

Andalucía

Turismo de interior en Andalucía Año 2015

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos



TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA. AÑO 2015
Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte

COLECCIÓN
Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos

EDITA
Consejería de Turismo y Deporte
C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n
41092 Sevilla
correo-e: publicaciones.ctd@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)

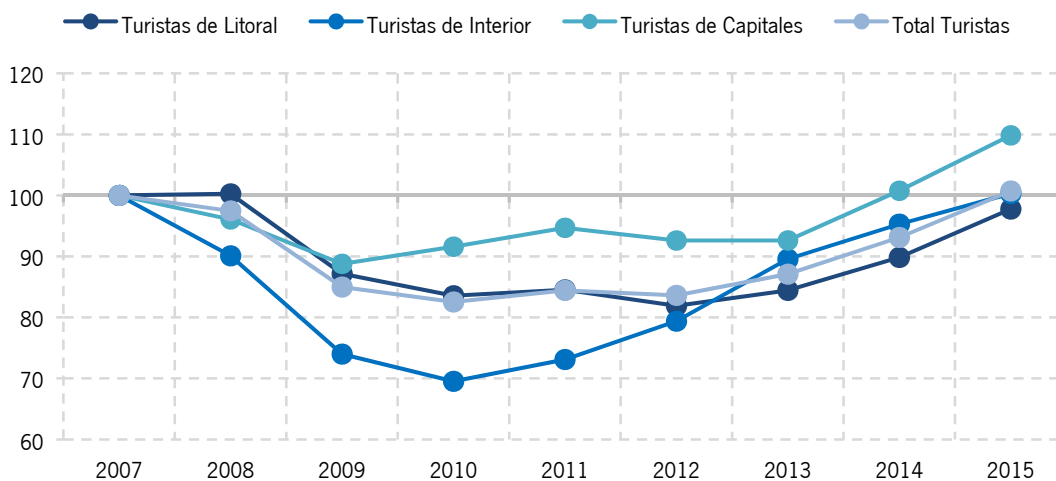
Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Deporte e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones>
Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos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

TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA. AÑO 2015

A través de una explotación específica de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), se ha estimado que **el interior¹ de Andalucía ha recibido en 2015 la visita de un total de 4,9 millones de turistas**, lo que supone el 19,0% del total de turistas que el destino andaluz recibió este año. Respecto al año 2014, y una vez actualizadas las estimaciones correspondientes a dicho año, el turismo de interior ha crecido a una tasa del +5,2%, un incremento inferior al registrado para el total de turistas (+8,2%).

No obstante, el turismo de interior ha crecido ininterrumpidamente desde el año 2011, lo que le ha permitido recuperarse de los importantes descensos registrados en el intervalo 2008-2010, y alcanzar ya en 2015 el nivel precrisis, tal y como puede apreciarse en el siguiente gráfico.

**Evolución de los turistas de Andalucía por área geográfica visitada. Años 2007-2015
(Índice 100 = 2007)**



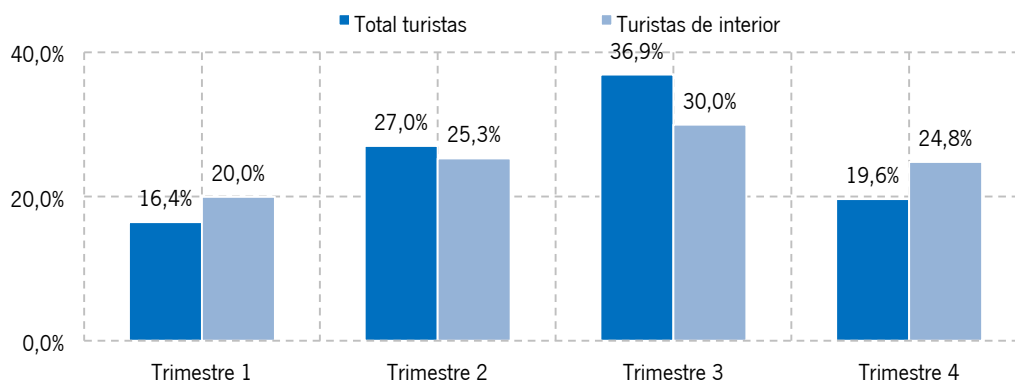
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Cuando se analiza cómo se reparten a lo largo del año los turistas que visitan el interior de Andalucía, se comprueba que **el turismo de interior es menos estacional que otras tipologías turísticas**. Aunque para este turista también es el tercer trimestre la época del año preferida para realizar su visita (cuota del 30,0%), sin embargo el resto se reparte bastante equilibradamente entre los demás trimestres, destacándose el segundo y el cuarto, ambos con una cuota en torno al 25%. Respecto al año anterior, se reducen ligeramente las cuotas de turistas de interior que realizan sus visitas en el segundo y tercer trimestre, a favor de la cuota del cuarto trimestre, que pasa del 23,3% en 2014 al 24,8% en 2015.

En comparación con la distribución anual del total de turismo recibido en la región, el turismo de interior presenta una menor concentración en los meses centrales de 2015, pues de abril a septiembre se acumularon el 55,3% de sus visitas, siendo esta proporción inferior en casi 9 puntos porcentuales a la que registró el total del turismo recibido en ese mismo intervalo de tiempo (63,9%).

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.

Distribución porcentual de los turistas por trimestres. Total turismo y turismo de interior. Año 2015



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

Al analizar la procedencia del turismo de interior **destaca la mayor participación del mercado español (67,8%)**, siendo los propios andaluces los principales emisores nacionales de este tipo de turismo, con una proporción que supera en más de veinte puntos porcentuales a la de los turistas procedentes del resto de España. Comparando esta estructura con la que presenta el total de la demanda, la mayor diferencia se aprecia en el peso de los turistas que proceden de la propia Andalucía, que en el turismo de interior es superior en más de once puntos porcentuales, en detrimento de las cuotas de los turistas procedentes del resto de España y del extranjero.

Distribución porcentual de los turistas por procedencia. Total turismo y turismo de interior. Año 2015

	Total turistas %	Turistas de interior %	Diferencias
Españoles	63,3	67,8	4,5
- Andaluces	33,0	44,7	11,7
- Resto de España	30,4	23,2	-7,2
Extranjeros	36,7	32,2	-4,5

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

Los aspectos que más han influido a la hora de **elegir** el interior de **Andalucía** como destino de la visita vacacional de 2015 han sido la visita a monumentos (32,9%) y el clima (22,0%), conceptos que han ganado peso respecto al año anterior (entre dos y tres puntos porcentuales). Para el turismo general que viaja por toda la Comunidad Andaluza, estos mismos conceptos han sido los más relevantes aunque difieren en cuanto a lo que cada uno representa. Destaca también que los precios es un concepto muy relevante en la decisión de ambos turismos.

Distribución porcentual de los turistas vacacionales según motivo de elegir el destino andaluz. Total turismo y turismo de interior. Año 2015

Motivo de elección Andalucía	%	Motivo de elección Interior	%
1º Clima	35,6	1º Visitas a monumentos	32,9
2º Visitas a monumentos	22,5	2º Clima	22,0
3º Precios	14,7	3º Turistas de naturaleza y rural	13,6
4º Playa	12,0	4º Precios	12,1
Resto de motivos	15,2	Resto de motivos	19,3

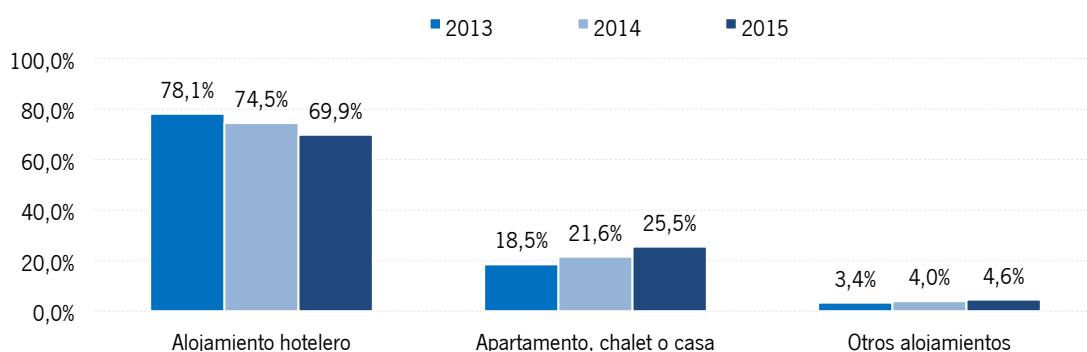
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

En el 91,7% de los casos, el turista de interior organizó su viaje en 2015 de forma particular, un porcentaje que ha aumentado considerablemente respecto al año anterior (+5,5 puntos porcentuales), por lo que complementariamente ha disminuido la dependencia de intermediarios, tanto la adquisición de paquetes turísticos o viajes combinados como la organización a través de clubs, empresas, asociaciones, etc. El turismo de interior destaca por **un menor uso del paquete turístico en la organización del viaje** que la que presenta el total de turistas que visitaron la región en 2015 (3,5% frente al 8,6% del total).

Para visitar el interior de Andalucía se utiliza como **medio de transporte principal el coche** en el 75,5% de los casos, registrando respecto al año anterior un incremento de +3,1 puntos porcentuales, en detrimento sobre todo del avión, cuyo porcentaje de uso ha pasado de un 19,2% en 2014 a un 16,5% en 2015. El predominio del uso del coche está directamente relacionado con la mayor presencia de andaluces entre los turistas que visitan el interior de Andalucía.

El **tipo de alojamiento** preferido para pernoctar en el interior de Andalucía sigue siendo en 2015 el establecimiento hotelero (hoteles, apartahoteles, hostales y pensiones), con una cuota del 69,9%. No obstante, respecto al año anterior, el uso de esta tipología de alojamiento se ha reducido en 4,6 puntos porcentuales a favor sobre todo del alojamiento en apartamento, chalet o casa, continuando así con el comportamiento que ya se detectó el año pasado, y acercando la distribución por tipo de alojamiento del turismo de interior a la que presenta el turismo del destino andaluz en su conjunto.

Tipo de alojamiento utilizado por el turismo de interior. Años 2013 a 2015

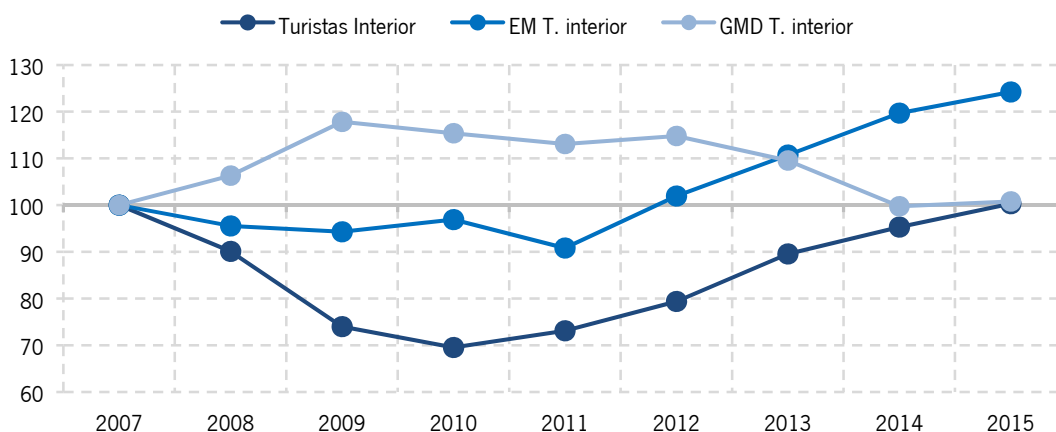


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

La **estancia** del turista de interior en Andalucía se estima en 6,3 días de media para el año 2015, una permanencia que superó en +0,2 días a la registrada en el año anterior. Desde que se produjo la crisis económica y financiera, esta variable se situó durante el intervalo 2008-2011 por debajo del nivel precrisis (5,1 días en el año 2007), y es a partir de 2012 cuando crece de forma rápida e ininterrumpida, acortando distancias con la estancia media del total de turistas que visita la región (8,7 días en 2015).

El **gasto medio diario** en el destino del turista que visita el interior de Andalucía también ha evolucionado favorablemente en 2015, registrando un crecimiento de +0,63 euros, hasta situarse en 61,36 euros. Se trata de un moderado incremento pero que rompe la tendencia descendente de este indicador de los dos últimos años. Esta variable ha tenido una evolución muy distinta que la estancia media durante todo el periodo de crisis: el gasto medio diario creció rápidamente en los primeros años y se mantuvo bastante por encima del nivel del año 2007, año de comparación, en todo el intervalo 2008-2013, sólo en 2014 y 2015 vuelve a registrar valores más parecidos al nivel precrisis (60,87 días en el año 2007). Esta vuelta del gasto medio diario del turista de interior al nivel previo a la crisis ha producido un acercamiento con el nivel de gasto del turista que visita el conjunto de la región (62,84 euros en 2015), perdiendo de este modo una característica que lo había diferenciado durante años.

Evolución del número de turistas de interior en Andalucía, su estancia media y su gasto medio diario. Años 2007-2015. (Índice 100 = 2007)



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

Los mayores desembolsos del gasto en el destino son los dedicados al alojamiento y a la restauración, donde se empleó el 33,0% y el 32,4% del presupuesto de 2015, respectivamente. Respecto a 2014, señalar que la partida de restauración es el concepto que más peso ha perdido en la **composición del gasto en destino**, reduciéndose en 4,2 puntos porcentuales, aumentando el transporte y sobre todo las compras de alimentación, precisamente las dos partidas que más se habían reducido en 2014.

Las principales diferencias entre el patrón de gasto del turista de interior y el realizado por los turistas en el conjunto de Andalucía se producen en la restauración, partida a la que el turista de interior dedica hasta 4,2 puntos porcentuales menos de su presupuesto, y en el alojamiento, a los que dedica 3,2 puntos porcentuales más que el total de turistas.

**Distribución porcentual del gasto en destino por conceptos.
Total turismo y turismo de interior. Año 2015**

	Total turistas %	Turistas de interior %	Diferencias
Transporte	11,6	11,6	0,1
Alojamiento	29,7	33,0	3,2
Compras alimentación	7,9	9,0	1,1
Compras no alimentación	8,0	7,7	-0,3
Visitas organizadas, ocio, otros	4,6	4,6	0,0
Alquiler coches	1,7	1,7	0,1
Restauración	36,5	32,4	-4,2

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

Para el turismo de interior, **el principal canal para informarse sobre el destino** en 2015 **es la propia experiencia** (71,4%), seguido a bastante distancia por la recomendación de amigos y familiares (18,8%). Estas mismas dos categorías son las que más cambios han registrado respecto al año 2014, ya que se ha incrementado bastante el porcentaje que utilizó la propia experiencia (+4,5 puntos porcentuales) y ha disminuido el porcentaje de los que se han informado por amigos y familiares (-4,0 puntos porcentuales), justo lo contrario de lo que ocurrió el año pasado.

En 2015, **el 42,2%** de los turistas de interior **utilizaron Internet** para consultar, reservar o comprar algún servicio turístico de su viaje. Este porcentaje ha experimentado un crecimiento de +6,5 puntos porcentuales respecto a 2014, no obstante aún se mantiene por debajo del porcentaje de uso de esta herramienta para el total de turistas que visita la región (+50,8%). De los turistas de interior que sí utilizaron Internet en el año 2015, el 62,7% de los que accedieron a la Red realizaron alguna reserva y el 23,6% terminó efectuando una compra.

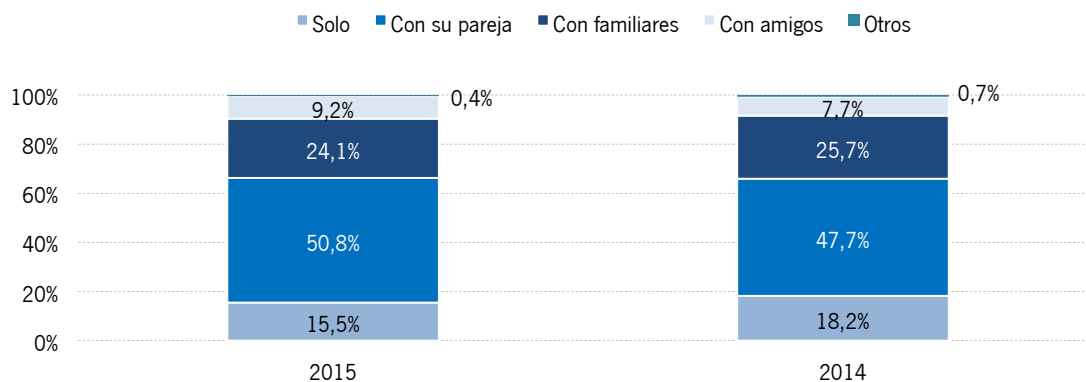
La visita a monumentos (32,9%), el clima (22,0%) y el turismo de naturaleza y rural (13,6 %) han sido los aspectos más influyentes a la hora de **elegir** el interior de **Andalucía** como destino de la visita vacacional de 2015. De ellos, la visita a monumentos y el clima, han sido de los conceptos que más han aumentado respecto al año anterior (entre dos y tres puntos porcentuales), junto con la Calidad de vida/Hospitalidad, que ha pasado de un 3,9% en 2014 a un 6,2% en 2015. Por el contrario, se ha reducido el porcentaje de los que han elegido el interior andaluz para realizar turismo de naturaleza y rural (-1,9 puntos porcentuales).

En cuanto a las **principales actividades realizadas** por los turistas que visitaron el interior de Andalucía en 2015, destacan la observación de la naturaleza (48,8%), la visita a monumentos (32,0%) y las compras (25,5%). Respecto al año anterior, se ha incrementado la actividad de compras (+5,6 puntos porcentuales) y ha disminuido el porcentaje que realiza observación de la naturaleza con la misma intensidad (-5,6 puntos porcentuales).

Cinco de cada diez turistas de interior que viajaron en 2015 lo hicieron acompañados de su pareja (50,8%), le siguen los que viajaron acompañados de familiares (24,1%). Los cambios en la **composición del grupo de viaje** respecto al año 2014 se resumen en más turistas de interior acompañados de su pareja o de amigos, y menos que viajan solos o con familiares, al revés de lo que ocurrió al año anterior.

A pesar de los cambios, el **tamaño medio del grupo de viaje** no se altera y continúa siendo de 2 personas.

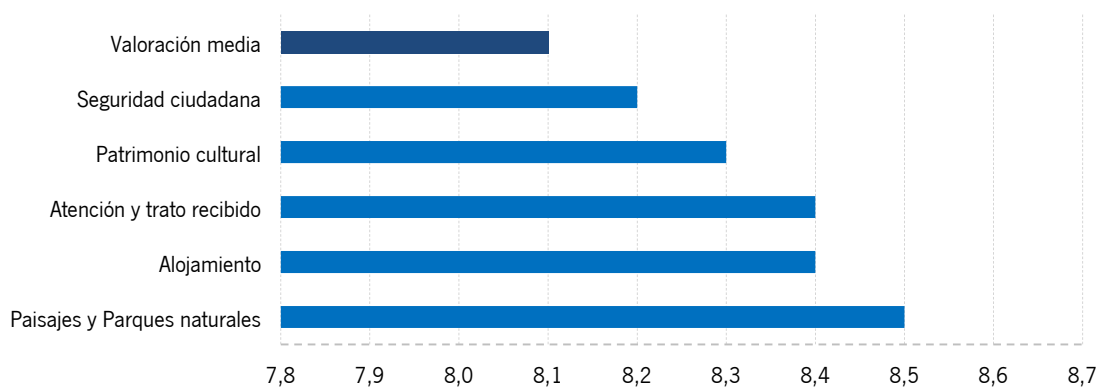
Composición del grupo de viaje. Años 2014 y 2015



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

Los turistas de interior se han sentido muy satisfechos con el destino andaluz, otorgándole en 2015 una **valoración media** de 8,1 puntos en una escala de 1 a 10, similar a la del año pasado, aunque ligeramente superior a la otorgada por el total de turistas que visitaron la región este año (8,0 puntos). Entre los conceptos mejor valorados por el turista de interior (superiores a la valoración media) destacan los paisajes y parques naturales (8,5 puntos), la atención y el trato recibidos así como el alojamiento (ambos con 8,4 puntos).

Ranking de conceptos mejor valorados del interior andaluz. Año 2015



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

El 61,0% de los turistas que visitan el interior de Andalucía en 2015 también habían visitado el destino el año anterior (aunque no necesariamente el interior andaluz). Este **grado de fidelidad** se sitúa por

encima del que presentan la media del total de turistas de Andalucía (57,4%) para este año. Respecto al año anterior, ambos indicadores se mantienen sin cambios considerables.

El **perfil sociodemográfico** del turista de interior presenta una mayor proporción de mujeres (51,6%) que de varones, siendo el grupo de edad de más peso el comprendido entre 30 y 44 años (33,6%). La situación laboral más común para esta tipología turística es poseer un trabajo remunerado (65,3%).

Respecto al año anterior, el turista de interior presenta una mayor presencia de turistas mujeres y de turistas de edades intermedias (entre 18 y 44 años). Estas diferencias en la composición por edad se reflejan lógicamente en la situación laboral de los turistas, de modo que es superior el porcentaje de los turistas de interior que tienen un trabajo remunerado y menor la proporción de los estudiantes y jubilados.

Perfil sociodemográfico del turismo de interior. Años 2014 y 2015

	2014	2015	Diferencias
Sexo:			
% Varones	49,3	48,4	-0,9
% Mujeres	50,7	51,6	0,9
Grupos de Edad:			
% Menos de 18 años	7,7	6,3	-1,4
% De 18 a 29 años	16,2	17,5	1,3
% De 30 a 44 años	30,7	33,6	2,8
% De 45 a 64 años	31,4	30,8	-0,6
% Más de 65 años	13,9	11,8	-2,1
Situación Laboral:			
% Trabajo (por cuenta ajena o propia)	62,3	65,3	3,0
% En paro	4,5	4,7	0,2
% Estudiante	13,5	12,4	-1,1
% Retirado/Jubilado	15,2	13,9	-1,3
% Labores del hogar	3,6	2,8	-0,8
% Otras	0,9	0,8	-0,1

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

Comparando estas características con las que presentan los turistas que visitaron el conjunto de Andalucía en 2015, el turismo de interior presenta una composición más equilibrada por sexo (51,6% de mujeres frente a 52,5% de mujeres para el total de turismo), más turistas con edades centrales y menos jóvenes y mayores que el total de turismo, más turistas trabajadores y menos estudiantes y jubilados, en consonancia con la estructura de edad.

ASPECTOS DIFERENCIALES DEL TURISMO DE INTERIOR

1. **Los propios andaluces son los principales emisores** de esta tipología turística (el 44,7% de los turistas de interior procede de Andalucía).

2. El turista que visita el interior de Andalucía **es menos estacional** que otros tipos de turismo desarrollados en el destino, pues reparte de manera más uniforme sus visitas a lo largo del año.
3. **Estancias más cortas en el destino:** la permanencia en Andalucía del turista de interior es siempre inferior a la del total de turistas que visita la región, si bien en los tres últimos años ha aumentado rápidamente, acortándose las distancias entre ambas estancias.
4. Tradicionalmente 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 de los últimos años en el gasto medio diario del turismo de interior** han producido un acercamiento entre ambos niveles de gasto, perdiéndose de este modo una característica distintiva del turismo de interior.
5. **Uso muy elevado del coche** para acceder al interior de Andalucía, lo que está directamente relacionado con la mayor presencia de andaluces en esta tipología turística.
6. **Ha aumentado su fidelidad al destino** a lo largo de los años, de modo que ya desde hace un lustro el grado de fidelidad de esta tipología turística se sitúa por encima del que presentan la media del total de turistas de Andalucía (61,0% frente a 57,4% en 2015). Derivado de este conocimiento directo del interior andaluz, también se constata un mayor uso de la experiencia propia como canal de información y un uso menos frecuente de Internet como herramienta para organizar su viaje que los turistas que visitan el conjunto de Andalucía.
7. **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 (menos jóvenes y mayores) y en la situación laboral (más turistas trabajadores y menos estudiantes y jubilados).