

Andalucía

Turismo de interior en Andalucía Año 2016

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos



TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA. AÑO 2016
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.

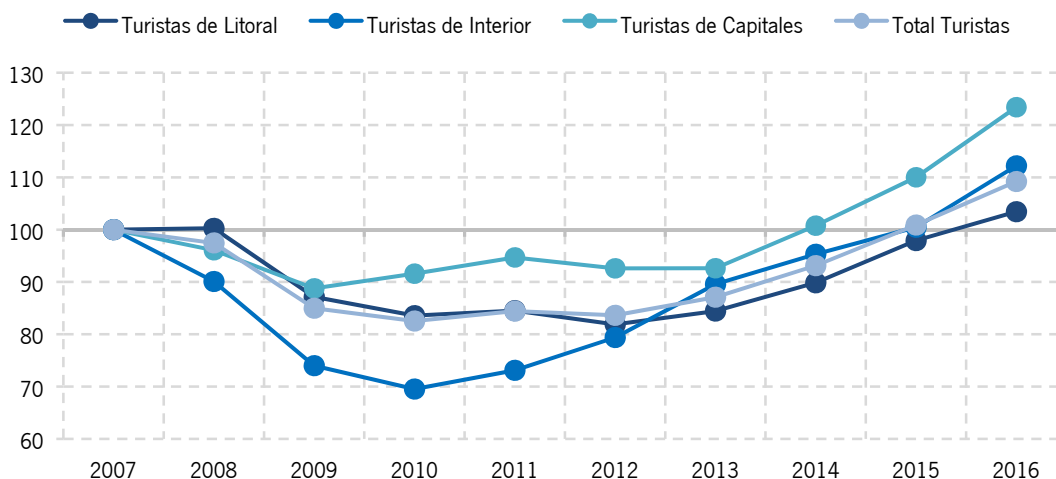
-

TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA. AÑO 2016

Se ha estimado, a partir de una explotación específica de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), que **el interior¹ de Andalucía ha recibido en 2016 un total de 5,5 millones de turistas**, lo que supone respecto a 2015, una vez actualizadas las estimaciones correspondientes a dicho año, que el turismo de interior ha crecido a una tasa del +11,7%, un incremento superior al registrado para el total de turistas (+8,3%) o para los turistas del litoral andaluz (+5,6%). Esta mejor evolución del turismo de interior le ha permitido ganar participación en el total de turismo recibido en Andalucía, y pasar de una cuota del 19% en 2015 al 19,6% en 2016.

Se trata del sexto año consecutivo de crecimiento del turismo de interior, lo que le ha permitido recuperarse de los importantes descensos registrados en el intervalo 2008-2010, y situarse en 2016 por encima del nivel precrisis (4,9 millones en 2007), tal y como puede apreciarse en el siguiente gráfico.

**Evolución de los turistas de Andalucía por área geográfica visitada. Años 2007-2016
(Índice 100 = 2007)**



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

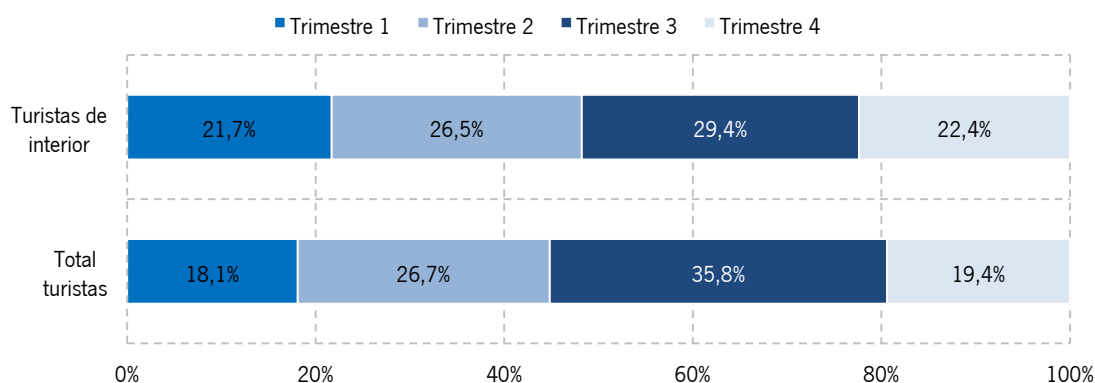
Se puede decir que los turistas que visitan el interior de Andalucía se reparten de forma uniforme a lo largo del año: aunque es el tercer trimestre el preferido para realizar su visita (cuota del 29,4%), sin embargo el resto se reparte bastante equilibradamente entre los demás trimestres, lo que convierte al **turismo de interior en una tipología turística menos estacional**. Respecto al año anterior, se reduce la cuota de turistas de interior que realizan sus visitas en la segunda mitad del año, a favor de las cuotas del primer y segundo trimestre que, en conjunto, se incrementan en 3 puntos porcentuales.

En comparación con la distribución anual del total de turismo recibido en la región, el turismo de interior presenta una menor concentración en el tercer trimestre de 2016, pues de julio a septiembre se acumularon el 29,4% de sus visitas, siendo esta proporción inferior en más de 6 puntos porcentuales a la que registró el total del turismo recibido en ese mismo intervalo de tiempo (35,8%). Por el contrario, las

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.

proporciones de turistas de interior del primer y del cuarto trimestre del año son superiores a las del conjunto de turistas que visitan Andalucía en 3 o más puntos porcentuales.

Distribución porcentual de los turistas por trimestres. Total turismo y turismo de interior. Año 2016



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

La gran mayoría de los turistas que visitan el interior de Andalucía proceden del territorio español (73,1%) y el 26,9% restante del extranjero. **Los andaluces son los principales emisores nacionales de este tipo de turismo**, aportando casi la mitad del turismo de interior. Comparando esta estructura con la del año anterior, la mayor diferencia se aprecia en el peso de los turistas que proceden de la propia Andalucía, que ha aumentado en cinco puntos porcentuales, en detrimento de la cuota de los turistas procedentes del extranjero.

Distribución porcentual de los turistas de interior por procedencia. Años 2015 y 2016

	2016	2015	Diferencias
Españoles	73,1	67,8	5,3
- Andaluces	49,8	44,7	5,1
- Resto de España	23,3	23,1	0,2
Extranjeros	26,9	32,2	-5,3

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

El principal **motivo del viaje** al interior de Andalucía durante 2016 ha sido, para el 68,7% de los turistas, el disfrutar de las vacaciones o del tiempo de ocio, mientras que visitar a amigos y familiares ha motivado a un 20%. La visita a monumentos (31,6%), el turismo de naturaleza y rural (23,8%) y el clima (14,7%) son, un año más, los aspectos más influyentes a la hora de **elegir Andalucía como destino**. Respecto al año anterior, de estos tres conceptos, ha aumentado fuertemente su protagonismo el turismo de naturaleza y rural (+10,1 puntos porcentuales) y ha descendido la influencia del clima (-7,3 puntos) y de la visita a monumentos (-1,3 puntos). También han sido menos decisivos en la elección de este año los precios y la calidad de vida y hospitalidad.

En el 90,6% de los casos, el turista de interior organizó su viaje en 2016 de forma particular, un porcentaje que ha disminuido ligeramente respecto al año anterior (-1,1 puntos porcentuales), por lo que

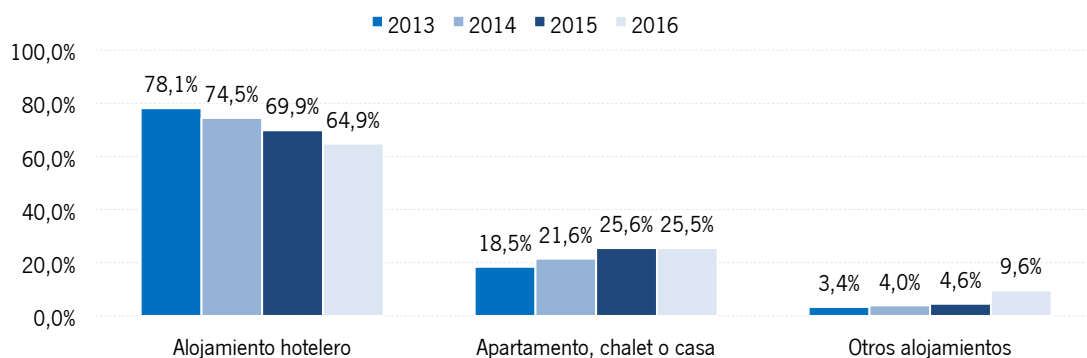
complementariamente ha aumentado ligeramente la dependencia de intermediarios, tanto la adquisición de paquetes turísticos o viajes combinados como la organización a través de clubs, empresas, asociaciones, etc. El turismo de interior destaca por **un menor uso del paquete turístico en la organización del viaje** que la que presenta el total de turistas que visitaron la región en 2016 (4,3% frente al 7,8% del total).

Los turistas de interior **utilizan principalmente el coche como medio de transporte** para acceder a Andalucía (80,2%). A bastante distancia queda el avión, utilizado por el 12,3% de los turistas de esta procedencia. En 2016, ha aumentado considerablemente la proporción de uso del coche (propio, alquilado o autocaravana) respecto al año anterior y complementariamente disminuyó el resto de modalidades de transporte: el uso del avión disminuyó en -4,2 puntos, y el resto (autocar, tren, barco, etc.) bajó en conjunto otro medio punto. El predominio del uso del coche está directamente relacionado con la mayor presencia y el crecimiento este año 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 2016 el establecimiento hotelero (hoteles, apartahoteles, hostales y pensiones), con una cuota del 64,9%, a pesar de que respecto al año anterior se ha reducido en 5 puntos porcentuales el uso de esta modalidad de alojamiento, continuando así con el comportamiento descendente que ya se detectó en años anteriores, propiciado un acercamiento entre el porcentaje de uso del alojamiento hotelero del turismo de interior al que presenta el turismo del destino andaluz en su conjunto (63,4%).

El descenso del alojamiento hotelero en 2016 en el turismo de interior ha favorecido el uso de otras tipologías de alojamiento minoritarias (camping, albergue, villa turística, casa rural o similar, etc), que han pasado de representar el 4,6% en 2015 al actual 9,6%.

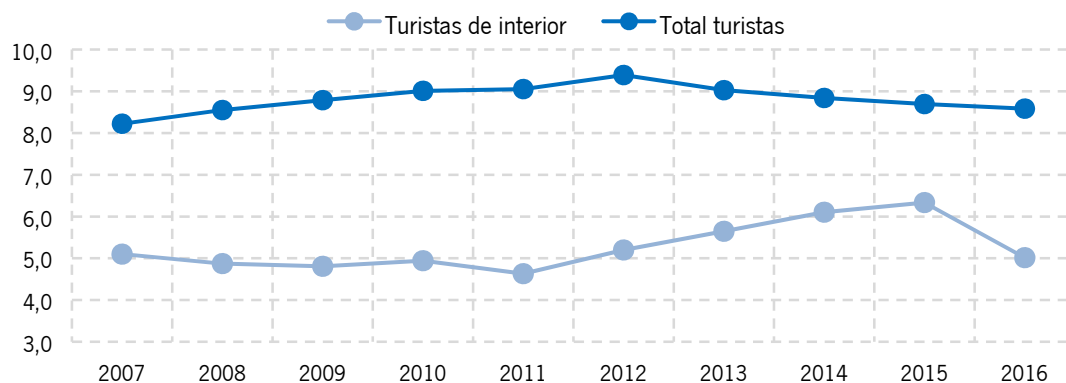
Tipo de alojamiento utilizado por el turismo de interior. Años 2013 a 2016



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

La **estancia media** del turista de interior para el año 2016 se ha estimado en **5 días**, situándose, como es tradicional, por debajo de la media del total turistas (8,7 días). Esta estancia es -1,3 días inferior a la estimada en 2015. Desde que se produjo la crisis económica y financiera, esta variable se situó durante el intervalo 2008-2011 ligeramente 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. El descenso registrado en 2016 ha situado esta variable en un nivel más parecido al que había tenido antes del inicio de la crisis.

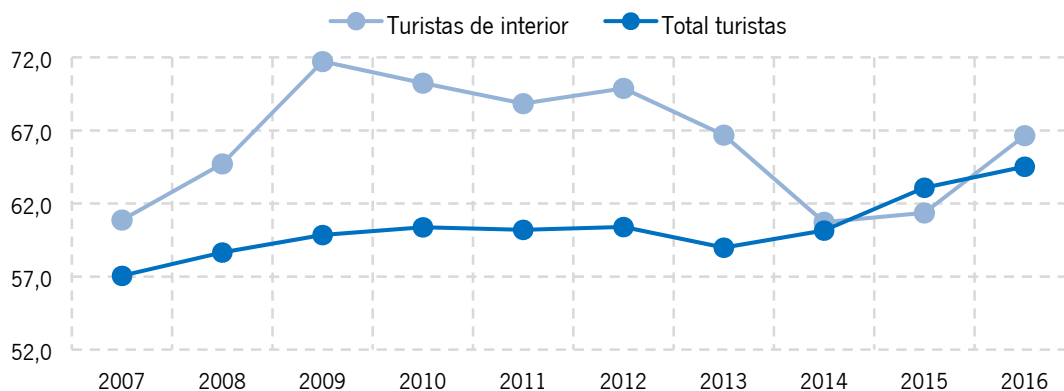
Estancia media de los turistas de interior y del total de turistas de Andalucía. Años 2007-2016



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

Contrariamente a la estancia media, el **gasto medio diario** del turista en el interior de Andalucía ha experimentado en 2016 un fuerte incremento de +5,23 euros, hasta alcanzar los **66,65 euros**, afianzado el cambio de tendencia hacia el crecimiento que se produjo en 2015, y recuperando una característica del turismo de interior que lo había diferenciado durante años: el gasto medio diario del turista de interior era cada año más elevado que el gasto del turista que visita el conjunto de la región (63,09 euros en 2016).

Gasto medio diario de los turistas de interior y del total de turistas de Andalucía. Años 2007-2016



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

El turista de interior dedicó la mayor parte de su presupuesto en destino del año 2016 a la restauración (32,3%) y al alojamiento (30,5%). Respecto al año anterior, mientras que la partida de restauración apenas ha sufrido cambios, la partida de alojamiento es el concepto que más peso ha perdido en la **composición del gasto en destino** en 2016, reduciéndose en -2,5 puntos porcentuales. El concepto de gasto que más ha crecido este año ha sido las compras alimenticias, pues suponía el 9,0% del gasto en destino en 2015 y pasa al 11,6% en 2016.

Un año más, 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 menos parte de su presupuesto que el total de turistas, y al revés ocurre con en el alojamiento.

El principal canal de información utilizado por el turista de interior en 2016 para informarse sobre el destino ha sido la propia experiencia (64,4%), seguido a bastante distancia por la recomendación de amigos y familiares (26,0%). Estas mismas dos categorías son las que más cambios han registrado respecto al año 2015, ya que se ha reducido bastante el porcentaje que utilizó la propia experiencia (-7,0 puntos porcentuales) y ha aumentado prácticamente en la misma cuantía el porcentaje de los que se han informado por amigos y familiares (+7,2 puntos porcentuales), justo lo contrario de lo que ocurrió el año pasado.

Durante su estancia en Andalucía, las **principales actividades realizadas** por los turistas de interior en 2016 han sido la observación de la naturaleza (44,6%), la visita a monumentos (42,3%) y las compras (25,4%). Respecto al año anterior, mientras que la actividad de compras no ha sufrido apenas cambio, ha aumentado considerablemente el porcentaje que realiza visitas a monumentos (+10,3 puntos porcentuales) y se ha reducido la observación de la naturaleza (-4,2 puntos porcentuales). A pesar de los cambios, estas mismas tres actividades permanecen año tras año entre las más realizadas.

En la siguiente tabla se puede apreciar que en el top cinco entran prácticamente las mismas actividades, ya se trate del turismo de interior o del turismo del destino andaluz en su conjunto, aunque el orden de importancia sea distinto. La principal diferencia estriba obviamente en la actividad de disfrute y uso de la playa, que se posiciona en el primer puesto para el total del turismo mientras que no aparece en la lista del turismo de interior. Sin embargo, el turista de interior se decanta en mayor proporción por los deportes de naturaleza y otras actividades de entretenimiento.

***Principales actividades realizadas durante su estancia en el destino andaluz.
Turistas de interior y total turistas Año 2016***

Turistas de interior	%	Total turistas	%
1º Observación de la naturaleza	44,6	1º Disfrute y uso de la playa	44,3
2º Visitas a monumentos y museos	42,3	2º Visitas a monumentos y museos	38,4
3º Compras (excluidas regulares)	25,4	3º Observación de la naturaleza	26,2
4º Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc...)	7,8	4º Compras (excluidas regulares)	25,9
5º Deportes de naturaleza	7,6	5º Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc...)	5,9

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

En 2016, **el 55,6%** de los turistas de interior **utilizaron Internet** para consultar, reservar o comprar algún servicio turístico de su viaje. Este porcentaje ha experimentado un importante crecimiento al año anterior, no obstante aún se mantiene por debajo del porcentaje de uso de esta herramienta para el total de turistas que visita la región (57,2%). Los turistas de interior que sí utilizaron Internet en el año 2016 también se han mostrado más activos que el año anterior: el 71,8% de los que accedieron a la Red realizaron alguna reserva y el 37,6% terminó efectuando una compra.

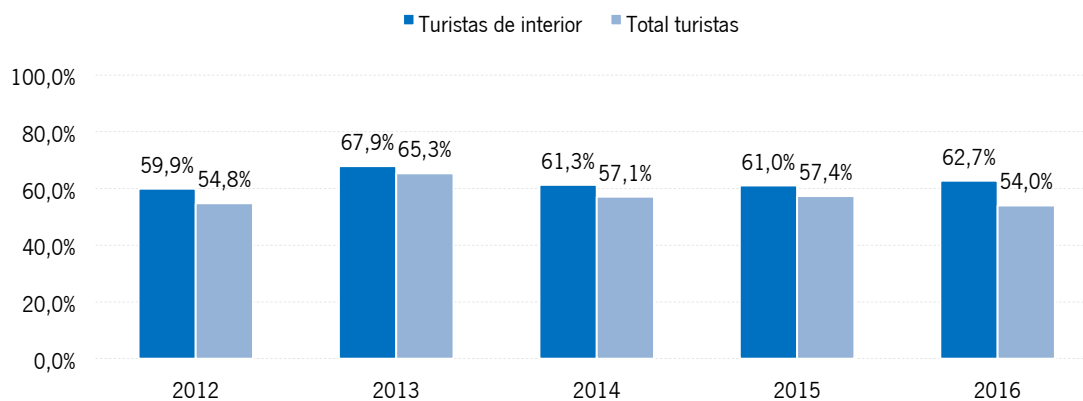
El turista que viaja al interior de Andalucía lo hace principalmente acompañado de su pareja (47,7%) o de otros familiares (29,6%) y en este sentido no difiere del turista que realiza turismo por toda Andalucía. Respecto al año 2015, se han producido cambios en la mayoría de las categorías de la **composición del grupo de viaje**: se ha producido un descenso de los turistas de interior que viajan solos o acompañados de su pareja y han aumentado aquellos que viajan acompañados de familiares y amigos. Estos cambios lógicamente han alterado el **tamaño medio del grupo turístico**, que pasa de 2,0 personas en 2015 a 2,3 personas en 2016.

La **valoración** media otorgada por los turistas de interior al destino andaluz en 2016 alcanzó los 8,3 puntos en una escala de 1 a 10, una valoración que supera a la otorgada el año pasado (8,1 puntos) y también superior a la otorgada por el total de turistas en 2016 (8,1 puntos). Entre los conceptos mejor valorados por el turista de interior (superiores a la valoración media) destacan dos muy directamente relacionados con esta tipología turística: los paisajes y parques naturales (8,8 puntos) y el patrimonio cultural (8,6 puntos).

Considerando el **grado de fidelidad** como el porcentaje de turistas de interior que en el año 2016 visitaron Andalucía habiéndola visitado también el año anterior (aunque no necesariamente para visitar el interior de la región), se ha estimado para este año en 62,7%, superior al que presenta la media del total de turistas de Andalucía (54,0%). Esta mayor fidelidad al destino no solo se produce en el año 2016, sino que tal y como puede apreciarse en el siguiente gráfico, es una característica del turismo de interior que se mantiene a lo largo del tiempo.

Respecto al año 2015, también puede apreciarse en el gráfico, que mientras el grado de fidelidad de los turistas de interior aumenta en +1,7 puntos porcentuales, se reduce para el conjunto del turismo de Andalucía en -3,3 puntos porcentuales.

Grado de fidelidad. Total turistas y turistas de interior. Años 2012 a 2016



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

El **perfil sociodemográfico** del turista de interior del año 2016 presenta una proporción de mujeres (50,3%) prácticamente similar a la de varones (49,7%), 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 (65,1%).

Respecto al año anterior, el turismo de interior presenta una menor presencia de mujeres, lo que ha contribuido a equilibrar la distribución por sexo de esta tipología turística. También se ha reducido el porcentaje de turistas que pertenecen a los tramos de más edad, sobre todo del grupo de 45 a 64 años, al tiempo que ha aumentado la presencia de turistas más jóvenes. Estas diferencias en la composición por edad se reflejan lógicamente en la situación laboral de los turistas, de modo que es inferior el porcentaje de los turistas de interior que tienen un trabajo remunerado o están desempleados así como de jubilados y mayor la proporción de estudiantes.

Perfil sociodemográfico del turismo de interior. Años 2015 y 2016

	2015	2016	Diferencias
Sexo:			
% Varones	48,4	49,7	1,3
% Mujeres	51,6	50,3	-1,3
Grupos de Edad:			
% Menos de 18 años	6,3	8,4	2,1
% De 18 a 29 años	17,5	17,2	-0,3
% De 30 a 44 años	33,6	33,6	0,0
% De 45 a 64 años	30,8	29,6	-1,2
% Más de 65 años	11,8	11,2	-0,6
Situación Laboral:			
% Trabajo (por cuenta ajena o propia)	65,3	65,1	-0,3
% En paro	4,6	3,8	-0,9
% Estudiante	12,4	13,3	0,9
% Retirado/Jubilado	13,9	13,2	-0,8
% Labores del hogar	2,8	3,1	0,2
% Otras	0,8	1,6	0,8

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 2016, el turismo de interior presenta una composición más equilibrada por sexo (50,3% de mujeres frente a 52,3% 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 (casi la mitad 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 el periodo 2012-2015 había aumentado rápidamente, acortándose las distancias entre ambas estancias, en 2016 se vuelve a un nivel más parecido al que había tenido antes del inicio de la crisis.

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 producidos en el gasto medio diario del turismo de interior en el intervalo 2010-2014 habían producido un acercamiento entre ambos niveles de gasto, perdiéndose de este modo una característica distintiva del turismo de interior. No obstante, el cambio de tendencia en la evolución del gasto en 2015 y el fuerte crecimiento de esta variable en 2016, han revertido la situación.

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 más de 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 (62,7% frente a 54,0% en 2016). 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 y del paquete turístico como herramientas 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).