



Andalucía

PERCEPCIÓN DE LOS RESIDENTES HACIA EL TURISMO EN ANDALUCÍA

AÑO 2023





PERCEPCIÓN DE LOS RESIDENTES HACIA EL TURISMO EN ANDALUCÍA. AÑO 2023

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte

EDITA

Consejería de Turismo, Cultura y Deporte

Palacio de Altamira. C/Santa María La Blanca, nº 1

41004 Sevilla

NPU-1-10-240002-PDF

Formulario de contacto:

HTTPS://JUNTADEANDALUCIA.ES/ORGANISMOS/TURISMOCULTURAYDEPORTE/SERVICIOS/APP/CSU-PETICION.HTML?CAT_SERVICIO_ID=22

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

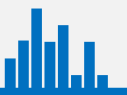
Correo e.: saeta@andalucia.org

Autora: Inmaculada Gallego Galán

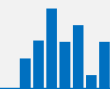
Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones

<HTTPS://WWW.JUNTADEANDALUCIA.ES/CULTURA/IDEA/OPACIDEA/ABNETCL.CGI?SUBC=02/2107/01>

LOS CONTENIDOS DE ESTA PUBLICACIÓN PUEDEN SER REPRODUCIDOS SIEMPRE QUE SE INDIQUE LA FUENTE



- 1 | Diseño de la investigación.
- 2 | Objetivos.
- 3 | Impactos del turismo (económicos, sociales, culturales y medioambientales)
- 4 | Percepción del turismo (destinos con saturación turística baja, media y alta)
- 5 | Visión del turismo según edad.
- 6 | Visión del turismo según género.
- 7 | Propuestas más significativas.
- 8 | Conclusiones.



El apoyo de la población residente al desarrollo turístico es esencial para afrontar con éxito cualquier proceso de planificación turística. Por ello, desde la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, a través de la Oficina del Dato, se ha puesto en marcha el estudio sobre la *Percepción de los Residentes hacia el Turismo en Andalucía*, con el objetivo general de conocer las opiniones y actitudes de los residentes hacia el turismo y evaluar sus reacciones o impactos significativos (positivos o negativos) en el entorno donde se desarrolla.

Se trata de un estudio pionero en Andalucía en el que se van a combinar dos técnicas de análisis:

1. ANÁLISIS CUALITATIVO: 6 Focus Group.
2. ANÁLISIS CUANTITATIVO: 3.200 encuestas presenciales en 32 municipios andaluces.

En este primer informe se presentan los principales resultados del **estudio cualitativo**, que además ha servido como base para desarrollar la metodología del estudio cuantitativo.



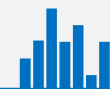
Andalucía

PERCEPCIÓN DE LOS RESIDENTES HACIA EL TURISMO EN ANDALUCÍA

Estudio cualitativo



Junta de Andalucía



Estudio cualitativo



6 Focus Group

Grupo 1

- Málaga (15 junio).
- 9 personas.
- Vinculadas al turismo.
- De 30 a 60 años
- 4 hombres y 5 mujeres.

Grupo 2

- Capileira (22 junio).
- 8 personas.
- No vinculadas al turismo
- De 22 a 56 años.
- 4 hombres y 4 mujeres

Grupo 3

- Tarifa (16 junio).
- 7 personas.
- 4 personas vinculadas y 3 personas no vinculadas al turismo.
- 29 a 68 años.
- 4 hombres y 3 mujeres.

Grupo 4

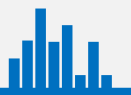
- Sevilla (19 de junio).
- 9 personas.
- 4 personas vinculadas y 5 no vinculadas al turismo.
- De 27 a 56 años.
- 4 hombres y 5 mujeres.

Grupo 5

- Vera (23 de junio).
- 7 personas.
- 4 No vinculadas al turismo y 3 vinculadas
- De 23 a 58 años.
- 4 hombres y 3 mujeres.

Grupo 6

- Zuheros (15 de junio).
- 8 personas.
- No vinculadas al turismo.
- 22 a 67 años.
- 4 hombres y 4 mujeres.

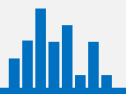


Estudio cualitativo



Objetivos específicos

- Conocer la percepción global sobre el turismo.
- Conocer la percepción sobre el turismo según diferentes perfiles sociodemográficos.
- Identificar los impactos económicos (positivos y/o negativos)
- Identificar los impactos sociales (positivos y/o negativos)
- Identificar los impactos culturales (positivos y/o negativos)
- Identificar los impactos ambientales (positivos y/o negativos)
- Conocer la opinión de los residentes sobre estrategias de mejora en el desarrollo turístico.



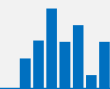
En todos los participantes hay una percepción dual: hay cosas que les agradan del turismo y cosas que no. En general, la percepción global del turismo es positiva. En todo caso es mala la percepción sobre determinados segmentos de visitantes y alguna forma de gestión del turismo muy localizada.

Valoran ante todo lo que supone económicamente para sus localidades. En empleo directo e indirecto, pero también en infraestructuras, servicios, inversiones, etc.

El mayor problema para el bienestar de los residentes no está, según afirman, en el turismo como actividad, sino en determinados perfiles: las despedidas de soltero y el turismo de borrachera y la gestión de los apartamentos turísticos como tipo de alojamiento.



Categoría	Sentimiento mayoritario	Relevancia en el discurso
Economía	Positivo	35%
Social	Negativo	25%
Cultural	Positivo	20%
Medio Ambiente	Negativo	20%



“Pero si hay un concierto de 60.000 personas y nosotros no tuviésemos las plazas hoteleras que tenemos aquí, no se organizarían grandes conciertos o eventos” (Hombre, Sevilla)

Favorece inversiones en infraestructuras y cultura

01

“El turismo en Andalucía es el 95% de los ingresos de la comunidad. Sin turismo, Dime tú. Agricultura es lo otro” (Mujer, Tarifa)

Genera recursos económicos

02

“Directa o indirectamente vivimos del turismo. Yo que trabajo más la construcción, pues si no se moviera dinero no hubiera movimiento en la hostelería, pues no habría trabajo. Tampoco en la construcción y en carpintería, ni en muchos sectores que todo dependemos del turismo indirectamente o directamente” (Hombre, Capileira)

Creación de empleo (directo e indirecto)

03

“Para el mes SUELTO fuera de temporada me pedían 700. Y si la quería para todo el año. Me pedían cerca de 1000 euros. Eso es que no” (Mujer, Tarifa)

Eleva los precios de la vivienda (alquiler y compra)

04

“El problema que estamos teniendo en Sevilla es que los sitios de precio medio que podemos tener se están subiendo de precio, hasta tal punto que los que vivimos en el centro ya no entras en el Carrefour Express, el precio es de guiri, el mismo desodorante allí y en otros supermercados en otras zonas de Sevilla te cuesta el doble” (Mujer, Sevilla)

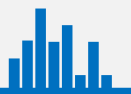
Servicios y productos más caros que en zonas no turísticas

05

Malas condiciones laborables (largas jornadas, bajos sueldos ...)

06

“Lo que sí sería bueno es que estos puestos de trabajo, tanto en hostelería como que los salarios sean más altos, porque son muchas horas con poco tiempo de descanso y un salario trabajando seis días a la semana o siete, depende dónde. Y a veces los salarios no son acordes” (Mujer, Tarifa)



“Sí que es verdad que con el turismo, conoces a la gente que viene. Y al final generas otro tipo de relaciones sociales que de otra manera no generarías” (Hombre, Tarifa)

Conocer otras culturas (abrir la mente, aprender idiomas ...)

01

“yo creo que lo hemos dicho permanentemente, el tema de tráfico y el tema de aparcamiento de vehículos y acceso peatonal a lo que es el núcleo urbano es una asignatura pendiente” (Hombre, Zuheros)

03

Perjudica al **tráfico** y a la falta de **aparcamientos**

05

Apartamentos turísticos (ruido, expulsan a los vecinos, etc.)

“Aquí a lo mejor hay aquí tres apartamentos y de esos tres, dos están haciendo fiestas. ¿Entonces claro, cómo vives con eso?” (Hombre, Capileira)

04

Pérdida de negocios locales

“Comercios de cercanía que son súper necesarios (frutería, carnicería, guarderías, ...) Es que todo el mundo cierra porque es más interesante convertir el local en un apartamento” (Mujer, Tarifa)

“Yo lo veo bien. Vaya, el ambiente en el pueblo. Si no al salir es un pueblo aburrido. Y sales como diciendo yo qué sé. ¡A ver qué hago!” (Hombre, Vera)

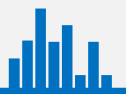
Más vida y ambiente

02

06

Turismo de borrachera (ruido, inseguridad, mala convivencia ...)

“Si veo quizás por las noches un poco de descontrol, más que nada en los varones que beben mucho alcohol y se los ve por el centro” (Mujer, Málaga)



01 Mantenimiento tradiciones por atractivo turístico y recursos económicos

“El turismo ha ayudado a que algunas de estas cosas se vuelvan (...) Es muy bonito ver cómo el turista se encuentra de repente en esas fiestas” (Hombre, Tarifa)

01

03

03 Pérdida de identidad

“Si todo se centra en el turismo y se deja a un lado todo lo que se ha hecho toda la vida porque se le pone trabas, no se le da ayuda y se centra todo en el turismo, pues al final se pierde toda la esencia. Y en el camino no, O sea que no, que debería de ser compatible el turismo con lo con lo de aquí.” (Mujer, Capileira)

02 Más oferta cultural

“Llevo toda la vida aquí y lo que me preocupa de Málaga fundamentalmente es ... la pérdida de las características del espíritu malagueño” (Hombre, Málaga)

02

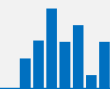
04

04 Estandarización

“No sólo ayuda con las carreteras, también en cultura. Porque quien viene aquí y los que vivimos aquí vamos a disfrutar y necesitamos de ese tipo de cosas” (Hombre, Zuheros)

“El error que estamos cometiendo, el turismo que estamos vendiendo, que intentamos vender, es adaptar, adaptarnos nosotros al turista y es el turista el que se tiene que adaptar aquí” (Mujer Sevilla)

“A lo mejor el que está en una tienda de sombreros que igual desaparece y que ese turista venía a ver esa tienda de sombrero o bajaba un poco más e iba a ver una tienda, no sé, de bisutería sevillana. Y ahora hay una tienda de cosmética coreana. Esa es la diferencia” (Hombre, Sevilla)



02

Masificación

"Hay momentos que en la calle, toda la zona de la alfalfa, que mucha zona peatonal. Hay momentos en los que no puedes andar. Sábado a las 11:00, Puerta al Rinconcillo. No puedes andar" (Mujer, Sevilla)

"Yo lo que veo es que no hay espacio, digamos, para la gente de Tarifa" (Mujer, Tarifa)

Mayor cuidado de los centros históricos

01

"En la rehabilitación sí tiene un aspecto positivo, supongo, porque sí dicen que ha habido fondos y trabajos para ponerlo todo..." (Hombre, Zuheros)

"Precisamente yo he vivido, yo he vivido aquí toda la vida. He vivido diez años en los Bermejales y el barrio más limpio que me encontraba, el centro. Sí, todo el día limpiando" (Hombre, Sevilla)

03

Recursos insuficientes

"Tienes problemas con el alcantarillado, Los mosquitos con todo el. El agua de la playa no está en condiciones porque la depuradora no da de sí" (Mujer, Vera)

04

Ruido

"Los días que hay ese tipo de eventos o festejos ... los días que él comenta que hay ruido, ¿Qué haces? Pues cierras la puerta y te quedas en tu casa. En ese día, tu bienestar está siendo impactado realmente de manera muy negativa. Y creo que esa es la base de este pueblo, precisamente. El bienestar, la tranquilidad, esos son los valores que apreciamos, creo yo, todos los que vivimos aquí. Cuidar eso me parece... El equilibrio. El equilibrio es fundamental" (Hombre, Zuheros)

05

Basura, suciedad

"Si tú en Tarifa ves tanta basura en el suelo que te da igual un papel más" (Hombre, Tarifa)

"No sé recoge y no sé para de ensuciar. Es un problema compartido" (Hombre, Tarifa)



Categoría	Sentimiento mayoritario	Relevancia en el discurso
Economía	Positivo	27%
Social	Negativo	24%
Cultural	Negativo	22%
Medio Ambiente	Negativo	27%



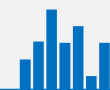
- Impactos **económicos** del turismo:
 - Precio de la vivienda.
 - + Generación de empleo e ingresos.
- Impactos **sociales** del turismo:
 - Congestión de espacios públicos, apartamentos turísticos y despedidas, turismo de borracheras.
 - + Creación de lugares cosmopolitas.
- Impactos **culturales** del turismo:
 - Pérdida de identidad y cambios en las tradiciones.
 - + Aumenta la oferta cultural.
- Impactos **medioambientales** del turismo:
 - Ruido, basura y pérdida espacios naturales.
 - + Cuidado de las zonas turísticas, centros urbanos.



Categoría	Sentimiento mayoritario	Relevancia en el discurso
Economía	Positivo	30%
Social	Negativo	25%
Cultural	Positivo	10%
Medio Ambiente	Negativo	25%



- Impactos **económicos** del turismo:
 - Preocupación por los precios y los alquileres.
 - + Mucha importancia a los ingresos.
- Impactos **sociales** del turismo:
 - Ruidos y apartamentos turísticos.
 - + Animación del municipio y contactos con personas de otros sitios.
- Impactos **culturales** del turismo:
 - + Aumenta la oferta cultural.
- Impactos **medioambientales** del turismo:
 - Basura y cortes de agua. Pérdida de playas “vírgenes”.
 - + Mayor cuidado de los espacios turísticos (playas).



Categoría	Sentimiento mayoritario	Relevancia en el discurso
Economía	Positivo	40%
Social	Negativo	25%
Cultural	Positivo	20%
Medio Ambiente	Negativo	15%

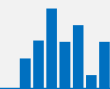


- Impactos **económicos** del turismo:
 - + Mucha presencia e importancia de la aportación económica del turismo.
- Impactos **sociales** del turismo:
 - Problemas de aparcamientos y saturaciones puntuales.
 - + contacto social y "ambiente" que genera el turismo.
- Impactos **culturales** del turismo:
 - Pérdida de identidad y cambios en las tradiciones.
 - + Aumenta la oferta cultural.
- Impactos **medioambientales** del turismo:
 - Basura en las áreas naturales. Ruido. Escaso espacio urbano e infraestructura para algunos picos puntuales.





Percepción del turismo según el rango de edad

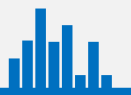
EDAD	Económico	Social	Cultural	Medioambiental
Menos 30 años	<ul style="list-style-type: none"> - Vivienda imposible y precios más altos. 	<ul style="list-style-type: none"> + Más ambiente y conocer gente nueva. - En mujeres, despedidas de solteros. 	<ul style="list-style-type: none"> + Más actividades. 	<ul style="list-style-type: none"> - Residuos y basura. (Segmento poco participativo en este bloque)
31-45 años	<ul style="list-style-type: none"> + Estabilidad económica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tráfico y aparcamiento. - Masificación. - Turismo de borrachera y despedidas. - Pisos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> + Apertura a otras culturas. + Más conciertos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de infraestructuras para soportar visitas.
46 a 60 años	<ul style="list-style-type: none"> + Oferta de empleo y motor económico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Masificación. - Ruido. - Turismo de borrachera. - Aparcamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> + Contacto con gente de otras culturas es positivo. - Pérdida de identidad y esencia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de agua. - Pérdida de lugares casi vírgenes. - Basura en espacios naturales.
Más 60 años	<ul style="list-style-type: none"> + Favorece la economía 	<ul style="list-style-type: none"> - Masificación. - Aparcamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> + Ha ampliado oferta cultural. - Pérdida de identidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Escasez de agua. - Basura en espacios naturales.



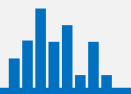
La percepción global del turismo es más negativa entre las mujeres que entre los hombres

Percepción del turismo según género

GÉNERO	Económico	Social	Cultural	Medioambiental
 HOMBRE	<ul style="list-style-type: none"> + Ingresos, empleos e inversiones en su localidad. - Preocupados por los salarios. 	<ul style="list-style-type: none"> + Contactos sociales más amplios. - Tráfico y aparcamientos. 	<ul style="list-style-type: none"> + Valoran el aumento de oferta y el intercambio cultural - Mercantilización como problema. 	<ul style="list-style-type: none"> + Valoran el cuidado de centros históricos y playas. - Contaminación.
 MUJER	<ul style="list-style-type: none"> + Ingresos y empleo. - Precios y alquileres de viviendas. 	<ul style="list-style-type: none"> + Conocer gente de otras culturas. - Sentimiento muy negativo sobre Borracheras y despedidas de soltero. 	<ul style="list-style-type: none"> + Actividades y aumentar interculturalidad - Pérdida de modos de vida y tradiciones. 	<ul style="list-style-type: none"> + Cuidados de espacios urbanos y parques naturales. - Excesivas edificaciones y residuos.



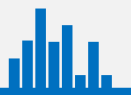
- Ningún participante apostó por una estrategia de aumento del turismo en el futuro.
- Todos están de acuerdo en que no hay futuro económico sin turismo, pero apuestan por aumentar la calidad y no la cantidad.
- Establecer tasa turística a los visitantes: se quejan de que pagan servicios que usan los visitantes.
- No quieren que el turismo de borrachera o despedidas de soltero se mantenga. Algunas propuestas:
 - ✓ Limitación de las licencias nocturnas.
 - ✓ Registro de personas que dan problemas para evitar su entrada en España de nuevo: buscan evitar incidentes reiterados con grupos de jóvenes.
 - ✓ Políticas de oferta que limite en lo posible el turismo de borrachera.
 - ✓ Persecución de conductas incívicas en actos deportivos con muchos visitantes.



- Limitaciones de visitas a espacios naturales.
- Apuestan por diferentes perfiles de visitantes en función del municipio donde viven:

MUNICIPIO	PROCEDENCIA	EDAD	TIPOLOGÍA
Zuheros (Córdoba)	Indistinta	A partir de 40	Cultura y naturaleza
Capileira (Granada)	Británico o nórdico	A partir de 40	Deportista y de costumbres
Vera (Almería)	Nórdico, alemán, inglés	A partir de 40	Familiar y de jubilación
Tarifa (Cádiz)	Holandés, suizo, alemán	Mediana edad	Buceo, ornitológico, deporte
Sevilla (Sevilla)	Asiático	Mediana edad	Congresos, cultural
Málaga (Málaga)	Asiático, británico	Mediana edad y jubilados	Cultural, residencial, playa

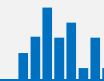
- Museos gratis para los locales.
- Aparcamiento para residentes reservado. No cobrar zona azul a residentes.



La conclusión general de los entrevistados es que el turismo es motor de nuestra economía, es enriquecedor para las personas porque contacta con otras culturas, idiomas ideas y favorece la oferta cultural. A pesar de ello, la excesiva afluencia, en especial de los visitantes más disruptivos, provoca problemas de convivencia, ruido, suciedad e incidentes.

También preocupa la necesidad de equilibrar las infraestructuras y los recursos de los municipios con la afluencia en determinadas épocas del año: plantillas municipales, alcantarillado, agua corriente, aparcamiento, congestión de tráfico rodado y peatonal, etc.

Y una reflexión repetida en varias localidades: el turismo masivo está haciendo perder la esencia, las costumbres, la forma de vida. El turista viene buscando eso, no hay que adaptarse a su forma de vida y costumbres. Afirman que, si perdemos nuestra esencia, los turistas perderán la razón que les impulsa a venir.



Andalucía

PERCEPCIÓN DE LOS RESIDENTES HACIA EL TURISMO EN ANDALUCÍA. AÑO 2023.

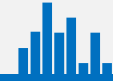
Análisis según saturación turística



Junta de Andalucía



Junta de Andalucía



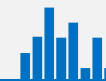
Pregunta de investigación: ¿LA PERCEPCIÓN DE LOS ANDALUCES HACIA EL TURISMO ES DIFERENTE SEGÚN LA SATURACIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DONDE RESIDEN?

Estudio cuantitativo



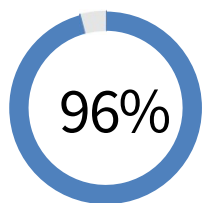
Objetivos

- Percepción global sobre el turismo.
- Percepción sobre los efectos positivos y negativos del turismo.
- Percepción de los impactos del turismo en el ámbito económico.
- Percepción de los impactos del turismo en el ámbito social.
- Percepción de los impactos del turismo en el ámbito cultural.
- Percepción de los impactos del turismo en el ámbito ambiental.
- Identificar los perfiles turísticos de mayor aceptación.
- Conocer la opinión de los residentes sobre estrategias vinculadas al desarrollo turístico.

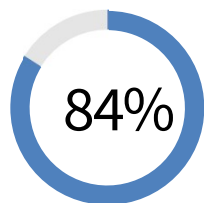


Efectos más positivos

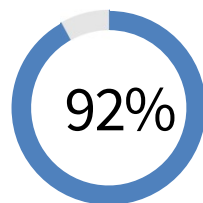
91% piensan que el turismo tiene un efecto positivo o muy positivo en la **economía** de sus municipios.



Saturación Alta

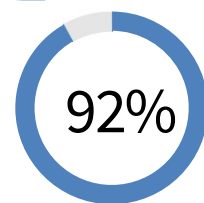


Saturación Media

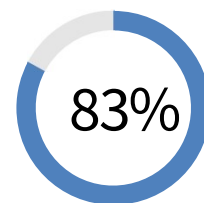


Saturación Baja

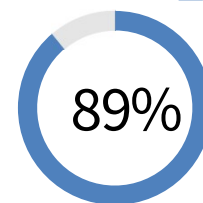
88% opinan que el turismo tiene un efecto positivo o muy positivo en generar **trabajo** para los residentes.



Saturación Alta



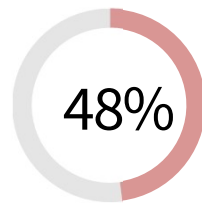
Saturación Media



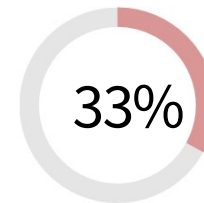
Saturación Baja

Efectos más negativos

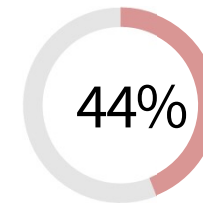
42% opinan que el turismo tiene un efecto negativo o muy negativo en los **precios** (en general).



Saturación Alta

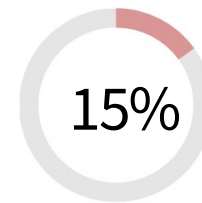


Saturación Media

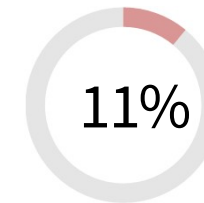


Saturación Baja

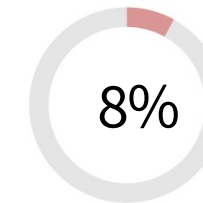
12% piensan que el turismo tiene un efecto negativo o muy negativo en el **uso del espacio público**.



Saturación Alta



Saturación Media

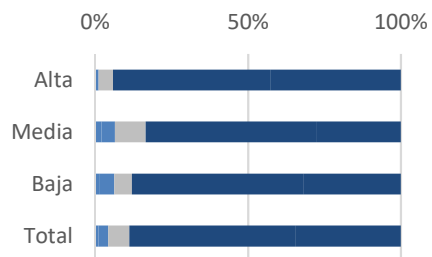


Saturación Baja

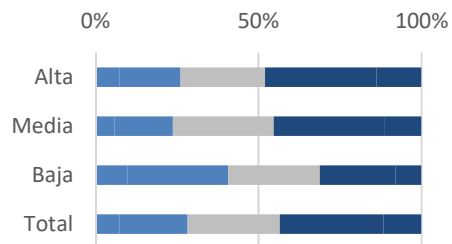
4 | Percepción sobre el **impacto económico** del turismo.



El turismo mejora la economía local

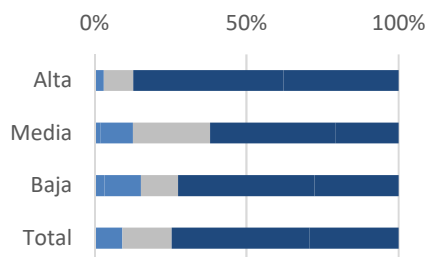


El turismo genera empleo precario

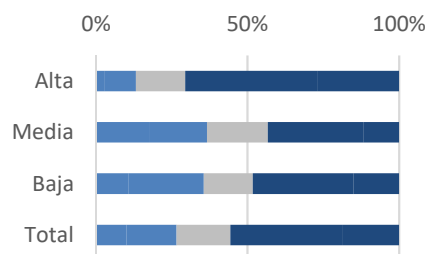


Existe un elevado consenso con que el turismo mejora la economía local

El turismo atrae nuevos inversores

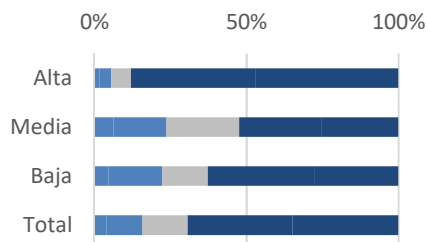


Aumento de los establecimientos dirigidos a los turistas en detrimento de los tradicionales.



Los/as residentes en municipios de alta saturación turística están más de acuerdo con todos los conceptos analizados

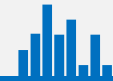
El turismo encarece el precio de las viviendas (alquiler y venta)



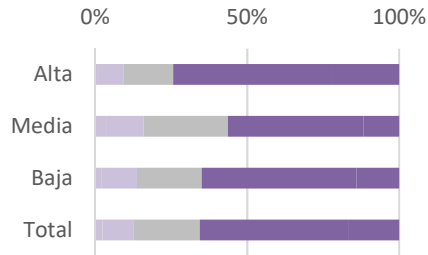
- En desacuerdo o totalmente en desacuerdo
- Ni en desacuerdo ni de acuerdo
- De acuerdo y totalmente de acuerdo

No existe un posicionamiento claro de la población andaluza en relación a si el turismo genera o no empleo precario

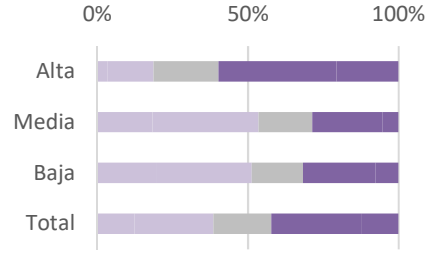
5 | Percepción sobre el **impacto social** del turismo.



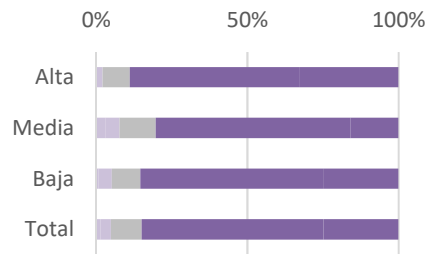
El turismo aumenta la calidad de vida de la población residente



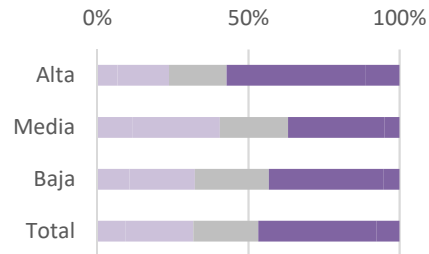
El turismo está provocando desplazamientos de la población local a zonas alejadas del centro



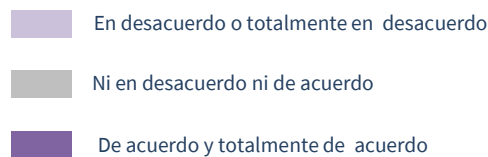
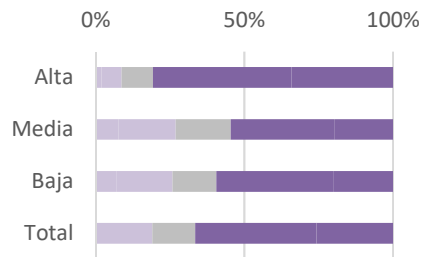
El turismo ayuda a mejorar el prestigio e imagen de mi municipio



El turismo cambia los hábitos del día a día de la población residente



El turismo genera congestión en el espacio, infraestructuras o servicios públicos (transporte, sanidad, basura, etc.)



Existe un elevado consenso con que el turismo ayuda a mejorar el prestigio e imagen de los municipios

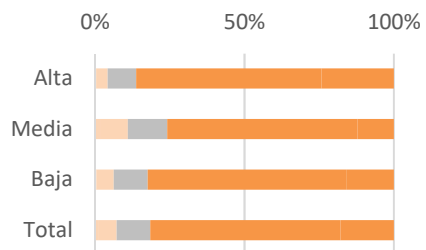
Los/as residentes en municipios de alta saturación turística están más de acuerdo con todos los conceptos analizados

No existe un posicionamiento claro de la población andaluza en relación a si el turismo cambia sus hábitos del día a día

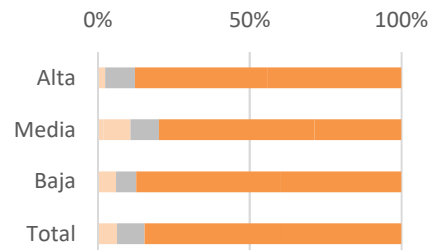
6 | Percepción sobre el **impacto cultural** del turismo.



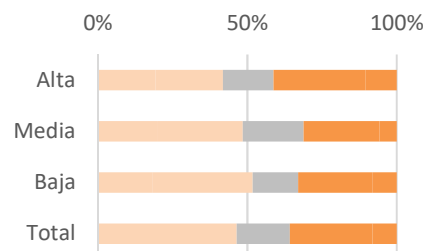
El turismo ayuda a la conservación y revalorización de los monumentos



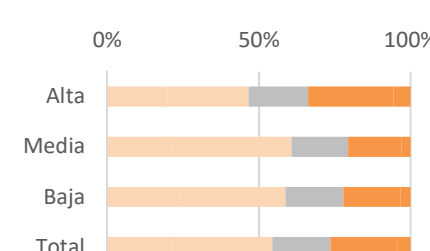
El turismo incrementa las opciones de ocio (activ. culturales, fiestas, ocio nocturno, etc.)



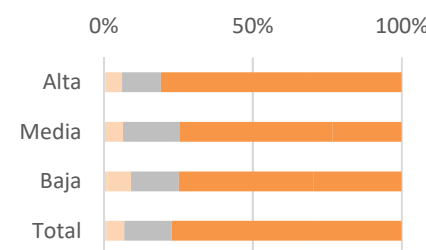
El turismo está fomentando que se sustituya la gastronomía local por la internacional



El turismo contribuye a la pérdida de identidad, cultura y tradiciones del municipio



El turismo contribuye a crear una sociedad más tolerante y multicultural



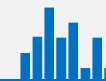
- En desacuerdo o totalmente en desacuerdo
- Ni en desacuerdo ni de acuerdo
- De acuerdo y totalmente de acuerdo

La población andaluza valora muy positivamente los impactos culturales del turismo

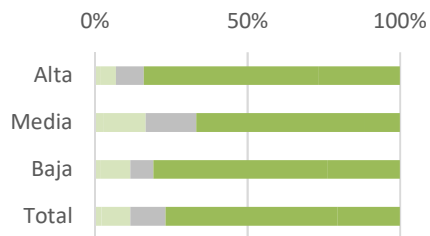
No se produce tanta variación en las opiniones según lugar de residencia como ocurre con otros impactos

No existe una percepción de que el turismo suponga una pérdida de la identidad andaluza

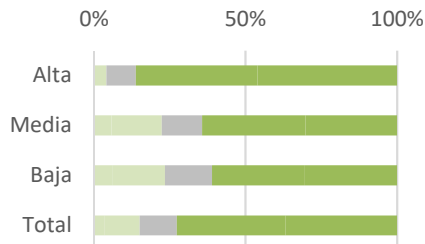
7 | Percepción sobre el **impacto ambiental** del turismo.



El turismo ayuda a conservar y revalorizar los espacios naturales

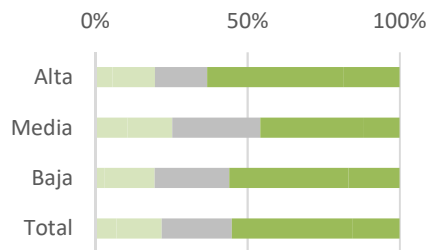


El turismo trae consigo un aumento del tráfico en mi municipio y falta de aparcamiento

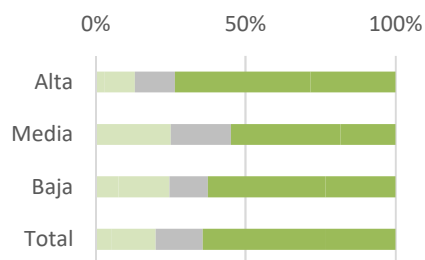


La preocupación más relevante para la población andaluza en municipios de alta saturación son el aumento del tráfico y la falta de aparcamiento (86%)

El turismo mejora servicios como la limpieza del municipio

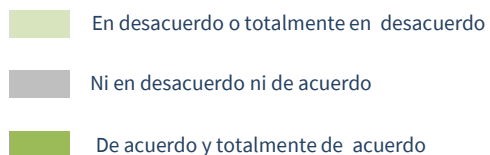
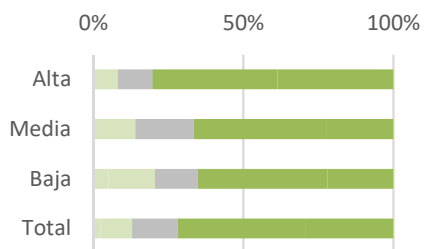


El turismo aumenta los niveles de contaminación (acústica, lumínica, etc.)

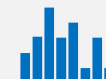


Los/as residentes en municipios de alta saturación turística están más de acuerdo con todos los conceptos analizados

El turismo consume recursos (agua, energía, suelo, etc.) que condiciona el uso a la población residente



En general, existe una mayor preocupación por el impacto medioambiental del turismo que por otros impactos



Segmentos demográficos

En general, mejor predisposición de los andaluces hacia el turismo nacional

Mejor predisposición hacia el turismo senior frente al joven en municipios de alta saturación turística

% de acuerdo y totalmente de acuerdo	Alta	Media	Baja	Total
Nacionales	96%	97%	92%	96%
Extranjeros	87%	87%	85%	86%
Jóvenes	79%	85%	79%	81%
Sénior (mayores de 65 años)	90%	86%	77%	86%
Familiar	92%	90%	87%	90%

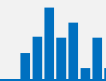


Segmentos turísticos

En general, hay una mejor predisposición hacia el turismo deportivo cuando es para su práctica que por asistencia a eventos deportivos

Los andaluces de municipios de saturación baja tienen una menor predisposición hacia los turistas profesionales o de estudios

% de acuerdo y totalmente de acuerdo	Segmentos turísticos			
	Alta	Media	Baja	Total
Motivos profesionales	89%	81%	71%	82%
Educación / formación	88%	83%	70%	82%
Deporte (practicar)	88%	85%	80%	85%
Deportes (asistir)	86%	82%	74%	82%
Visita a familiares/amigos	92%	89%	83%	89%

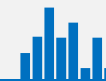


En general, la población andaluza continúa apostando por el turismo de sol y playa, especialmente en municipios de saturación alta

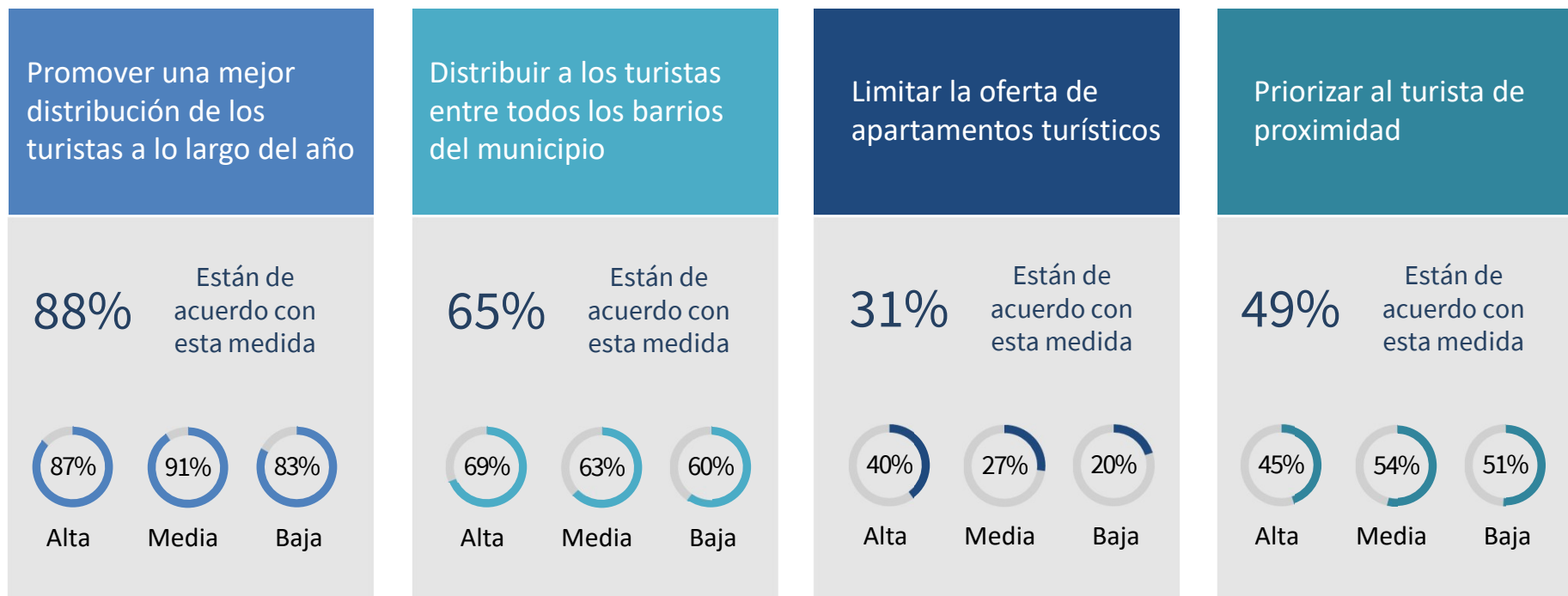
Segmentos turísticos

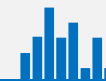
Existe una clara falta de predisposición por parte de la población andaluza hacia el turismo de ocio nocturno

	% de acuerdo y totalmente de acuerdo			
	Alta	Media	Baja	Total
Sol y playa	95%	89%	94%	93%
Naturaleza	90%	90%	87%	89%
Cultura	92%	88%	82%	88%
Salud	85%	77%	69%	79%
Ocio nocturno	60%	59%	55%	59%
Compras	91%	82%	68%	83%

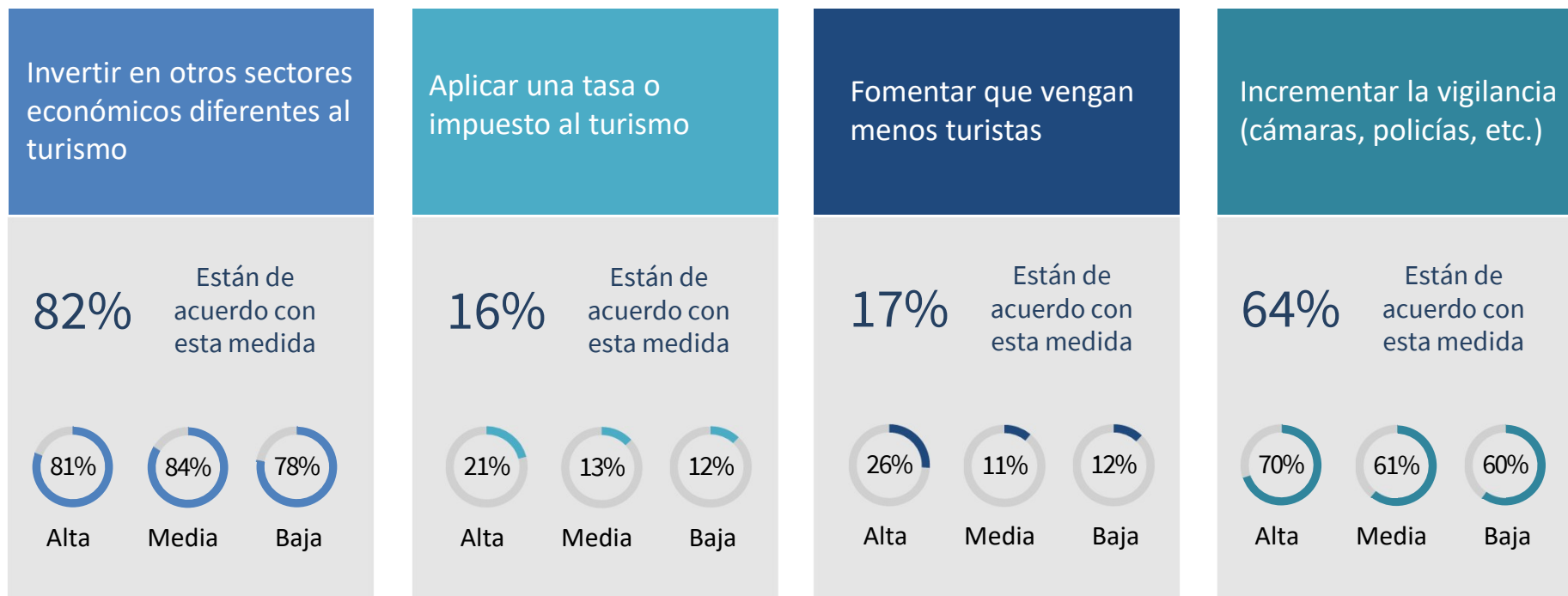


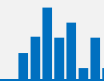
Opinión sobre las estrategias turísticas a desarrollar





Opinión sobre las estrategias turísticas a desarrollar





Andalucía

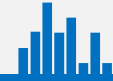
PERCEPCIÓN DE LOS RESIDENTES HACIA EL TURISMO EN ANDALUCÍA. AÑO 2023.

Análisis según **vinculación con el turismo**



Junta de Andalucía





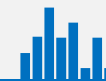
Pregunta de investigación: ¿LA PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN ANDALUZA HACIA EL TURISMO ES DIFERENTE SEGÚN SU VINCULACIÓN AL MISMO?

Estudio cuantitativo



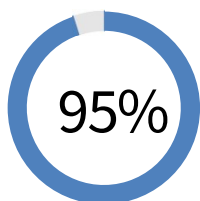
Objetivos

- Percepción global sobre el turismo.
- Percepción sobre los efectos positivos y negativos del turismo.
- Percepción de los impactos del turismo en el ámbito económico.
- Percepción de los impactos del turismo en el ámbito social.
- Percepción de los impactos del turismo en el ámbito cultural.
- Percepción de los impactos del turismo en el ámbito ambiental.
- Identificar los perfiles turísticos de mayor aceptación.
- Conocer la opinión de los residentes sobre estrategias vinculadas al desarrollo turístico.

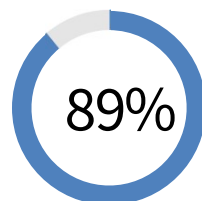


Efectos más positivos

91% piensan que el turismo tiene un efecto positivo o muy positivo en la **economía** de sus municipios.

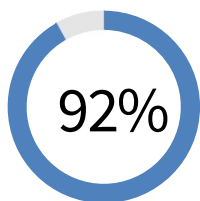


CON vinculación

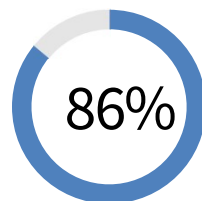


SIN vinculación

88% opinan que el turismo tiene un efecto positivo o muy positivo en generar **trabajo** para los residentes.



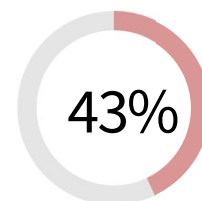
CON vinculación



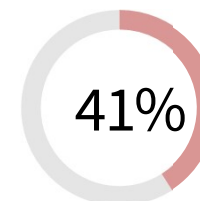
SIN vinculación

Efectos más negativos

42% opinan que el turismo tiene un efecto negativo o muy negativo en los **precios** (en general).

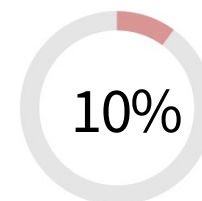


CON vinculación

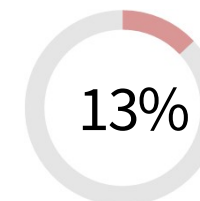


SIN vinculación

12% piensan que el turismo tiene un efecto negativo o muy negativo en el **uso del espacio público**.

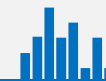


CON vinculación

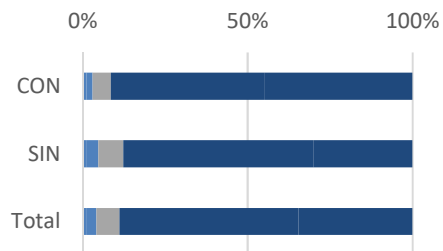


SIN vinculación

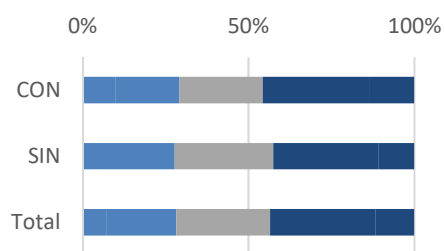
4 | Percepción sobre el **impacto económico** del turismo.



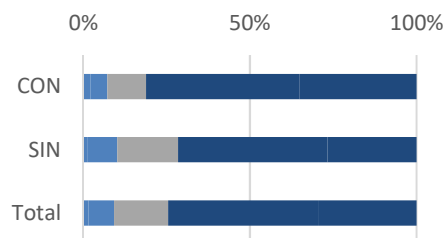
El turismo mejora la economía local



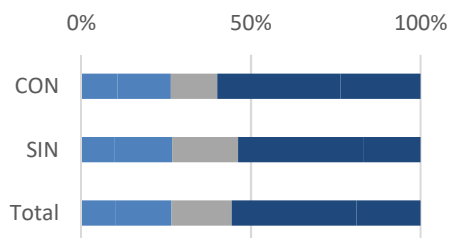
El turismo genera empleo precario



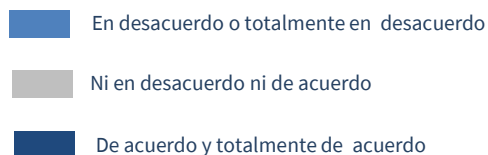
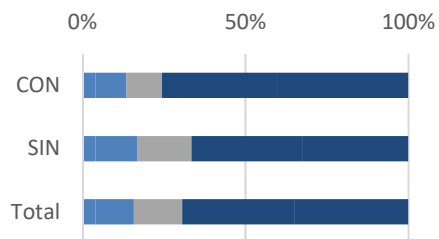
El turismo atrae nuevos inversores



Aumento de los establecimientos dirigidos a los turistas en detrimento de los tradicionales.



El turismo encarece el precio de las viviendas (alquiler y venta)

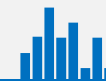


Existe un elevado consenso con que el turismo mejora la economía local

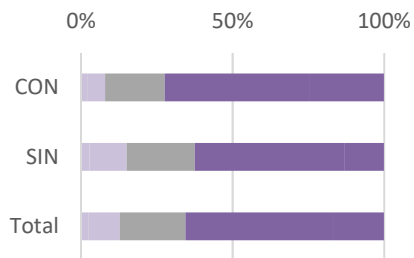
Las diferencias más elevadas en la percepción de los residentes según su vinculación con el turismo están en “el turismo atrae nuevos inversores” y “el turismo encarece el precio de la vivienda”

No existe un posicionamiento claro de la población andaluza en relación a si el turismo genera o no empleo precario

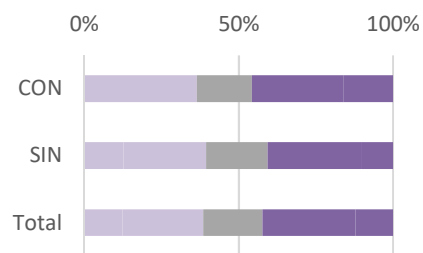
5 | Percepción sobre el **impacto social** del turismo.



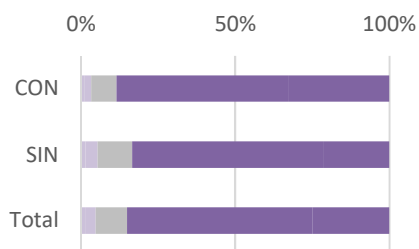
El turismo aumenta la calidad de vida de la población residente



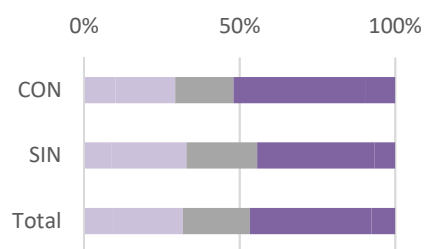
El turismo está provocando desplazamientos de la población local a zonas alejadas del centro



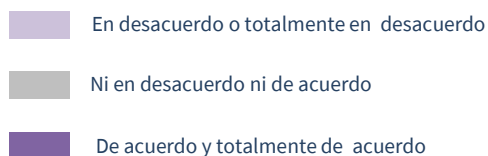
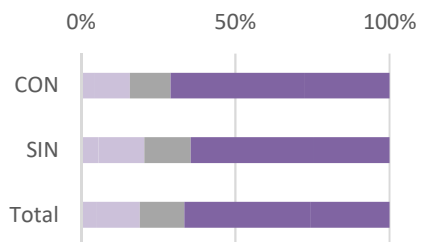
El turismo ayuda a mejorar el prestigio e imagen de mi municipio



El turismo cambia los hábitos del día a día de la población residente



El turismo genera congestión en el espacio, infraestructuras o servicios públicos (transporte, sanidad, basura, etc.)

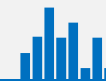


Los/as residentes vinculados al turismo están más de acuerdo con todos los conceptos analizados

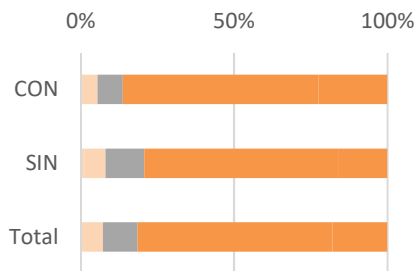
Existe un elevado consenso sobre “El turismo ayuda a mejorar el prestigio e imagen de mi municipio”

La mayor diferencia en la percepción de los/las residentes según su vinculación con el turismo está en si el turismo aumenta o no su calidad de vida

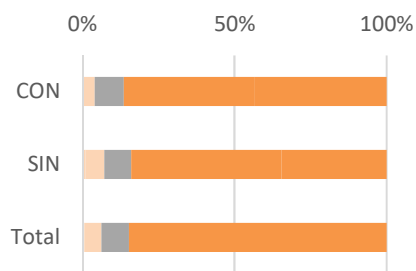
6 | Percepción sobre el **impacto cultural** del turismo.



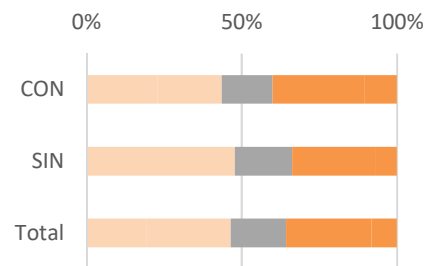
El turismo ayuda a la conservación y revalorización de los monumentos



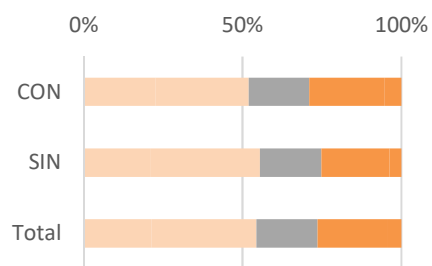
El turismo incrementa las opciones de ocio (activ. culturales, fiestas, ocio nocturno, etc.)



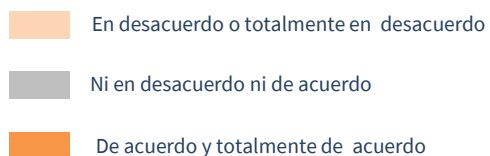
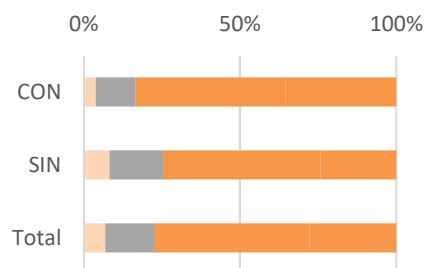
El turismo está fomentando que se sustituya la gastronomía local por la internacional



El turismo contribuye a la pérdida de identidad, cultura y tradiciones del municipio



El turismo contribuye a crear una sociedad más tolerante y multicultural

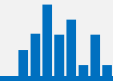


En el impacto cultural del turismo es donde se recoge un mayor consenso entre la población residente

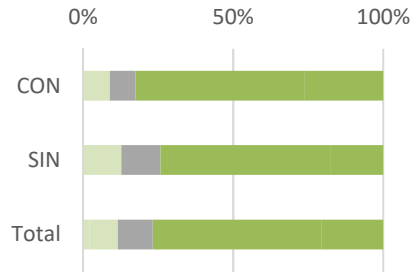
La mayor diferencia en la percepción de los residentes según su vinculación con el turismo está en “el turismo contribuye a crear una sociedad más tolerante y multicultural”

No existe un percepción de que el turismo suponga una pérdida de la identidad andaluza

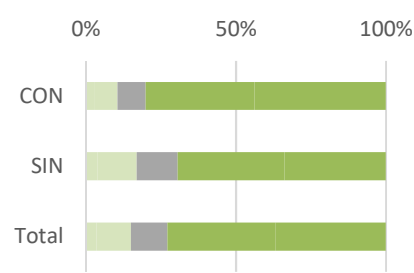
7 | Percepción sobre el **impacto ambiental** del turismo.



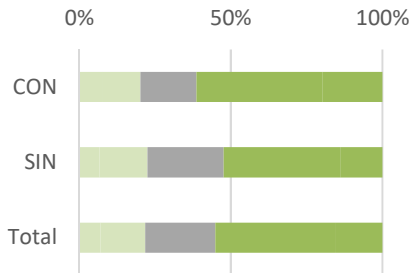
El turismo ayuda a conservar y revalorizar los espacios naturales



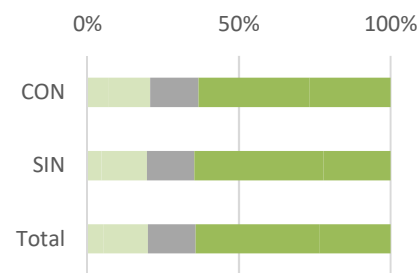
El turismo trae consigo un aumento del tráfico en mi municipio y falta de aparcamiento



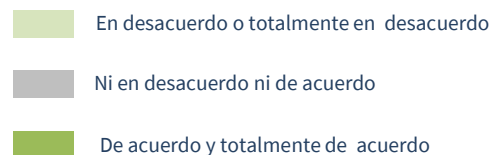
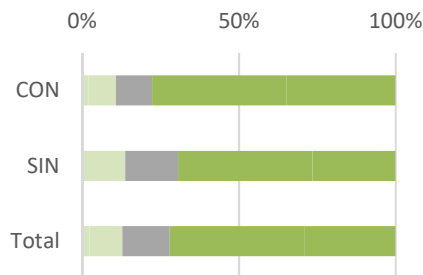
El turismo mejora servicios como la limpieza del municipio



El turismo aumenta los niveles de contaminación (acústica, lumínica, etc.)



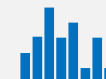
El turismo consume recursos (agua, energía, suelo, etc.) que condiciona el uso a la población residente



La población vinculada al turismo percibe un mayor impacto del turismo en el aumento del tráfico y falta de aparcamiento

Existe un elevado consenso en la población andaluza sobre que el turismo aumenta los niveles de contaminación

Los/as residentes vinculados al turismo están más de acuerdo con todos los conceptos analizados

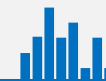


Segmentos demográficos

La población residente andaluza vinculada con el turismo está más de acuerdo con todos los segmentos analizados

Existe una mayor diferencia de opinión en relación a los extranjeros y los jóvenes

% de acuerdo y totalmente de acuerdo	Segmentos demográficos		
	CON vinculación	SIN vinculación	Total
Nacionales	98%	94%	96%
Extranjeros	94%	83%	86%
Jóvenes	89%	78%	81%
Sénior (mayores de 65 años)	92%	83%	86%
Familiar	94%	88%	90%

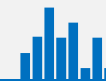


Segmentos turísticos

Hay una mejor predisposición hacia cualquier segmento turístico por parte de la población vinculada con el turismo

Existe una mayor diferencia de opinión en relación a los turistas profesionales y sobre los asistentes a eventos deportivos

% de acuerdo y totalmente de acuerdo	Segmentos turísticos		
	CON vinculación	SIN vinculación	Total
Motivos profesionales	91%	78%	82%
Educación / formación	90%	79%	82%
Deporte (practicar)	93%	82%	85%
Deportes (asistir)	92%	78%	82%
Visita a familiares/amigos	94%	87%	89%

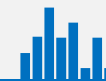


Cualquier motivación turística es más respaldada por los/las residentes vinculadas con el turismo

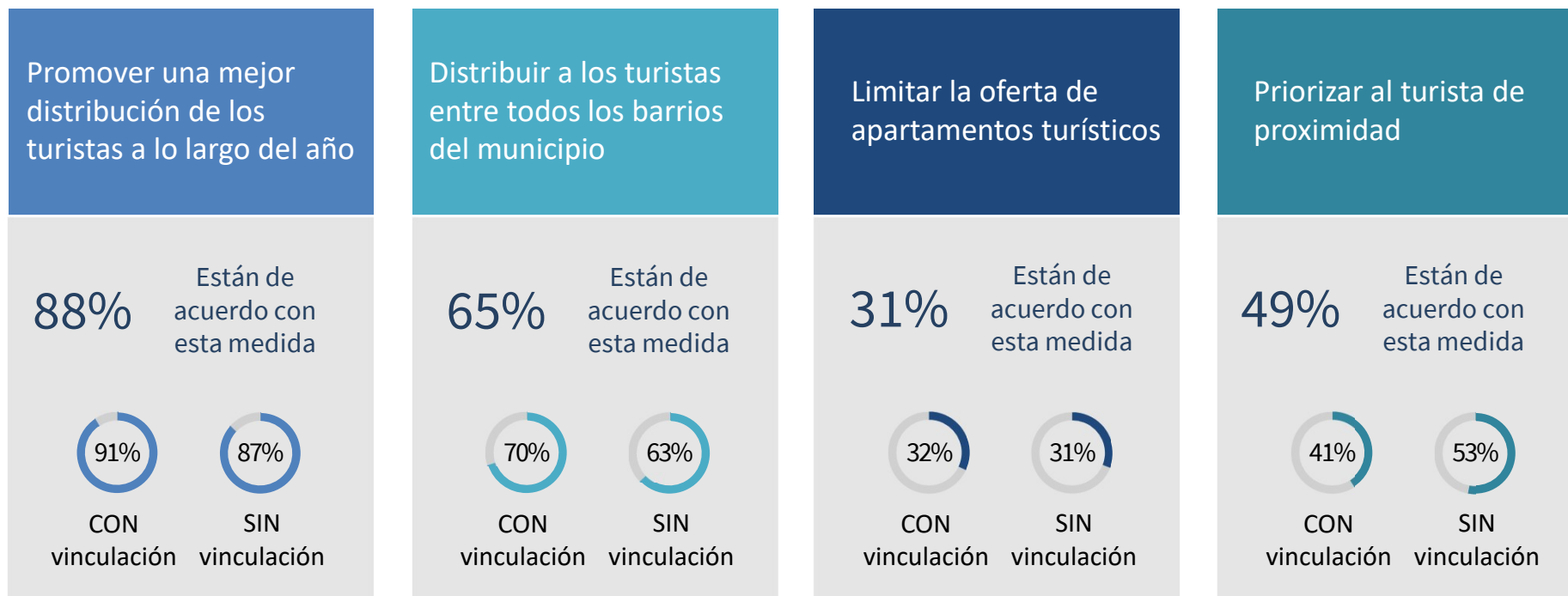
Segmentos turísticos

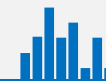
Existe una clara falta de predisposición hacia el turismo de ocio nocturno que se acentúa en la población no vinculada al turismo

% de acuerdo y totalmente de acuerdo	Segmentos turísticos		
	CON vinculación	SIN vinculación	Total
Sol y playa	97%	91%	93%
Naturaleza	95%	87%	89%
Cultura	93%	86%	88%
Salud	88%	75%	79%
Ocio nocturno	69%	54%	59%
Compras	92%	79%	83%

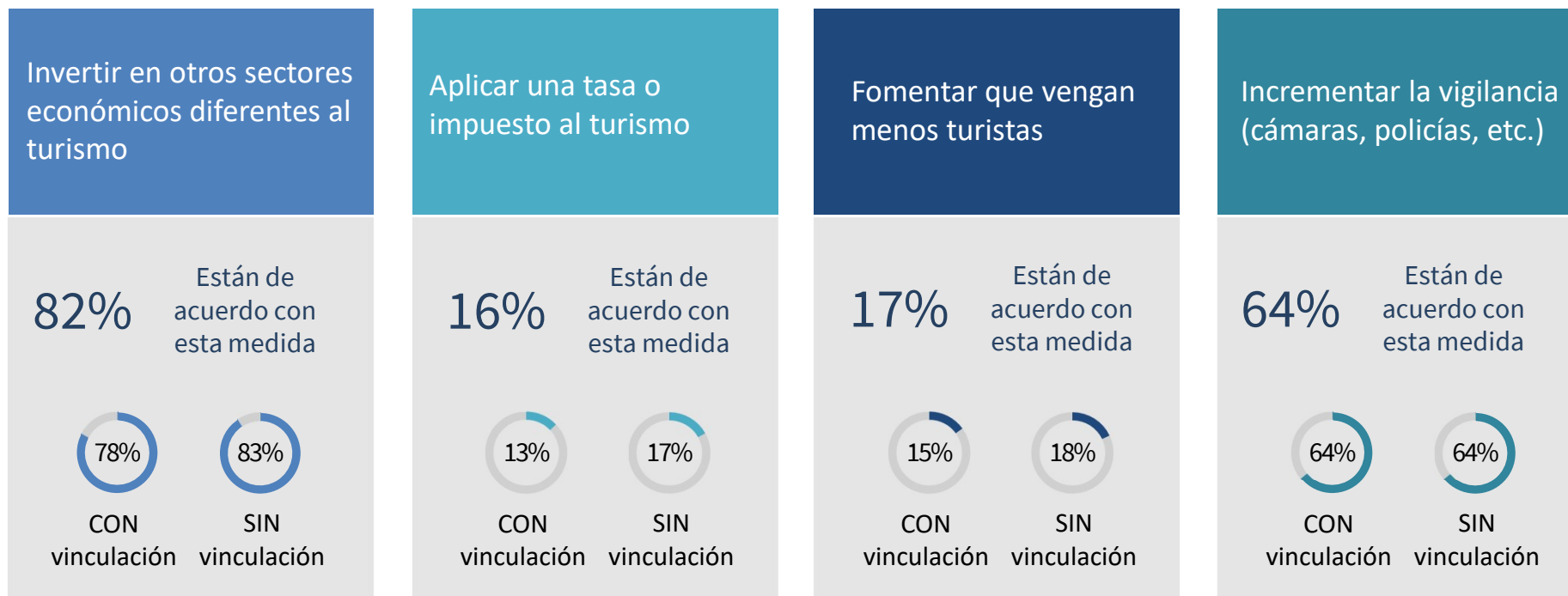


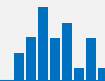
Opinión sobre las estrategias turísticas a desarrollar





Opinión sobre las estrategias turísticas a desarrollar





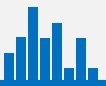
Andalucía

PERCEPCIÓN DE LOS RESIDENTES HACIA EL TURISMO EN ANDALUCÍA. AÑO 2023.

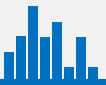
Análisis según perfil: género y edad



Junta de Andalucía



- 1 | Diseño de la investigación.
- 2 | Objetivos.
- 3 | Efectos positivos y negativos del turismo.
- 4 | Percepción sobre el impacto económico del turismo.
- 5 | Percepción sobre el impacto social del turismo.
- 6 | Percepción sobre el impacto cultural del turismo.
- 7 | Percepción sobre el impacto ambiental del turismo.
- 8 | Opinión sobre perfiles de visitantes.
- 9 | Valoración de estrategias turísticas.

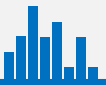


El apoyo de la población residente al desarrollo turístico es esencial para afrontar con éxito cualquier proceso de planificación turística. Por ello, desde la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, a través de la Oficina del Dato, se ha puesto en marcha el estudio sobre la *Percepción de los Residentes hacia el Turismo en Andalucía*, con el objetivo general de conocer las opiniones y actitudes de los residentes hacia el turismo y evaluar sus reacciones o impactos significativos (positivos o negativos) en el entorno donde se desarrolla.

Se trata de un estudio pionero en Andalucía en el que se van a combinar dos técnicas de análisis:

1. ANÁLISIS CUALITATIVO: 6 Focus Group.
2. ANÁLISIS CUANTITATIVO: 3.200 encuestas presenciales en 32 municipios andaluces.

En el segundo punto se pretende analizar la percepción de los andaluces hacia el turismo atendiendo a diferentes perspectivas. En este informe se aborda su percepción **según el perfil demográfico del residente** basado en el género (hombre; mujer) e intervalo de edad (18-29 años; 30-55 años; mayores de 55 años)



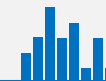
Pregunta de investigación: ¿LA PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN ANDALUZA HACIA EL TURISMO ES DIFERENTE SEGÚN GÉNERO O EDAD?

Estudio cuantitativo

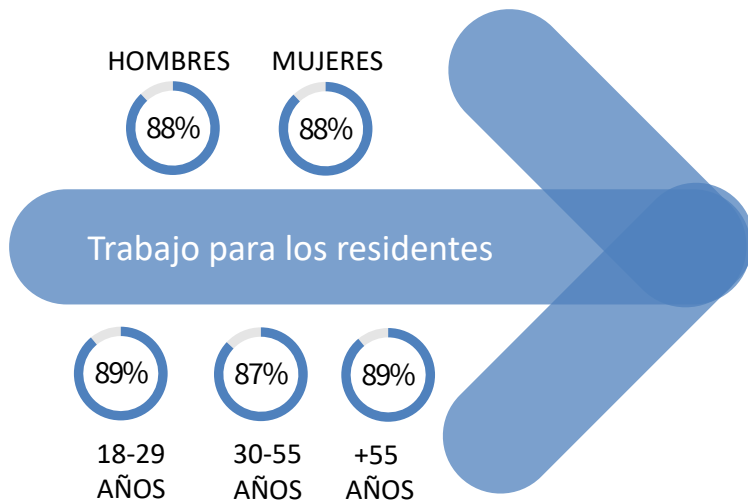
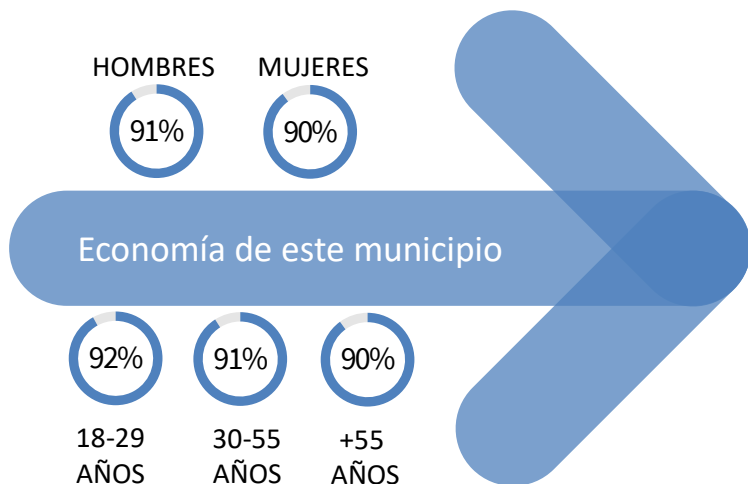


Objetivos

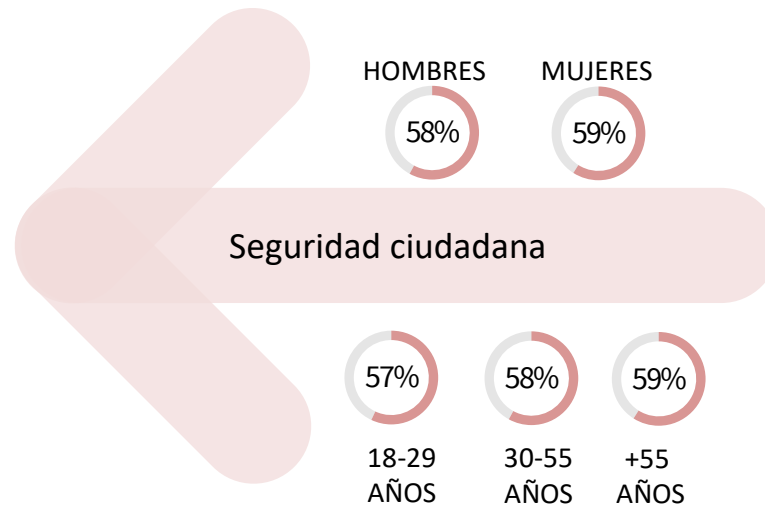
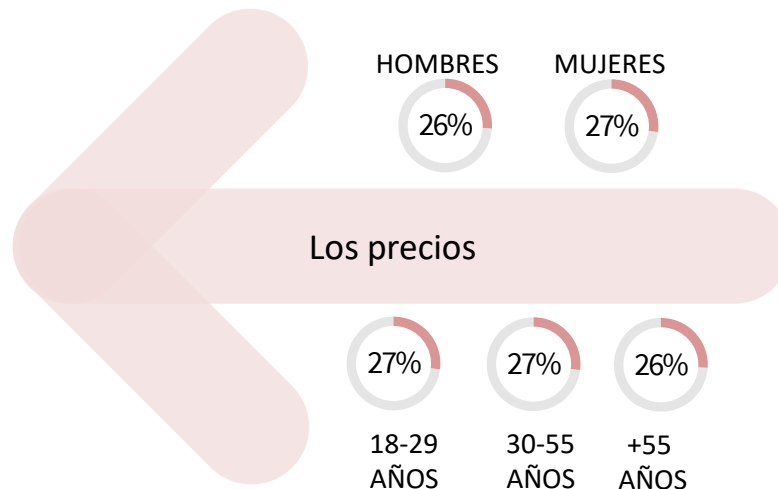
- Percepción global sobre el turismo.
- Percepción sobre los efectos positivos y negativos del turismo.
- Percepción de los impactos del turismo en el ámbito económico.
- Percepción de los impactos del turismo en el ámbito social.
- Percepción de los impactos del turismo en el ámbito cultural.
- Percepción de los impactos del turismo en el ámbito ambiental.
- Identificar los perfiles turísticos de mayor aceptación.
- Conocer la opinión de los residentes sobre estrategias vinculadas al desarrollo turístico.

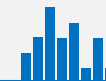


Efectos más positivos



Efectos más negativos



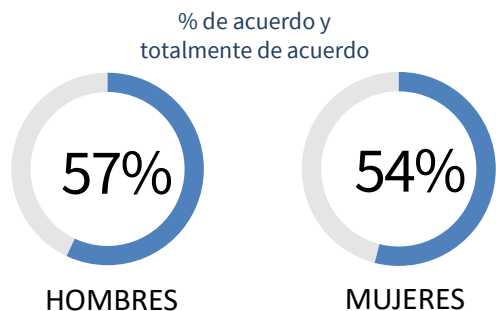


GÉNERO

% de acuerdo y totalmente de acuerdo	HOMBRE	MUJER
El turismo mejora la economía local	88,8%	88,9%
El turismo genera empleo precario	42,6%	44,4%
El turismo atrae nuevos inversores	75,9%	73,3%
Aumentan los establecimientos dirigidos a los turistas en detrimento de los tradicionales	57,3%	53,9%
El turismo encarece el precio de las viviendas	69,9%	68,8%

Aspecto en el que más difieren:

Aumentan los establecimientos dirigidos a los turistas en detrimento de los establecimientos tradicionales

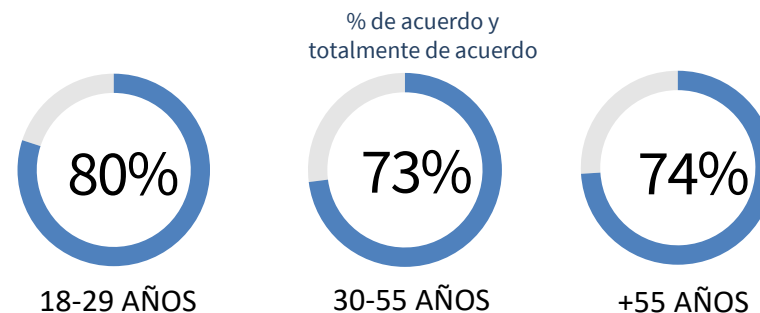


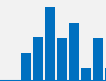
EDAD

% de acuerdo y totalmente de acuerdo	18 – 29 AÑOS	30 – 55 AÑOS	+55 AÑOS
El turismo mejora la economía local	92,0%	88,9%	87,6%
El turismo genera empleo precario	46,0%	45,0%	41,1%
El turismo atrae nuevos inversores	80,1%	72,9%	74,3%
Aumentan los establecimientos dirigidos a los turistas en detrimento de los tradicionales	55,0%	55,7%	55,8%
El turismo encarece el precio de las viviendas	71,2%	67,9%	70,3%

Aspecto en el que más difieren:

El turismo atrae nuevos inversores





GÉNERO

% de acuerdo y totalmente de acuerdo	HOMBRE	MUJER
El turismo aumenta la calidad de vida de la población residente.	65,9%	65,1%
El turismo está provocando desplazamientos de la población a zonas alejadas del centro	41,2%	43,3%
El turismo ayuda a mejorar el prestigio e imagen de mi municipio	84,3%	85,6%
El turismo cambia los hábitos del día a día de la población residente	45,6%	47,8%
El turismo genera congestión en el espacio, infraestructuras o servicios públicos	66,4%	66,6%

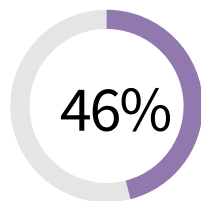
EDAD

% de acuerdo y totalmente de acuerdo	18 – 29 AÑOS	30 – 55 AÑOS	+55 AÑOS
El turismo aumenta la calidad de vida de la población residente.	69,7%	64,2%	65,5%
El turismo está provocando desplazamientos de la población a zonas alejadas del centro	42,3%	41,5%	42,9%
El turismo ayuda a mejorar el prestigio e imagen de mi municipio	85,7%	85,2%	84,5%
El turismo cambia los hábitos del día a día de la población residente	45,7%	46,7%	47,0%
El turismo genera congestión en el espacio, infraestructuras o servicios públicos	65,7%	65,2%	68,2%

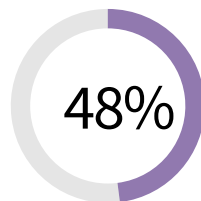
Aspecto en el que más difieren:

El turismo cambia los hábitos del día a día de la población residente

% de acuerdo y totalmente de acuerdo



HOMBRES

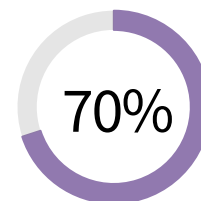


MUJERES

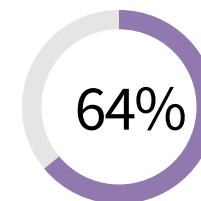
Aspecto en el que más difieren:

El turismo aumenta la calidad de vida de la población residente

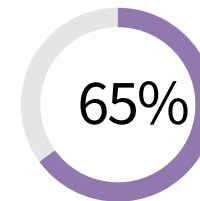
% de acuerdo y totalmente de acuerdo



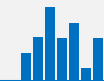
18-29 AÑOS



30-55 AÑOS



+55 AÑOS



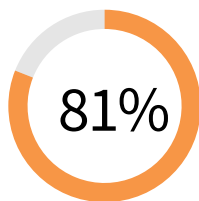
GÉNERO

% de acuerdo y totalmente de acuerdo	HOMBRE	MUJER
El turismo ayuda a la conservación y revalorización de los monumentos	80,6%	82,2%
El turismo incrementa las opciones de ocio	84,2%	85,1%
El turismo está fomentando que se sustituya la gastronomía local por la internacional	35,6%	35,8%
El turismo contribuye a la pérdida de identidad, cultura y tradiciones	26,3%	26,5%
El turismo contribuye a crear una sociedad más tolerante y multicultural	77,1%	77,2%

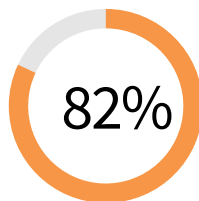
Aspecto en el que más difieren:

El turismo ayuda a la conservación y revalorización de los monumentos de mi municipio

% de acuerdo y totalmente de acuerdo



HOMBRES



MUJERES

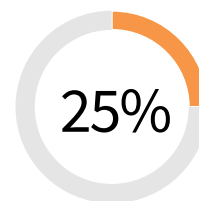
EDAD

% de acuerdo y totalmente de acuerdo	18 – 29 AÑOS	30 – 55 AÑOS	+55 AÑOS
El turismo ayuda a la conservación y revalorización de los monumentos	83,3%	81,5%	80,7%
El turismo incrementa las opciones de ocio	86,6%	84,9%	83,8%
El turismo está fomentando que se sustituya la gastronomía local por la internacional	34,9%	36,4%	35,3%
El turismo contribuye a la pérdida de identidad, cultura y tradiciones	24,6%	23,9%	29,6%
El turismo contribuye a crear una sociedad más tolerante y multicultural	81,5%	75,6%	77,1%

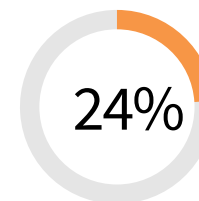
Aspecto en el que más difieren:

El turismo contribuye a la pérdida de identidad, cultura y tradiciones del municipio

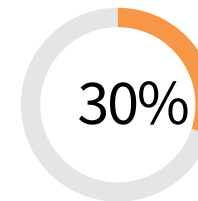
% de acuerdo y totalmente de acuerdo



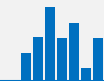
18-29 AÑOS



30-55 AÑOS



+55 AÑOS



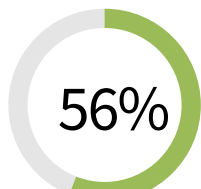
GÉNERO

% de acuerdo y totalmente de acuerdo	HOMBRE	MUJER
El turismo ayuda a conservar y revalorizar los espacios naturales	77,6%	76,0%
El turismo aumenta el tráfico en mi municipio y provoca falta de aparcamiento	72,4%	73,0%
El turismo mejora servicios como la limpieza	56,5%	53,8%
El turismo aumenta los niveles de contaminación, en general	64,5%	64,0%
El turismo consume recursos que condiciona el uso a la población residente	71,6%	72,4%

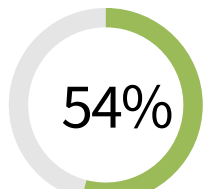
Aspecto en el que más difieren:

El turismo mejora servicios como la limpieza del municipio

% de acuerdo y totalmente de acuerdo



HOMBRES



MUJERES

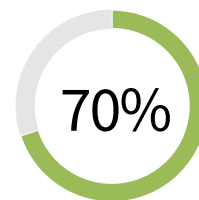
EDAD

% de acuerdo y totalmente de acuerdo	18 – 29 AÑOS	30 – 55 AÑOS	+55 AÑOS
El turismo ayuda a conservar y revalorizar los espacios naturales	76,8%	76,6%	76,9%
El turismo aumenta el tráfico en mi municipio y provoca falta de aparcamiento	73,8%	72,0%	73,2%
El turismo mejora servicios como la limpieza	58,0%	54,8%	54,6%
El turismo aumenta los niveles de contaminación, en general	63,3%	64,3%	64,6%
El turismo consume recursos que condiciona el uso a la población residente	69,9%	70,3%	74,4%

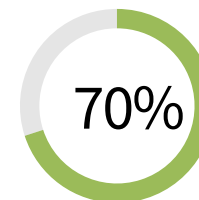
Aspecto en el que más difieren:

El turismo consume recursos (agua, energía, suelo, etc.) que condiciona el uso a la población residente

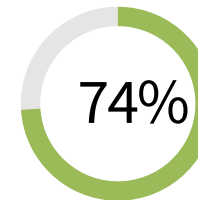
% de acuerdo y totalmente de acuerdo



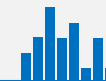
18-29 AÑOS



30-55 AÑOS



+55 AÑOS

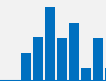


Segmentos demográficos

No existen diferencias significativas por género, aunque hay algo más de predisposición por el turismo familiar por parte de las mujeres

Por edad, la diferencia más relevante se produce con el turismo joven: los menores de 30 años están de acuerdo en +16 punto porcentuales frente a los mayores de 55 años

% de acuerdo y totalmente de acuerdo	Segmento por Género		Segmento por Edad		
	HOMBRES	MUJERES	18-29 AÑOS	30-55 AÑOS	+55 AÑOS
Nacionales	95%	96%	96%	96%	95%
Extranjeros	86%	87%	91%	89%	82%
Jóvenes	81%	81%	91%	84%	75%
Sénior (mayores de 65 años)	85%	87%	81%	87%	86%
Familiar	89%	91%	90%	92%	89%

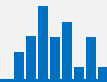


Segmentos turísticos

No hay muchas diferencias por género, estando las mujeres algo más predispuestas al turismo por motivos educativos

En general, la población andaluza mayor de 55 años esta menos predispuesta a cualquier segmento turístico

% de acuerdo y totalmente de acuerdo	Segmentos turísticos		Segmentos turísticos		
	HOMBRES	MUJERES	18-29 AÑOS	30-55 AÑOS	+55 AÑOS
Motivos profesionales	82%	83%	81%	85%	80%
Educación / formación	81%	83%	82%	84%	80%
Deporte (practicar)	86%	85%	89%	89%	81%
Deportes (asistir)	83%	81%	86%	85%	77%
Visita a fam./amigos	89%	89%	90%	90%	87%

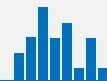


Segmentos turísticos

El segmento que recibe mayor apoyo es el turismo de sol y playa, tanto por género como por edad

El turismo de ocio nocturno es el segmento menos valorado y a mayor edad menor predisposición por este segmento

% de acuerdo y totalmente de acuerdo	Segmentos turísticos		Edad		
	HOMBRES	MUJERES	18-29 AÑOS	30-55 AÑOS	+55 AÑOS
Sol y playa	93%	92%	95%	94%	91%
Naturaleza	89%	89%	90%	91%	88%
Cultura	88%	87%	88%	91%	86%
Salud	78%	79%	78%	81%	77%
Ocio nocturno	60%	58%	78%	65%	46%
Compras	83%	83%	85%	85%	80%



Opinión sobre las estrategias turísticas a desarrollar

Promover una mejor distribución de los turistas a lo largo del año

88% Están de acuerdo con esta medida



HOMBRES



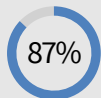
MUJERES



18-29 AÑOS



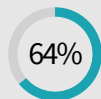
30-55 AÑOS



+55 AÑOS

Distribuir a los turistas entre todos los barrios del municipio

65% Están de acuerdo con esta medida



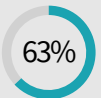
HOMBRES



MUJERES



18-29 AÑOS



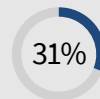
30-55 AÑOS



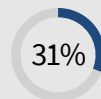
+55 AÑOS

Limitar la oferta de apartamentos turísticos

31% Están de acuerdo con esta medida



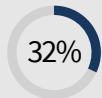
HOMBRES



MUJERES



18-29 AÑOS



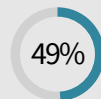
30-55 AÑOS



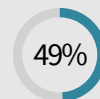
+55 AÑOS

Priorizar al turista de proximidad

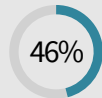
49% Están de acuerdo con esta medida



HOMBRES



MUJERES



18-29 AÑOS



30-55 AÑOS



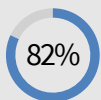
+55 AÑOS



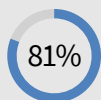
Opinión sobre las estrategias turísticas a desarrollar

Invertir en otros sectores económicos diferentes al turismo

82% Están de acuerdo con esta medida



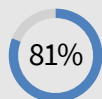
HOMBRES



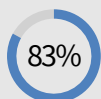
MUJERES



18-29 AÑOS



30-55 AÑOS



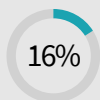
+55 AÑOS

Aplicar una tasa o impuesto al turismo

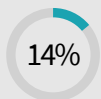
16% Están de acuerdo con esta medida



HOMBRES



MUJERES



18-29 AÑOS



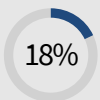
30-55 AÑOS



+55 AÑOS

Fomentar que vengan menos turistas

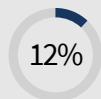
17% Están de acuerdo con esta medida



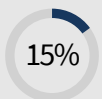
HOMBRES



MUJERES



18-29 AÑOS



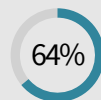
30-55 AÑOS



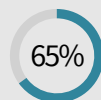
+55 AÑOS

Incrementar la vigilancia (cámaras, policías, etc.)

64% Están de acuerdo con esta medida



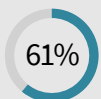
HOMBRES



MUJERES



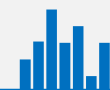
18-29 AÑOS



30-55 AÑOS



+55 AÑOS



Andalucía

PERCEPCIÓN DE LOS RESIDENTES HACIA EL TURISMO EN ANDALUCÍA

AÑO 2023

