

Andalucía

Turismo del Resto de España en
Andalucía
Año 2014

Demanda Turística de Andalucía. Mercados Turísticos



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE TURISMO Y COMERCIO

TURISMO DEL RESTO DE ESPAÑA EN ANDALUCÍA

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Comercio

EDITA

Consejería de Turismo y Comercio
C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n
41092 Sevilla
correo-e: publicaciones.ctc@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 Comercio 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.

-

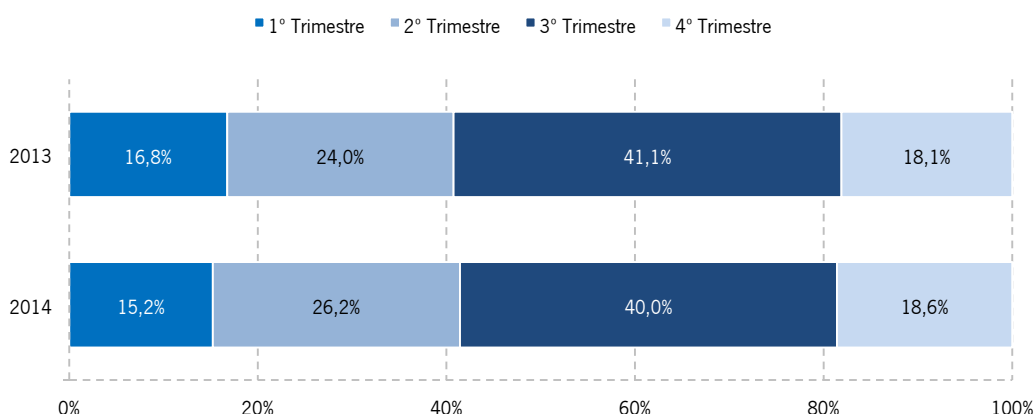
TURISMO DEL RESTO DE ESPAÑA EN ANDALUCÍA. AÑO 2014

En 2014, Andalucía ha recibido un total de **7,2 millones de turistas** procedentes del resto de España, lo que supone un **incremento del +6,5%** respecto al año 2013. 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 superior al registrado por los propios andaluces, siendo la tasa media de variación acumulada 1 punto superior (5,3% y 4,3%, respectivamente).

Los turistas procedentes del resto de España prefieren los meses más cálidos del año para visitar Andalucía, hecho destacado en el tercer trimestre donde se alcanza una cuota del 40%. No obstante, este porcentaje, junto con el del primer trimestre, ha descendido ligeramente a favor del segundo trimestre del año, registrando un incremento de la participación de +2,2 puntos.

Distribución trimestral del número de turistas según procedencia. Año 2014



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 (6,3 días), si bien ha descendido -0,3 días respecto a las noches de estancia registradas en 2013.

El **gasto en destino** se ha cifrado en 61,62 euros, lo que supone un desembolso superior al realizado por los andaluces (54 euros) y +0,88 euros superior al registrado en el año 2013. El principal concepto de gasto es la restauración (43,5%), siendo esta partida la que ha registrado el incremento más acusado respecto a 2013 (+3,9 puntos). El gasto en alojamiento supone el 27,4% del presupuesto, siendo este mercado el que dedica el mayor porcentaje a este concepto, por encima incluso de los turistas extranjeros.

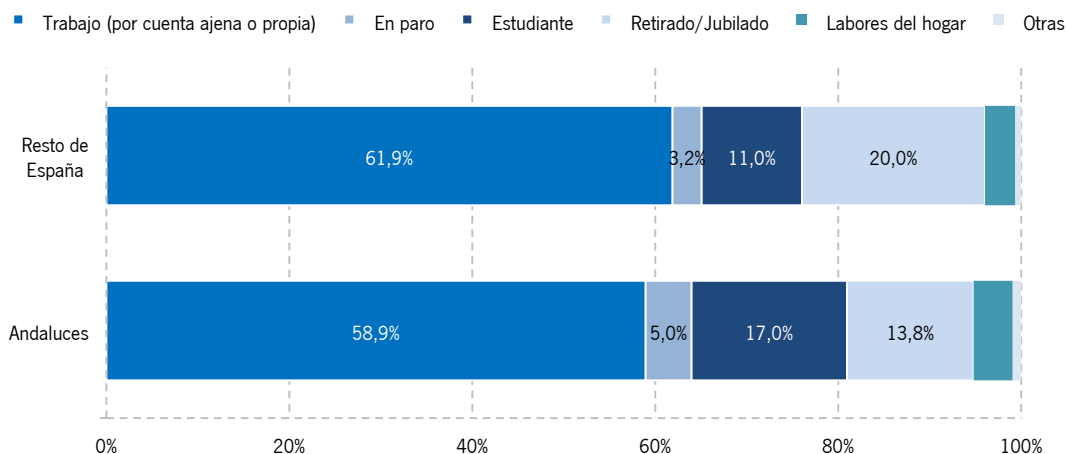
Distribución porcentual del gasto en destino por conceptos. Año 2014.

	Andaluces	Resto de España	Extranjeros
Transporte	8,7	10,1	14,6
Alojamiento	25,9	27,4	23,8
Compras alimentación	7,4	5,5	4,6
Compras no alimentación	7,9	7,9	9,2
Visitas organizadas, ocio, otros...	4,8	5,1	4,6
Alquiler coches	0,0	0,6	3,7
Comidas	45,2	43,5	39,4
Total	100,0	100,0	100,0

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

El **perfil sociodemográfico** del turista procedente del resto de España se identifica con una mayor participación de las mujeres frente a los hombres (52,3% y 47,7%, respectivamente). **El 78,9% de los turistas poseen una edad superior a los 30 años**, destacando aquellos que superan los 65 años, que representan un porcentaje más elevado incluso que el registrado por el de los turistas extranjeros pertenecientes a este tramo de edad (16,5%). La situación laboral más frecuente es la de poseer un trabajo remunerado (61,9%) y se sitúa por encima (+3 puntos) del porcentaje de turistas andaluces con esta misma situación laboral.

Estructura de edad. Turistas Andaluces, Resto de España y Extranjeros. Año 2014.



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

El **medio de transporte** utilizado por la mayoría de los turistas procedentes del resto de España es el coche (64,7%), seguido a gran distancia por el avión, cuya cuota de participación es de un 14%. Ambas tipologías han registrado ligeros descensos respecto a 2013, mientras que el tren ha registrado un incremento de +1,1 puntos respecto a dicho año.

La estancia de los turistas procedentes del resto de España se realiza en la mayoría de los casos en **alojamientos hoteleros** (67,7%), mientras que en el mercado andaluz, el 52,4% de los turistas se aloja en apartamentos.

Los turistas procedentes del resto de España **organizan su viaje** de forma particular, consolidando este comportamiento respecto a 2013 con un incremento de +3,2 puntos. La organización a través de clubs, asociaciones o empresas también han ganado importancia respecto a dicho año (+2,6 puntos).

Para este mercado, el **uso de internet** implica la realización de alguna reserva en el 69,2% de los casos y alguna compra online en el 31%, ambos porcentajes son superiores a los registrados por los turistas andaluces (62,1% y 21%, respectivamente). No obstante, ambas procedencias registran descensos en estas variables respecto al pasado año, más acusados en lo que se refiere a la compra a través de internet.

Ocho de cada diez turistas que visitan Andalucía lo han hecho **motivados** por el ocio, siguiéndole a larga distancia la visita a familiares y amigos (14,3%), que incrementa su participación respecto a 2013 en +3,8 puntos.

El clima y visitar monumentos son los principales factores por los que los turistas procedentes del resto de España **eligen** el destino andaluz (32,5% y 20,4%, respectivamente). También cabe destacar, con participaciones muy similares, los precios (15,6%) y las playas (14,5%), siendo este último porcentaje +3,9 puntos superior al registrado en 2013.

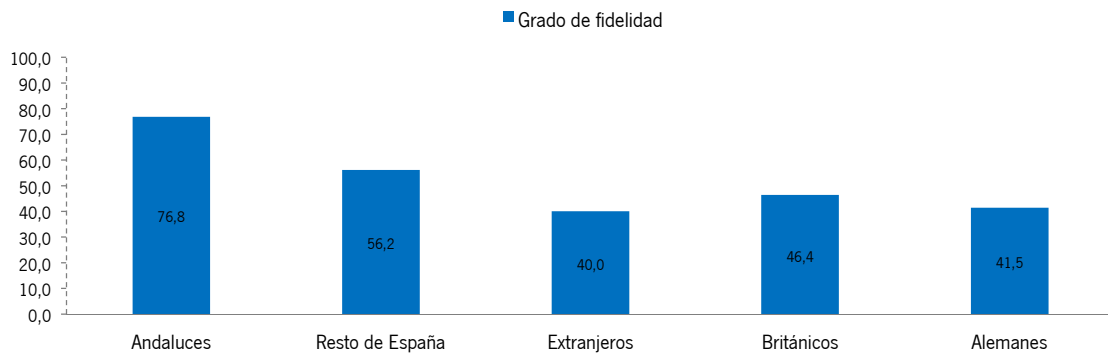
Una vez en destino, disfrutar de la playa (49,4%), observar la naturaleza (36,2%) y visitar monumentos y museos (33,4%) se constituyen como las **principales actividades** realizadas por los turistas procedentes del resto de España, similares en preferencia a las que registran los turistas andaluces pero con porcentajes de participación más altos.

La **valoración media** otorgada al destino andaluz ha sido de 8,2 puntos, manteniéndose prácticamente constante respecto a la registrada en 2013. 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 (8,6 puntos), ligeramente superior a la registrada el pasado año.

En 2014, la experiencia propia ha sido la principal forma de **conocer el destino**, si bien este medio ha registrado un descenso de -3,8 puntos respecto a 2013 a favor de los familiares y amigos (+2,3 puntos), que con una participación del 24,8%, se consolidan como un excelente canal de promoción del destino andaluz.

Los turistas andaluces son los que registran un mayor grado de repetición de la visita al destino andaluz, seguidos por aquellos procedentes del resto de España que en el 56,2% de los casos ya visitaron Andalucía en 2013. Este porcentaje, es superior al registrado por los turistas extranjeros que visitan el destino andaluz (40%).

Grado de fidelidad al destino turístico andaluz. Año 2014



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

Tabla resumen: Perfil del turista del resto de España en Andalucía. Año 2014.

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2014 (millones)	7,2
Gasto medio diario en destino: euros	61,62
Estancia media: Número de días	8,5
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	40,0%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Mujer	52,3%
Edad: De 30 a 44 años	31,0%
Situación laboral: Ocupado	61,9%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: Alojamiento hotelero	67,7%
Principal medio de transporte: Coche	64,7%
Uso de intermediarios: Porcentaje	15,0%
Uso de internet: Porcentaje	43,6%
Para qué utilizó internet: Reserva	69,2%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Clima: Porcentaje	32,5%
- Visita a monumentos: Porcentaje	20,4%
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	68,2%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa: Porcentaje	49,4%
- Observación de la naturaleza: Porcentaje	36,2%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,2
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Atención y trato recibido	8,6
- Patrimonio cultural, infraestructura de golf	8,5
Grado de fidelidad: Porcentaje	56,2%

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