

# Turismo Andaluz en Andalucía Año 2014

**Demanda Turística de Andalucía. Mercados Turísticos**



JUNTA DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA DE TURISMO Y COMERCIO

**TURISMO ANDALUZ EN ANDALUCÍA**  
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

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>

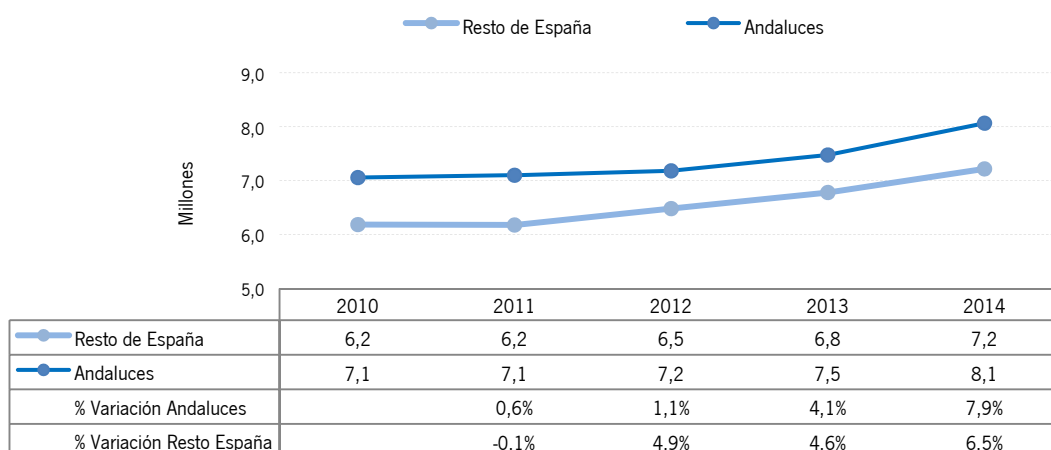
Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos siempre que se indique la fuente.

## TURISMO ANDALUZ EN ANDALUCÍA. AÑO 2014

En 2014, Andalucía ha recibido un total de 8,1 millones de turistas procedentes de la propia Comunidad, lo que supone un aumento en términos relativos del +7,9% respecto al año anterior, volumen que se aproxima a la cifra de nivel de 2007 (8,2 millones), año en el que se registra la cifra más elevada de estos turistas en la Comunidad. La cuota de participación del mercado andaluz en el total del turismo de Andalucía se ha situado en un 33,6%, siendo este porcentaje +0,4 puntos superior al registrado en 2013.

**La evolución de este mercado durante los últimos cuatro años muestra una trayectoria positiva**, que se acentúa con los crecimientos de los dos últimos años, tal y como muestra el siguiente gráfico. Este comportamiento es muy similar al observado por el resto de españoles en la Comunidad, si bien estos últimos muestran un mayor dinamismo que el mercado andaluz, en +5,3% se cifra su tasa media de variación acumulada de los últimos cuatro años frente al +4,3% registrado por los andaluces.

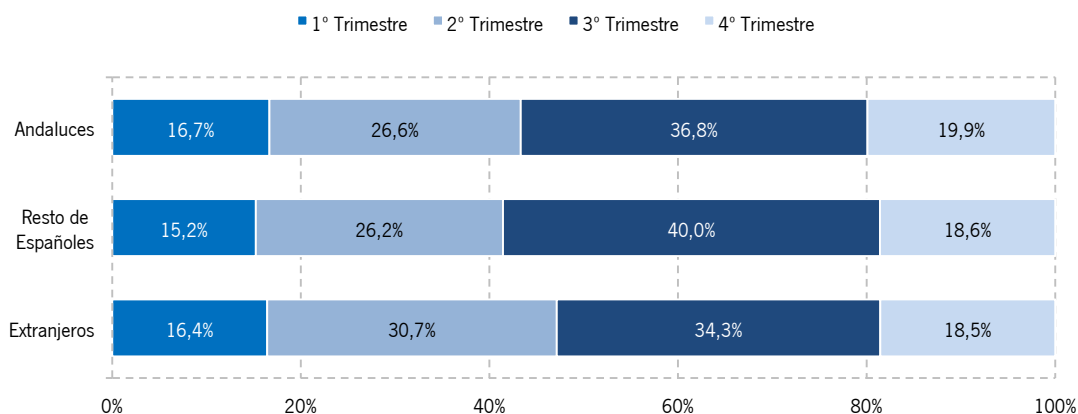
***Turistas andaluces y del resto de España en Andalucía. Evolución 2010- 2014***



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

Un año más el tercer trimestre se consolida como el favorito de los andaluces para visitar su propia Comunidad, si bien el primer y el cuarto trimestre alcanzan cuotas ligeramente superiores, tanto a las registradas por el resto de españoles como por el total de extranjeros que han elegido Andalucía como destino turístico.

### **Distribución trimestral del número de turistas según procedencia. Año 2014**



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

La **estancia media** de los turistas andaluces se ha estimado en 6,3 días, ligeramente superior a la registrada en 2013. No obstante y a pesar de que esta variable se ha incrementado levemente respecto al año pasado, el turista andaluz continúa siendo en 2014 el de menor permanencia en Andalucía, ya que el resto de turistas nacionales presentan una estancia media de 8,5 días y los extranjeros permanecieron 11,2 días de media.

En cuanto al **gasto en destino**, destacar que aunque el desembolso del turista andaluz en 2014 (54,0 euros) ha sido el más comedido en su comparativa con el resto de procedencias, su crecimiento respecto al año anterior es mayor que el observado, tal y como se indica en la siguiente tabla.

### **Gasto medio diario (euros). Andaluces, Resto de España y Extranjero. Año 2014**

Gasto medio diario (euros)	Año 2013	Año 2014	Diferencia
<b>Andaluces</b>	<b>51,50</b>	<b>54,00</b>	<b>+2,50</b>
Resto de España	60,74	61,62	+0,88
Extranjeros	68,39	70,56	+2,16

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

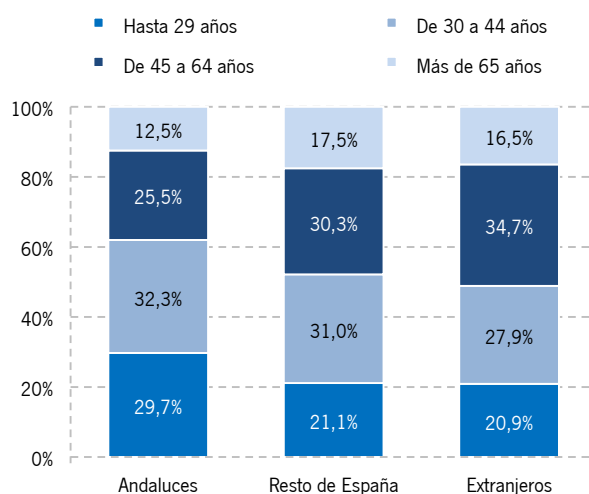
La **restauración** y el **alojamiento** se identifican como las principales partidas de este gasto, (45,2% y 25,9%, respectivamente). En este contexto, destacar el porcentaje destinado a la restauración como el más elevado del total de procedencias analizadas, +2,4 puntos por encima de la media del total de turistas recibidos en Andalucía durante el año 2014.

Por otro lado, el turista andaluz ha dedicado en este año más presupuesto a la partida de compras no alimenticias (de 5,7% en 2013 a 7,9% en 2014) y menos a las compras alimenticias (de 9,8% en 2013 a 7,4% en 2014). Esta situación es extensible al resto de procedencias analizadas.

El **perfil sociodemográfico** del turista andaluz muestra una mayor participación de las mujeres frente a los hombres (52,0% y 48,0%, respectivamente), similar a la proporción que presenta esta variable en el total de turistas que visitan Andalucía.

En cuanto a su **edad**, el intervalo más significativo es el comprendido entre los 30 y los 44 años (32,2%), seguido de los turistas de hasta 29 años (29,7%). Cabe destacar la alta proporción de turistas jóvenes registrada entre los andaluces, muy superior a la de los turistas procedentes del resto de España o del extranjero. La **situación laboral** más frecuente es la de disponer de un trabajo remunerado (58,9%), seguida de estudiante y retirado/jubilado (17,0% y 13,8%, respectivamente).

### ***Estructura de edad. Turistas Andaluces, Resto de España y Extranjeros. Año 2014.***

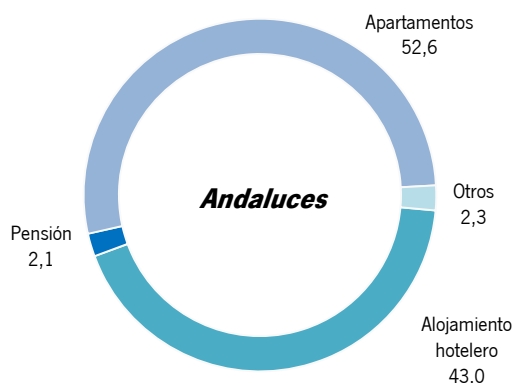


Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

Obviamente, el coche es el principal **medio de transporte** utilizado por los andaluces para visitar Andalucía. Así, en 2014 ha sido elegido por el 83,7% de los andaluces, siendo este porcentaje el más pronunciado de todos los mercados analizados.

A la hora de **alojarse**, los turistas andaluces no siguen el mismo patrón de comportamiento que el resto de procedencias. Así, más de la mitad de los andaluces se hospedan en apartamentos (52,4%), tanto en propiedad, como de amigos y familiares, destacando estos últimos al incrementar su participación en +3,3 puntos respecto a 2013. Si

### **Tipo de alojamiento utilizado por los turistas andaluces en Andalucía. Año 2014**



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

Tanto la utilización del coche como el mayor uso del alojamiento extrahotelero respecto a otros mercados son factores que condicionan la escasa contratación a través de intermediarios. Así, el 91,5% de los turistas andaluces han **organizado su viaje** de forma particular.

Del total de andaluces que utilizaron **internet** en la organización del viaje, el 62,1% realizó alguna reserva, si bien este porcentaje se encuentra 7 puntos por debajo del registrado por los turistas procedentes del resto de España. En cuanto a las compras online (21,0%), también se posiciona como el más comedido del resto de procedencias.

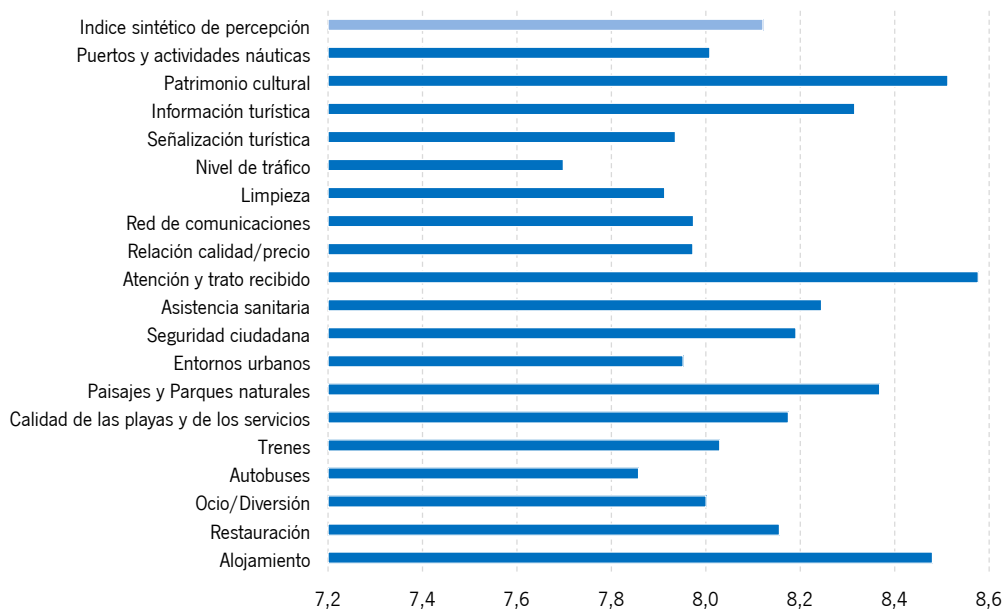
Un año más, disfrutar de las vacaciones o del tiempo de ocio es el principal **motivo** del viaje de estos turista a Andalucía, así lo han manifestado en el 76% de los casos. La visita a amigos y familiares es la segunda opción más seleccionada (19,0%), ganando peso respecto a 2013 (12,7%). Esta circunstancia se ha dado por igual en el resto de procedencias observadas.

Asimismo, el clima, la visita a monumentos y los precios son los principales factores que los andaluces han tenido en cuenta a la hora de **elegir** su propia Comunidad como destino de sus vacaciones (29,3%, 20,5% y 17,5% respectivamente).

Disfrutar de la playa (47,4%), observar la naturaleza (34,8%) y visitar monumentos y museos (27,0%), se posicionan como las **principales actividades** realizadas en destino, si bien es cierto que en su mayoría, éstas participaciones presentan porcentajes algo más moderados que los registrados por los turistas procedentes del resto de España (49,4%, 36,2% y 33,4%).

En 2014, la **valoración** que han otorgado los turistas andaluces a la Comunidad ha sido de 8,1 puntos, similar a la registrada en 2013. La atención y el trato recibido es el ítem que obtiene una mayor puntuación (8,6 puntos). Le sigue en orden de importancia y con semejantes calificaciones, el alojamiento y el patrimonio cultural andaluz (8,5 puntos, en ambos casos).

**Valoración (de 1 a 10 puntos) del destino turístico andaluz según conceptos.**  
**Turismo andaluz. Año 2014**



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

Tres de cada cuatro andaluces **han conocido** el destino andaluz por experiencia propia, mientras que el 21,4% lo ha hecho a través de la recomendación de familiares y amigos. En este contexto y para esta procedencia, el resto de canales de información (agencias de viajes, redes sociales y anuncios, y web oficial del destino) presentan porcentajes muy moderados.

Los andaluces son los turistas que han mostrado un mayor **grado de fidelidad** al destino andaluz. Así, el 76,8% de los andaluces que han visitado la Comunidad en 2014 también lo hicieron en 2013, superando con un alto margen de diferencia el valor de esta variable en el resto de mercados.

**Tabla resumen: Perfil del turista andaluz en Andalucía. Año 2014.**

<b>INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA</b>	
Número de turistas en 2014 (millones)	8,0
Gasto medio diario en destino: euros	54,00
Estancia media: Número de días	6,3
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	36,8%
<b>PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA</b>	
Sexo: <b>Mujer</b>	52,0%
Edad: <b>De 30 a 44 años</b>	32,3%
Situación laboral: <b>Ocupado</b>	58,9%
<b>HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA</b>	
Principal tipo de alojamiento: <b>Apartamentos</b>	52,6%
Principal medio de transporte: <b>Coche</b>	83,7%
Uso de intermediarios: Porcentaje	8,5%
Uso de internet: Porcentaje	31,2%
Para qué utilizó internet: <b>Reserva</b>	62,1%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Clima: Porcentaje	29,3%
- Visita a monumentos: Porcentaje	20,5%
Canal principal de información sobre Andalucía: <b>Experiencia propia</b>	75,6%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa: Porcentaje	47,5%
- Observación de la naturaleza: Porcentaje	34,8%
<b>OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA</b>	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,1
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Atención y trato recibido	8,6
- Alojamientos, Patrimonio cultural	8,5
Grado de fidelidad: Porcentaje	76,8%

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