 hasta el 6,9 sobre 10. Esto conduce, al menos, a dos conclusiones inmediatas: una, que la percepción global del destino Andalucía sigue consiguiendo buena nota (7 en 2008); y dos, que es necesaria una cierta reflexión puesto que respecto a 2005 se pierde 0,7 puntos, lo que obliga a un seguimiento con detalle de esta variable y a unos mayores esfuerzos, público y privado, para mejorar el conjunto de factores que configuran el destino turístico andaluz y sus servicios turísticos.

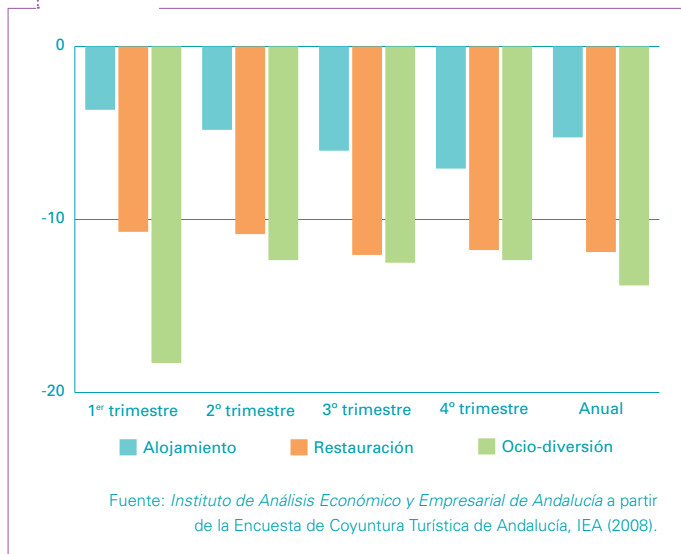
No obstante lo anterior, en este epígrafe se ha pretendido examinar, más allá de la nota global que el turista otorga a su experiencia en Andalucía, los componentes parciales que integran esa nota, de manera que pueda ponerse el acento en aquello que el visitante aprueba o desaprueba con más énfasis. Dado que interesa más conocer las tendencias que obtener las medidas estáticas de 2008, se ha preferido ofrecer el análisis en clave comparativa, ofreciendo las evoluciones porcentuales de las calificaciones que durante 2008 se dieron comparadas con las de 2006, ya que la información de 2007 no se encuentra publicada completamente.

Con este procedimiento se puede obtener de manera directa la evolución de la calificación. Si sale negativa para algún ítem puntuable concreto, significa que ese concepto ha sido valorado por los turistas en 2008 de peor manera que en 2006. A continuación se exponen los diferentes resultados.

En primer lugar, cabe analizar las primeras calificaciones que otorgan los visitantes, que son las de alojamiento, restauración y oferta complementaria de ocio. En una comparativa con respecto a 2006, y aunque todos los ítems bajan en su calificación, son los hoteles los que menos han visto reducida la percepción por parte de los turistas, con decrementos de no más de un 4 por ciento en promedio anual (Gráfico 4.21). Los restaurantes y, sobre todo, la oferta complementaria lúdica ha experimentado notables descensos en su apreciación por parte de los turistas, del orden de 12 por ciento y 14 por ciento, respectivamente. Especialmente críticos se muestran los visitantes del primer trimestre, que rebajaron la calificación de la oferta de ocio en más de un 18

Gráfico 4.21

Evolución 2006-2008 de la calificación de la oferta principal  
Porcentaje

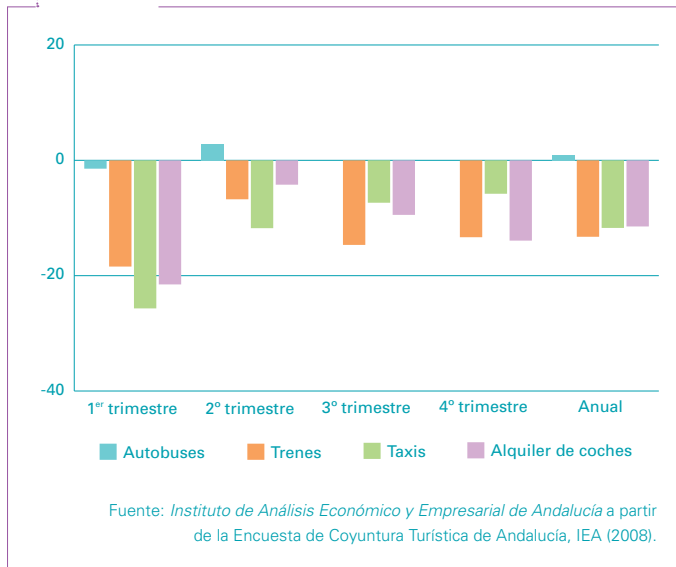


por ciento. No obstante, para matizar estos hechos conviene reproducir la calificación otorgada a estos servicios en 2008: alojamiento 7,9, restaurantes 7,4 y oferta de ocio-diversión 7 (son notas sobre 10).

Los transportes tampoco han obtenido mejores calificaciones con respecto a 2006 (Gráfico 4.22). Taxis, rent-a-car y, sobre todo, trenes, han visto disminuir la apreciación que los turistas tienen de ellos. Los autobuses parecen mantenerse en una cómoda evolución, positiva al fin, que supone la excepción en este sentido entre todos los medios de transporte turístico que se valoran en la encuesta. La valoración en 2008 fue de 7,1 para los autobuses, de 6,5 para los trenes, de 6,1 para los taxis y de 6,6 para los rent-a-car.

Gráfico 4.22

**Evolución 2006-2008 de la calificación de los transportes**  
Porcentaje

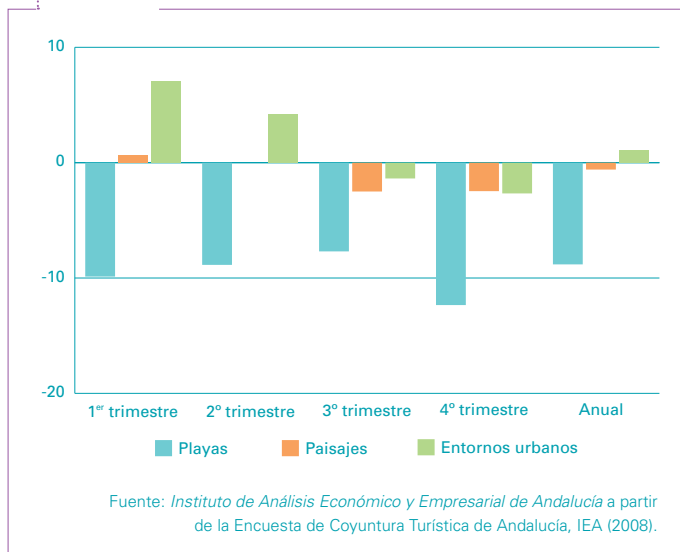


Otro de los parámetros importantes cuya calificación por parte de los visitantes debe mencionarse aquí es la de los entornos (Gráfico 4.23), tanto los litorales como los paisajísticos e incluso los urbanos. Son estos últimos los

que han sido valorados mejor en 2008 que en 2006, mientras que las otras dos categorías han perdido apreciación, en especial las playas, cuya calificación es claramente negativa entre ambos años, su nota bajó casi un 9 por ciento entre 2006 y 2008. Las calificaciones en 2008 fueron de 7,2 para las playas, de 8 para el paisaje y de 7,4 para el entorno urbano.

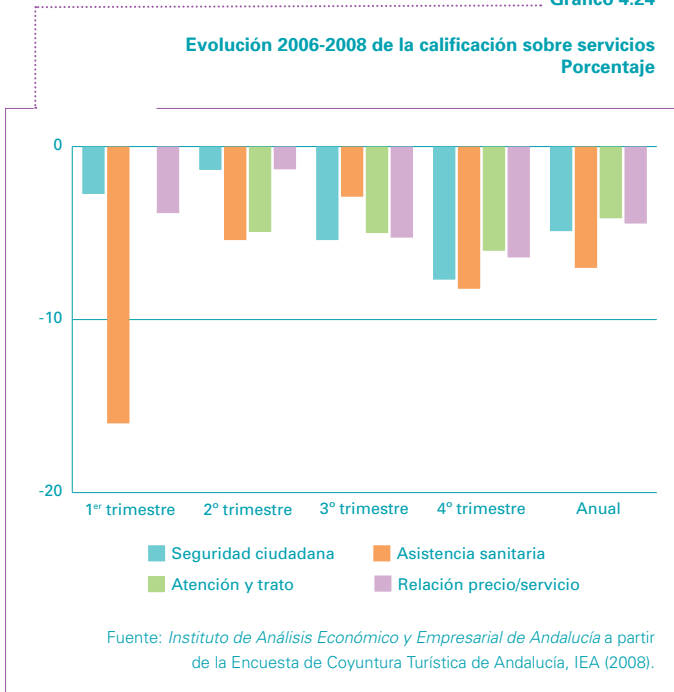
Gráfico 4.23

Evolución 2006-2008 de la calificación sobre los entornos  
Porcentaje



En relación con los servicios que se prestaron a los viajeros en Andalucía durante 2008 (Gráfico 4.24), puede señalarse que el ítem al que los turistas rebajaron especialmente su calificación fue la asistencia sanitaria, cuya nota bajó entre 2006 y 2008 algo más de un 7 por ciento. Los demás servicios aquí analizados también vieron sus percepciones rebajadas, aunque en menor medida (en torno a un 4 por ciento), como es el caso de la seguridad ciudadana, la atención y el trato, o la relación calidad/precio. Este último, sin ser un componente necesario de los servicios turísticos, se ha agrupado en esta categoría por similitud y a título ilustrativo de la problemática analizada. Las notas otorgadas a estos servicios en 2008 fueron las siguientes: 7,1 seguridad ciudadana, 6,7 asistencia sanitaria, 7,8 atención y trato y 7,4 relación calidad/precio.

Gráfico 4.24



Para concluir la ilustración de los valoraciones señaladas por el turista a diferentes variables agregativas de su experiencia en Andalucía, y a modo de resumen general, se expone también la evolución que ha sufrido la percepción desde 2006 hasta 2008 de distintos aspectos de carácter general, valorados ésta vez en una escala “Mejora, se mantiene, empeora” con respecto a su última visita a Andalucía. Lógicamente se trata de valoraciones otorgadas por viajeros experimentados que ya han venido al menos otra vez a los destinos andaluces. Del análisis de las frecuencias de dicha encuesta, igualmente contenida en la ECTA, se obtienen las siguientes conclusiones:

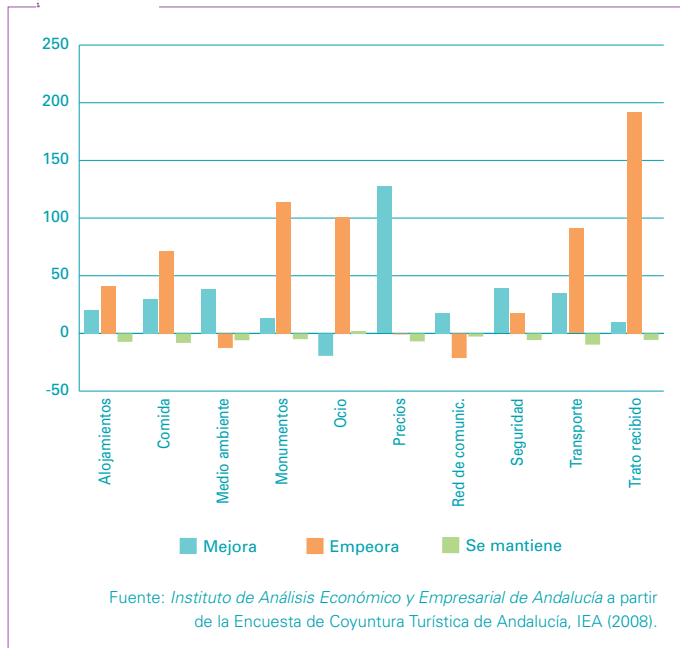
- Los parámetros donde han aumentado más que proporcionalmente (entre 2006 y 2008) las opiniones favorables de los visitantes andaluces son los precios, la red de comunicaciones, la seguridad y el medio ambiente (Gráfico 4.25). No obstante hay cuestiones en las que el turista andaluz se muestra ciertamente crítico, como por ejemplo en

el trato recibido, el transporte, los monumentos o el ocio. Es en estas áreas donde hay que situar la atención futura para prevenir la erosión que está sufriendo su percepción por parte del usuario/visitante que proviene de Andalucía.

- Los precios, la seguridad, la red de comunicaciones o el medio ambiente son, igualmente, los elementos cuyas valoraciones han experimentado una evolución positiva en los últimos tres años, según los visitantes del resto de España (Gráfico 4.26). Además, éstos ponen el acento en la necesidad de mejorar cuestiones similares a las de los visitantes andaluces, aunque de manera menos evidente: el trato recibido, el transporte, la comida o el ocio son elementos a tener en cuenta de la misma manera

Gráfico 4.25

**Evolución de la percepción de los turistas andaluces**  
Porcentaje



- El turista extranjero, a pesar de valorar estos mismos ítems en proporciones distintas a los españoles respecto a 2006, está de acuerdo con éstos en que han mejorado los precios y el medio ambiente, y en que el ocio está en peor situación, al igual que los monumentos (Gráfico 4.27). Además, hay que decir que entre 2006 y 2008 aumentaron mucho los turistas extranjeros que piensan que el transporte ha empeorado, al igual que la comida.

Básicamente, por todo lo anterior, cabe concluir que las expectativas del turista y su cumplimiento medido en base a las valoraciones de los servicios y recursos aquí analizadas no tienen que ver con la procedencia del mismo o, en otras palabras, que bien sean andaluces, del resto de España o turistas extranjeros, las expectativas insatisfechas vienen acentuándose en los mismos aspectos respecto a 2006.

Gráfico 4.26

**Evolución de la percepción de los turistas del resto de España  
Porcentaje**

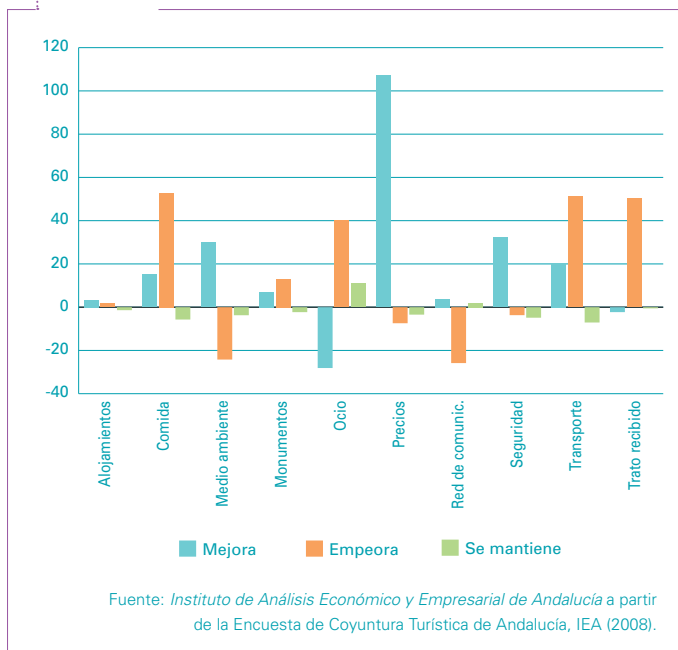
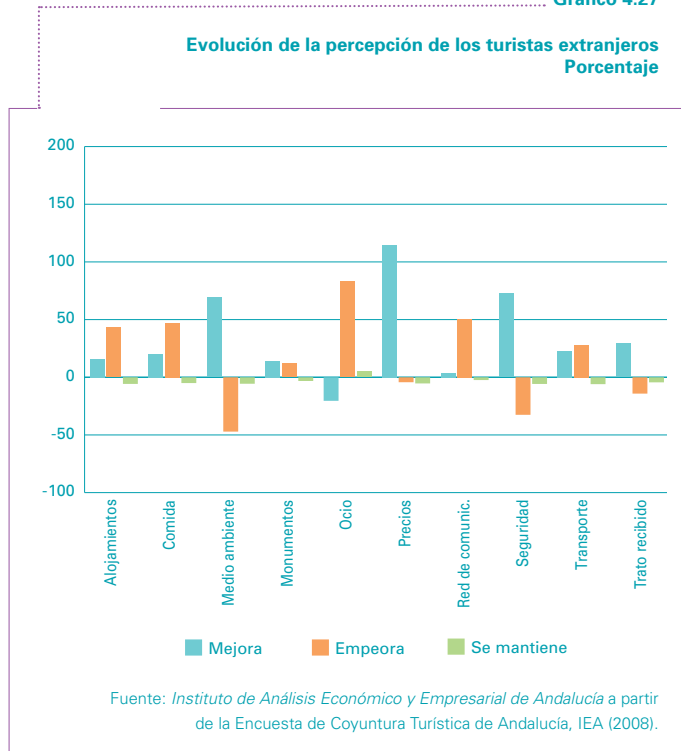


Gráfico 4.27



#### 4.10. Posicionamiento del turista

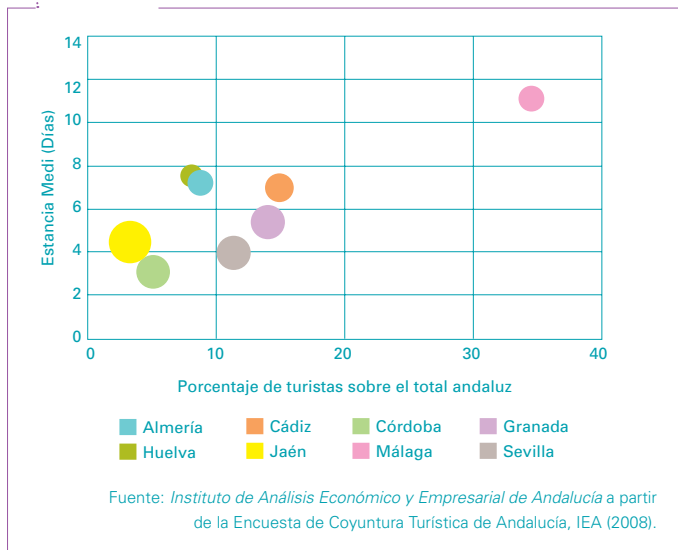
Toda vez que se ha obtenido la información que permite situar al turista que visitó Andalucía en 2008 en un determinado perfil socioeconómico, merece la pena ampliar el análisis hacia un modelo más completo, donde se incluyan variables que conduzcan a conclusiones más generales. En este caso pueden usarse los gráficos de esferas, que permiten visualizar tres parámetros a la vez, con la riqueza de información que ello aporta.

En primer lugar se ha efectuado un análisis del posicionamiento del turista por provincias, en función de la proporción de turistas que recibe cada una, la estancia media detectada en ella y, por último, el gasto turístico promedio registrado en la misma (Gráfico 4.28). De esta manera, los puntos más

alejados del origen representan provincias que poseen un mayor porcentaje de visitantes junto con estancias más largas. Esferas más grandes representan un mayor gasto turístico en la provincia correspondiente. Por lo tanto, a la vista del gráfico puede deducirse que existe una provincia, Málaga, que destaca claramente en cuanto a la duración de la estancia y la proporción de viajeros que acogió en 2008, aunque el gasto turístico que se registró en ella no fue de los mayores. Jaén, por otra parte, reúne un gasto diario muy superior, aunque posee una cuota de mercado inferior y la duración de la estancia no es muy prolongada. Entre ambos extremos es fácil reconocer al resto de provincias, las cuales se agrupan en una nube de puntos alrededor de una estancia media de seis días (la duración típica del visitante en Andalucía).

Gráfico 4.28

Posicionamiento provincial del turista

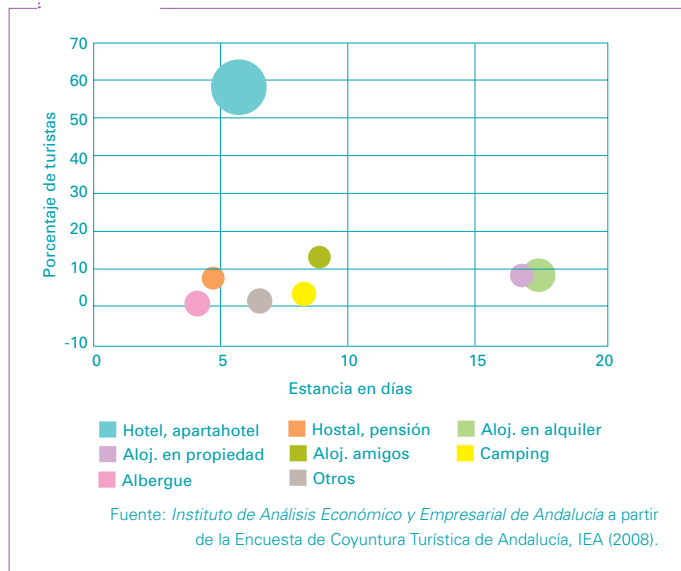


Por otra parte, si lo que se tiene en cuenta en el diagrama de esferas es un desglose por tipos de alojamiento en lugar de provincias (Gráfico 4.29), se obtiene como conclusión principal que los turistas de mayor gasto son los que se alojan en establecimientos hoteleros, aunque su estancia promedio es de las menores que se registran, sobre unos cinco días, aunque representan

un 60 por ciento del total. En otro extremo se encuentran los turistas que permanecen durante una estancia mayor (llegando hasta la quincena) en domicilios de su propiedad o alquilados, cuyo gasto es menor y también representan una proporción inferior de viajeros registrados estadísticamente. Entre estos dos extremos, y más cerca del origen, se encuentran el resto de las tipologías de alojamiento, con proporciones parecidas de gasto y con estancias y participación similares.

Gráfico 4.29

Posicionamiento del turista por alojamiento



#### 4.11 Conclusiones.

En términos generales, cabe afirmar que el turista que visitó Andalucía durante el ejercicio 2008 no fue muy distinto del que se registró en anteriores años, confirmándose las tendencias que recurrentemente se obtienen.

En primer lugar, fue un turista mayoritariamente nacional, proveniente sobre todo de la propia Andalucía, además de Madrid. No obstante, una

buena proporción de turistas acudieron desde otros países (en torno a un 30 por ciento), sobre todo el Reino Unido (en menor medida que otros años), Alemania, Francia o Portugal.

Siguió siendo un turista profundamente familiar, de edad entre 30 y 65 años –edad que declaran tener más del 60 por ciento de los turistas-, con un relativo aumento de la presencia de menores de edad e individuos de hasta 29 años en los meses de verano. Por géneros no puede afirmarse que haya una prevalencia clara de un sexo con respecto a otro, registrándose un equilibrio entre hombres y mujeres a la hora de hacer turismo en los destinos andaluces.

Es un turista que gusta de permanecer en Andalucía en torno a diez días de promedio, aunque los andaluces manifiestan viajar en estancias más breves, de unos seis días, mientras que los extranjeros no permanecen menos de nueve en ningún trimestre. Los visitantes cuyo origen está en otras Comunidades Autónomas están a caballo entre estas dos posturas, con estancias medias de casi ocho días.

Es igualmente un turista cuya principal motivación es el ocio, argumentado de manera mayoritaria en comparación con otras razones como la visita a familiares o parientes, o incluso los negocios. De ahí que no sea extraño que el destino andaluz que más elige para sus vacaciones sea Málaga, que en 2008 casi alcanzó el 35 por ciento de la cuota total de turistas alojados, siendo también la estancia media de los mismos la más alta, quizá por la presencia del turista extranjero en este destino.

Si se discrimina por alojamientos, el turista que visitó Andalucía en 2008 permaneció claramente más tiempo en los alojamientos alquilados o en propiedad que, lógicamente, en hoteles, camping o incluso la casa de amigos o familiares. De hecho, mientras que los viajeros que se hospedaron en hoteles apenas permanecieron en el establecimiento un promedio de seis días, los que se alojaron en sus propios apartamentos o casas (alquiladas o en propiedad) permanecieron en ellas más de quince días.

No obstante, dada la naturaleza del viajero que acude a Andalucía, hasta cierto punto es natural que el establecimiento que el turista elige con mayor frecuencia para hospedarse sea el hotel, que es aprovechado por más del 55 por ciento de los turistas que visitan la región. De hecho, los dos siguientes tipos de alojamientos más demandados por orden de importancia son el apartamento o casa en propiedad o en alquiler y la casa de amigos o familiares, fórmulas usadas por cerca del 15 y el 10 por ciento de los individuos, respectivamente. Otros alojamientos, como el camping o el albergue tienen demandas menos abultadas, aunque crecen en temporada alta a costa de las ya comentadas.

Es, por demás, un turista que gasta del orden de los 60 euros diarios en promedio, sin experimentar grandes variaciones esta cifra por estacionalidad ni por origen del viajero. Es decir, se gasta aproximadamente lo mismo sin perjuicio de que el turista sea andaluz o extranjero, o de que visite los destinos andaluces en el primer trimestre o en temporada alta. No obstante, en lo que respecta al criterio geográfico, es necesario decir que el viajero que visita Jaén declara gastar en promedio notablemente más que el que visita Huelva o Málaga, por ejemplo, por lo que al parecer el gasto diario sí que se reparte de manera menos uniforme entre las provincias.

En cuanto a la percepción que el visitante tiene de los destinos andaluces y la experiencia turística vivida en Andalucía en 2008, cabe decir que las impresiones son positivas, aunque progresivamente van bajando en los últimos años. Lo que en 2005 era una puntuación general sintética de 7,7 sobre 10 ha ido descendiendo hasta alcanzar cotas de 6,9 en algunos trimestres de 2008 y 7 en el conjunto del año. Si se indaga en los parámetros que pormenorizadamente han ido bajando para consolidar esta nota, se extrae la conclusión de que no ha sido una apreciación mala de una parte concreta de la experiencia del visitante, sino que su causa está más bien en una caída general de las calificaciones otorgadas a los distintos componentes que forman la visita. En concreto, el turista de 2008 se mostró más crítico con el alojamiento y la restauración, pero sobre todo con el ocio y la diversión que encontró en Andalucía. De la misma manera, los transportes en general-salvo

el tren- fueron valorados de manera inferior con respecto a 2006, e incluso los servicios que encontraron, en especial la sanidad, sufieron fuertes erosiones en su calificación. Los entornos urbanos, por su parte, son los únicos cuya nota mejora, aunque las playas fueron calificadas francamente peor que hace dos años.

En lo que respecta a lo que contestaron los turistas que ya estuvieron aquí al menos una vez, en comparación con 2006, se registraron muchos más turistas que opinaron positivamente (aumentaron los que opinaban que “mejora” o se registraron menos respuestas de “empeora”) sobre las cuestiones vinculadas con los precios, la red de comunicaciones o el medio ambiente, por ejemplo. Pero aumentó la crítica sobre el trato recibido, el transporte, el ocio o los monumentos. Estas últimas conclusiones deben matizarse en función del valor o la nota asignada a cada uno de los factores sometidos a la evaluación de los turistas, dichas notas continúan siendo elevada, en promedio rondan el nivel 7 sobre 10 en el año 2008.

#### 4.12 Ficha resumen del perfil del turista.

Aunque anteriormente se han expuesto las principales conclusiones del perfil del turista en Andalucía, cabe sistematizar todo en una tabla-resumen que lo haga más visible.

Perfil del turista en Andalucía 2008	
Origen	Español (60 por ciento) Extranjero (30 por ciento)
Sexo	Equilibrado entre hombre y mujer
Edad	Entre 30 y 65 años
Estancia	Seis/diez días
Motivación	Vacacional
Alojamiento	Hotel (Más de un 60 por ciento)
Gasto promedio	60 euros/día
Opina que hay que mejorar:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ocio</li> <li>• Transportes</li> <li>• Servicios sanitarios</li> <li>• Trato dispensado</li> </ul>