



Turismo de interior en Andalucía

Año 2020

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos



TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA. AÑO 2020

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

COLECCIÓN

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos

EDITA

Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

Plaza Nueva, nº 4

41001 Sevilla

Formulario de contacto:

https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/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

Publicación electrónica semestral disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones

<https://www.juntadeandalucia.es/cultura/idea/opacidea/abnetcl.cgi?SUBC=210701>

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

Índice de contenidos

- 00. Introducción.
- 01. ¿Cuántos turistas son y cómo han evolucionado?
- 02. Aspectos diferenciales del turismo de interior.
- 03. Anexo de tablas.

00. Introducción

A lo largo de los años, en Andalucía se han realizado diferentes tipos de segmentaciones de la demanda, con el objetivo de ampliar el conocimiento, tanto cualitativo como cuantitativo, de una amplia variedad de conjuntos de consumidores de turismo. La segmentación de la demanda se puede llevar a cabo atendiendo a múltiples factores: en función de la procedencia del turista (por mercados), atendiendo a la motivación principal de su viaje, puede obedecer a criterios geográficos (litoral, interior y ciudades), a perfiles sociodemográficos o al tipo de alojamiento utilizado, entre otros.

Algunos de estos segmentos se monitorizan de manera más continua, dada su importancia para el destino andaluz y la disponibilidad de recursos (de información y técnicos) para poder investigarlos. Este es el caso del turismo de interior, que se analiza anualmente a partir de una explotación específica de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA). Esta encuesta ha contado durante 2020 con 1.140 entrevistas a turistas que han visitado el interior andaluz y que han servido como muestra para analizar este segmento.

La ECTA proporciona información sobre variables tanto cualitativas como cuantitativas que permiten realizar estimaciones sobre el gasto, la estancia, perfil del turista, calificación del destino, etc.

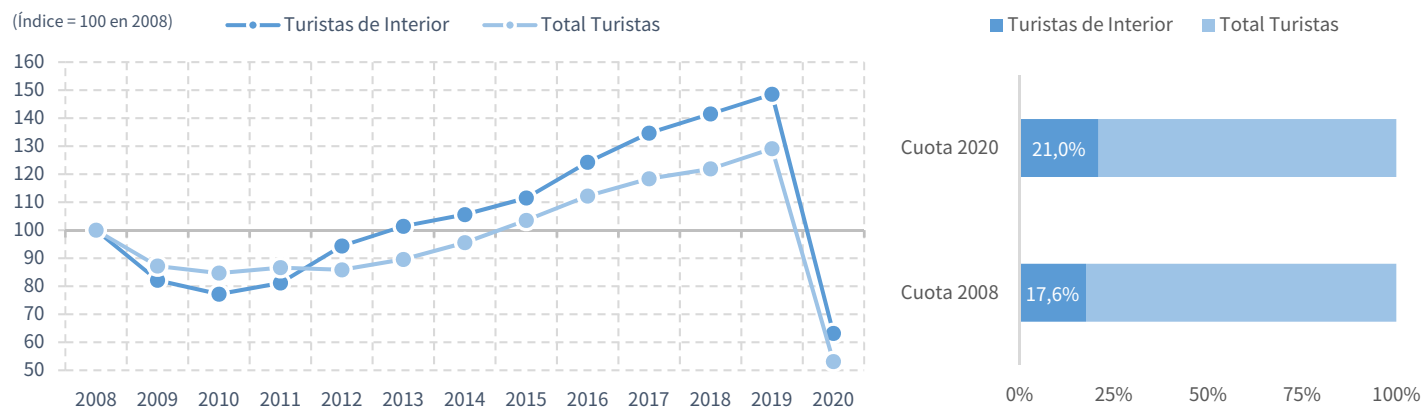
01. ¿Cuántos turistas son y cómo han evolucionado?

BALANCE DEL AÑO 2020 Y EVOLUCIÓN

Se estima que el interior¹ de Andalucía ha recibido en 2020 un total de **2,8 millones de turistas**, lo que supone respecto a 2019, una vez actualizadas las estimaciones correspondientes a dicho año, que **el turismo de interior ha descendido a una tasa del -57,5%**, un decremento importante, aunque inferior al registrado para el total de turistas en 2020 (-59,0%).

El turismo de interior llevaba creciendo de forma ininterrumpida desde el año 2011, lo que le ha permitido recuperarse de los importantes descensos registrados en el intervalo 2008-2010. Además, en seis de los nueve años con resultados positivos para esta tipología turística del intervalo 2011-2019, el turismo de interior ha registrado mayores crecimientos que los del total de turismo recibido en Andalucía. Incluso en el atípico año 2020, los turistas de interior han evolucionado algo mejor que el conjunto de turistas, lo que ha posibilitado que incremente su cuota de participación, pasando de suponer el 20,2% del total de turismo en 2019 al 21,0% en 2020.

Evolución de los turistas de Andalucía por área geográfica visitada. Años 2008-2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos 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.

Puntos clave

- Varias han sido las claves que han favorecido un mejor desempeño del turismo de interior en 2020, algunas relacionadas con una mayor seguridad ante la pandemia:

- Se aleja de las aglomeraciones de personas que caracterizan a otras tipologías turísticas. La menor densidad poblacional que ofrece el interior andaluz lo convierte en un destino óptimo en un año en el que el distanciamiento social ha sido una premisa de contención del virus.

- Ofrece la posibilidad de realizar ocio y esparcimiento en entornos al aire libre, en espacios abiertos, considerados más saludables.

- El interior de Andalucía dispone de una buena conectividad por carretera, lo que facilita el uso del vehículo particular, el medio de transporte percibido como más seguro durante la pandemia.

- Menor dependencia de la demanda extranjera, la más afectada por el impacto de la pandemia en 2020.

02. Aspectos diferenciales del turismo de interior

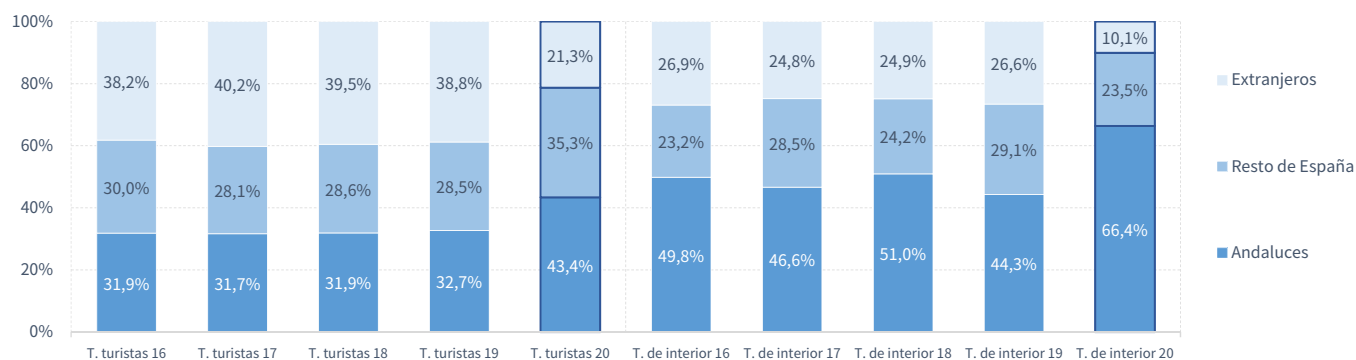
1. LOS PROPIOS ANDALUCES SON LOS PRINCIPALES EMISORES DE ESTA TIPOLOGÍA TURÍSTICA

Tradicionalmente, la gran mayoría de los turistas que visitan el interior de Andalucía proceden del territorio español, siendo los andaluces los principales emisores nacionales de este segmento, aportando cada año en torno a la mitad de los turistas de interior. Por el contrario, el turismo extranjero es la procedencia con menos representación en el turismo de interior de la región.

Comparando esta estructura con la del total del turismo recibido en Andalucía, se aprecia que las mayores diferencias se producen precisamente en el peso de los turistas procedentes de Andalucía, que en el turismo de interior es habitualmente muy superior al peso de este emisor en el total del turismo y lo contrario ocurre con la participación del turismo extranjero.

En el gráfico se aprecia claramente que **las distribuciones de turistas por procedencia registran un importante cambio en 2020 como consecuencia de la crisis sanitaria provocada por el coronavirus, tanto en el turismo de interior como en conjunto del turismo de Andalucía**, disminuyendo la participación del turismo internacional de forma notable a favor de los mercados de proximidad (andaluces y resto de españoles). En el caso del turismo de interior, ha sido el emisor andaluz el que ha ganado todo el protagonismo.

Distribución porcentual turistas por procedencia. Total turismo y turismo de interior. Años 2016-2020



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

Puntos clave

- Para el total de turistas recibidos en Andalucía en el año 2020, el turismo extranjero **ha registrado un fuerte descenso del -77,5%, superando a la caída registrada en el turismo de procedencia nacional** (los turistas andaluces han descendido un -45,5% y los turistas procedentes del resto de España han registrado una tasa del -49,2%).

- **El turista internacional se ha visto más afectado por** las restricciones impuestas para el control de **la pandemia en 2020** (cierres de fronteras, cuarentenas, recomendaciones de no viajar si no es absolutamente necesario, etc.) **y ha realizado menos visitas a Andalucía.**

- Esta fuerte reducción del mercado extranjero en 2020 ha desequilibrado las cuotas o pesos que cada procedencia presentaba de forma habitual, tanto en el total de turismo como en el turismo de interior.

02. Aspectos diferenciales del turismo de interior

2. ES MENOS ESTACIONAL QUE OTROS TIPOS DE TURISMO DESARROLLADOS EN ANDALUCÍA

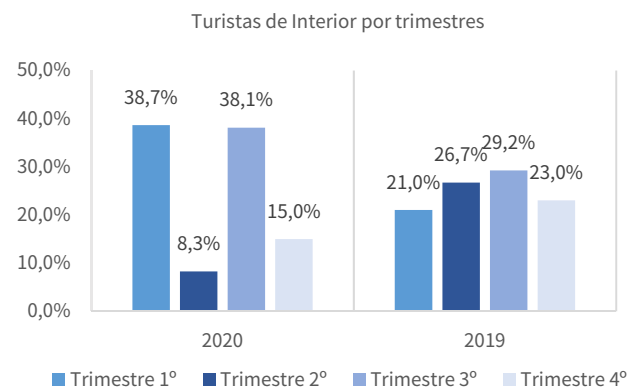
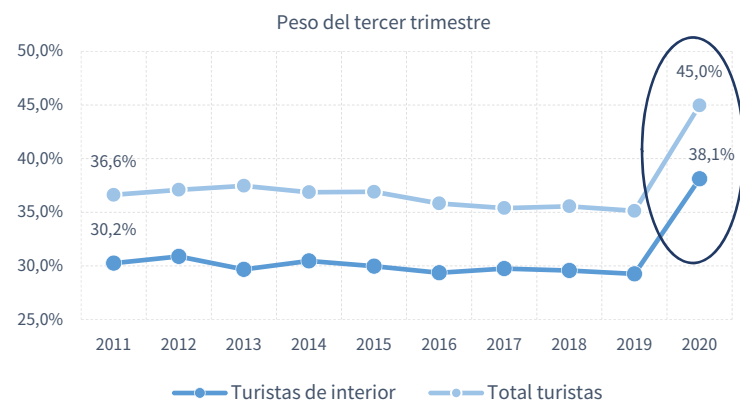
En contraste con la distribución anual del total de turismo recibido en Andalucía, **el turismo de interior** reparte de forma más uniforme sus [visitas a lo largo del año](#): en el primer gráfico se puede apreciar que **presenta una menor concentración en el tercer trimestre**, siendo esta proporción, año tras año, entre 5 y 7 puntos porcentuales inferior a la que registra el total del turismo recibido en ese mismo trimestre, incluso en el año 2020.

Ahora bien, la irrupción de **la pandemia de COVID-19 y las medidas impuestas** para su contención **han alterado la distribución anual del turismo de interior significativamente**: tras un buen comienzo del año 2020, se interrumpe toda actividad turística desde mitad del mes de marzo y durante la mayor parte del segundo trimestre, con confinamientos de la población y cierres de fronteras. La actividad se reanuda en el tercer trimestre, si bien la extensión de los rebotes de coronavirus ha obligado a imponer de nuevo restricciones a los viajes en el cuarto trimestre. El segundo gráfico ilustra el impacto de la pandemia en el reparto de turistas de interior por trimestres.

Puntos clave

- Aunque se produzcan pequeñas variaciones de un año a otro en la distribución por trimestres del turismo de interior, su **menor estacionalidad es una característica del segmento que se mantiene a lo largo de los años**.
- Ni siquiera la profunda distorsión que ha generado la pandemia en la distribución anual del turismo ha hecho desaparecer esta característica del segmento de interior en su comparativa con el total de turismo.

Distribución porcentual de turistas por trimestres. Total turismo y turismo de interior. Años 2011-2020



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

02. Aspectos diferenciales del turismo de interior

3. MENOR USO DE LOS INTERMEDIARIOS EN LA ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

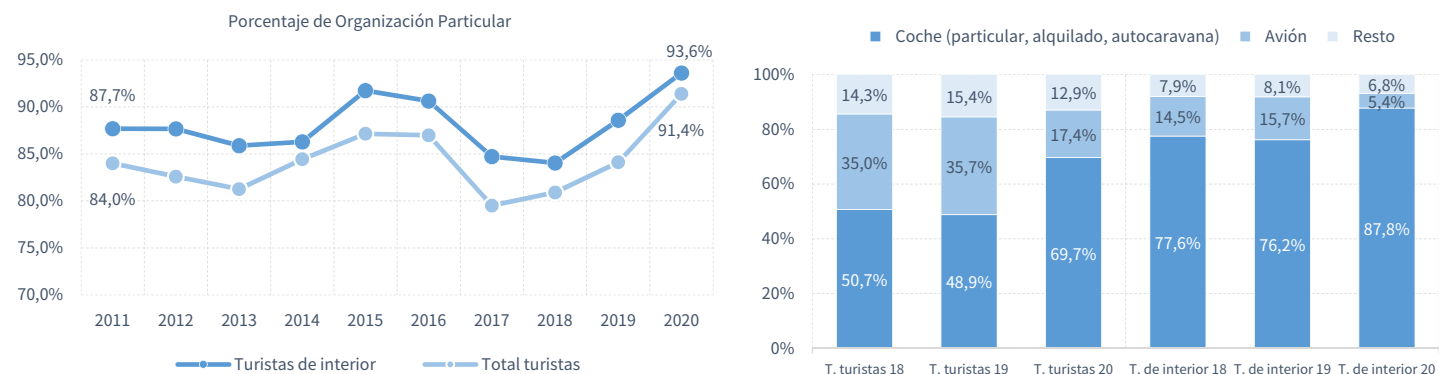
En 2020, se constata un mayor uso de la [organización particular de viaje](#) entre los turistas de interior (93,6%) que entre los turistas que visitaron el conjunto de Andalucía (91,4%). En ambos casos, y como consecuencia de la pandemia, el incremento registrado respecto al año anterior ha sido muy importante, elevando ambos registros a su mayor nivel de los últimos 10 años. También se aprecia que **los porcentajes de turistas que organizan por sí mismos sus viajes siempre son más mayores entre los turistas de interior**. Por tanto, incluso con pandemia, se mantiene esta característica diferencial del segmento de interior frente al total de turistas.

4. USO MUY ELEVADO DEL COCHE PARA ACCEDER AL INTERIOR DE ANDALUCÍA

Igualmente, en 2020 se ha incrementado fuertemente el [uso del coche](#) (propio, alquilado o autocaravana) en detrimento principalmente del uso del avión, tanto en el turismo de interior, pero sobre todo en el total de turismo. No obstante, el uso del vehículo particular ha sido muy superior en el turismo de interior (87,8% frente a 69,7% para el conjunto del turismo de Andalucía).

Organización particular del viaje y medio de transporte. Total turismo y turismo de interior.

Años 2011-2020



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

Puntos clave

- Tanto la **forma de organización del viaje**, como el **medio de transporte** que se utiliza para acceder a Andalucía, son variables que se ven **muy influenciadas por la procedencia de los turistas**.

- La **alta presencia de turistas nacionales**, y **sobre todo de andaluces**, entre los turistas que visitan el interior de Andalucía, **viene propiciando, año tras año, tanto el mayor uso del coche, como de la organización particular del viaje**. Así, la proximidad de la demanda al destino a visitar y su mayor nivel de conocimiento garantizan el mantenimiento en el tiempo de ambas **características diferenciales del segmento de interior**.

- Además, y debido a la pandemia, **en 2020 todas las tipologías turísticas**, no sólo el segmento de interior, **han recibido menos turistas extranjeros**, precisamente los turistas que tradicionalmente más recurren a los intermediarios para organizar sus visitas a la región y que más utilizan el avión para acceder a Andalucía.

02. Aspectos diferenciales del turismo de interior

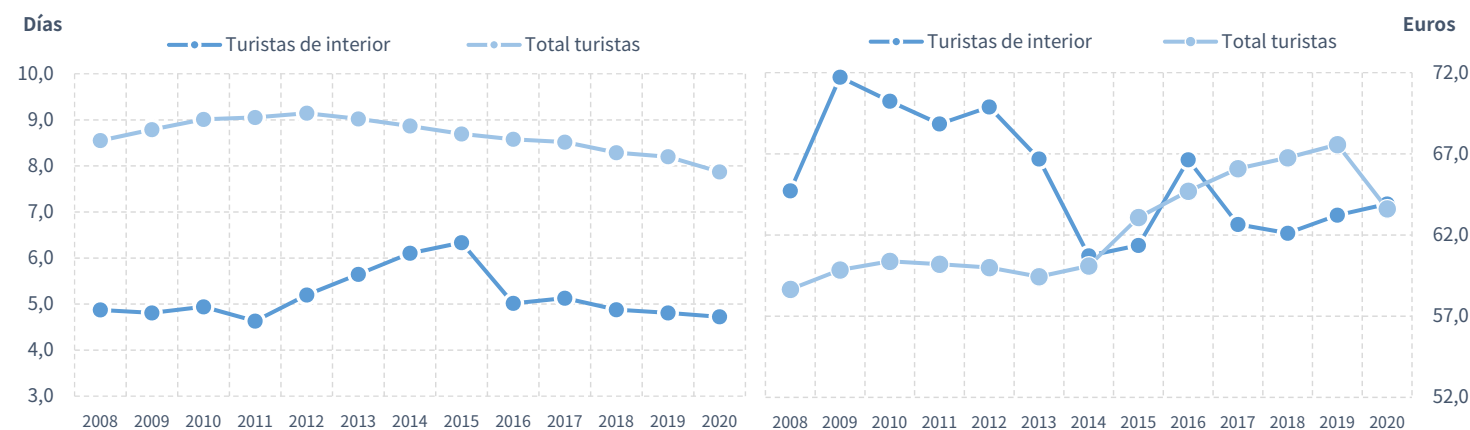
5. ESTANCIAS MÁS CORTAS EN EL DESTINO

La [estancia media](#) del turista de interior para el año 2020 se ha estimado en 4,7 días, situándose, como es tradicional, por debajo de la media del total turistas (7,9 días). Esta estancia es -0,1 días inferior a la estimada en 2019, un retroceso algo menor que el registrado en el comportamiento general de esta variable (-0,3 días). En el gráfico se observa que es a partir de 2012 cuando esta variable crece de forma rápida e ininterrumpida, acortando distancias con la estancia media del total de turistas que visita la región. Su evolución a partir del año 2016 ha devuelto esta variable en un nivel más parecido al que habitualmente había tenido (en torno a los 5 días).

6. REALIZABA UN GASTO MEDIO DIARIO EN EL DESTINO MAYOR

El turista de interior realizaba un desembolso diario en destino que superaba ampliamente al del turista que visita el conjunto de la región, pero los descensos registrados en el intervalo 2010-2014 produjeron un acercamiento entre ambos niveles de gasto, perdiéndose de este modo una característica del turismo de interior que lo había diferenciado durante años. A partir de 2015, aunque el [gasto medio diario](#) del turista de interior había crecido en algunos años, no había sido suficiente para recuperar esta característica distintiva.

Estancia media y Gasto medio diario. Total turismo y turismo de interior. Años 2008-2020



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

Puntos clave

- La permanencia en Andalucía del turista de interior es inferior a la del total de turistas que visita la región. Esta característica distintiva del segmento de interior **no se ha alterado en 2020 por efecto de la pandemia.**

- Sin embargo, la crisis sanitaria sí parece haber ejercido un efecto diferencial en el **gasto medio diario del turismo de interior.** Así, mientras que el desembolso medio diario de esta tipología turística ha registrado un aumento de +0,7 euros en el año 2020, y se ha situado en 63,9 euros, el nivel de gasto del turista que visita el conjunto de la región ha retrocedido cerca de -4 euros, hasta situarse en los 63,6 euros diarios.

02. Aspectos diferenciales del turismo de interior

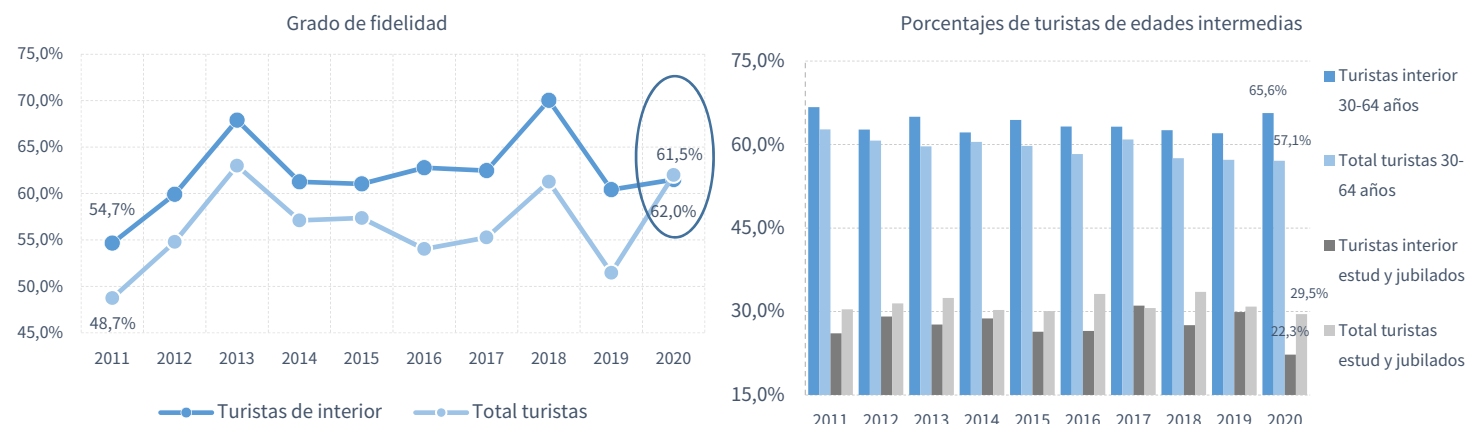
7. MAYOR FIDELIDAD AL DESTINO QUE EL TURISTA MEDIO

Considerando [el grado de fidelidad](#) como el porcentaje de **turistas de interior** que en el año 2020 visitaron Andalucía habiéndola visitado también el año anterior (aunque no necesariamente para visitar el interior de la región), **se ha estimado en 61,5%, similar al que presenta la media del total de turistas de Andalucía (62,0%)**. No obstante, en el gráfico puede apreciarse que **esta es una situación inédita**, porque tradicionalmente el turismo de interior presenta un grado de fidelidad que supera con creces a la del turista medio, siendo este un rasgo distintivo que se mantenía a lo largo del tiempo y que incluso se había intensificado en los últimos años de la serie.

8. MÁS TURISTAS DE EDADES INTERMEDIAS Y QUE TRABAJAN

Comparando las [características sociodemográficas](#) del turismo de interior con las que presenta el conjunto de todos los turistas que visitaron Andalucía, se aprecian diferencias significativas que se mantienen a lo largo del tiempo en la estructura por edad: entre los turistas de interior hay menos jóvenes y mayores, y, por ende, en la situación laboral hay más turistas trabajadores y menos estudiantes y jubilados. En 2020, la pandemia no ha hecho sino intensificar estas diferencias del segmento respecto al total de turismo de la región.

Grado de fidelidad y perfil sociodemográfico. Total turismo y turismo de interior. Años 2011-2020



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

Puntos clave

- Puesto que una de las consecuencias de la pandemia ha sido favorecer a los destinos domésticos, al ser percibidos como más seguros en estas circunstancias, ello ha propiciado el aumentando en 2020 de la presencia de turistas nacionales, y en especial la de turistas andaluces, en el total de turismo recibido en la región. Y por simple proximidad geográfica, es más probable que estas procedencias hubieran visitado Andalucía también en el año anterior, elevándose el grado de fidelidad en el total de la demanda.

03. Anexo tablas

INDICADORES BÁSICOS	2020	2019	% Var./Diferencias
Número de turistas (millones)	2,80	6,58	-57,5%
Cuota de participación en la demanda turística:	21,0%	20,2%	0,3
Distribución porcentual por trimestres:			
Trimestre 1	38,7%	21,0%	17,6
Trimestre 2	8,3%	26,7%	-18,4
Trimestre 3	38,1%	29,2%	8,9
Trimestre 4	15,0%	23,0%	-8,1
Gasto medio diario (en euros):	63,91	63,22	0,69
Gasto en destino por conceptos:			
Transporte	10,7%	11,6%	-0,9
Alojamiento	32,8%	29,0%	3,8
Compras alimentación	10,7%	8,6%	2,1
Compras no alimentación	4,6%	5,7%	-1,1
Visitas organizadas, ocio, otros...	4,7%	5,7%	-1,0
Alquiler de coches	0,6%	1,7%	-1,2
Comidas (bares, restaurantes, cafeterías)	35,8%	37,6%	-1,8
Estancia media (nº de días):	4,7	4,8	-0,1
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)			

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
Medio de Transporte:			
Coche (particular, alquilado, autocaravana)	87,8%	76,2%	11,6
Avión	5,4%	15,7%	-10,3
Resto	6,8%	8,1%	-1,3
Tipo de Alojamiento (sin peso):			
Alojamientos Hoteleros	57,5%	69,6%	-12,1
Apartamentos, casa o chalet	22,7%	19,1%	3,6
Otros	19,8%	11,3%	8,5
Organización del viaje:			
De forma particular	93,6%	88,6%	5,0
Lo organizó un club, asociación, empresa...	3,6%	4,0%	-0,4
Adquirió un paquete turístico o viaje comb.	2,8%	7,4%	-4,6
Motivo principal del viaje:			
Trabajo (motivos profesionales) o Negocios	0,7%	1,8%	-1,1
Vacaciones / Ocio	91,6%	80,7%	10,9
Visitas a familiares y amigos	7,2%	10,9%	-3,6
Estudios (Educación y Formación)	0,1%	0,7%	-0,6
Otros motivos (Tratamientos de salud, religiosos, etc...)	0,3%	5,9%	-5,6
Principales factores para elegir el destino andaluz:			
Precios	9,1%	5,3%	3,9
Clima	14,1%	20,0%	-5,8
Playa	3,5%	2,3%	1,3
Visitas a monumentos	38,0%	35,1%	2,9
Turistas de naturaleza y rural	21,6%	17,7%	3,9
Fiestas populares / Folklore	0,5%	2,2%	-1,8
Gastronomía	5,3%	3,8%	1,5
Calidad de vida / Hospitalidad	3,4%	3,6%	-0,2
Excursiones	0,9%	1,0%	-0,1
Practicar deportes	2,0%	4,9%	-2,9
Otros	1,5%	4,1%	-2,5
Canales de información del destino:			
Por experiencia propia	68,6%	65,1%	3,5
Por recomendación de agencias de viajes (oficinas)	1,1%	3,0%	-2,0
Por recomendación de amigos o familiares	21,7%	22,6%	-0,9
Por redes sociales, web especializadas de viajes, blogs	6,4%	4,8%	1,6
Por página Web oficial del destino	1,0%	1,3%	-0,3
Por publicidad en prensa, radio y TV	0,9%	1,6%	-0,7
Por otros medios	0,4%	1,6%	-1,2

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
Valoración al destino turístico andaluz (de 1 a 10 puntos):			
Alojamiento	8,7	8,6	0,1
Restauración	8,6	8,6	0,0
Ocio/Diversión	8,5	8,5	0,1
Seguridad ciudadana	8,9	8,8	0,1
Asistencia sanitaria	8,7	8,5	0,2
Atención y trato recibido	9,0	8,9	0,1
Relación calidad/precio	8,7	8,6	0,1
Red de comunicaciones	8,3	8,1	0,2
Limpieza	8,6	8,2	0,4
Nivel de tráfico	8,5	8,2	0,3
Señalización turística	8,4	8,2	0,2
Información turística	8,7	8,5	0,1
Patrimonio cultural	9,0	8,9	0,1
Autobuses	8,3	8,2	0,1
Paisajes y Parques naturales	9,2	9,0	0,3
Entornos urbanos	9,1	8,7	0,4
Valoración global (Índice sintético de percepción)	8,7	8,5	0,2
Actividades realizadas durante la estancia en Andalucía:			
(NOTA: pregunta multirrespuesta, los % no suman 100)			
Compras (excluidas regulares)	21,6%	20,1%	1,5
Observación de la naturaleza	45,5%	45,3%	0,2
Asistencia a eventos deportivos	0,1%	0,8%	-0,7
Asistencia a eventos culturales	0,4%	3,7%	-3,3
Visitas a monumentos y museos	43,6%	46,0%	-2,4
Otras actividades culturales	0,5%	2,1%	-1,7
Juegos de azar	0,1%	0,1%	0,0
Educación/formación y estudios de idiomas	0,0%	0,4%	-0,4
Actividades profesionales o de negocios/congresos y reuniones	0,6%	0,4%	0,2
Deportes de naturaleza	11,5%	6,3%	5,2
Prácticas de otros deportes	5,9%	7,3%	-1,4
Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc...)	2,1%	4,2%	-2,2
Otros	2,6%	10,8%	-8,1
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)			

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
Usó internet para consultas, reservas o compras:			
Si	70,4%	65,7%	4,8
No	29,6%	34,3%	-4,8
Para qué utilizó internet:			
Consulta	100,0%	100,0%	0,0
Reserva	80,4%	90,0%	-9,6
Compra	44,5%	61,9%	-17,5
Grupo de viaje:			
Solo	2,8%	5,4%	-2,6
Con su pareja	50,9%	41,1%	9,7
Con familiares	32,6%	36,9%	-4,3
Con amigos	13,8%	16,1%	-2,4
Otros	0,1%	0,4%	-0,4
Tamaño medio del grupo de viaje (personas)	2,6	2,5	0,0
Grado de fidelidad:	61,5%	60,4%	1,1

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

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	2020	2019	% Var./Diferencias
Sexo:			
Hombres	49,9%	49,4%	0,5
Mujeres	50,1%	50,6%	-0,5
Grupos de Edad:			
Menos de 18 años	9,9%	9,7%	0,2
De 18 a 29 años	16,8%	14,3%	2,5
De 30 a 44 años	29,2%	28,3%	0,9
De 45 a 64 años	36,4%	33,7%	2,7
Más de 65 años	7,7%	13,9%	-6,3
Situación Laboral:			
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	70,7%	63,6%	7,1
En paro	4,6%	3,2%	1,3
Estudiante	12,4%	13,5%	-1,1
Retirado/Jubilado	9,9%	16,4%	-6,5
Labores del hogar	1,3%	2,0%	-0,6
Otras	1,1%	1,3%	-0,2

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