

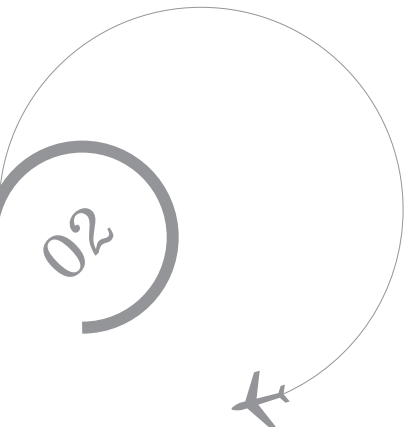


Mercados emisores de turismo hacia Andalucía:
el mercado portugués [2005]



Edita

Edita: Junta de Andalucía
Consejería de Turismo, Comercio y Deporte
Elaboración: Turismo Andaluz, S. A.
Unidad de Análisis y Estadística del Turismo
de Andalucía.
C/ Compañía, 40. 29008 Málaga.
Teléfono: 952 129 300
Fax: 952 129 315
Correo electrónico: saeta@andalucia.org
Deposito Legal: MA-
Impresión: Imprenta Montes
Foto de portada: <http://www.sxc.hu>



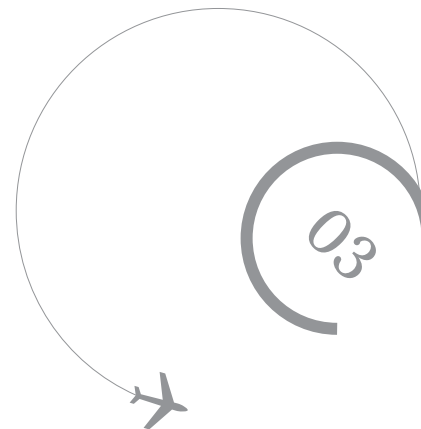
Mercados emisores de turismo hacia Andalucía:
el mercado portugués [2005]



Índice

1. Datos generales	04
2. Hábitos de viaje	07
2.1. Frecuencia de las vacaciones de los portugueses	07
2.2. Características de las últimas vacaciones	09
3. Motivaciones principales	16
4. Valoración del destino turístico	18
5. Imagen de Andalucía	20
6. Principales resultados del estudio	22

Mercados emisores de turismo hacia Andalucía:
el mercado portugués [2005]





Portugal

Sistema político: República
Capital: Lisboa
Superficie total: 92.072 km²
Población: 10,8 millones
Moneda: Euro
Lengua oficial: Portugués

1. Datos generales

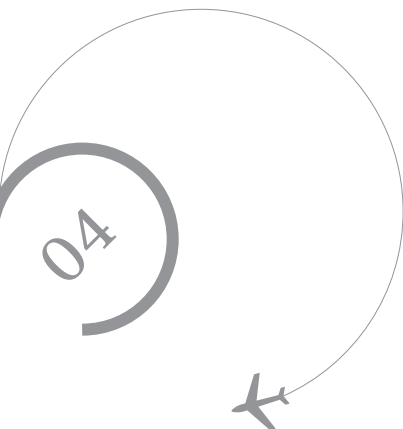
La situación de Portugal como mercado emisor de turismo hacia Andalucía es singular si la comparamos con el comportamiento del resto de los mercados emisores europeos (Reino Unido, Alemania o Francia) debido al poco peso que tienen los viajes al extranjero. De hecho, según los datos del Instituto Nacional de Estadística portugués¹ para el año 2005, el principal destino turístico de la población ha sido su propio país (más del 87% de viajes turísticos). En cuanto a los viajes realizados al exterior, dichas estadísticas nos muestran la ventaja de España frente al resto de países europeos como destino para las vacaciones de más de una noche, situándose Andalucía entre las regiones más seleccionadas.

tabla: Indicadores del mercado portugués en Andalucía

	Año 2005:	% sobre el total de extranjeros:
Turistas:	436.113	5%
Pernotaciones hoteleras:	571.594	3%
Pasajeros en avión:	9.256	--

fuente: FRONTUR (Instituto de Estudios Turísticos), INE y AENA.

¹http://www.ine.pt/prod_serv/quadros/out_inf.asp





Portugal es mercado objetivo para Andalucía por cercanía geográfica, siendo uno de los destinos preferidos de los turistas y excursionistas portugueses.

Otra particularidad destacable es el alto índice de excursionistas² que genera este país hacia la Península, ocupando la comunidad andaluza una de las primeras posiciones según el ranking de destinos.

En este contexto, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte ha decidido llevar a cabo en 2005 un estudio en Portugal a fin de conocer los hábitos de consumo turístico de este mercado en origen, determinar cuál es el posicionamiento estratégico para el destino turístico andaluz y establecer el grado de conocimiento e imagen que la demanda turística potencial posee. Dada la importancia del excursionismo en este mercado se amplía el estudio para conocer también el comportamiento de esta tipología.

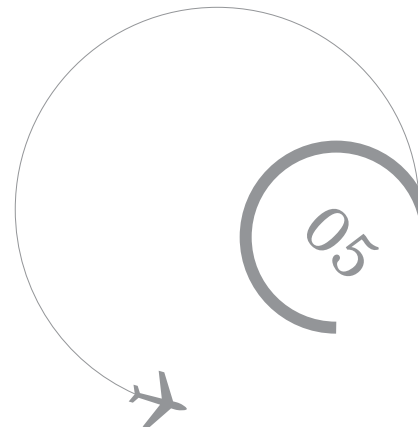
Para ello, se han realizado 2.400 encuestas telefónicas entre los meses de octubre y noviembre de 2005, con un nivel de confianza del 95%. En líneas generales, los datos del estudio arrojan la siguiente información sobre el comportamiento turístico de la población portuguesa de personas de 15 y más años de edad:

notas:



² "Excursionistas": Visitante que no pernocta en ningún medio de alojamiento colectivo o privado del destino visitado. OMT. Recomendaciones sobre Estadísticas del Turismo

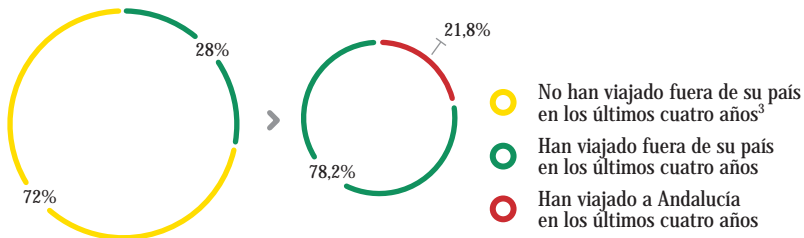
Mercados emisores de turismo hacia Andalucía:
el mercado portugués [2005]





Portugal

gráfico:



fuelle: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Mientras que los datos de excursiones realizadas en los últimos cuatro años revelan que el 42% de los portugueses entrevistados habrían efectuado una visita de un solo día a España por motivo vacacional, ocupando Andalucía la segunda posición con un 22% de menciones, sólo superada por Galicia (29%).

notas:

³ La categoría 'No han viajado fuera del país' engloba tanto a los que no han realizado viajes como a los que han viajado al interior del país en los últimos cuatro años.

Mercados emisores de turismo hacia Andalucía:
el mercado portugués [2005]

06





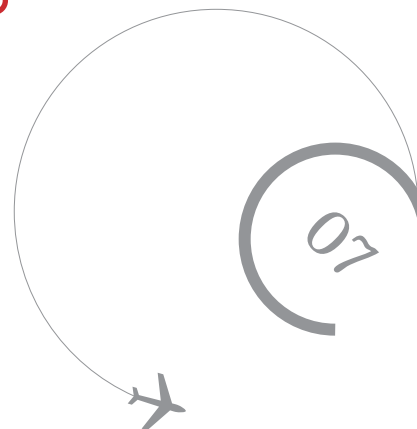
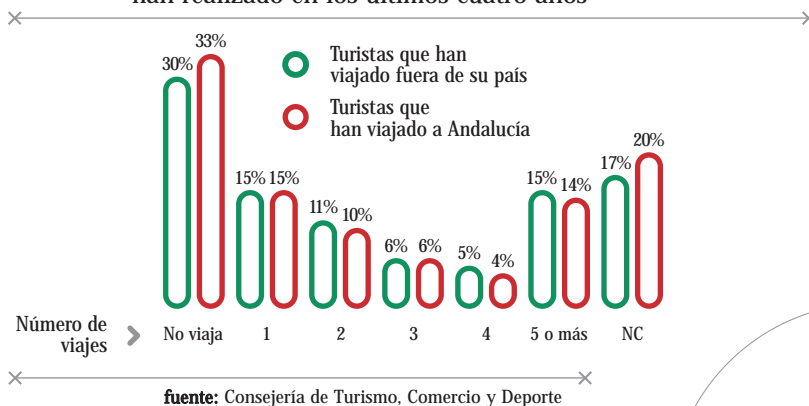
Andalucía es un destino habitual del visitante portugués con al menos 1 viaje al año a la región andaluza.

2. Hábitos de viaje

2.1. Frecuencia de las vacaciones de los portugueses

La frecuencia de los viajes de corta duración entre los turistas portugueses cuyo destino es Andalucía es similar a los que viajan al extranjero en los últimos cuatro años (4,6 frente a 4,7 viajes cortos de media). Asimismo, cabe destacar que el 25% de los encuestados que visitaron la Comunidad en estos últimos cuatro años efectuaron estancias cortas con una frecuencia de 1 o 2 viajes.

gráfico: % Viajes vacacionales de corta duración (1-3 noches) que han realizado en los últimos cuatro años

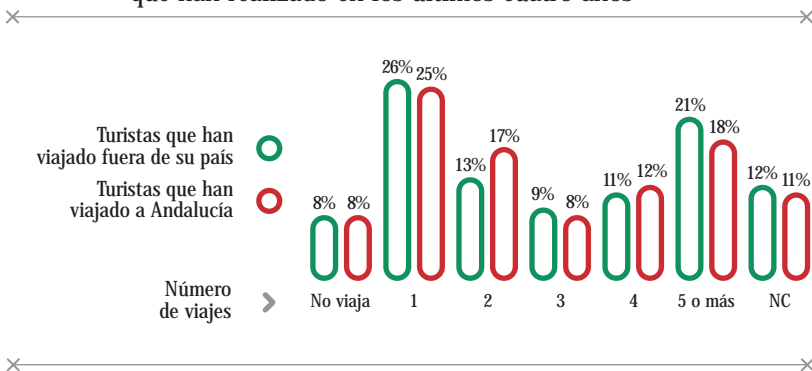




Portugal

Al igual que en los cortos, la media de viajes de larga duración refleja un comportamiento muy parecido, se estiman 4,6 viajes largos para los portugueses que seleccionaron el destino andaluz y 4,5 viajes para el resto de destinos extranjeros. En este contexto, el 42% de los turistas lusos que decidieron pasar sus vacaciones en la Comunidad realizaron 1 o 2 viajes largos en los últimos cuatro años.

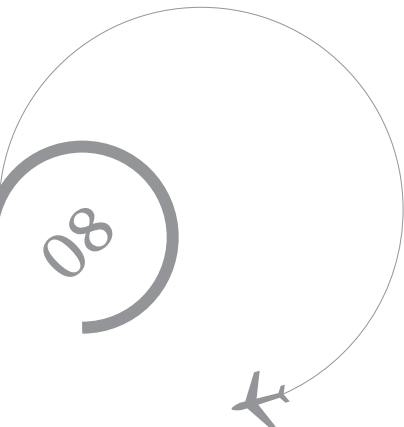
gráfico: % Viajes vacacionales de larga duración (4 o más noches) que han realizado en los últimos cuatro años



fuelle: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

En cuanto a la frecuencia con la que suele repetir el excursionista portugués su visita a Andalucía, cabe destacar que mientras el 39% de los entrevistados declara realizarla con una asiduidad anual, para el 26% de los mismos era su primera vez.

Mercados emisores de turismo hacia Andalucía:
el mercado portugués [2005]





Andalucía es un destino de moda para el turista portugués. El 60% de los que la visitaron en estancias de larga duración en los últimos cuatro años lo hicieron en el 2005.

2.2. Características de las últimas vacaciones de los portugueses⁴

De los turistas lusos que han visitado Andalucía, el 60% de los entrevistados ha disfrutado en el 2005 de sus últimas vacaciones de larga duración. Los meses de verano concentran el 53% de las respuestas, siendo la estancia media de estas vacaciones en el destino turístico andaluz de aproximadamente diez días (10,2 días).

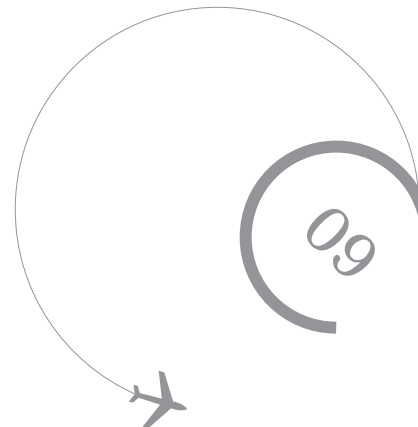
El 67% de los entrevistados portugueses optan por el hotel como tipo de alojamiento para hospedarse durante su estancia en Andalucía, le sigue el apartamento y dentro de esta tipología destaca el uso que hacen de la vivienda de amigos y familiares con un 13% de menciones. Tal y como se observa en el gráfico, esta estructura no varía para el resto de los destinos, ganando peso los apartamentos de amigos y familiares, que son elegidos por el 23% de los turistas que han viajado fuera de su país en las últimas vacaciones.

Las agencias de viajes (62%) y el no hacer uso de algún tipo de intermediario (14%) son los instrumentos más utilizados para la contratación del alojamiento en la Comunidad. En el viaje al extranjero se repite esta forma de contratación con porcentajes similares (61% y 13%, respectivamente).

notas:



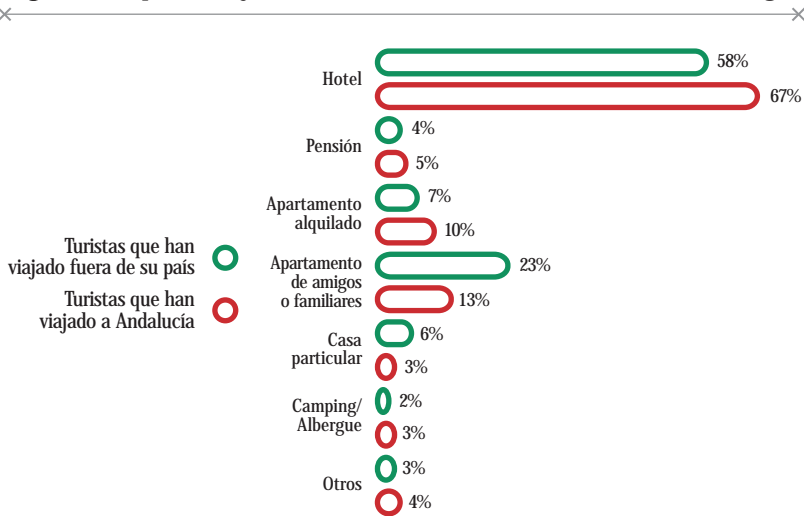
⁴ En el caso del turista hace referencia al último viaje de cuatro o más noches por motivo vacacional o de ocio en los últimos cuatro años y en el caso del excursionista a la última visita de un solo día sin pernoctar por motivo vacacional o de ocio en los últimos cuatro años.





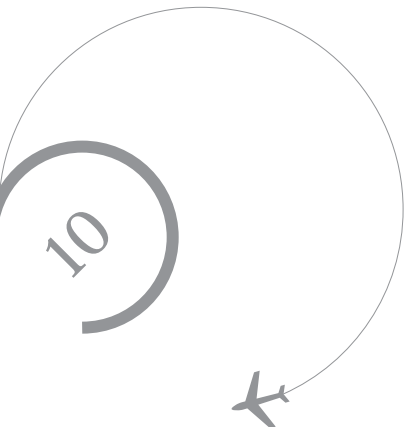
2 de cada 3 portugueses que visitan Andalucía se alojan en hoteles y más de la mitad vienen en su vehículo propio.

gráfico: Tipo de alojamiento utilizado en las últimas vacaciones largas



fuentes: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El vehículo propio y el avión son los medios de transporte más utilizados por los turistas lusos en el viaje a Andalucía. En este contexto, hay que tener en cuenta el papel que juega la proximidad geográfica de Portugal a la región andaluza, favoreciendo el uso del vehículo propio (53%) entre quienes han decidido pasar sus últimas vacaciones en Andalucía, mientras que para el resto de destinos el que ocupa esta primera posición es el avión (52%). También cabe destacar el uso del



Mercados emisores de turismo hacia Andalucía:
el mercado portugués [2005]

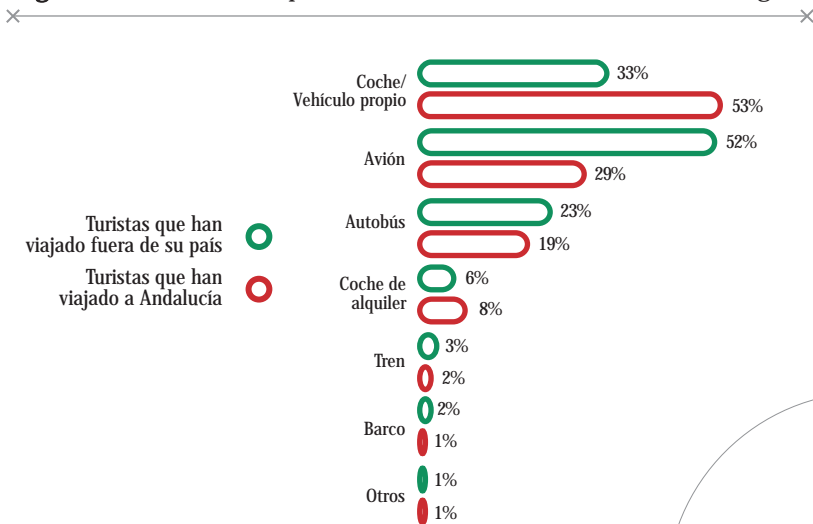


Portugal

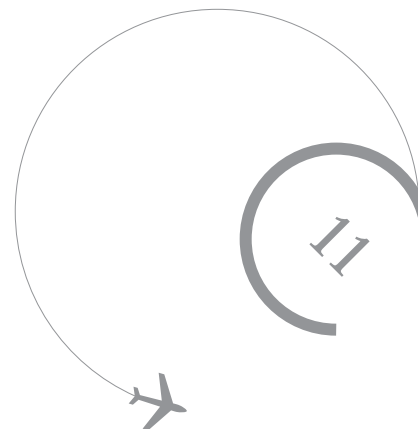
autobús en algún momento del viaje, alcanzando un 19% de respuestas para el destino andaluz y 23% para el resto.

Entre los que han viajado a Andalucía, la contratación del transporte se realiza en la mayoría de los casos (58%) a través de las agencias de viajes, al tiempo que el 29% de los entrevistados dentro de este grupo de turistas declaran no hacer uso de intermediarios. Respecto al resto de destinos, estos porcentajes se cifran en un 72% para las agencias y un 16% si deciden no utilizar intermediarios.

gráfico: Medio de transporte utilizado en las últimas vacaciones largas



fuentes: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte



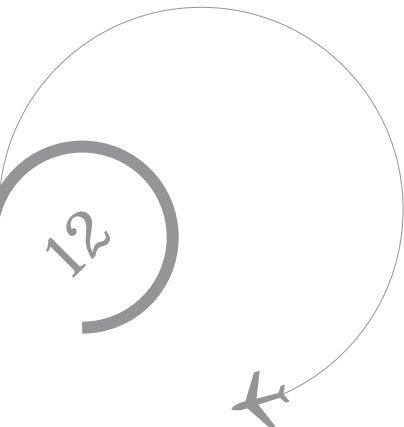
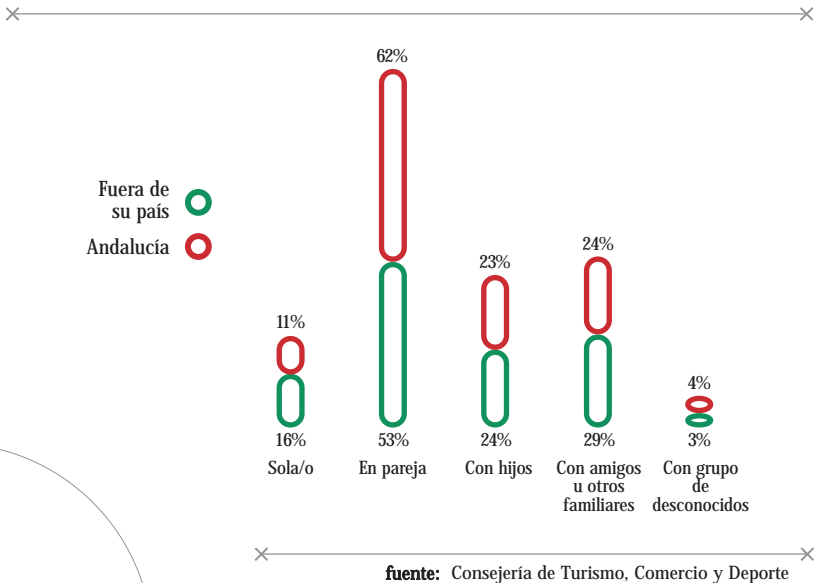


La frecuencia de adquisición de un paquete turístico es baja, menos de un tercio de los turistas lusos utiliza esta forma de organización de su viaje.

Por otro lado, cabe destacar que la adquisición de un paquete turístico alcanza en cada uno de los grupos (viaje fuera de su país o Andalucía) el 29% y el 27% de menciones, respectivamente.

Viajar en pareja es la práctica más extendida entre quienes viajan a Andalucía o al resto de destinos. Le siguen con proporciones similares viajar con amigos u otros familiares (24%) o con hijos (23%).

gráfico: Características del grupo vacacional (turistas) según destino visitado





El portugués se caracteriza por viajar en pareja, tener entre 25 y 54 años de edad y estudios superiores.

Por último, se presenta en la tabla adjunta las principales características sociodemográficas que definen a los grupos según destino visitado. De este modo, entre los turistas portugueses que han viajado al exterior se observa una representación más elevada de personas de entre 25 y 39 años de edad, intervalo que se amplía si se trata de los que han visitado Andalucía en sus vacaciones más recientes (25-54 años). Otra de las características que diferencian a los visitantes de Andalucía de los que viajan fuera del país es que el grupo de los que no realizan una actividad remunerada estaría formado por jubilados y estudiantes.

tabla: Perfil sociodemográfico del turista portugués según el destino visitado

	Andalucía:	Fuera de su país:
Género:	No existen diferencias significativas	Mayor presencia de hombres
Edad:	Intervalos entre 25-39 años y 40-54 años.	Mayor presencia de personas entre 25-39 años
Nivel de estudios:	Estudios superiores	Estudios superiores
Ocupación:	Empleados (sector público y privado) e inactivos (estudiantes y jubilados)	Empleados (sector público y privado) e inactivos (estudiantes)
Región:	Área de Lisboa y zona norte	Área de Lisboa y zona norte

fuelle: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte





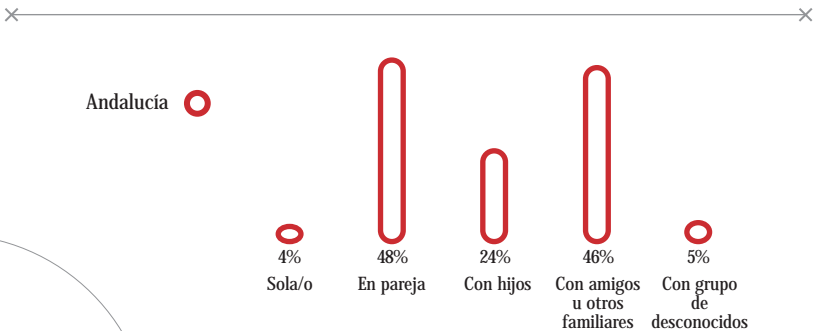
El visitante portugués reparte más homogéneamente sus excursiones a Andalucía a lo largo del año que sus viajes turísticos, más concentrados en el verano.

En lo que atañe a las excursiones se observa un patrón temporal muy distinto a los viajes turísticos, al realizarlas prácticamente con la misma intensidad todo el año, si bien los meses de agosto (17%), mayo (14%) y enero (11%) adquieren un mayor protagonismo en la visita a Andalucía.

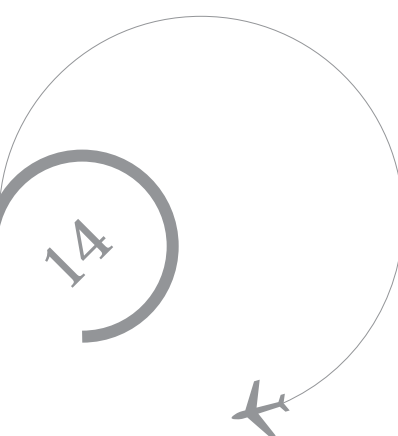
Ocho de cada diez excursionistas utilizaron el vehículo propio en su desplazamiento más reciente a la región andaluza en los últimos cuatro años, le siguen a gran distancia medios de transporte como el autobús (15%) o el avión (5%).

Por otro lado, estas visitas de un solo día sin pernoctación a la Comunidad se presentan como una ocasión idónea para disfrutar de la compañía de amigos u otros familiares (46%) o viajar en pareja (48%).

gráfico: Características del grupo vacacional (excursionistas) al destino turístico andaluz



fuelle: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte



Mercados emisores de turismo hacia Andalucía:
el mercado portugués [2005]



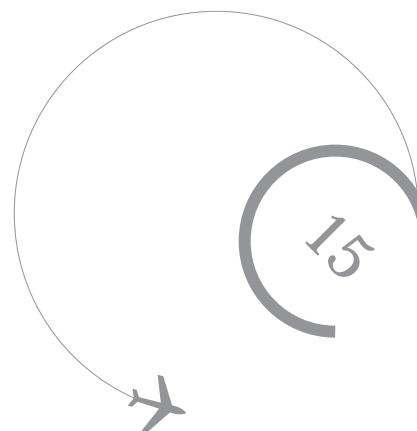
Portugal

Su perfil sociodemográfico no difiere mucho del turista que visita Andalucía a excepción de la región de procedencia "Zona sur de Portugal", característica influenciada por la proximidad geográfica a la región andaluza.

tabla: Perfil sociodemográfico del excursionista portugués en Andalucía

×	
Andalucía:	
Género:	No existen diferencias significativas
Edad:	Mayor presencia de personas entre 25-39 años
Nivel de estudios:	Estudios superiores
Ocupación:	Empleados e inactivos (jubilados y estudiantes)
Región:	Zona sur (Algarve y Alentejo) y Área de Lisboa
×	

fuelle: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte



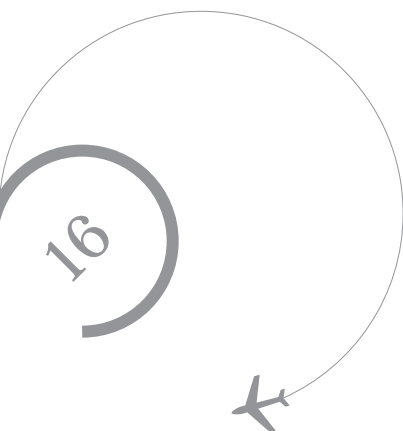


Cuatro de cada diez
turistas portugueses
que eligen Andalucía
como destino lo hacen
para disfrutar del sol y la playa.

3. Motivaciones principales

El sol y la playa es lo que motiva al 39% de los turistas portugueses en su último viaje a Andalucía durante los últimos cuatro años. Su segunda motivación con una diferencia de once puntos es la visita a ciudades y monumentos, le sigue la visita a amigos y familiares y campo y naturaleza con un 9% de menciones, respectivamente.

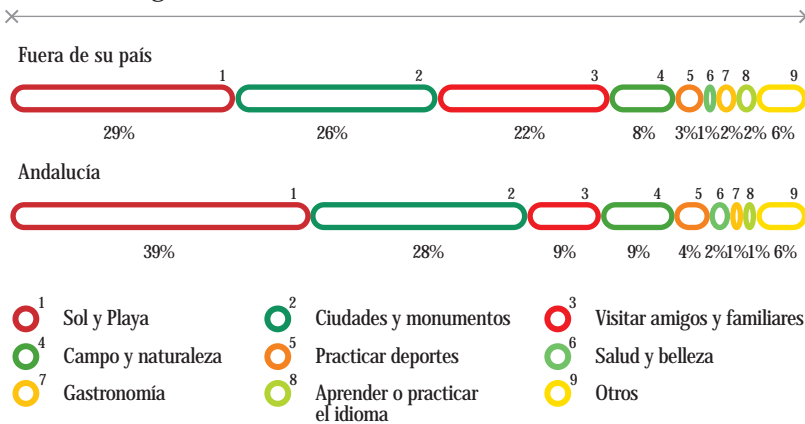
Para el resto de destinos se observa como se repiten las motivaciones anteriormente descritas y su orden, pero en este caso adquiere mayor protagonismo la visita a amigos y familiares (22% frente al 9% en Andalucía) en detrimento del sol y la playa (29% frente a 39%).





Para los excursionistas lusos el elemento cultural adquiere un mayor protagonismo ya que se convierte en el principal motivo de visitar Andalucía.

gráfico: Principal motivo del último viaje del turista portugués según el destino visitado



fuentes: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Dentro del segmento excursionistas, el elemento cultural es con un 29% de respuestas, el principal motivo de la última visita realizada a Andalucía, mientras que el sol y la playa pasaría a tomar la segunda posición (19%).

No obstante, merece una especial atención la tercera motivación que no es otra que la posibilidad de realizar compras en la región (15% de menciones), motivo que es más característico en esta tipología que en los visitantes que pernoctan en Andalucía.





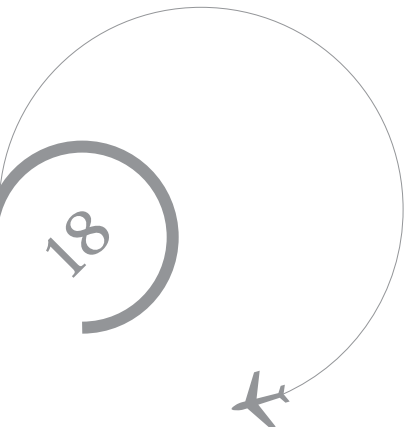
Las instalaciones deportivas
y el nivel de precios
son elementos diferenciales
de Andalucía respecto
al resto de destinos.

4. Valoración del destino turístico

Los resultados de la tabla adjunta presentan la valoración del último destino vacacional, entre extranjero, España y Andalucía. En concreto, la calificación otorgada por los turistas portugueses al destino turístico andaluz es de 7,7 puntos (en una escala de 1 a 10), evaluación similar a la que reciben el resto de destinos analizados.

Conceptos como los paisajes naturales, las playas y otros lugares de baño, el clima y los monumentos históricos y atracciones culturales, son los mejor valorados por los turistas portugueses en su viaje más reciente a Andalucía, superando los ocho puntos.

Comparando las puntuaciones de los diferentes aspectos según destino, se observa una mayor ventaja competitiva del producto andaluz, entre otros, en las playas y otros lugares de baño, entorno urbano y equipamientos, instalaciones deportivas o el nivel de precios, alcanzando valoraciones superiores a las que se registran en el resto de destinos.





La oferta andaluza de paisajes naturales y cultura supera a la de destinos competidores nacionales, mientras que las playas y el clima son mejor valorados respecto a destinos competidores internacionales.

tabla: Puntuación (1-10) del turista a los aspectos de la oferta turística según el destino visitado

	Andalucía:	España:	Fuera de su país:
Paisajes naturales:	8,2	7,8	8,3
Playas y otros lugares de baño:	8,2	8,0	7,7
Clima:	8,1	8,1	7,8
Monumentos históricos y atracciones culturales:	8,0	7,6	8,0
Hospitalidad y trato de la gente del lugar de vacaciones:	7,9	8,0	8,1
Sensación de seguridad personal:	7,9	7,8	7,9
Entorno urbano y equipamientos:	7,9	7,7	7,6
Transporte y vías de comunicación:	7,7	7,5	7,6
Instalaciones deportivas:	7,7	7,2	7,1
Relación calidad/precio en el alojamiento:	7,6	7,4	7,5
Lugares de ocio y diversión nocturna:	7,6	7,9	7,7
Oferta de compras y servicios:	7,3	7,6	7,6
Oferta de bares, restaurantes, gastronomía:	7,1	7,2	7,5
Nivel de precios en el lugar de vacaciones:	6,9	6,6	6,6
Valoración media:	7,7	7,6	7,6

fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

La valoración que le conceden al destino turístico andaluz los visitantes portugueses de un solo día que no pernoctan en la región, no difiere de aquellos que sí lo hacen, 7,6 frente a 7,7 puntos respectivamente. Cabe destacar entre los más valorados el clima (7,9), los paisajes naturales (7,8), los monumentos históricos (7,8) y la oferta de compras y servicios (7,7), adquiriendo este último mayor puntuación si se compara con la otorgada por los portugueses que realizan turismo en la Comunidad.





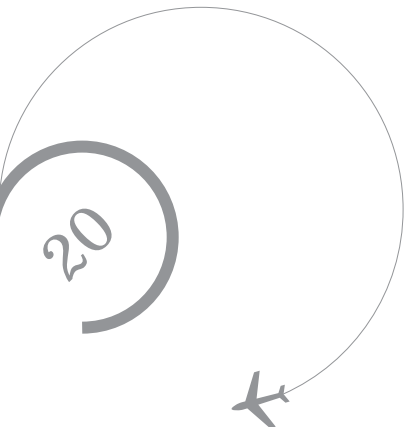
El 86% de los portugueses que visitaron Andalucía tienen una imagen positiva del destino, manifestando el 93% su intención de regresar.

5. Imagen de Andalucía

A la hora de evaluar la imagen turística de Andalucía se ha tenido en cuenta a todos los encuestados, independientemente del conocimiento previo del destino andaluz.

El resultado más relevante es la alta proporción de turistas portugueses que no emiten juicio alguno, bien por falta de información, bien por desconocimiento, ya que no han visitado nunca el destino turístico andaluz (el 52% no viajan fuera del país y el 28% de los que sí lo hacen).

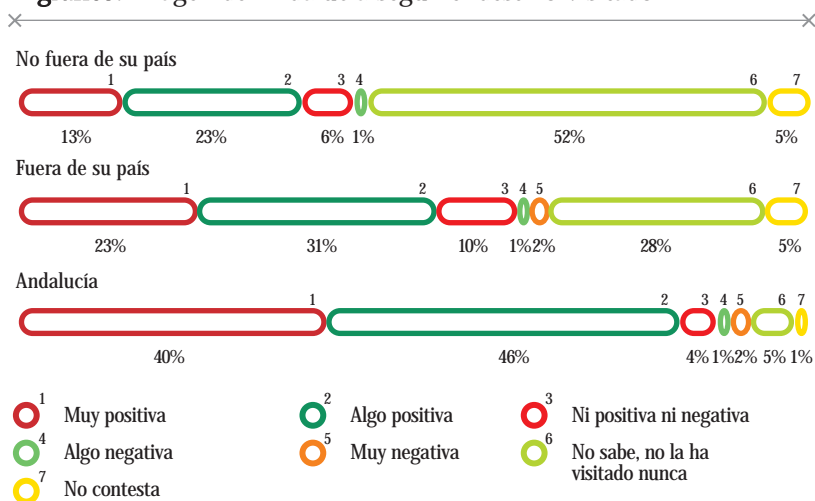
No obstante, la imagen mejora sustantivamente entre los que viajan con frecuencia fuera de Portugal (54% tiene una valoración positiva), observándose como la experiencia del que ha viajado alguna vez a la región en los últimos cuatro años aumenta notablemente esta percepción, un 86% la señala como algo positiva o muy positiva.





Portugal

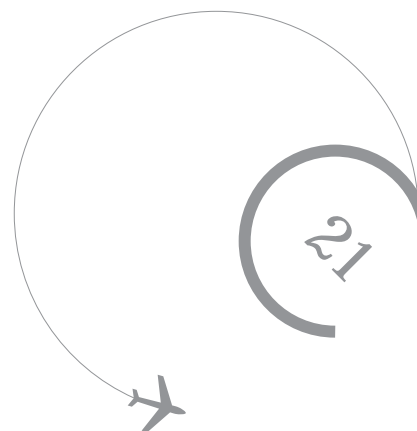
gráfico: Imagen de Andalucía según el destino visitado



fuentes: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Entre los diferentes motivos que les lleva a formarse esta opinión positiva de Andalucía, el más señalado es el propio carácter andaluz (simpatía y acogida de la gente) con un 38% de menciones.

La imagen global de Andalucía es igualmente positiva para los portugueses que la han visitado en excursiones, de este modo lo afirman el 84% de los encuestados.





Portugal

6. Principales resultados del estudio

tabla: Resumen de resultados (Turistas)

Turistas portugueses que han viajado a Andalucía

Perfil del turista

Género: No hay diferencias significativas

Edad: Mayor presencia de personas entre los 25-39 años y 40-54 años

Nivel de estudios: Estudios superiores

Ocupación: Empleados (sector público y privado) e inactivos (jubilados y estudiantes)

Región: Área de Lisboa y Zona norte

Hábitos de viaje:

Frecuencia de corta duración (1 a 3 noches): 4,6 viajes

Frecuencia de larga duración(4 o más noches): 4,6 viajes

Duración: 10,2 días

Tipo de alojamiento: Hotel (67%); Apartamento de amigos o familiares (13%)

Tipo de reserva del alojamiento: Agencias de Viajes (62%)

Medio de transporte: Vehículo propio (53%); Avión (29%); Autobús (19%)

Tipo de reserva del transporte: Agencias de Viajes (58%)

Paquete turístico: 27%

Componentes del grupo: En pareja (62%); Con amigos (24%)

Gasto de las vacaciones del grupo (euros): Hasta 1000 (28%); Entre 1000-3000 (29%) 3000 y + (11%)

Uso de internet: 31%

Motivaciones principales: Sol y playa (39%); Ciudades y monumentos (28%)

Actividades: Visitar monumentos (68%), probar la gastronomía local(67%) y disfrutar del clima (65%)

Valoración del destino: 7,7

Conocimiento previo: 3,3%

Intención de regresar a Andalucía: (93%) Si

Imagen de Andalucía: (86%) Positiva; (3%) Negativa

fuentes: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte





Portugal

tabla: Resumen de resultados (Excursionistas)

Excursionistas portugueses que han viajado a Andalucía	
Perfil del turista	
Género:	No hay diferencias significativas
Edad:	Mayor presencia de personas entre 25-39 años
Nivel de estudios:	Estudios superiores
Ocupación:	Empleados e inactivos (jubilados y estudiantes)
Región:	Zona Sur (Alentejo y Algarve) y Área de Lisboa
Hábitos de viaje:	
Frecuencia:	Una vez al año (39%)
Medio de transporte:	Vehículo propio (79%)
Componentes del grupo:	En pareja (48%); con amigos (46%)
Gasto de las vacaciones del grupo (Euros):	Menos de 100 (21%); Entre 100-150 (16%); 250 y más (25%)
Motivaciones principales:	Ciudades y monumentos (29%); Sol y Playa (19%)
Actividades:	Compras (48%) Visitar monumentos (37%), probar la gastronomía (34%) y disfrutar del clima (31%)
Valoración del destino:	7,6
Imagen de Andalucía:	Positiva (84%) Negativa (4%)

fuelle: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

