

Andalucía

Turismo de interior en Andalucía
Año 2014

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE TURISMO Y COMERCIO

TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA. AÑO 2014
Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Comercio

EDITA

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

ELABORA

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.
C/ Compañía nº 40
29008, Málaga
T. 951 299 300 Fax. 951 299 365
Correo e.: saeta@andalucia.org

Depósito Legal:

ISSN:

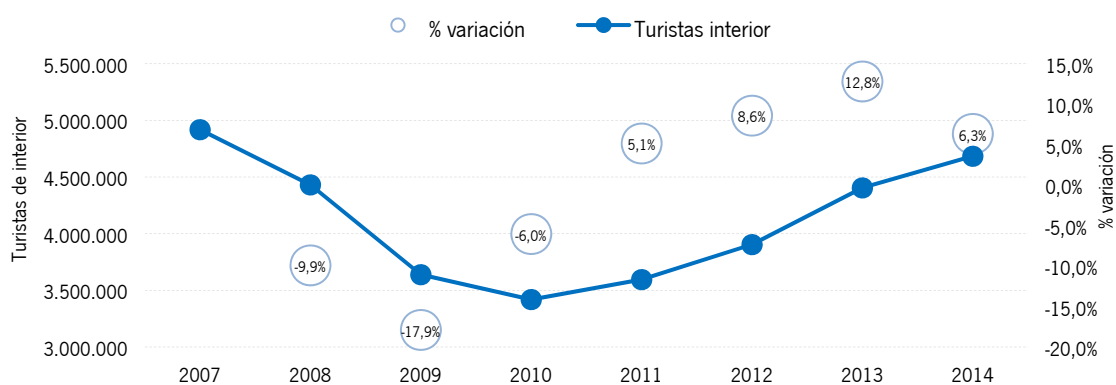
Publicado en Sevilla (España)

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

TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA. AÑO 2014

Según las estimaciones del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), a través de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), en el interior¹ de la Comunidad se han recibido en 2014 un total de 4,7 millones de turistas, lo que supone el 19,5% del total de turistas que el destino andaluz recibió este año. Respecto al año 2013, y una vez actualizadas las estimaciones correspondientes a dicho año, el turismo de interior ha crecido a una tasa del +6,3%, un incremento en línea con el registrado para el total de turistas (+6,7%). Se trata del cuarto año consecutivo en el que el turismo de interior crece, tras los importantes descensos registrados en el intervalo 2008-2010, lo que está permitiendo recuperar el terreno perdido y aproximarse al nivel precrisis.

Turistas de interior en Andalucía. Años 2007-2014



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

En la estructura de la demanda por procedencia del turismo de interior destaca la mayor participación del visitante español (69,4%), siendo los andaluces los principales emisores nacionales, con una proporción que supera en veinte puntos porcentuales a la de los turistas procedentes del resto de España. Respecto a la estructura que presenta el total de la demanda, se observa de nuevo la mayor diferencia en el peso de los turistas que proceden de la propia Andalucía, que en el turismo de interior es hasta once puntos porcentuales superior, en detrimento, en proporciones similares, de las cuotas de los turistas extranjeros y de los procedentes del resto de España.

Distribución porcentual de los turistas por procedencia. Total turismo y turismo de interior. Año 2014

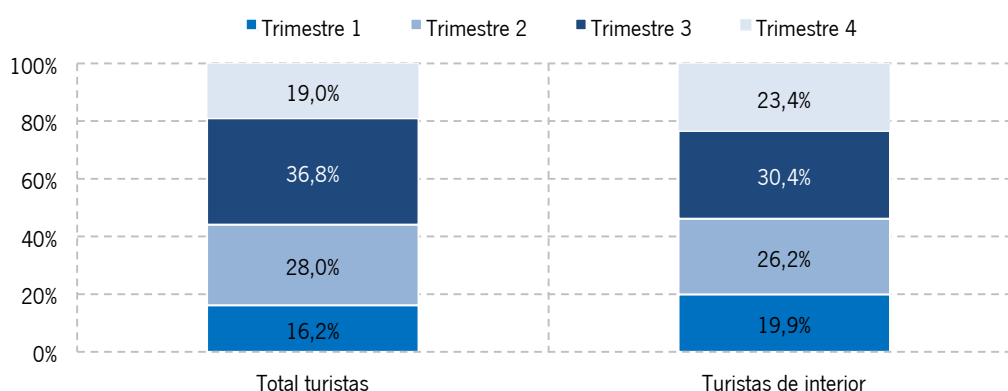
	Total turistas %	Turistas de interior %	Diferencias
Españoles	63,7	69,4	5,6
- Andaluces	33,6	44,8	11,2
- Resto de España	30,1	24,6	-5,5
Extranjeros	36,3	30,6	-5,6

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

¹ Siguiendo al Observatorio Turístico del Interior de Andalucía, por turismo de interior se entenderá todas aquellas tipologías turísticas que se desarrollan en los espacios no litorales de Andalucía, excluyendo de dicho territorio a las capitales de provincia por tener otra dinámica turística en su desarrollo.

Los turistas del interior de Andalucía se distribuyen más equilibradamente a lo largo del año que en el caso de las llegadas a todo el espacio geográfico de la Comunidad, por lo tanto es una tipología turística menos estacional. Aunque el tercer trimestre también es el que acumula un mayor número de turistas (con una cuota del 30,4%), no obstante esta proporción es inferior en más de 6 puntos porcentuales a la que registró el total del turismo de la región recibido en ese mismo trimestre. Respecto al año anterior, no se han producido cambios sustanciales en el reparto anual de los turistas de interior: se ha reducido el porcentaje de turistas de interior que realizan sus visitas en el primer trimestre (de 21,2% en 2013 al 19,9% en 2014), descenso que ha sido absorbido principalmente por el segundo trimestre (de 25,4% en 2013 al 26,2% en 2014).

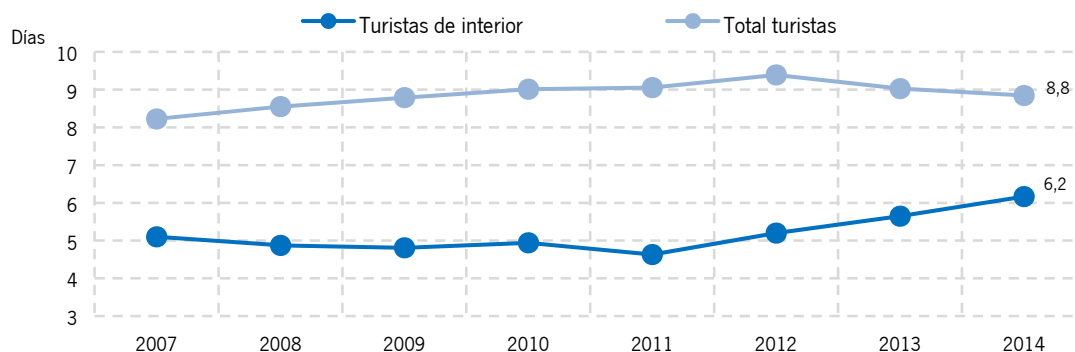
Distribución porcentual de los turistas por trimestres. Total turismo y turismo de interior. Año 2014



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

La **estancia media** del turista de interior en el destino para el año 2014 se ha estimado en 6,2 días, una permanencia que superó en medio día a la registrada en el año anterior. La permanencia del turista de interior es siempre inferior a la del total de turistas que visita la región (y que en 2014 ascendió a los 8,8 días de media), si bien hay que destacar que en los dos últimos años ambas han evolucionado de forma opuesta, tal y como puede apreciarse en el siguiente gráfico. En el caso del turismo de interior, entre 2007 y 2011 la estancia media se mantiene, aunque con altibajos, entre los 4,5 y los 5 días, y es a partir de 2012 crece a razón de medio día por año. Para el total de turistas, la estancia media ha crecido ininterrumpidamente hasta 2012, registrando descensos en los dos últimos años.

Estancia media de los turistas en Andalucía. Total turismo y turismo de interior. Años 2007-2014



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

El **gasto medio diario** en el destino del turista que visita el interior de Andalucía ha experimentado en 2014 un notable descenso, situándose en los 60,97 euros, un gasto inferior en -5,72 euros al registrado el año pasado. Se trata del segundo año consecutivo en el que se contrae este indicador, pues en 2013 se registró un descenso de -3,20 euros. Este comportamiento es coherente con el hecho de permanecer más tiempo en el destino², y el turista de interior ha aumentado considerablemente su permanencia tanto en 2013 como en 2014.

Estos descensos en el gasto medio diario del turista de interior de los dos últimos años han producido un acercamiento con el nivel de gasto del turista que visita el conjunto de la región (59,88 euros en 2014), perdiendo de este modo una característica que lo había diferenciado durante años.

El mayor desembolso del gasto en el destino es el dedicado a la restauración, donde se empleó el 36,7% del presupuesto de 2014, seguido del alojamiento, al que se dedicó otro 32,4%. Respecto al año anterior, hay que señalar que ambas partidas junto con los gastos en compras no alimenticias son los conceptos que más peso han ganado en la **composición del gasto en destino**, disminuyendo el transporte y sobre todo las compras de alimentación.

Aunque el patrón de gasto del turista de interior es muy parecido del realizado por los turistas en el conjunto de Andalucía, hay que destacar que las mayores diferencias se aprecian en la restauración, partida a la que el turista de interior dedica hasta 5,4 puntos porcentuales menos, y en el alojamiento, a los que dedica 7,7 puntos porcentuales más que el total de turistas.

**Distribución porcentual del gasto en destino por conceptos.
Total turismo y turismo de interior. Año 2014**

	Total turistas %	Turistas de interior %	Diferencias
Transporte	10,7	10,1	-0,6
Alojamiento	24,7	32,4	7,7
Compras alimentación	5,2	6,2	1,0
Compras no alimentación	8,8	8,6	-0,2
Visitas organizadas, ocio, otros	4,9	4,5	-0,4
Alquiler coches	2,4	1,5	-0,9
Restauración	42,1	36,7	-5,4

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

El coche es, en el 70,3% de los casos, el **medio de transporte** utilizado para acceder a Andalucía por parte de los turistas de interior, registrando respecto al año anterior un incremento de +1,3 puntos porcentuales. Le sigue, a bastante distancia, el avión, utilizado por el 20,7%. La importante presencia de turistas que proceden de la propia Andalucía en la composición de la demanda de turismo de interior condiciona fuertemente el tipo de transporte utilizado, diferenciándolo en este sentido del total de turistas que visita el conjunto de Andalucía.

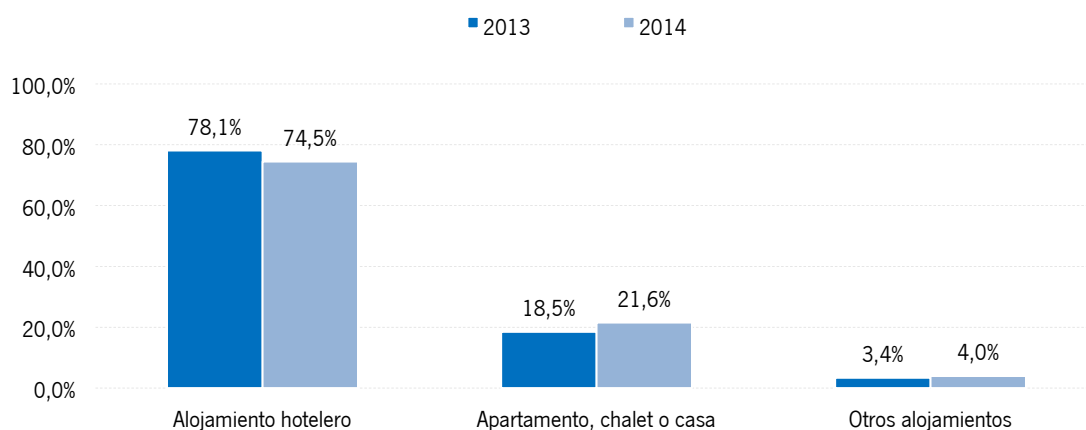
En 2014, el 74,5% de los turistas que visitaron el interior de Andalucía prefirieron los establecimientos hoteleros (hoteles, apartahoteles, hostales y pensiones) a la hora de alojarse. El resto se reparte entre

² Mayor número de días de estancia implica, a igual o similar presupuesto total, un descenso del gasto medio diario.

apartamentos, casas o chalets (21,6%) y otras **tipologías de alojamiento** minoritarias como campings, albergues, casas rurales o similar (que acumulan el 4,0%).

En comparación con el año anterior, se ha reducido en 3,7 puntos el porcentaje de turistas de interior que ha utilizado el alojamiento hotelero a favor sobre todo del alojamiento en apartamento, chalet o casa, y particularmente el aumento se ha notado más en aquellas viviendas que son cedidas por amigos o familiares.

Tipología de alojamiento utilizado por el turismo de interior. Años 2013 y 2014



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

El turista de interior **organizó su viaje** en 2014 principalmente de forma particular (84,8%), un porcentaje que ha descendido respecto al año anterior en -1,1 puntos porcentuales. Esta proporción no difiere sustancialmente de la que presenta el total de turistas que visitaron la región (84,3%). Donde sí se aprecian más diferencias es en el tipo de intermediario que utilizan, ya que en este año el turista de interior ha realizado un menor uso del paquete turístico (6,4%) que el total turismo (10,2%) y complementariamente un mayor uso de la organización a través de asociaciones, empresas, clubs, etc.

Prácticamente la mitad de los turistas que viajaron al interior de Andalucía en 2014 lo hicieron acompañado de su pareja (48,2%), otro 24,9% estuvo acompañado de familiares. Respecto al año 2013, el cambio más significativo en la **composición del grupo de viaje** se ha producido en la principal categoría (viajar en pareja), que desciende de forma importante (-8,5 puntos porcentuales) frente al incremento de aquellos que viajan solos (que pasan del 11,0% de 2013 al 16,8% en 2014) o acompañados de familiares (que han aumentado en +2,8 puntos porcentuales). Estos mismos cambios se aprecian también en el total turismo que visitó la región pero con menos intensidad.

En cuanto a los principales **canales para informarse sobre el destino**: la propia experiencia y la recomendación de amigos y familiares (67,2% y 22,5%, respectivamente) son los canales más usuales para el turismo de interior. Estas mismas dos categorías son las que más cambios han registrado respecto al año 2013, ya que se ha reducido bastante el porcentaje que se informó a través de la propia experiencia (-4,2 puntos porcentuales) y ha aumentado el porcentaje de los que se han informado por amigos y familiares (+2,7 puntos porcentuales).

El 38,3% de los turistas de interior utilizaron **Internet** para consultar, reservar o comprar algún servicio turístico de su viaje de 2014, una cifra que apenas ha cambiado respecto al año anterior. Sin embargo, el turista de interior que sí utilizó Internet se mostró menos activo que en el año 2013, pues el 62,7% de los que accedieron a la Red realizaron alguna reserva y el 29,4% terminó efectuando una compra, porcentajes que alcanzaron en 2013 el 70,0% y el 39,4%, respectivamente.

Al comparar los porcentajes de uso de esta herramienta con los del total de turistas de Andalucía, se aprecia en todos los casos que las proporciones son inferiores para aquellos que realizan turismo en el interior de Andalucía.

Uso de Internet. Total turismo y turismo de interior. Año 2014

	Total turistas	Turistas de interior
% Uso de Internet	46,5	38,3
Para qué utilizó Internet (multirrespuesta)		
% que consultó productos o servicios turísticos	100,0	100,0
% que reservó productos o servicios turísticos	71,0	62,7
% que compró productos o servicios turísticos	38,7	29,4

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

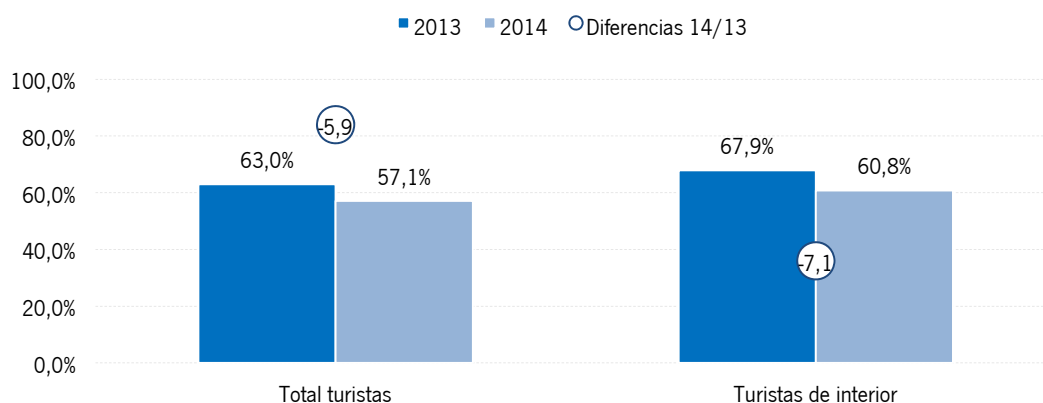
La visita a monumentos (29,0%), el clima (20,6%) y el turismo de naturaleza y rural (15,5%) han sido los aspectos más influyentes a la hora de **elegir** el interior de **Andalucía** como destino de la visita vacacional de 2014. Estos tres mismos conceptos han sido los que más han aumentado respecto al año anterior (entre dos y tres puntos porcentuales).

La observación de la naturaleza (55,5%), la visita a monumentos (31,8%) y las compras (18,2%) son las principales **actividades realizadas** por los turistas que visitaron el interior de Andalucía en 2014. Cabe destacar que, salvo en el caso de las compras, el resto de las principales actividades han cobrado mayor relevancia en este año.

La **valoración** media otorgada por los turistas de interior al destino andaluz en 2014 alcanzó los 8,1 puntos en una escala de 1 a 10, igualando la valoración otorgada el pasado año. Esta puntuación es ligeramente inferior a la dada para el conjunto de la región. Entre los conceptos mejor valorados por el turista de interior destacan la atención y el trato recibidos (8,6 puntos), los paisajes y parques naturales, el patrimonio cultural y el alojamiento (todos ellos con 8,5 puntos).

El **grado de fidelidad** de los turistas que visitan el interior de Andalucía se ha estimado para el año 2014 en el 60,8%, lo que indica que aproximadamente 6 de cada 10 turistas de esta tipología habían visitado Andalucía también el año anterior (aunque no necesariamente visitaran el interior andaluz). Este grado de fidelidad se sitúa por encima del que presentan la media del total de turistas de Andalucía (57,1%) para este año. Respecto al año anterior, este indicador disminuye en -7,1 puntos porcentuales, una fuerte reducción que no es exclusiva del turismo de interior, tal y como puede apreciarse en el siguiente gráfico.

Grado de fidelidad. Total turistas y turistas de interior. Años 2013 y 2014



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

El **perfil sociodemográfico** del turista de interior presenta una mayor proporción de mujeres (51,0%) que de varones, siendo el grupo de edad de más peso el comprendido entre 45 y 64 años (31,5%). La situación laboral más común para esta tipología turística es poseer un trabajo remunerado (61,4%). Comparando estas características con las que presentan los turistas que visitaron el conjunto de Andalucía en 2014, no se aprecian diferencias significativas.

Respecto al año anterior, el turista de interior presenta una menor presencia de turistas de edades intermedias (entre 30 y 44 años), a la vez que una mayor proporción de los turistas de edades jóvenes (menores de 29 años). Estas diferencias en la estructura por edad se reflejan lógicamente en la situación laboral de los turistas, de modo que es superior el porcentaje de los turistas de interior estudiantes y menor la proporción de los que tienen un trabajo remunerado.

Perfil sociodemográfico del turismo de interior. Años 2013 y 2014

	2013	2014
Sexo:		
% Varones	48,7	49,0
% Mujeres	51,3	51,0
Grupos de Edad:		
% Menos de 18 años	6,1	7,5
% De 18 a 29 años	14,9	16,2
% De 30 a 44 años	33,5	29,6
% De 45 a 64 años	31,5	31,5
% Más de 65 años	14,0	15,3
Situación Laboral:		
% Trabajo (por cuenta ajena o propia)	63,6	61,4
% En paro	4,2	4,1
% Estudiante	10,9	13,4
% Retirado/Jubilado	16,7	16,7
% Labores del hogar	3,2	3,5
% Otras	1,4	0,9

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.