

Andalucía

Turismo del resto de España
en Andalucía
Año 2015

Demanda Turística de Andalucía. Mercados Turísticos



Unión Europea

Fondo Europeo
de Desarrollo Regional



TURISMO DEL RESTO DE ESPAÑA EN ANDALUCÍA

Este informe forma parte de la publicación oficial de la Consejería de Turismo y Deporte: "Balance del Año Turístico en Andalucía. 2015".

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

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/turismoycomercio/publicaciones>

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

-

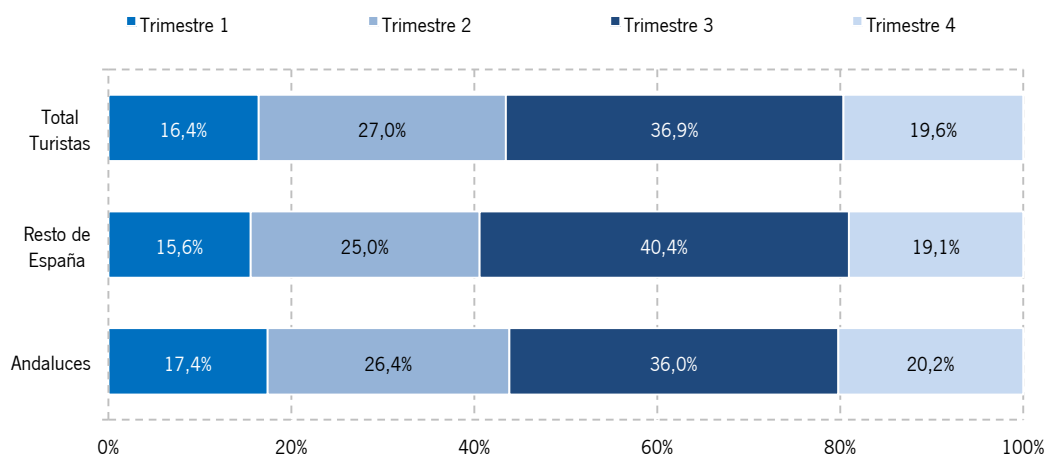
TURISMO DEL RESTO DE ESPAÑA EN ANDALUCÍA

En 2015, Andalucía ha recibido un total de **7,9 millones de turistas** procedentes del resto de España, lo que supone un **incremento del +9,2%** respecto al año 2014. Tres de cada diez turistas recibidos en la Comunidad proceden de este mercado, siendo esta cuota similar a la registrada durante el pasado año.

La evolución del turismo español en los últimos cuatro años ha sido favorable, si bien el **dinamismo** positivo del turismo procedente del resto de España ha sido algo superior al registrado por los propios andaluces (6,8% y 6,1%, respectivamente).

El turismo español procedente de fuera de Andalucía presenta un comportamiento **estacional** significativo, ya que el 40,4% de las llegadas se realizan en el trimestre correspondiente a la época veraniega, porcentaje superior al observado en el mercado andaluz (36,0%) o en el total de Andalucía (36,9%).

Distribución trimestral del número de turistas según procedencia. Año 2015



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

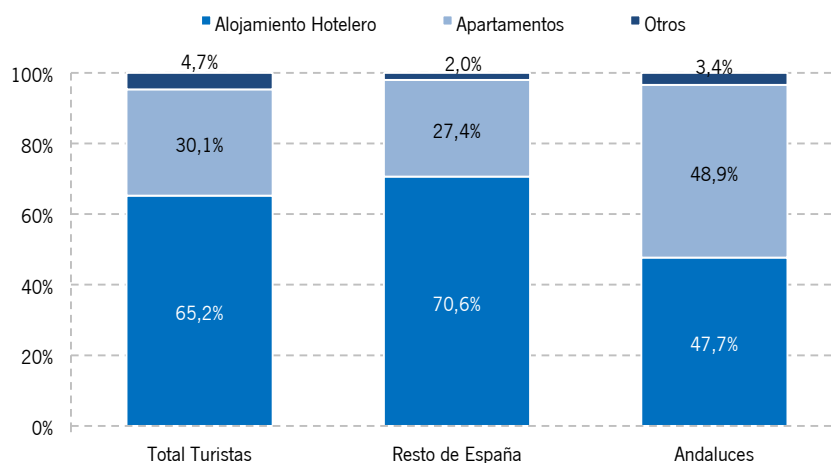
La **estancia media** de los turistas procedentes del resto de España que eligen Andalucía como destino vacacional (8,5 días) es superior a la de los andaluces que visitan su propia Comunidad (6,1 días), manteniéndose respecto a las noches de estancia registradas en 2014.

El **gasto en destino** se ha cifrado en 62,13 euros, lo que supone un desembolso superior al realizado por los andaluces (54,96 euros) y +0,47 euros superior al registrado en el año 2014. El principal concepto de gasto es la restauración (37,2%), seguido del gasto en alojamiento (31,3%), partida esta última que ha registrado el incremento más acusado respecto a 2014, concretamente +3,7 puntos porcentuales más.

El **medio de transporte** utilizado por la mayoría de los turistas procedentes del resto de España es el coche (67,3%), tipología que muestra un mayor protagonismo en este año al aumentar su cuota en +2,4 puntos porcentuales respecto al año anterior. En segundo lugar y a gran distancia se sitúa el avión, cuya cuota de participación es de un 13%.

Por otro lado, el **tipo de alojamiento** preferido por estos turistas a la hora de realizar turismo por Andalucía es el alojamiento hotelero¹, así lo declaran siete de cada diez de los encuestados. Esta característica sobresale si se compara con el mercado andaluz, donde el peso de esta tipología es mucho menor (47,7%). Sin embargo, el apartamento, ya sea propio, en alquiler o de amigos/familiares adquiere una menor importancia en este emisor (27,4%) frente al andaluz (48,9%).

Distribución porcentual de los turistas según procedencia por tipo de alojamiento. Año 2015



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

De este modo, tomando como referencia el **movimiento hotelero**, que permite un análisis más pormenorizado por procedencias, dentro del mercado del resto de España, destaca la buena evolución general de sus principales emisores, exceptuando Cataluña que registra un descenso en pernoctaciones hoteleras para 2015 del -1,1% respecto al año anterior.

Pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Andalucía. Principales mercados del resto de España. Año 2015

| CCAA Origen | Millones Pernoctaciones | % variación | CUOTA |
|-----------------|-------------------------|-------------|-------|
| Madrid (C. de) | 4,1 | 3,1% | 17,3% |
| Cataluña | 1,4 | -1,1% | 6,1% |
| C. Valenciana | 1,2 | 9,2% | 4,9% |
| Castilla y León | 0,9 | 4,1% | 3,8% |
| Pais Vasco | 0,9 | 28,7% | 3,7% |
| Extremadura | 0,7 | 10,8% | 3,0% |

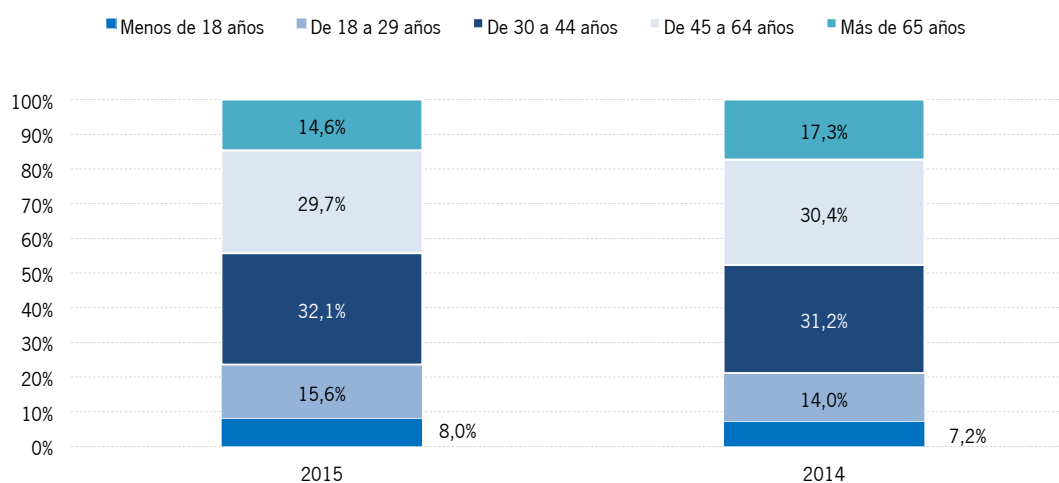
Fuente. Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

¹ El alojamiento hotelero incluye hotel, apartahotel, hostel y pensión.

El **perfil sociodemográfico** del turista procedente del resto de España, se identifica con una mayor participación de las mujeres frente a los hombres (52,5% y 47,5%, respectivamente). El intervalo de edad más importante es el comprendido entre 30 y 44 años (32,1%), y la situación laboral predominante es disponer de un trabajo remunerado (62,6%).

Si se compara con el año anterior se observa una reducción de los turistas de mayor edad, sobre todo de más de 65 años (-2,7 puntos porcentuales), mientras que ha aumentado la cuota de los más jóvenes, hasta los 29 años, en +2,4 puntos más que en 2014.

Estructura de edad. Resto de España. Año 2014 y 2015.

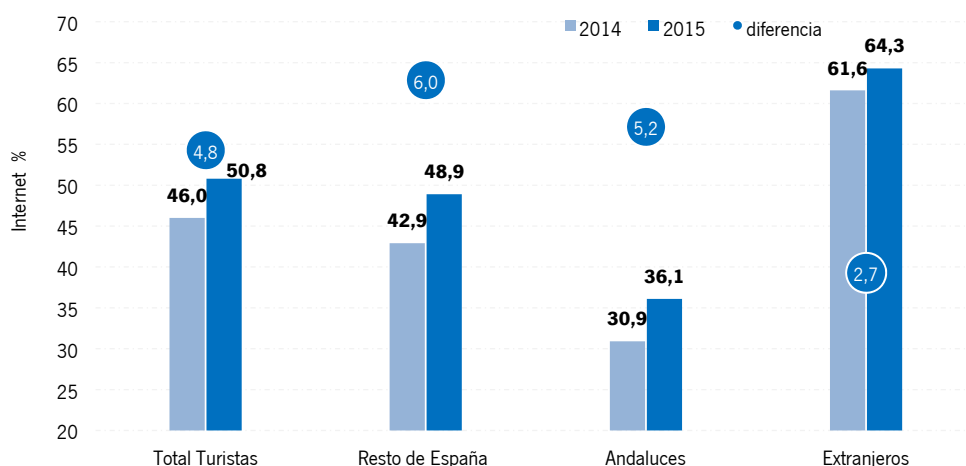


Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

Los turistas procedentes del resto de España **organizan su viaje** de forma particular, consolidando este comportamiento respecto a 2014 con un incremento de +2,7 puntos. Por el contrario, la organización a través de clubs, asociaciones o empresas ha perdido importancia respecto a dicho año (-2,1 puntos).

En 2015, el 48,9% de estos turistas que visitaron Andalucía utilizó **Internet** bien sea para consultar, reservar o adquirir algún producto o servicio turístico de su viaje, porcentaje que aunque más comedido que el alcanzado por los extranjeros (64,3%), se sitúa más de doce puntos por encima del mercado andaluz, tal y como muestra el siguiente gráfico. En este contexto, destacar que esta práctica entre los turistas procedentes del resto de España ha experimentado un crecimiento de +6,0 puntos porcentuales respecto al año anterior, el más elevado entre todas las procedencias analizadas.

Uso de Internet según procedencia. Año 2014 y 2015 y Diferencia.



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

El clima es el principal factor por el que los turistas procedentes del resto de España han **elegido** al destino andaluz, así lo han manifestado en el 36,9% de los casos, porcentaje +4,7 puntos superior al registrado en 2014. La visita a monumentos (21,9%), los precios (14,6%) y las playas (10,9%) son también factores seleccionados por estos turistas en este año.

Una vez en destino, disfrutar de la playa (49,5%), observar la naturaleza (31,8%) y visitar monumentos y museos (30,8%) se constituyen como las **principales actividades** realizadas por los turistas procedentes del resto de España, similares en preferencia a las que registran los turistas andaluces pero con porcentajes de participación levemente superiores.

Al igual que el resto de procedencias, los **canales de información más importantes para conocer el destino andaluz** son la experiencia propia (69,6%) y la recomendación de amigos y familiares (22,9%), si bien en este año 2015 se registra un aumento de la primera en detrimento de los familiares y amigos, +1,4 puntos y -1,8 puntos, respectivamente.

La **valoración media** otorgada al destino andaluz ha sido de 8,0 puntos, ligeramente inferior a la registrada en 2014. Al igual que ocurre en el mercado andaluz, la atención y el trato recibidos durante su visita a Andalucía es el concepto mejor valorado por los turistas procedentes del resto de España (8,5 puntos).

Esta buena valoración del destino andaluz favorece el grado de repetición de posibles visitas en un futuro. Así, aunque son los turistas andaluces los que registran un mayor **grado de repetición** de la visita al destino andaluz, concretamente un 79,6%, les siguen los procedentes del resto de España que en el 55,4% de los casos ya visitaron Andalucía en 2014. Este porcentaje, es superior al registrado por los turistas extranjeros que visitan el destino andaluz (40,9%).

Tabla resumen: Perfil del turista del resto de España en Andalucía. Año 2015.

| INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA | |
|---|-------|
| Número de turistas en 2015 (millones) | 7,9 |
| Gasto medio diario en destino: euros | 62,13 |
| Estancia media: Número de días | 8,5 |
| Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano) | 40,4% |
| PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA | |
| Sexo: Mujer | 52,5% |
| Edad: De 30 a 44 años | 32,1% |
| Situación laboral: Ocupado | 62,6% |
| HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA | |
| Principal tipo de alojamiento: Alojamiento hotelero | 70,6% |
| Principal medio de transporte: Coche | 67,3% |
| Uso de intermediarios: Porcentaje | 11,9% |
| Uso de internet: Porcentaje | 48,9% |
| Para qué utilizó internet: Reserva | 67,7% |
| Principales factores de elegir Andalucía: | |
| - Clima: Porcentaje | 36,9% |
| - Visita a monumentos: Porcentaje | 21,9% |
| Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia | 69,6% |
| Principales actividades desarrolladas en Andalucía: | |
| - Disfrute y uso de playa: Porcentaje | 49,5% |
| - Observación de la naturaleza: Porcentaje | 31,8% |
| - Visita a monumentos y museos: Porcentaje | 30,8% |
| OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA | |
| Valoración del destino: Escala de 1 a 10 | 8 |
| Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10 | |
| - Atención y trato recibido | 8,5 |
| - Alojamiento | 8,4 |
| Grado de fidelidad: Porcentaje | 55,4% |
| Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA. | |