



Turismo de interior en Andalucía

Año 2019

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos



TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA. AÑO 2019

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

C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n

41092 Sevilla

Formulario de contacto:

http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/opencms/ciudadania/servicio-atencion-ciudadania/peticion/index.html?cat_servicio_id=22

ELABORA

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.

C/ Compañía n° 40

29008, Málaga

T. 951 299 300 Fax. 951 299 365

Correo e.: saeta@andalucia.org

Publicado en Sevilla (España)

Publicación electrónica anual 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.

TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA. AÑO 2019

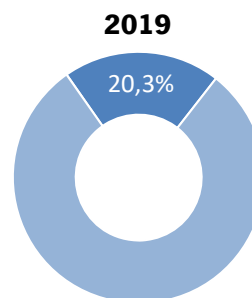
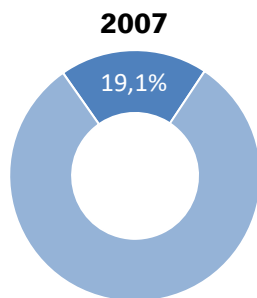
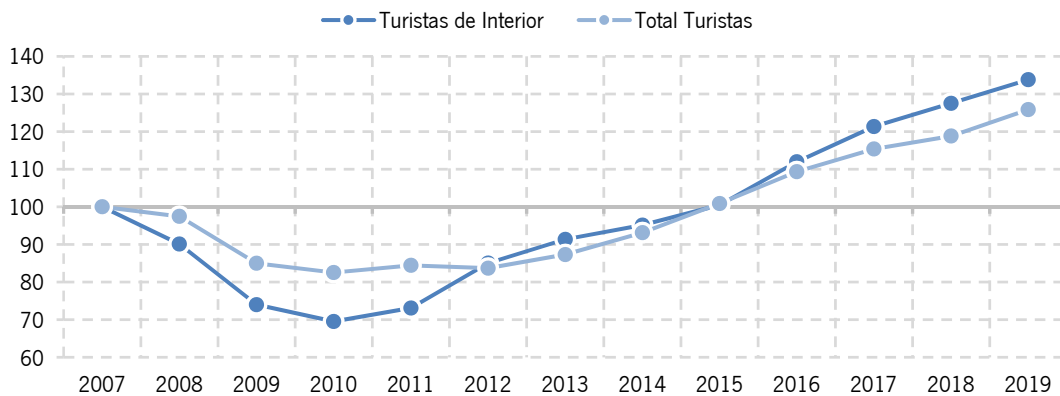
¿CUÁNTOS TURISTAS SON Y CÓMO HAN EVOLUCIONADO?

Se estima¹ que, **el interior² de Andalucía ha recibido en 2019 un total de 6,58 millones de turistas**, lo que supone respecto a 2018, una vez actualizadas las estimaciones correspondientes a dicho año, que el turismo de interior **ha crecido a una tasa del +4,9%**, un incremento inferior al registrado para el total de turistas en 2019 (+5,9%).

No obstante, el turismo de interior lleva creciendo de forma ininterrumpida desde el año 2011, lo que le ha permitido recuperarse de los importantes descensos registrados en el intervalo 2008-2010, y tener en 2019 1,66 millones de turistas más que el nivel precrisis (4,92 millones en 2007). En seis de los nueve años con resultados positivos para esta tipología turística, el turismo de interior ha registrado mayores crecimientos que los del total de turismo recibido en Andalucía, lo que ha posibilitado que incremente su cuota de participación, pasando de suponer el 19,1% del total de turismo en 2007 al 20,3% en 2019.

Evolución de los turistas de Andalucía por área geográfica visitada. Años 2007-2019

(Índice 100 = 2007)



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

¹ A partir de una explotación específica de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

² 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.

¿CUÁLES SON LOS ASPECTOS DIFERENCIALES DEL TURISMO DE INTERIOR?

1. Los propios andaluces son los principales emisores de esta tipología turística

El 73,2% de los turistas que visitaron el interior de Andalucía en 2019 procedían del territorio nacional y el resto del extranjero (26,8%), siendo los andaluces los principales emisores nacionales, ya que suponen el 44,2% de los turistas de interior. Respecto al año anterior, ha aumentado la participación del turismo internacional en +1,9 puntos porcentuales a la vez que se ha reducido la presencia de turistas nacionales en la misma proporción.

Distribución porcentual de los turistas por procedencia. Total turismo y turismo de interior. Años 2018 y 2019

	Total turistas	Turistas de interior	Diferencias
Españoles	61,0%	73,2%	12,2
- Andaluces	32,6%	44,2%	11,6
- Resto de España	28,5%	29,0%	0,6
Extranjeros	39,0%	26,8%	-12,2

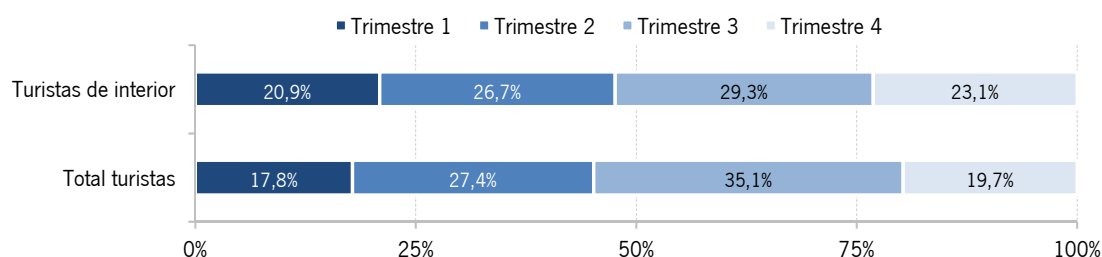
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

Comparando esta estructura con la del total del turismo recibido en Andalucía, se aprecia que las mayores diferencias se producen en el peso de los turistas que proceden de la propia Andalucía, que en el turismo de interior es muy superior al peso de este emisor en el total del turismo (32,6%) y lo contrario ocurre con la participación del turismo extranjero, que es la procedencia con menos representación en el turismo de interior de la región (26,8% frente a 39,0% en el total del turismo).

2. El turista que visita el interior de Andalucía **es menos estacional** que otros tipos de turismo desarrollados en el destino

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. Así, presenta una menor concentración en el tercer trimestre, pues de julio a septiembre se acumularon el 29,3% de sus visitas del año 2019, siendo esta proporción inferior en casi 6 puntos porcentuales a la que registró el total del turismo recibido en ese mismo intervalo de tiempo (35,1%). Por el contrario, las 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.

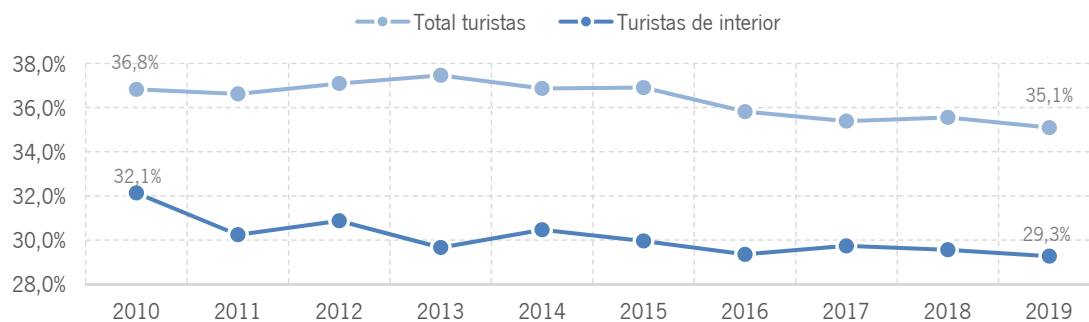
Distribución porcentual de los turistas por trimestres. Total turismo y turismo de interior. Año 2019



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

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, tal y como se puede observar en el siguiente gráfico, donde se aprecia que el peso que tiene el tercer trimestre en el total del año es siempre inferior para los turistas de interior y se ha ido reduciendo a lo largo de los últimos diez años.

Peso del tercer trimestre del año. Total turismo y turismo de interior. Años 2010-2019



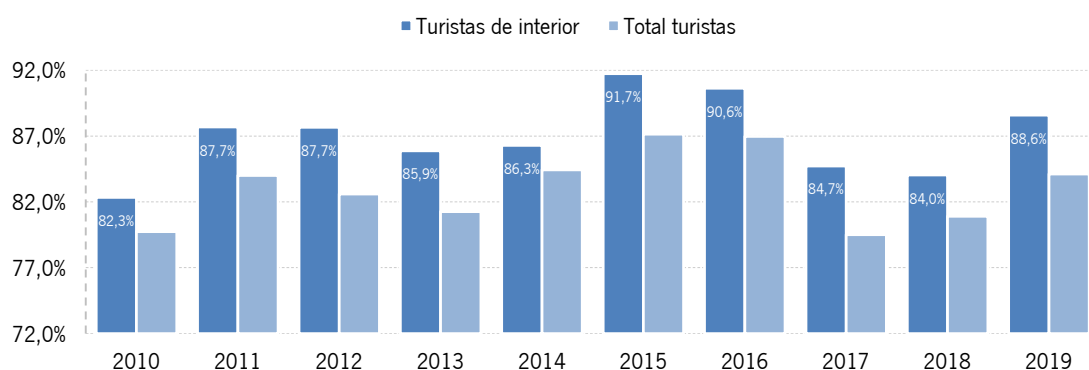
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

3. El turismo de interior destaca por un menor uso de los intermediarios en la organización del viaje

En 2019, se constata un mayor uso de la organización particular de viaje entre los turistas de interior (88,6%) que entre los turistas que visitaron el conjunto de Andalucía (84,1%). Además, para los turistas de interior, la organización particular ha aumentado respecto al año anterior en +4,5 puntos porcentuales, disminuyendo en la misma proporción en uso de intermediarios, ligeramente en el caso de paquetes turísticos o viajes combinados (-0,8 puntos hasta situarse en el 7,4%) y con más intensidad en la organización a través de clubes, asociaciones o empresas (-3,5 puntos hasta situarse en el 4,0%).

La evolución a favor de la organización particular en 2019 afianza en el tiempo esta característica diferencial del segmento de interior frente al total de turistas, característica que sin duda está relacionada con la alta presencia de andaluces entre los turistas que visitan el interior de Andalucía y su mayor conocimiento del destino andaluz. El siguiente gráfico ilustra claramente que, en los últimos diez años, los porcentajes de turistas que organizan por sí mismos sus viajes siempre son más mayores entre los turistas de interior.

Organización particular del viaje. Total turismo y turismo de interior. Años 2010-2019

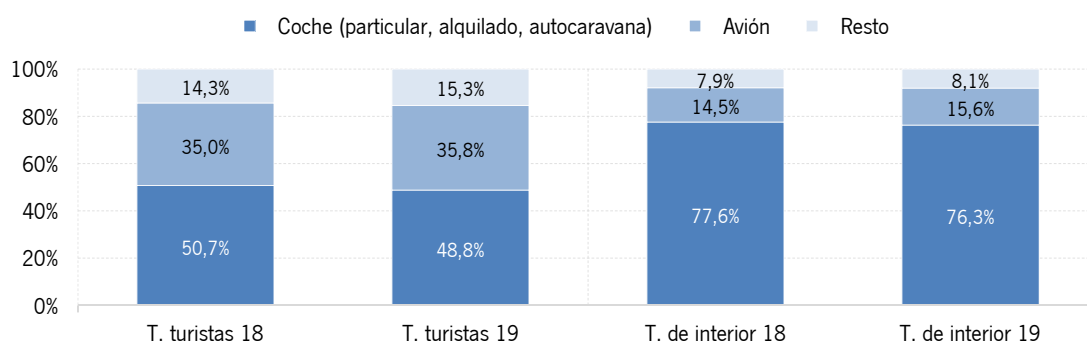


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

4. Uso muy elevado del coche para acceder al interior de Andalucía, lo que también está directamente relacionado con la mayor presencia de andaluces en esta tipología turística.

El medio de transporte que se utiliza para acceder a Andalucía es otra variable que se ve muy influenciada por la procedencia de los turistas de interior. En 2019, el 76,3% de los turistas de interior utilizaron principalmente el coche (propio, alquilado o autocaravana), una proporción de uso que ha descendido respecto al año anterior en -1,3 puntos porcentuales, a favor del uso del avión (que pasa del 14,5% en 2018 al 15,6% en 2019). A pesar de este crecimiento, el porcentaje de uso del avión aún permanece muy alejado de la cifra que se registra para el total de turismo en 2019 (35,8%).

Distribución porcentual de los turistas por medio de transporte. Total turismo y turismo de interior. Años 2018 y 2019

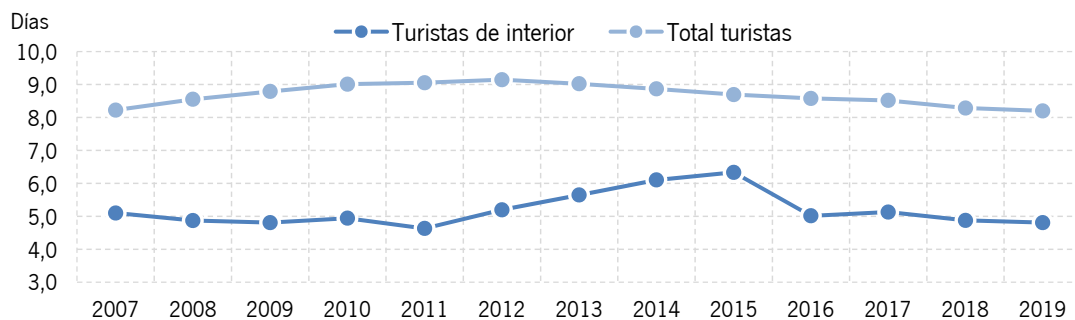


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

5. 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.

La estancia media del turista de interior para el año 2019 se ha estimado en 4,8 días, situándose, como es tradicional, por debajo de la media del total turistas (8,2 días). Esta estancia es -0,1 días inferior a la estimada en 2018, en línea con el comportamiento general de esta variable. 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. Su evolución a partir del año 2016 ha devuelto esta variable en un nivel más parecido al que había tenido antes del inicio de la crisis.

Estancia media. Total turismo y turismo de interior. Años 2007-2019

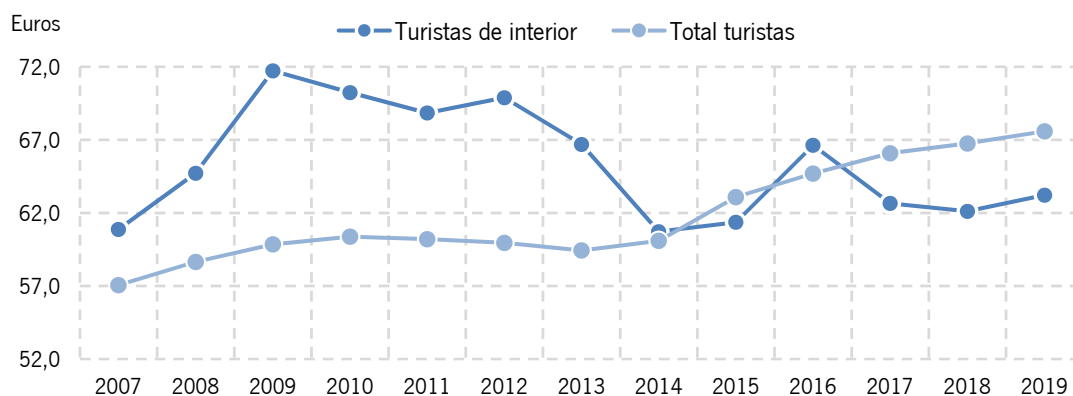


Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

6. 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 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 ha crecido en algunos años, no ha sido suficiente para recuperar esta característica distintiva.

Concretamente en 2019, el gasto medio diario del turista en el interior de Andalucía ha registrado un aumento de +1,1 euros, y se ha situado en los **63,22 euros**, por debajo del nivel gasto del turista que visita el conjunto de la región (67,59 euros).

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

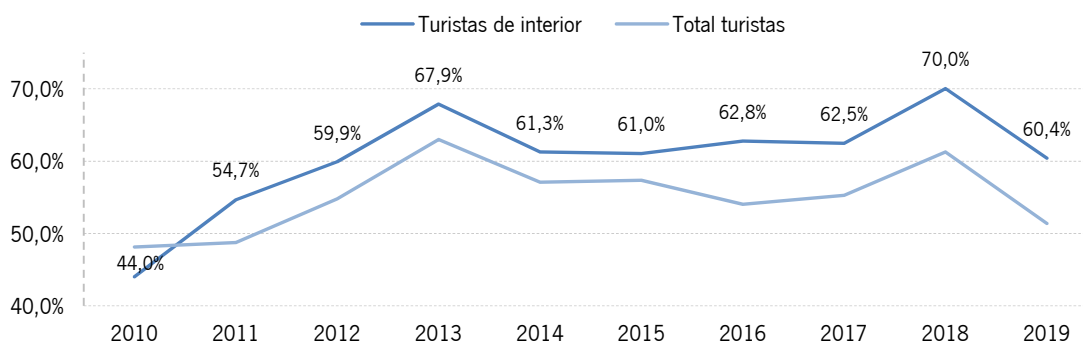


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

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 2019 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 60,4%, superior al que presenta la media del total de turistas de Andalucía (51,4%). Esta mayor fidelidad al destino no solo se produce en 2019, 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 e incluso se ha intensificado en los últimos años.

Grado de fidelidad. Total turismo y turismo de interior. Años 2010-2019



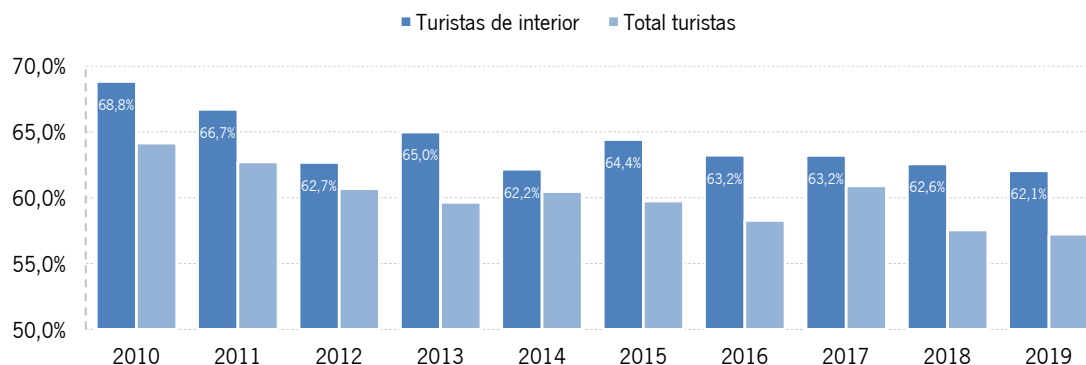
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

7. Más turistas de edades intermedias y que trabajan

En el **perfil sociodemográfico** del turista de interior del año 2019 se aprecia una mayor proporción de mujeres (50,6%), siendo el intervalo de edad predominante el comprendido entre 45 y 64 años (33,7%), y la situación laboral más común estar trabajando (63,6%).

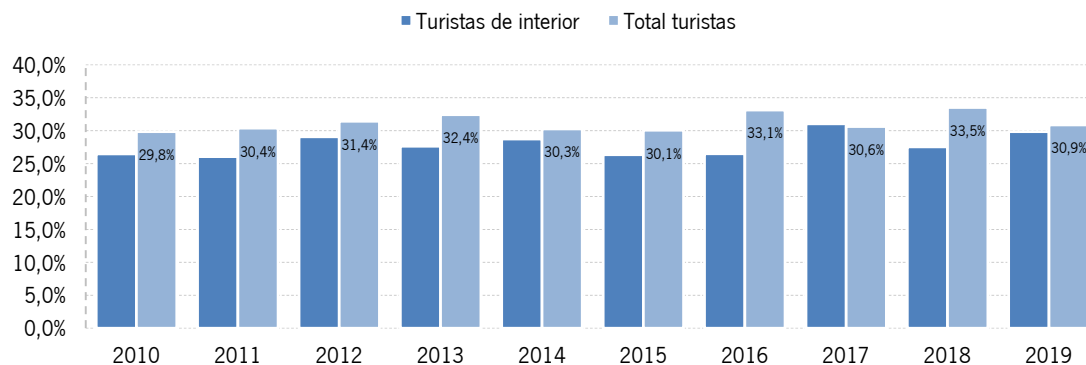
Comparando las características sociodemográficas del turismo de interior con las que presenta el conjunto de todos los turistas que visitaron Andalucía, se aprecian diferencias significativas que se mantienen a lo largo del tiempo en la estructura por edad: entre los turistas de interior hay menos jóvenes y mayores, y por ende, en la situación laboral hay más turistas trabajadores y menos estudiantes y jubilados.

**Porcentaje de turistas con edades intermedias (de 30 a 64 años).
Total turismo y turismo de interior. Años 2010-2019**



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

**Porcentaje de turistas estudiantes y jubilados.
Total turismo y turismo de interior. Años 2010-2019**



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

MÁS INFORMACIÓN SOBRE EL TURISMO DE INTERIOR: VER ANEXOS

ANEXOS DE TABLAS

INDICADORES BÁSICOS	2019	2018	% Var./Diferencias
Número de turistas (millones)	6,58	6,27	4,9%
Cuota de participación en la demanda turística:	20,3%	20,5%	-0,2
Distribución por trimestres:			
Trimestre 1	20,9%	21,4%	-0,5
Trimestre 2	26,7%	26,2%	0,5
Trimestre 3 (Estacionalidad: concentración en este trimestre)	29,3%	29,6%	-0,3
Trimestre 4	23,1%	22,8%	0,3
Gasto medio diario en destino (en euros):	63,22	62,11	1,11
Gasto en destino por conceptos:			
Transporte	11,6%	7,5%	4,1
Alojamiento	29,0%	27,2%	1,8
Compras alimentación	8,6%	12,3%	-3,7
Compras no alimentación	5,7%	3,8%	1,8
Visitas organizadas, ocio, otros...	5,7%	5,1%	0,6
Alquiler coches	1,7%	0,9%	0,8
Comidas (bares, restaurantes, cafeterías)	37,7%	43,2%	-5,5
Estancia media (nº de días):	4,8	4,9	-0,1

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2019	2018	% Var./Diferencias
Medio de Transporte:			
Coche (particular, alquilado, autocaravana)	76,3%	77,6%	-1,3
Avión	15,6%	14,5%	1,1
Resto	8,1%	7,9%	0,1
Tipo de Alojamiento:			
Alojamientos Hoteleros	69,6%	64,5%	5,2
Apartamentos, casa o chalet	19,1%	21,4%	-2,4
Otros	11,3%	14,1%	-2,8
Organización del viaje:			
De forma particular	88,6%	84,0%	4,6
Lo organizó un club, asociación, empresa...	4,0%	7,7%	-3,7
Adquirió un paquete turístico o viaje combinado	7,4%	8,3%	-0,8
Motivo principal del viaje:			
Trabajo (motivos profesionales) o Negocios	1,8%	0,8%	1,0
Vacaciones / Ocio	80,7%	79,1%	1,7
Visitas a familiares y amigos	10,8%	12,9%	-2,1
Estudios (Educación y Formación)	0,7%	0,3%	0,4
Otros motivos (Tratamientos de salud, religiosos, etc...)	5,9%	6,9%	-1,0
Principales factores para elegir el destino andaluz:			
Precios	5,3%	4,5%	0,8
Clima	19,9%	10,2%	9,6
Playa	2,2%	0,2%	2,0
Visitas a monumentos	35,2%	41,5%	-6,4
Turistas de naturaleza y rural	17,8%	22,2%	-4,3
Fiestas populares / Folklore	2,2%	1,3%	0,9
Gastronomía	3,8%	3,4%	0,4
Calidad de vida / Hospitalidad	3,6%	7,0%	-3,4
Excursiones	1,0%	0,9%	0,1
Practicar deportes	4,9%	4,5%	0,4
Otros	4,1%	4,2%	-0,1
Canales de información del destino:			
Por experiencia propia	65,1%	65,2%	-0,1
Por recomendación de agencias de viajes (oficinas)	3,0%	3,2%	-0,2
Por recomendación de amigos o familiares	22,5%	23,0%	-0,5
Por redes sociales, web especializadas de viajes, blogs	4,8%	3,2%	1,6
Por Página Web oficial del destino	1,3%	2,9%	-1,6
Por Publicidad en prensa, radio y TV	1,6%	1,2%	0,4
Por otros medios	1,6%	1,3%	0,3

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2019	2018	% Var./Diferencias
Valoración del destino (de 1 a 10 puntos):			
Alojamiento	8,6	8,4	0,2
Restauración	8,6	8,4	0,1
Ocio/Diversión	8,5	8,3	0,1
Seguridad ciudadana	8,8	8,7	0,1
Asistencia sanitaria	8,5	8,3	0,1
Atención y trato recibido	8,9	8,8	0,0
Relación calidad/precio	8,6	8,5	0,1
Red de comunicaciones	8,1	8,0	0,1
Limpieza	8,2	8,2	0,0
Nivel de tráfico	8,2	7,9	0,2
Señalización turística	8,2	8,1	0,0
Información turística	8,5	8,6	-0,1
Patrimonio cultural	8,9	8,8	0,1
Autobuses	8,2	8,0	0,2
Paisajes y Parques naturales	9,0	9,0	0,0
Entornos urbanos	8,7	8,7	0,0
Valoración global (Índice sintético de percepción)	8,5	8,4	0,1
Usó internet para consultas, reservas o compras:			
Si	65,7%	62,1%	3,6
No	34,3%	37,9%	-3,6
Para qué utilizó internet:			
Consulta	100,0%	100,0%	0,0
Reserva	90,0%	83,9%	6,1
Compra	62,0%	53,2%	8,8
Grupo de viaje:			
Solo	5,4%	4,7%	0,7
Con su pareja	41,1%	50,5%	-9,4
Con familiares	37,0%	30,3%	6,6
Con amigos	16,1%	13,9%	2,3
Otros	0,4%	0,6%	-0,2
Tamaño medio del grupo de viaje (personas)	2,5	2,5	0,0
Grado de fidelidad:	60,4%	70,0%	-9,6

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2019	2018	% Var./Diferencias
Actividades realizadas durante la estancia:			
(NOTA: pregunta multirespuesta, los % no suman 100)			
Compras (excluidas regulares)	20,0%	19,6%	0,4
Disfrute y uso de la playa	12,0%	2,5%	9,5
Observación de la naturaleza	45,4%	59,9%	-14,4
Asistencia a eventos deportivos	0,8%	0,2%	0,6
Asistencia a eventos culturales	3,6%	1,8%	1,9
Visitas a monumentos y museos	46,1%	54,8%	-8,7
Otras actividades culturales	2,1%	1,9%	0,2
Juegos de azar	0,1%	0,1%	0,0
Coleccionismo y otros hobbies técnicos	0,1%	0,0%	0,0
Educación/formación y estudios de idiomas	0,4%	0,2%	0,3
Actividades profesionales o negocios/congresos y reuniones	0,4%	0,6%	-0,3
Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc...)	4,2%	11,7%	-7,5
Otros	10,8%	4,0%	6,8
Práctica de golf	0,2%	0,1%	0,2
Caza/Pesca	0,3%	0,1%	0,2
Práctica deportes náuticos	0,3%	0,0%	0,3
Esquí	4,7%	4,7%	0,0
Deportes de naturaleza	6,3%	8,9%	-2,6
Prácticas de otros deportes	1,8%	0,9%	0,9
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	2019	2018	% Var./Diferencias
Sexo:			
Hombres	49,4%	48,3%	1,0
Mujeres	50,6%	51,7%	-1,0
Grupos de Edad:			
Menos de 18 años	9,7%	8,1%	1,6
De 18 a 29 años	14,3%	13,9%	0,4
De 30 a 44 años	28,4%	32,1%	-3,8
De 45 a 64 años	33,7%	30,4%	3,2
Más de 65 años	13,9%	15,4%	-1,5
Situación Laboral:			
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	63,6%	66,4%	-2,8
En paro	3,2%	2,5%	0,7
Estudiante	13,5%	10,8%	2,8
Retirado/Jubilado	16,3%	16,8%	-0,4
Labores del hogar	1,9%	2,5%	-0,6
Otras	1,3%	1,0%	0,3

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