



MINISTERIO  
DE INDUSTRIA,  
TURISMO Y  
COMERCIO

SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO Y COMERCIO  
SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO



INSTITUTO DE ESTUDIOS  
TURÍSTICOS

ESPAÑA

# ANDALUCÍA

## TURISMO INTERIOR

### AÑO 2003





# ÍNDICE

## I. NOTA METODOLÓGICA

1.1	INTRODUCCIÓN: UN NUEVO ENFOQUE	P. 5
1.2	METODOLOGÍA	P. 7
1.3	GLOSARIO DE TÉRMINOS	P. 9

## II. ANDALUCÍA. TURISMO INTERIOR 2003

2.1	INTRODUCCIÓN	P. 15
2.2	COMPORTAMIENTO Y PERFIL DE LOS TURISTAS	P. 16
2.3	PRECIOS	P. 29

## III. TABLAS



# I. NOTA METODOLÓGICA

## 1.1 INTRODUCCIÓN: UN NUEVO ENFOQUE

El informe que a continuación se presenta, pretende ser una fotografía estructural de Andalucía como destino turístico durante el año 2003.

Este tipo de informe, elaborado a partir de las principales fuentes estadísticas del Sistema Español de Estadísticas de Turismo del Instituto de Estudios Turísticos, tiene un marcado carácter innovador si tenemos en cuenta la nueva perspectiva desde la que se aborda, el volumen de información que contiene y la posibilidad de representarlo gráficamente.

Según la Organización Mundial del Turismo (1998), existen tres perspectivas diferentes para abordar el estudio del turismo. Por un lado el estudio del **Turismo Nacional**, que sería todo el turismo realizado por los residentes en España, tanto dentro (turismo interno) como fuera de nuestro país (turismo emisor). Por otro, el estudio del **Turismo Internacional**, que hace referencia tanto al turismo realizado por los residentes en España fuera de nuestras fronteras (turismo emisor) como al de los extranjeros que visitan nuestro país (turismo receptor). Por último, nos encontraríamos con el estudio del **Turismo Interior**, que es el turismo realizado dentro de las fronteras españolas, y en particular en cada una de las Comunidades Autónomas, ya sea por los propios residentes (turismo interno) o por visitantes ajenos al país (turismo receptor).

Hasta el momento, los análisis realizados por el Instituto de Estudios Turísticos, han girado en torno a sus dos principales encuestas, **Familitur** (Estadística de Movimientos Turísticos de los Españoles), desde la que se aborda el estudio del Turismo Nacional, y **Frontur** (Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras), desde la que se aborda el estudio del Turismo Internacional.

Este informe trata de analizar el turismo en los diferentes destinos en España desde una tercera perspectiva no tratada hasta el momento, la del Turismo Interior. Esta nueva forma de análisis permitirá tener una visión global de los diferentes destinos turísticos españoles, analizando las principales características y pautas de

comportamiento del turismo que reciben, tanto de dentro como de fuera de nuestras fronteras.

El objetivo de este informe es, por lo tanto, suministrar la máxima información posible sobre el **turismo interior** (españoles y extranjeros) en Andalucía.

Todo esto ha sido posible gracias al gran volumen de información de la que dispone el Instituto de Estudios Turísticos (IET), proveniente tanto de sus fuentes primarias (Familitur, Frontur y Egatur) como otras fuentes secundarias (INE, Ministerio de Trabajo, etc.). Todas ellas se recopilan, se analizan y se publican en la Web a partir de su base de datos relacional *datatur* (Sistema de Información de Estadísticas Turísticas) que permite capturar y depurar los datos de una forma más eficiente, al tiempo que permite realizar múltiples cruces de variables gracias a su estructura multidimensional.

Este tipo de análisis resulta interesante para recoger información estructural, de carácter anual, que ayude a conocer de cerca el turismo en nuestro país, tanto a nivel nacional como a un nivel regional. Los principales resultados que de él se deriven, pueden ayudar a vislumbrar posibles problemas, reorientar estrategias, potenciar determinadas vertientes del negocio, maximizar inversiones, etc. En resumen, puede ser un instrumento de gran utilidad que sirva de apoyo para la toma de decisiones de los diferentes agentes implicados en el sector turístico.

## 1.2 METODOLOGÍA

Para la elaboración de este estudio ha sido necesario el compendio y la fusión de las siguientes fuentes estadísticas:

- Movimientos Turísticos en Fronteras (**Frontur**). *Instituto de Estudios Turísticos*
- Movimientos Turísticos de los Españoles (**Familitur**). *Instituto de Estudios Turísticos*
- **Encuestas de Ocupación**. *Instituto Nacional de Estadística*
- **Índice de Precios de Consumo**. *Instituto Nacional de Estadística*

Las estadísticas utilizadas en el presente informe de Turismo Interior son las principales fuentes de información que forman parte del Sistema Nacional de Estadísticas de Turismo. Desde la óptica de la demanda estas fuentes estadísticas son Familitur y Frontur, elaboradas por el Instituto de Estudios Turísticos. Desde la óptica de la oferta las estadísticas básicas son las Encuestas de Ocupación en Alojamientos Turísticos, responsabilidad del Instituto Nacional de Estadística.

### Utilización de las estadísticas

En estas tablas sólo se han incluido variables que, por un lado, estaban recogidas en todas las estadísticas y, por otro, estaban medidas de igual forma, de manera que contuviesen exactamente el mismo tipo de información, es decir, que fuesen totalmente equivalentes. Por ello, se han excluido del análisis variables que, a pesar de su interés por la información que pudieran aportar, no se les ha encontrado su equivalente en otras estadísticas para ser comparadas o sumadas.

La principal diferencia entre las estadísticas elaboradas por el Instituto de Estudios Turísticos (*Frontur y Familitur*) y por el Instituto Nacional de Estadística (*Encuestas de Ocupación*) es que las primeras se dirigen a la demanda mientras que las segundas obtienen la información por el lado de la oferta.

*Frontur* es una encuesta realizada a los viajeros en fronteras, y cuantifica el número de visitantes extranjeros que entran en España, es decir, mide entradas de personas residentes en el extranjero. Los visitantes se clasifican en turistas y en excursionistas, dependiendo de si pernoctan en España (turistas) o vienen únicamente a pasar el día (visitantes de día o excursionistas). Además, *Frontur* pregunta a los turistas por todos los tipos de alojamiento, tanto de uso particular como colectivo e identifica si son legales o ilegales.

La variable “viajes” de *Familitur* es la equivalente a la variable “turistas” de *Frontur*; efectivamente, el concepto de “viajes” que se utiliza en *Familitur* se refiere a viaje-viajero, es decir, si un individuo efectúa 5 viajes durante el periodo de referencia, será un “viajero”, pero contará como 5 viajes. En *Frontur*, los “turistas” son personas que entran en España y que, además, pernoctan. Al igual que ocurre con los “viajes” de *Familitur*, se puede estar contando varias veces a una misma persona. Tanto los “viajes” de *Familitur* como los “turistas” de *Frontur* miden desplazamientos de personas que pernoctan.

La información de Familitur ofrecida en este estudio se ofrece en dos bases distintas: viajes totales y viajes turísticos.

Los viajes totales incluyen todos los desplazamientos con al menos una pernoctación efectuados fuera del entorno habitual<sup>1</sup>. Los viajes turísticos son el resultado de excluir del total de los viajes aquellos viajes recurrentes de corta duración a la segunda residencia (CD2R). Este tipo de viajes de CD2R, que suelen coincidir con los fines de semana, tiene unas características comunes y, por otro lado, muy diferenciadas a las del resto de los viajes que, en algunas ocasiones, no aportan ninguna información a la hora de efectuar determinados análisis.

La mayoría de las tablas que aquí se ofrecen toman como base para ofrecer la información los viajes totales, únicamente se toma como base a los viajes turísticos (es decir, se excluyen los de corta duración a segunda residencia) cuando se efectúa el análisis de la forma de organización. Por las características intrínsecas de los viajes de CD2R, nunca llevan asociado un paquete turístico y no tiene ningún sentido su análisis en este tipo de viajes.

---

<sup>1</sup> Definición de “viaje” según la Directiva 95/57/EC sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo

La Encuesta de Ocupación Hotelera mide entradas en hoteles, es decir, el número de viajeros (españoles y extranjeros) que se alojan en hoteles, y que por tanto pernoctan en ellos. La información la facilitan los propios hoteles y no los turistas como en el caso de Frontur y Familitur. Conviene puntualizar que si un viajero se aloja en dos hoteles diferentes, a efectos de la encuesta contará como dos viajeros. El marco de la encuesta son los hoteles, es decir, no se contempla ningún otro medio de alojamiento.

Por lo tanto, los “viajeros” de la Encuesta de Ocupación Hotelera se asimilan a los “turistas” de Frontur (alojados en hoteles) y a los “viajes” de Familitur (con estancia en hoteles).

## Variables

De esta forma, las **variables incluidas** en el estudio para su consiguiente análisis han sido las siguientes:

- origen
- destino
- sexo
- edad
- motivo del viaje
- transporte utilizado
- tipo de alojamiento
- organización del viaje
- turistas
- pernoctaciones
- estancia media
- alojamientos turísticos
- plazas
- IPC

## Tabulación e Indicadores

La elección del cruce de unas variables por otras<sup>2</sup>, viene determinado por la información de interés que pueda aportar a nuestro estudio, dando como resultado el siguiente **plan de tabulación**:

- 1- número de **turistas** con destino a Andalucía por lugar de **origen**.
- 2- número de **turistas** con destino a Andalucía por **temporada**.
- 3- número de **turistas** con destino a Andalucía por **mes**.
- 4- número de **turistas** con destino a Andalucía, según el medio de **transporte** utilizado para acceder al destino.
- 5- número de **turistas** con destino a Andalucía según **motivo del viaje**.
- 6- número de **turistas** con destino a Andalucía, según la **organización del viaje**.
- 7- número de **turistas** con destino a Andalucía, número de **pernoctaciones** y **estancia media**, según **tipo de alojamiento** (Frontur, Familitur).
- 8- número de **turistas** con destino a Andalucía, **número de pernoctaciones** y **estancia media**, según **tipo de alojamiento** (INE).
- 9- oferta de **alojamientos** turísticos en Andalucía, **plazas ofertadas** y **grado de ocupación**, según **tipo de alojamiento**.
- 10- número de **turistas** con destino a Andalucía según **sexo** y **edad**.
- 11- Índice de **Precios de Consumo** en Andalucía por **rúbricas** (Turismo y Hostelería) y por **subgrupos**.

---

<sup>2</sup> Además, en todas las tablas los datos están cruzados por la variable *origen*, en función de si los turistas son nacionales o extranjeros

En cada una de estas tablas, se incluyen los siguientes **indicadores**:

	absolutos	%	% Total Transporte	% sobre Origen	% Total Nacional
<b>COCHE</b>	17.930.760	100,0	67,4		15,3
Nacionales	16.804.682	93,7	63,1	87,6	15,8
Extranjeros	1.126.078	6,3	4,2	15,1	10,5
<b>TOTAL</b>	<b>26.620.085</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>		<b>15,4</b>
Nacionales	19.183.228	72,1	72,1	100,0	15,9
Extranjeros	7.436.856	27,9	27,9	100,0	14,3

**Absolutos:** número de elementos en cada categoría.

ejemplo: 17.930.760 de turistas accedieron al destino turístico en coche.

**%:** recoge el peso del origen (si son turistas nacionales o extranjeros) en cada categoría de la variable

ejemplo: del total de turistas que acceden al lugar de destino en coche, el 93,7% son nacionales y el 6,3% extranjeros.

**% Total (variable):** representa el peso de cada categoría sobre el total de categorías de la variable.

ejemplo: del total de turistas un 67,4% eligen el coche como medio de transporte para acceder al destino.

**% sobre Origen:** cuantifica el peso de cada categoría sobre el total de origen.

Ejemplo: del total de turistas nacionales, un 87,6% accedieron al destino en coche, mientras que este medio de transporte tan sólo fue elegido por un 15,1% de los extranjeros.

**% sobre Total Nacional:** peso de la categoría sobre el total nacional.

ejemplo: del total de turistas que acceden a España en coche, el 15,3% lo hacen con destino a Andalucía.



## 1.3 GLOSARIO DE TÉRMINOS

### Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur)

**Organismo elaborador:** Instituto de Estudios Turísticos

- **Turista**

Un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado. (Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo – OMT/Naciones Unidas – 1993).

- **Paquete turístico**

Producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento y transporte), por el que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.

### Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur)

**Organismo elaborador:** Instituto de Estudios Turísticos

- **Viaje**

Se considera viaje a los desplazamientos fuera del entorno habitual con al menos una pernoctación, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos. Quedan excluidos los viajes en el mismo día, los desplazamientos al lugar de trabajo y aquellos viajes que supongan una residencia superior a 12 meses consecutivos. Se excluyen de esta definición aquellos viajes realizados por personas para las que viajar es parte de su trabajo cotidiano (la tripulación de aviones, conductores, representantes, etc.). (Directiva 95/57/CE del Consejo de 23 de noviembre de 1995 sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo).

- **Viajes turísticos**

Se consideran los viajes de larga duración a segunda residencia y el resto de los viajes, tanto de corta como de larga duración, en los que el tipo de alojamiento utilizado no ha sido la segunda residencia.

- **Pernoctación**

Una pernoctación corresponde a cada una de las noches que un viajero permanece o está registrado en un establecimiento de alojamiento colectivo o en un alojamiento turístico privado, siendo innecesaria su presencia física.

- **Estancia media**

Número medio de pernoctaciones en cada viaje.

- **Tipos de alojamiento**

Se consideran como **hoteles o similares** los hoteles de todas las categorías, los hostales, las pensiones y los complejos turísticos.

Se entiende como **vivienda gratuita** aquélla por la que no se paga renta, por lo que se incluyen bajo este nombre las viviendas de familiares o amigos, las viviendas en propiedad y las viviendas en multipropiedad (régimen de tiempo compartido).

La **vivienda alquilada** incluye tanto la alquilada a través de una agencia como aquella que se alquila directamente a los particulares.

Dentro de **otros alojamientos** se incluye el camping o caravana, los alojamientos especializados y las casas rurales.

- **Temporadas**

La información sobre temporadas que se ofrecen en las tablas obedecen a las temporadas turísticas que se utilizan normalmente en los análisis del Instituto de Estudios Turísticos.

La temporada de **primavera** incluye los viajes de febrero, marzo, abril y mayo, lo que quiere decir que siempre incluye los viajes efectuados durante la Semana Santa.

La temporada de **verano** incluye los viajes efectuados en junio, julio, agosto y septiembre.

La temporada de **invierno** recoge todos los viajes realizados en octubre, noviembre, diciembre y enero, de tal modo que incluye todos los viajes efectuados durante las Navidades.

## Encuestas de Ocupación

**Organismo elaborador:** Instituto Nacional de Estadística

A continuación se ofrecen las definiciones comunes a todas las encuestas de Ocupación elaboradas por el Instituto Nacional de Estadística: Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), Encuesta de Ocupación en Acampamentos (EOAC), Encuesta de Ocupación en Apartamentos (EOAP), Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural (EOTR). Posteriormente se ofrecen las definiciones específicas de cada una de ellas.

- **Viajeros**

Todas aquellas personas que realizan una o más pernoctaciones seguidas en el mismo alojamiento.

- **Pernoctaciones**

Se entiende por pernoctación cada noche que un viajero se aloja en el establecimiento.

- **Estancia media**

Aproximación al número medio de días que los viajeros permanecen en los establecimientos turísticos. Se obtiene como cociente entre el número de pernoctaciones y el de viajeros.

- **Grado de ocupación por plazas**

Relación, en porcentaje, entre el total de las pernoctaciones y el producto de las plazas incluyendo las camas supletorias por los días a que se refieren las pernoctaciones.

## **Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)**

### **- Establecimientos hoteleros:**

Son todos los establecimientos hoteleros inscritos como tales en el correspondiente registro de las Consejerías de Turismo de cada Comunidad Autónoma.

Son establecimientos hoteleros aquellos establecimientos que prestan servicios de alojamiento colectivo mediante precio con o sin otros servicios complementarios (hotel, hotel-apartamento o apartahotel, motel, hostel, pensión,...).

## **Encuesta de Ocupación en Acampamentos (EOAC)**

### **- Camping**

Son todos los establecimientos de acampamentos inscritos como tales en el correspondiente registro de las Consejerías de Turismo de cada Comunidad Autónoma.

Se entiende por Acampamentos de Turismo, también denominados "Campings", aquellos espacios de terreno debidamente delimitados, dotados y acondicionados, destinados a facilitar a las personas, de modo habitual y mediante el pago de un precio estipulado, un lugar para hacer vida al aire libre durante tiempo limitado con fines vacacionales o turísticos y utilizando como residencia, albergues móviles, caravanas, tiendas de campaña u otros elementos similares fácilmente transportables.

### **- Capacidad de un acampamento**

En acampamentos o campings, el número de plazas corresponde a su capacidad autorizada en personas.

### **- Grado de ocupación por parcela**

Es la relación, en porcentaje, entre la media diaria de parcelas ocupadas en el mes y las disponibles en el camping en el mismo período.

## **Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos (EOAT)**

### **- Apartamentos**

Son todos los establecimientos de apartamentos turísticos y empresas explotadoras de apartamentos turísticos, inscritos como tales en las correspondientes Consejerías de Turismo de cada Comunidad Autónoma de acuerdo con las definiciones que de dichos alojamientos figuran en las distintas normativas autonómicas. Se entiende por establecimiento de apartamentos turísticos toda unidad productora cuya actividad exclusiva o principal es la de alojamiento de turistas, distribuidos en unidades amuebladas (apartamentos, chalets, villas, bungalows..). Se considera apartamento turístico (unidad) al inmueble cuyo uso se cede en alquiler de modo habitual para hospedaje ocasional.

### **- Plazas de un establecimiento o empresas explotadora de apartamentos turísticos**

El número de plazas equivale al número de camas fijas; no se incluyen, por tanto las supletorias, y las de matrimonio darán lugar a dos plazas.

### **- Grado de ocupación por apartamentos**

Es la relación, en porcentaje, entre el total de los apartamentos ocupados y el producto de los apartamentos disponibles por los días a los que hace referencia la encuesta.

## **Encuesta de Ocupación en Turismo Rural (EOTR)**

### **- Alojamientos rurales**

Se consideran alojamientos rurales, aquellos establecimientos o viviendas destinadas al alojamiento turístico mediante precio, con o sin otros servicios complementarios y que estén inscritos en el correspondiente Registro de Alojamientos Turísticos de cada Comunidad Autónoma. Estos establecimientos suelen presentar unas características determinadas:

a) están situados en un medio rural,

b) son edificaciones con una tipología arquitectónica propia de la zona o están situados en fincas que mantienen activas explotaciones agropecuarias (agroturismo), y

c) ofrecen un número de plazas y habitaciones para el alojamiento de huéspedes limitado, además de reunir ciertos requisitos de infraestructura y dotaciones básicas.

- **Grado de ocupación por habitaciones**

Relación, en porcentaje, entre la media diaria de habitaciones ocupadas en el mes y el número total de habitaciones de la muestra en el mismo periodo.

## Índice de Precios de Consumo

**Organismo elaborador:** Instituto Nacional de Estadística

Descripción de la rúbrica 56 Turismo y Hostelería:

La ponderación de esta rúbrica a nivel nacional es de un 116,462 por mil.

Comprende las siguientes subclases del IPC:

830.A Restaurantes, bares y cafeterías (104,255 ‰). Incluye los servicios de restaurantes, bares, cafeterías, comedor escolar y comidas en el centro de trabajo.

831.A Hoteles y Otros alojamientos. (5,314 ‰) incluye las estancias en hoteles, hostales, camping y otros alojamientos. Gastos de alojamiento y alimentación en Colegios Mayores, Menores, Residencias Universitarias, etc. Asimismo incluye el alquiler de chalets, apartamentos, bungalows, etc., por periodos inferiores a tres meses.

840.A Servicios Turísticos. (6,893 ‰). contiene los viajes organizados todo incluido.

## II. TURISMO INTERIOR ANDALUCÍA 2003

### 2.1 INTRODUCCIÓN

Durante el año 2003 Andalucía, con un total de 27,5 millones de turistas, es el segundo destino turístico de España, recibiendo el 15,5% de los turistas españoles y extranjeros. El turismo que recibe la Comunidad tiene un marcado carácter nacional ya que el 72,4% de los turistas que recibe residen en España. En cuanto a los extranjeros, el Reino Unido constituye el segundo mercado emisor más importante para Andalucía. La Comunidad recibe al grueso de los turistas a lo largo de la temporada de verano, especialmente durante el mes de agosto. El disfrute de vacaciones y la práctica de actividades de ocio es el principal motivo por el que los turistas viajan a Andalucía, eligiendo en su mayoría (68,8%) el coche como medio de transporte para acceder al destino.

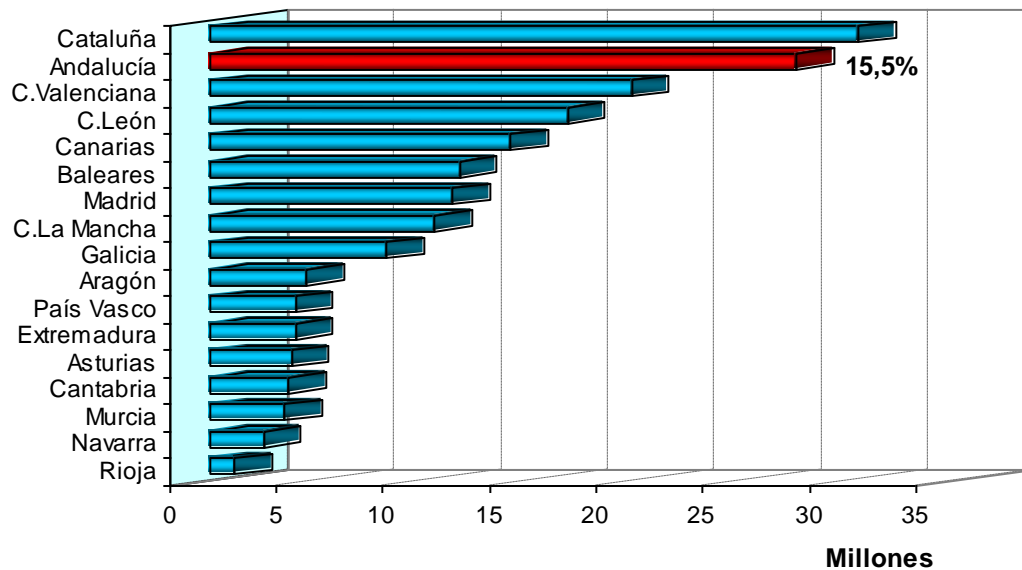
Andalucía es la tercera Comunidad que más plazas regladas oferta para el alojamiento turístico, ofreciendo el 14,7% del total de plazas disponibles a nivel nacional y siendo estas en su mayoría plazas hoteleras (no hay datos sobre las plazas en alojamientos no reglados). Sin embargo, el alojamiento turístico más demandado por los turistas que viajan a la Comunidad es la vivienda gratuita, elegida en un 65,7% de los casos. La estancia media de los turistas que se alojaron en la Comunidad fue de 6,8 noches.



## 2.2 COMPORTAMIENTO Y PERFIL DE LOS TURISTAS

Durante el año 2003 Andalucía recibe un total de **27,5 millones** de **turistas**. Este volumen de turistas sitúa a la Comunidad como el segundo destino turístico de España después de Cataluña, representando el **15,5%** del total de turismo interior en España.

**Volumen Turismo Interior (españoles y extranjeros) por Comunidades Autónomas.**



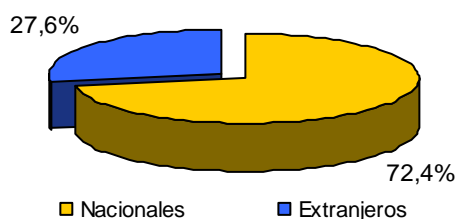
Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). IET.  
(2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET  
Base: Viajes Totales

El turismo que recibe Andalucía tiene un marcado carácter nacional, ya que de los 27,5 millones de turistas que recibe, **19,8 millones** (el **72,4%**) residen en **España**. Con estas cifras, Andalucía se presenta durante el año 2003 como la Comunidad Autónoma que mayor volumen de turistas españoles recibe, albergando al **15,9%** de los turistas nacionales.

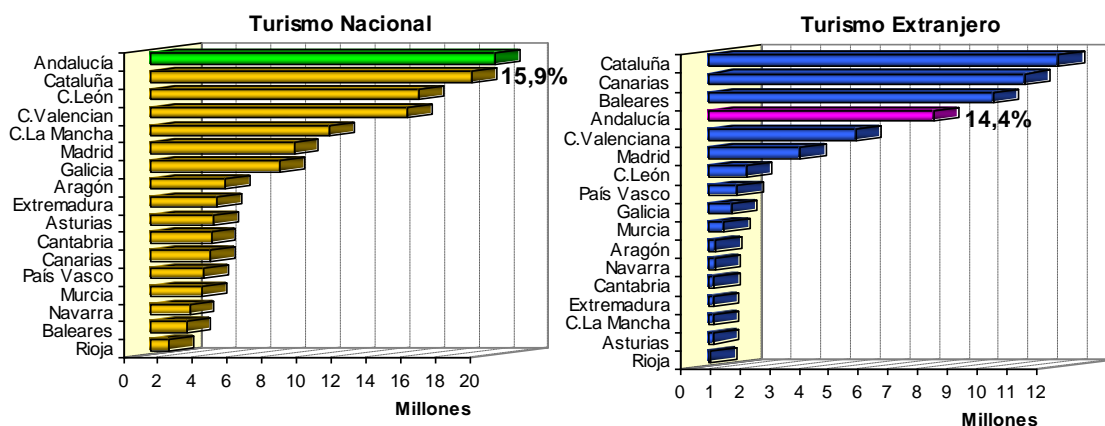
El **27,6%** de los **turistas** que recibe la Comunidad proceden de países **extranjeros**, lo que supone un total de **7,6 millones** de turistas. Durante el año 2003 Andalucía se sitúa como la **cuarta** Comunidad receptora de turismo extranjero, detrás de Cataluña, Canarias y Baleares, representando el **14,4%** del total de turistas extranjeros que recibe nuestro país.

Este claro predominio del turismo nacional influye directamente en las características y comportamiento de los turistas, ya que por lo general se observan diferencias de comportamiento entre las comunidades en las que predominan el turismo nacional y en las que predominan el turismo extranjero.

**Turistas Nacionales y Extranjeros con destino a Andalucía.  
Año 2003**



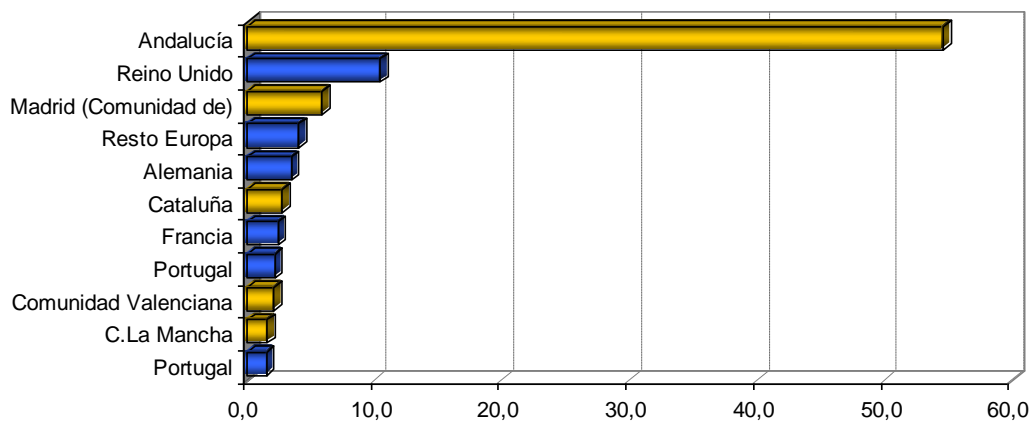
**Ranking Comunidades Autónomas. Año 2003**



Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar). IET.  
(2) Movimientos Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET  
Base: Viajes Totales

De los 27,5 millones de turistas que recibe Andalucía durante el año 2003, casi **15 millones** proceden de la propia Comunidad, es decir, los propios **andaluces** se sitúan como el principal **mercado** de la Comunidad, representando el **54,6%** de los mismos. El segundo mercado emisor, y a una gran distancia, lo constituye el **Reino Unido**, proporcionando el **10,4%** de todos los turistas que recibe la Comunidad. El resto de turistas provienen de Madrid (5,9%) o Alemania (3,4%).

**Principales mercados emisores. Destino Andalucía  
Año 2003**

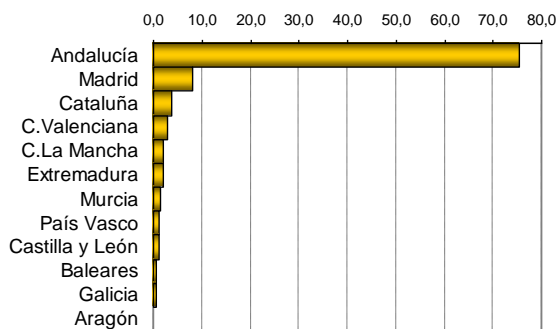


Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). IET.  
 (2) Movimientos Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET  
 Base: Viajes Totales

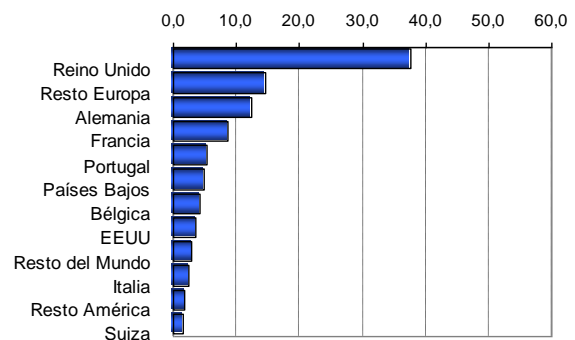
El principal **mercado nacional** a Andalucía es la propia Comunidad Autónoma, de la cuál proceden el 72,4% de los turistas nacionales en la Comunidad. El resto de españoles proceden principalmente de las Comunidades Autónomas de Madrid (8,1%), Cataluña (3,7%) y la Comunidad Valenciana (2,8%).

En cuanto al **turismo extranjero**, el Reino Unido es el país que más turistas extranjeros emite a Andalucía (37,7%). El segundo mercado extranjero con destino a Andalucía lo constituye Alemania con un 12,4%. A éste le siguen Francia y Portugal con un peso de 8,6% y 5,3% respectivamente. El 93,8% de los turistas extranjeros procede de países europeos.

**Mercados emisores nacionales  
Destino Andalucía 2003**



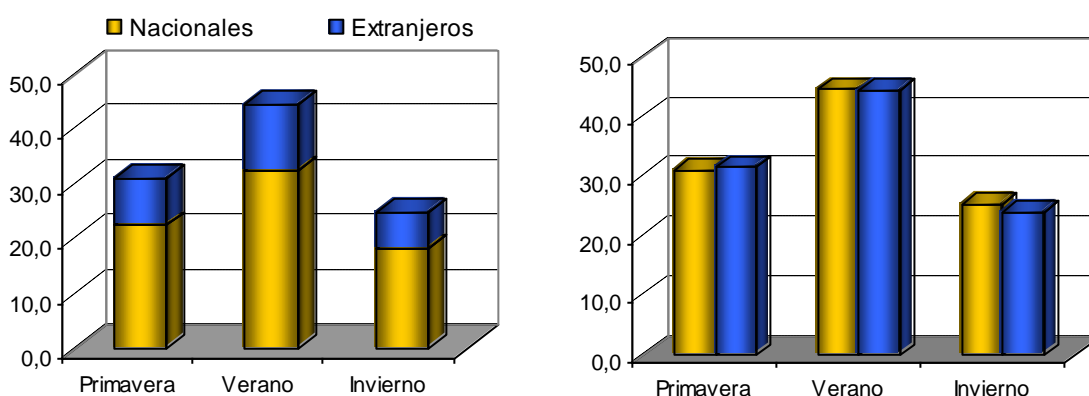
**Mercados emisores extranjeros  
Destino Andalucía 2003**



Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). IET.  
 (2) Movimientos Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET  
 Base: Viajes Totales

La **temporada** en la que la Comunidad Autónoma de Andalucía recibe más turistas es el **verano**. Durante esta época del año Andalucía recibe el **44,6%** del total de turistas del año. La segunda temporada más elegida por los turistas para viajar a Andalucía es la primavera, preferida por un 31,1% de los mismos, mientras que durante el invierno se recibe el 24,9% de turistas del año. No hay diferencias significativas en función de la procedencia de los turistas.

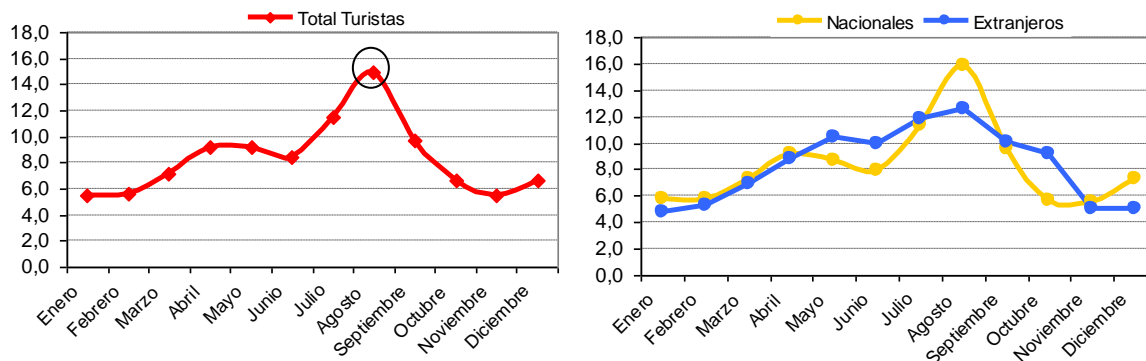
**Destino Andalucía 2003**  
**Distribución de Turistas por Temporada. Preferencias según Origen.**



Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar). IET.  
 (2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET  
 Base: Viajes Totales

**Agosto** es el mes en el que la Comunidad recibe a un mayor volumen de turistas (**15%**), mientras que enero, febrero y noviembre son los meses que menos turismo reciben, con una proporción de 5,5%, 5,6% y 5,4% respectivamente.

**Distribución de turistas por meses. Preferencias según Origen**  
**Destino Andalucía. Año 2003**



Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar). IET.  
 (2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET  
 Base: Viajes Totales

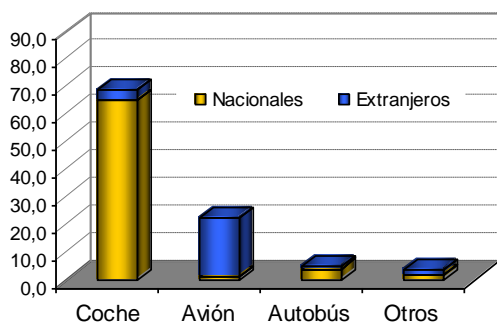
En el gráfico de distribución de Turistas por meses se puede observar que la distribución de los turistas extranjeros a lo largo del año es más homogénea que la de los turistas nacionales.

Se podría decir que los turistas nacionales tienen un comportamiento más estacional, ya que tienden a concentrarse en los meses más importantes de la temporada de verano (julio, agosto y septiembre). Por el contrario, en el turismo extranjero se observa un comportamiento más desestacionalizado, distribuyéndose de una forma más homogénea a lo largo de todos los meses del año.

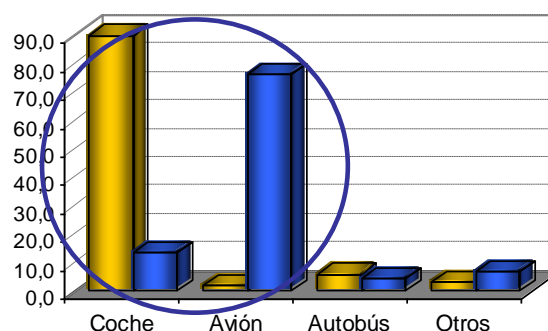
El **medio de transporte** más utilizado por los turistas que viajan a Andalucía es el **coche**, elegido por un **68,8%** de los mismos (18,9 millones). El segundo medio de transporte más utilizado es el **avión** con un **22,2%**, seguido del autobús (5,2%) y de otros medios de transporte (3,9%).

#### Destino Andalucía 2003

**Turistas según Medio de Transporte**



**Preferencias según Origen**

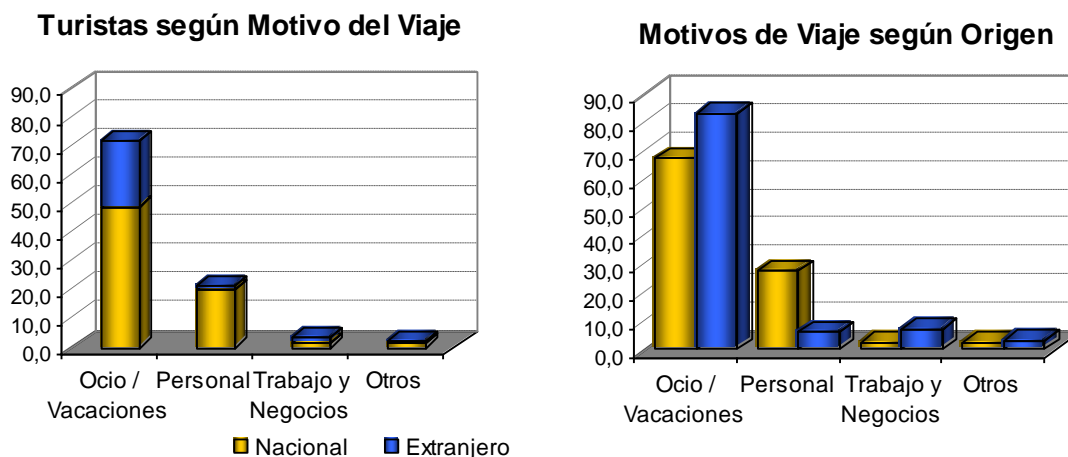


Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). IET.  
 (2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET  
 Base: Viajes Totales

En relación a la elección de un tipo u otro de transporte se observan diferencias muy significativas entre los turistas nacionales y los extranjeros. Mientras que el 89,9% de los turistas nacionales llegan en coche, el avión es el medio de transporte preferido de los turistas extranjeros, elegido por el 76% de éstos. La opción “otros medios de transporte” entre los que se incluye el barco, también tiene un mayor peso entre los turistas extranjeros que entre los españoles.

El principal **motivo** que lleva a los turistas a viajar a Andalucía es el disfrute de **ocio y vacaciones**, mencionado por el 72% de los mismos, a éste le siguen motivos relacionados con temas personales (21,7%), motivos relacionados con el trabajo (3,6%) y otro tipo de motivos –estudios, religiosos, etc- (2,6%).

### Destino Andalucía 2003



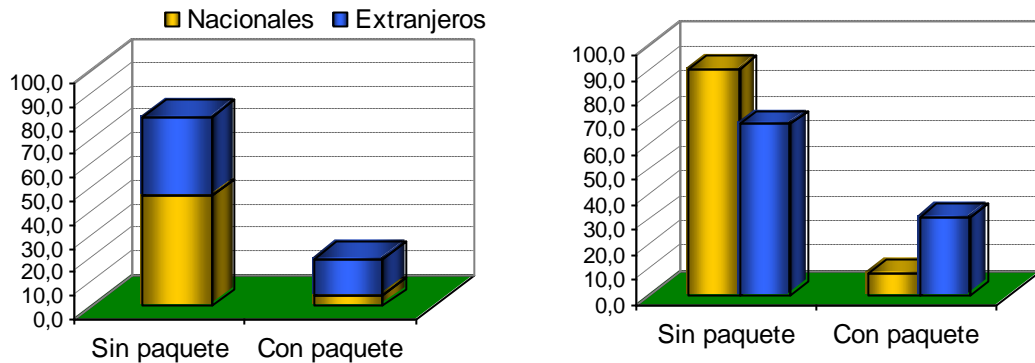
Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). IET.  
 (2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET  
 Base: Viajes Totales

Aunque para los turistas nacionales el ocio sea el principal motivo para viajar a Andalucía (67,7%), también adquieren un peso importante los motivos personales (visitas a familiares o amigos, etc.) representando el 27,7%. Sin embargo, entre los turistas extranjeros el ocio aparece casi como el único motivo, con un 83,4%. Si bien el motivo de trabajo y negocios tiene escaso peso entre los motivos (3,6%), su importancia es mayor entre los extranjeros (7,0%) que entre los nacionales (2,3%).

En cuanto a la **organización del viaje**, el 79,8% de los turistas que viajan a Andalucía durante el año 2003 lo hacen sin paquete turístico, mientras que el 19,6% de los turistas viajan con paquete. De los 3,1 millones de turistas que sí contratan un paquete turístico antes de viajar al destino, el 77,5% son extranjeros. A pesar de que tanto entre turistas nacionales como extranjeros lo más frecuente es viajar a Andalucía sin contratar paquetes turísticos, éstos tienen un mayor peso entre los turistas extranjeros, siendo contratados por un 31,3% de los mismos, mientras que tan sólo un 8,6% de los turistas nacionales viajan a Andalucía con paquete turístico.

## Destino Andalucía 2003

### Turistas según la Organización del Viaje      Organización del viaje según Origen

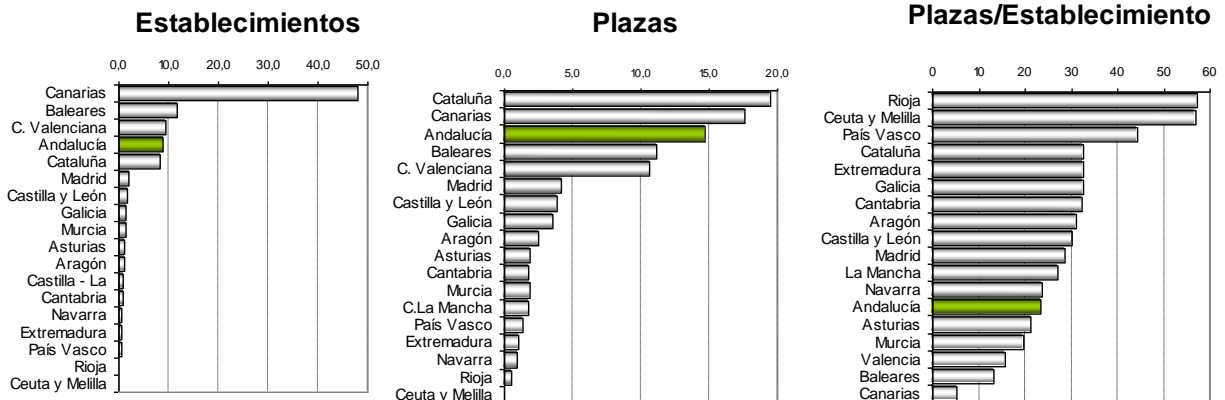


Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). IET.  
 (2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET  
 Base: (\*) *Viajes Turísticos*

En lo que respecta a la **oferta de alojamientos turísticos**, según el Instituto Nacional de Estadística Andalucía ofrece durante el año 2003 un total de **13.059 establecimientos**, representando el 8,8% de la oferta total de establecimientos a nivel nacional. Esto sitúa a Andalucía como la cuarta Comunidad Autónoma con más establecimientos registrados para el alojamiento turístico, detrás de Canarias, Baleares y la Comunidad Valenciana y por encima de Cataluña.

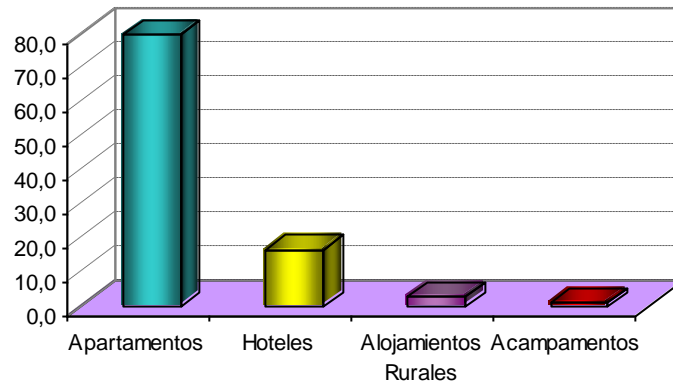
Los **alojamientos turísticos** que oferta Andalucía tienen la siguiente distribución: de los 13.059 establecimientos el 79,6% son apartamentos (10.399), el 16,5% son hoteles y establecimientos similares (2.161), los alojamientos rurales representan el 2,9% (380), y los que menos peso tienen son los acampamentos con un 0,9% (120).

### Ranking Oferta Alojamientos sobre el Total Nacional.



Fuente: Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos.  
 Instituto Nacional de Estadística (INE).

### Oferta de Alojamientos Turísticos en Andalucía Año 2003

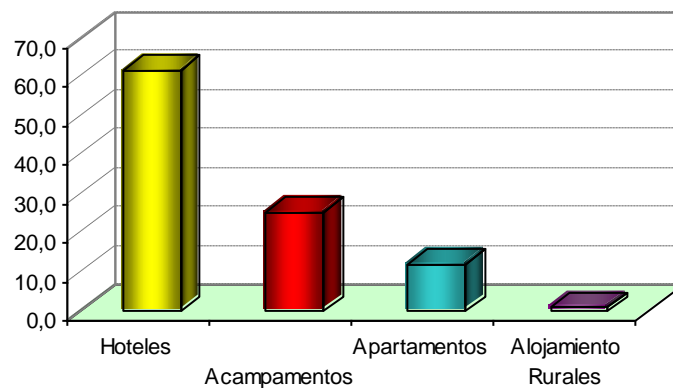


Fuente: Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos.  
Instituto Nacional de Estadística (INE).

En cuanto al número de plazas, Andalucía oferta durante el año 2003 un total de **306.818 plazas**, representando el 14,7% de la oferta total de plazas a nivel nacional. De esta forma Andalucía se sitúa como la tercera Comunidad Autónoma que más plazas ofrece en España detrás de Cataluña y Canarias y por encima de otras Comunidades como Baleares, Comunidad Valenciana o Madrid.

Las plazas que ofrece la comunidad andaluza se distribuyen de forma desigual en función del tipo de alojamiento. La mayor oferta de plazas se da en hoteles y similares que, con un total de 189.200 plazas ofertadas representa el 61,7% de la oferta total. El 25,3% de las plazas se ofertan en acampamentos (77.749 plazas) y el 12,0% en Apartamentos (36.673 plazas). Los Alojamientos Rurales son los alojamientos que menos plazas ofertan en la Comunidad que con un total de 3.197 representa tan sólo el 1,0% de plazas ofertadas en la Comunidad.

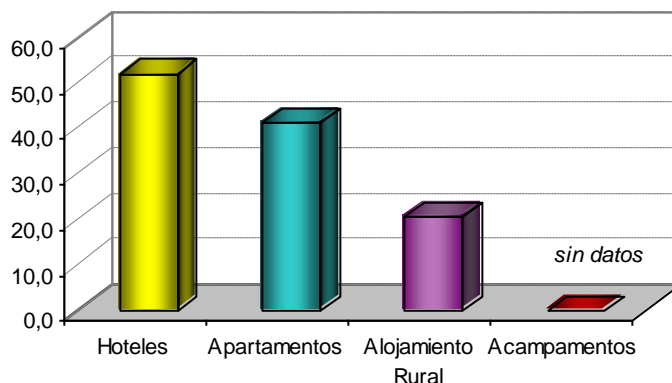
### Oferta de Plazas por Tipo de Alojamiento Andalucía Año 2003



Fuente: Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos.  
Instituto Nacional de Estadística (INE).

El **grado de ocupación** de los alojamientos turísticos en Andalucía durante el año 2003 varió en función del tipo de alojamiento. Los hoteles y establecimientos similares fueron los que registraron el nivel de ocupación más alto, con un 52,0% de las plazas ocupadas, seguido de los Apartamentos con un nivel de ocupación del 41,3% y los Alojamientos rurales (20,6%).

**Grado de Ocupación por Tipo de Alojamiento  
Andalucía Año 2003**

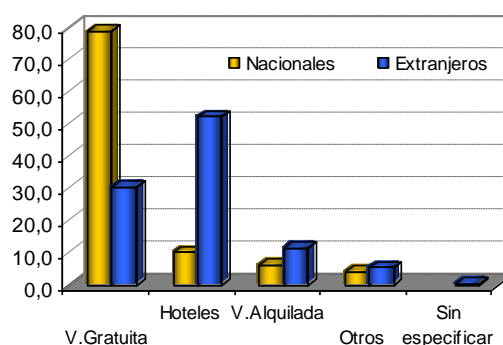
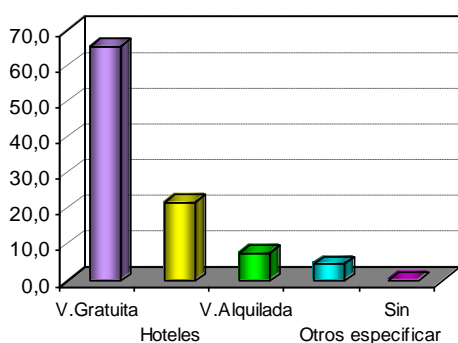


Fuente: Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos.  
Instituto Nacional de Estadística (INE).

En lo que respecta a la **demanda de alojamientos turísticos** por parte de los turistas, la vivienda gratuita es el alojamiento más popular entre los turistas que viajan a Andalucía elegida por un 65,7% de los mismos. El segundo alojamiento más demandado, por 6 millones de turistas, son los hoteles, concentrándose en ellos el 21,9% de los turistas que se alojan en la Comunidad. En menor proporción los turistas eligen alojarse en viviendas alquiladas y en otro tipo de establecimientos, representando el 7,8% y 4,6% respectivamente.

**Destino Andalucía 2003**

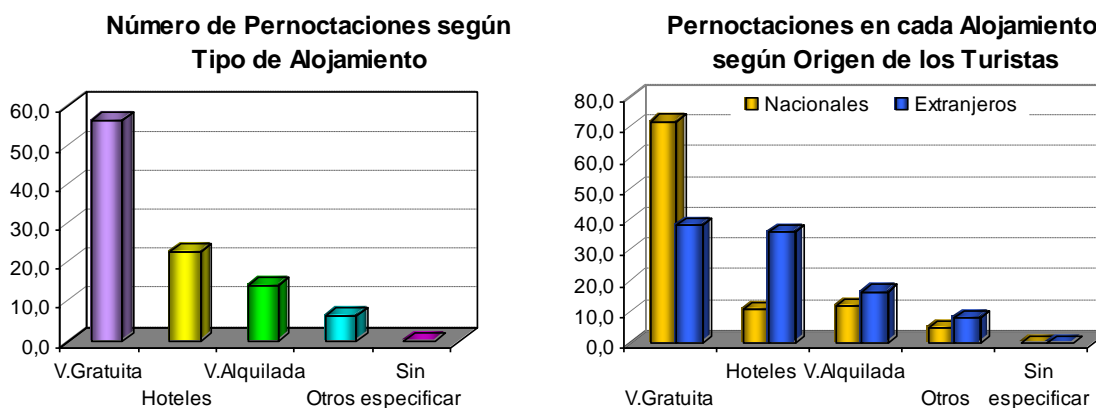
**Número de Turistas según Tipo de Alojamiento**      **Preferencias según Origen de los turistas**



Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). IET.  
(2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET  
Base: Viajes Totales

Al respecto se puede observar cómo en la elección de uno u otro tipo de alojamiento influye directamente el origen de los turistas. El 79,1% del turismo nacional procedente de dentro de nuestras fronteras se concentra en viviendas gratuitas proporcionadas por familiares o amigos, sin embargo, el turismo extranjero tiende a repartirse entre los diferentes tipos de alojamientos. El alojamiento preferido de los turistas extranjeros son los hoteles, escogido por un 52,4% éstos (elegido por tan sólo un 10,2% de los turistas españoles) y, al contrario que en el caso de los turistas nacionales, entre los turistas extranjeros la vivienda gratuita no tiene tanto peso (30,5%). A pesar de que la elección de alquilar una vivienda para alojarse en Andalucía aparece como una opción minoritaria se da más entre los extranjeros (11,4%) que entre los turistas nacionales (6,4%).

#### Destino Andalucía 2003



Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar). IET.  
 (2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET  
 Base: Viajes Totales

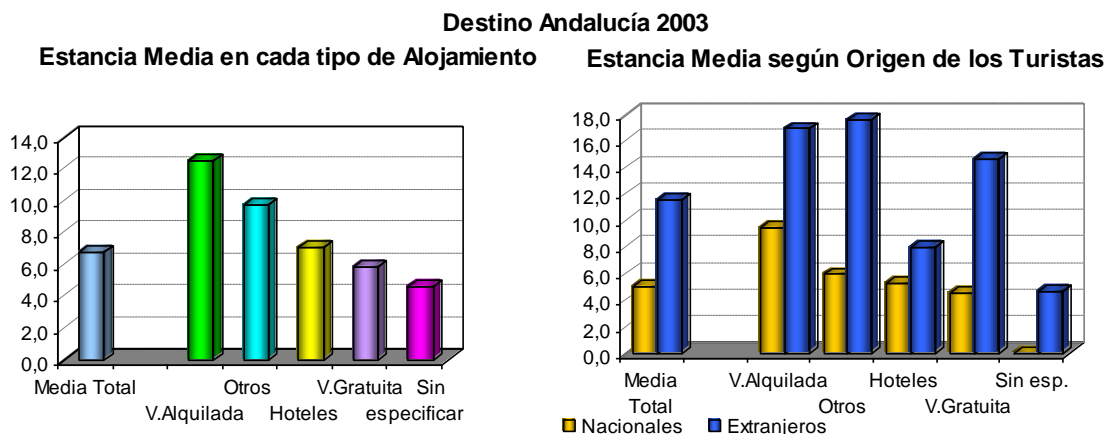
Los 27,5 millones de turistas que se alojaron en Andalucía durante el año 2003 generaron un total de **188 millones de pernoctaciones**, de las cuales 100 millones las generaron los turistas nacionales (53,3%) y 88 millones fueron generadas por los turistas extranjeros (46,7%). Si tenemos en cuenta que durante el año 2003 llegaron a Andalucía 12,3 millones más de turistas nacionales que de extranjeros y que los turistas nacionales tan sólo generan un 6,6% más de pernoctaciones, esto significa que los turistas extranjeros que llegan a Andalucía son menos pero generan más pernoctaciones, lo que se traduce en una estancia más larga, es decir, vienen menos turistas pero por más tiempo.

Las pernoctaciones se distribuyen en los diferentes alojamientos de la siguiente manera: más de la mitad de las pernoctaciones (56,4%) se registraron en la vivienda gratuita, el 22,7% (42,7 millones) se generaron en los hoteles, y el resto se repartieron entre las viviendas alquiladas (14,2%) y otro tipo de alojamientos (6,6%). Al respecto se observan diferencias entre los turistas nacionales y extranjeros. Mientras que las pernoctaciones generadas por los turistas nacionales se concentran en la vivienda gratuita (72,1%), las pernoctaciones generadas por los turistas extranjeros se reparten entre los hoteles (36,4%), la vivienda gratuita (38,6%), la vivienda alquilada (16,7%) y otro tipo de alojamientos (6,6%).

La **estancia media** de los turistas que viajaron a Andalucía durante el año 2003 fue de **6,8 noches**, casi una noche más que la estancia media a nivel nacional (6 noches). La estancia más larga se registró en la vivienda alquilada con una media de 12,5 noches. A ésta le sigue la estancia media registrada en otro tipo de alojamientos (9,8 noches), la de los hoteles (7,1 noches) y la que se da en la vivienda gratuita (5,9 noches).

Como se comentó anteriormente, la estancia media de los turistas extranjeros está muy por encima de la estancia media de los turistas nacionales, registrándose estancias medias considerablemente más altas tanto a nivel general como en cada uno de los distintos tipos de alojamientos.

La estancia media de los turistas extranjeros fue de 11,6 noches mientras que la de los turistas nacionales que se alojaron en la Comunidad fue de 5 noches, lo que supone una diferencia de casi 7 noches. La diferencia más grande entre unos y otros se da en *otro tipo de alojamientos* donde los extranjeros superan en 11,6 noches a los turistas nacionales.



Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). IET.

(2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET

Base: Viajes Totales

También se observa una notable diferencia en la vivienda gratuita donde la estancia media de los turistas extranjeros supera en 11,1 noches a la registrada para los turistas nacionales. Esta diferencia tan elevada entre turistas nacionales y extranjeros se debe al gran peso que tiene entre los turistas nacionales los viajes cortos a segunda residencia cuya duración máxima es de tres noches. Este fenómeno hace que disminuya considerablemente la estancia media de los turistas nacionales en el cómputo de los viajes totales.

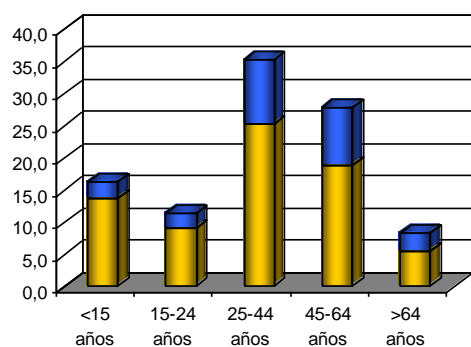
La diferencia más pequeña se da en la estancia media registrada en los hoteles, donde los turistas extranjeros se hospedaron una media de 2,7 noches más que los turistas nacionales.

En cuanto a las **características** de los turistas que viajaron a Andalucía, el 35,2% tienen **edades** comprendidas entre los 25 y 44 años, siendo este grupo de edad el más numeroso. El grupo de edad de 45 a 65 años también tiene un peso importante en el turismo interior de la Comunidad ya que supone el 27,8% del mismo. Los turistas mayores de 65 años fueron los que menos presencia tuvieron.

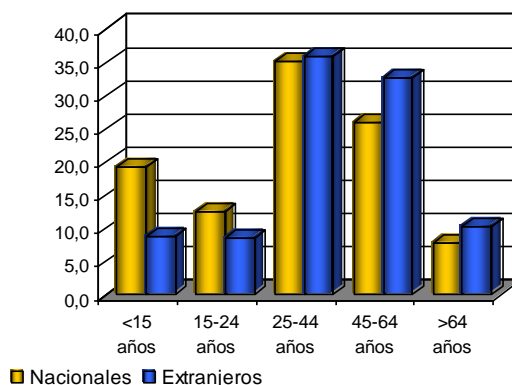
No se observan grandes diferencias al respecto entre los turistas nacionales y extranjeros. La diferencia más notable se encuentra en el tramo de edad de los turistas más jóvenes ya que mientras que entre los turistas nacionales los menores de 15 años representan un 19,0%, entre los turistas extranjeros sólo el 8,7% pertenecen a esta franja de edad.

#### Destino Andalucía. Año 2003

Distribución de los Turistas por Edades.



Distribución de los Turistas por Edades según Origen.



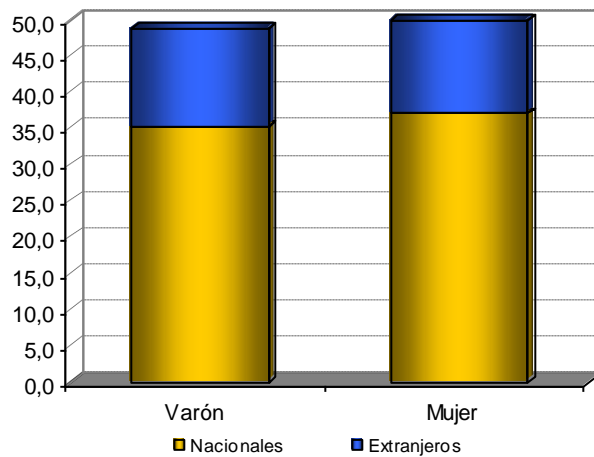
Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar). IET.

(2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET

Base: Viajes Totales

En lo que se refiere al **sexo** de los turistas la distribución está muy igualada con un cierto predominio del género femenino. Al respecto no existen diferencias entre el turismo nacional y el extranjero.

**Distribución de Turistas según el Sexo  
Destino Andalucía. Año 2003**



Fuente: (1) Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). IET.  
(2) Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). IET  
Base: Viajes Totales



## 2.3 PRECIOS

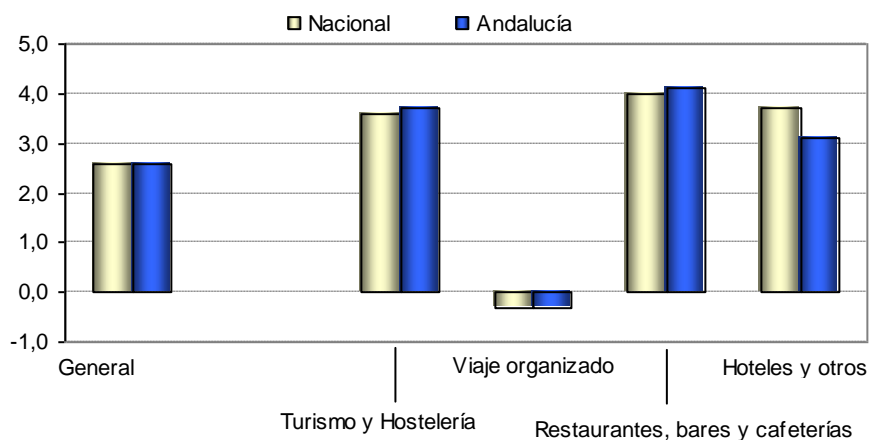
La **variación interanual** del Índice General de Precios (**IPC**) para el 2003 en Andalucía es de **2,6%**, la misma variación que la registrada a nivel nacional. La tasa de variación interanual general es considerablemente inferior a la registrada para la rúbrica y los diferentes subgrupos (excepto en el viaje organizado).

La variación interanual del IPC para la rúbrica de **Turismo y hostelería** en Andalucía se sitúa en un **3,7%**, variación ligeramente superior a la registrada para la misma rúbrica a nivel nacional (+0,1) y considerablemente mayor que la tasa de variación general para la Comunidad (+1,3%).

Dentro de esta rúbrica, el **viaje organizado** es el único subgrupo que presenta una tasa de variación negativa, con una variación del -0,3% con respecto el año anterior.

El IPC para **restaurantes, bares y cafeterías** creció con respecto el año anterior un 4,1%, 1,5 puntos más que el crecimiento registrado para el IPC general en Andalucía. El subgrupo de **hoteles y otros alojamientos** en Andalucía registró una tasa de variación interanual del IPC del 3,1%, tasa inferior a la registrada para el mismo grupo a nivel nacional (-0,6%). Esta tasa estaría 0,5 puntos por encima de la registrada para el IPC general en la Comunidad.

**% Variación Interanual IPC: General, Rúbrica y Subgrupos. Año 2003**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)



## 2.4 EMPLEO TURÍSTICO

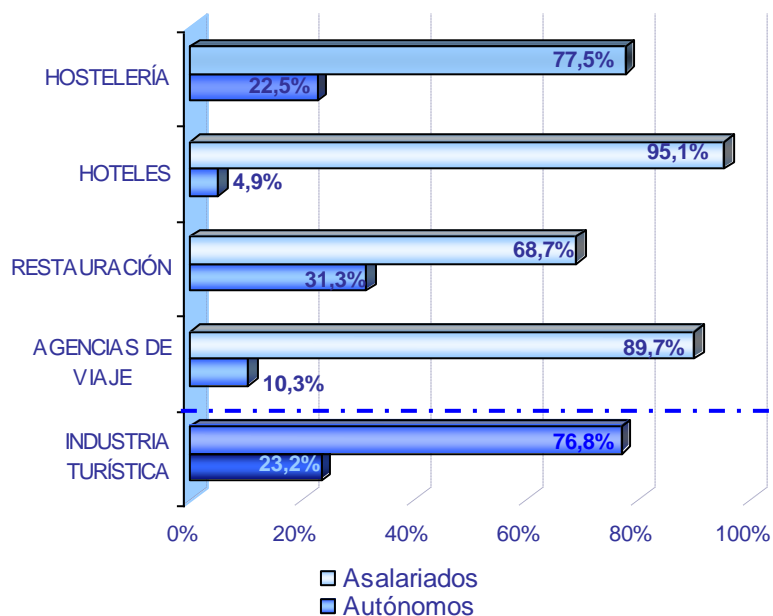
En **Andalucía** el número de ocupados en el año 2003 en la Industria Turística fue 301.757 de los cuales el 54,6% se empleó en Hostelería (18,2% en hoteles y 36,4% en restauración), el 1,9% en agencias de viaje y el 43,5 en otras actividades de la Industria Turística.

La tasa de variación interanual de ocupados en la Industria Turística en esta comunidad fue del 0,9% (casi 30.000 empleos generados), mientras que para el total de sectores de actividad económica fue del 3,4%.

Los asalariados en Andalucía representaron un 76,8% del total de ocupados en la Industria Turística, y los autónomos un 23,2%. Destaca la actividad hotelera por ser en la que más pesa el empleo asalariado (95,1%) y restauración por lo contrario, en la que menos pesa el empleo asalariado (68,7%) y más pesan los autónomos (31,3%).

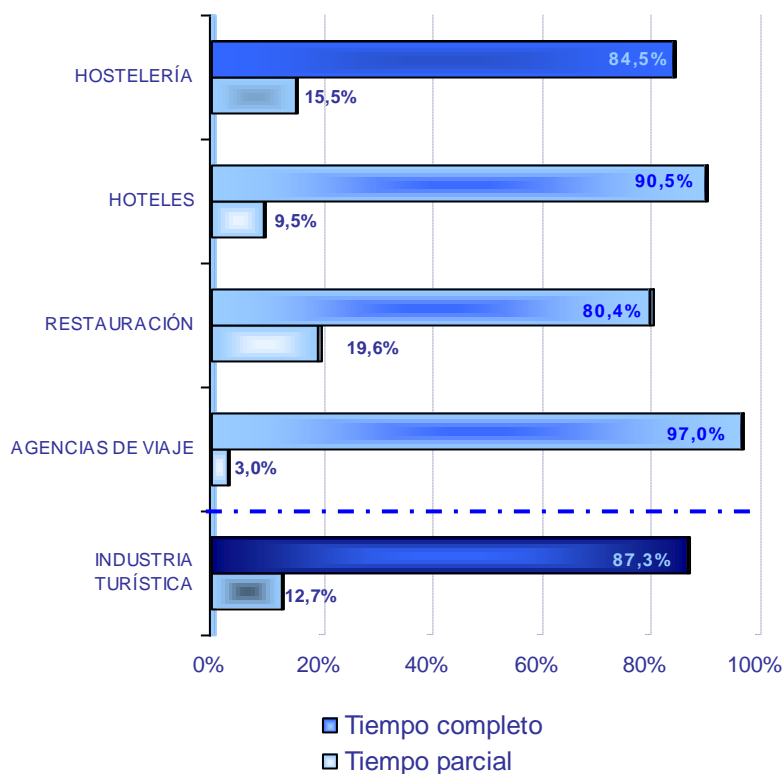
### Distribución de los ocupados en Andalucía según las actividades características de la Industria Turística por situación profesional.

**Año 2003**



El tipo de contrato más usual para los asalariados en la Industria Turística fue el contrato indefinido (66,1%), mientras que el contrato temporal supuso un 33,9%. Por último respecto al tipo de jornada de los asalariados, la jornada a tiempo completo representó el 87,3% del total y la jornada a tiempo parcial el 12,7%, siendo agencias de viaje la actividad donde mayor peso tuvo la jornada a tiempo completo (97,0%) y por el contrario restauración donde más peso tuvo la jornada a tiempo parcial (19,6%).

### Distribución de los asalariados en Andalucía según las actividades características de la Industria Turística por tipo de jornada. Año 2003



Fuente: Encuesta de Población Activa, INE 2003