

CONSEJERÍA DE TURISMO Y COMERCIO

Turismo de Interior en Andalucía

INFORME ANUAL

2013

Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía. SAETA

Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

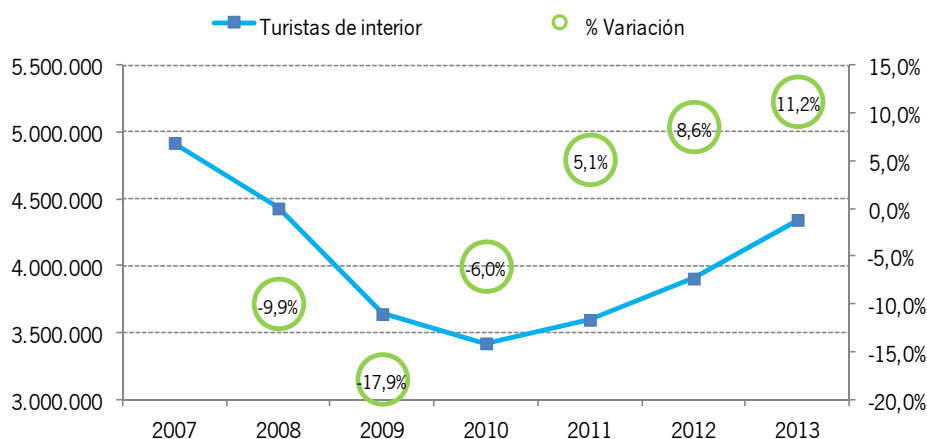


JUNTA DE ANDALUCÍA

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO DE INTERIOR EN ANDALUCÍA

Se estima que en el año 2013 han visitado el interior¹ de Andalucía un total de 4,3 millones de turistas, lo que supone el 19,4% del total de turistas que el destino andaluz recibió este año. En comparación con las cifras registradas en esta tipología durante el ejercicio 2012, y una vez actualizadas las estimaciones correspondientes a dicho año, el turismo de interior ha crecido a una tasa del +11,2%, un incremento bastante superior al registrado para el total de turistas (+4,0%). Se trata del tercer año consecutivo en el que el turismo de interior crece, tras los descensos registrados desde el inicio de la crisis, una recuperación notable si bien aún no se ha alcanzado el nivel precrisis.

Turistas de interior en Andalucía. Años 2007-2013



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

El turismo de interior en Andalucía se compone de un 68,7% de visitantes nacionales y un 31,3% de extranjeros. Los andaluces son los principales emisores nacionales, aportando más de la mitad del turismo español de interior. Respecto al año anterior, se observa que los turistas que proceden del territorio español, tanto los que proceden de otras Comunidades Autónomas como los de la propia Andalucía, han perdido peso en la estructura de la demanda de interior a favor de los turistas extranjeros, incrementando estos últimos su cuota en +2,6 puntos porcentuales, ganancia propiciada por la mejor evolución de este mercado frente al nacional durante el año en esta tipología turística.

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.

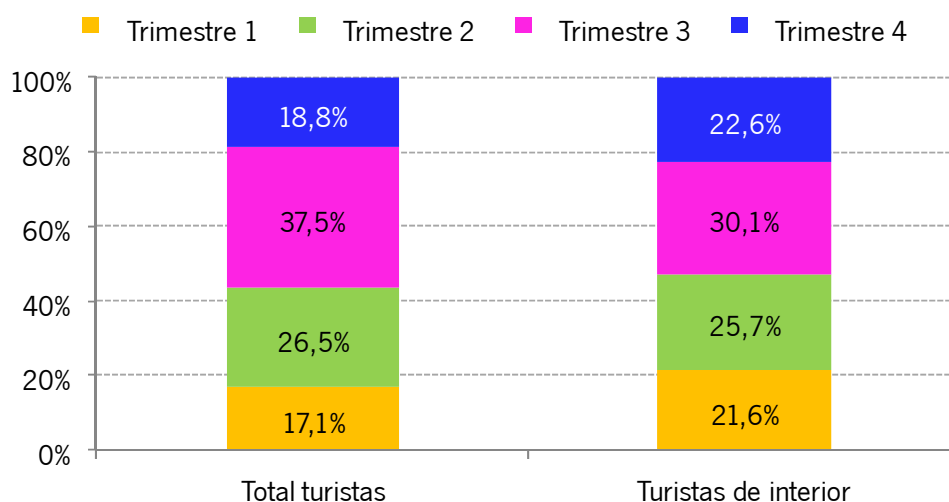
**Distribución porcentual de los turistas de interior por procedencia.
Años 2012 y 2013**

Trimestres	2013	2012
Españoles:	68,7	71,3
- Andaluces	45,0	47,2
- Resto de españoles	23,8	24,1
Extranjeros:	31,3	28,7

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

Los turistas del interior de Andalucía se distribuyen más equilibradamente a lo largo del año que en el caso de las llegadas a todo el espacio geográfico de la Comunidad, por lo tanto es una tipología turística menos estacional. Aunque el tercer trimestre también es el que acumula un mayor número de turistas (con una cuota del 30,1%), no obstante esta proporción es inferior en más de 7 puntos porcentuales a la que registró el total del turismo de la región recibido en ese mismo trimestre.

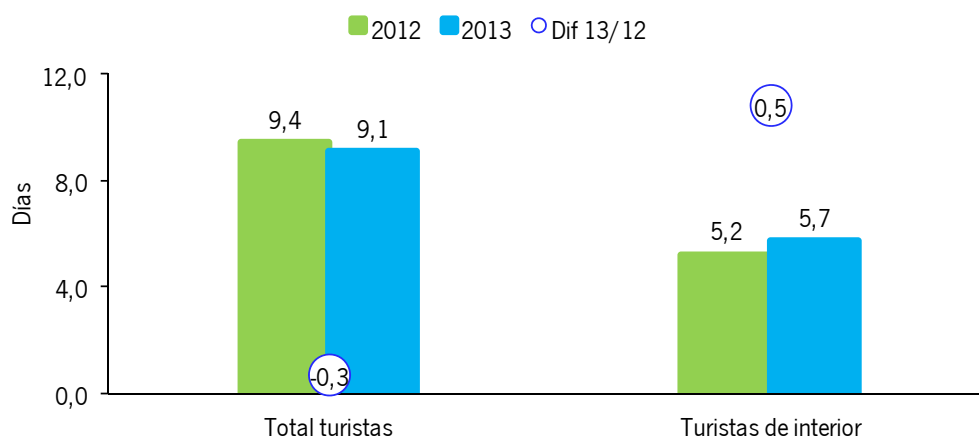
**Distribución porcentual de los turistas por trimestres.
Total turismo y turismo de interior. Año 2013**



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

En 2013, la **estancia media** del turista de interior en el destino se situó en 5,7 días, una permanencia que superó en medio día a la registrada en el año anterior. Tradicionalmente, la permanencia del turista de interior es inferior a la del total de turistas que visita la región (que en 2013 ascendió a los 9,1 días de media). Destacar que mientras la estancia media del total de turistas ha descendido respecto al año 2012 (-0,3 días), la del turista de interior se ha incrementado.

**Estancia media de los turistas en Andalucía. Total turismo y turismo de interior.
Años 2012 y 2013. Valores absolutos y diferencias**



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

En su visita al interior andaluz, el **gasto medio diario** de los turistas realizado en el destino se elevó a los 66,8 euros, lo que comparado con el año anterior supone un descenso de -3,1 euros. A pesar de este descenso, el turista de interior aún se caracteriza por realizar un gasto diario en el destino más elevado que el correspondiente al total del turismo (59,0 euros para 2013).

El mayor desembolso de este gasto en el destino es el dedicado a la restauración, donde se empleó algo más de la tercera parte del presupuesto de 2013, seguido del alojamiento, al que se dedicó otro 31,0%. Respecto al año anterior, hay que señalar que mientras el presupuesto en alojamiento no ha sufrido cambios considerables, la restauración junto con el gasto en visitas organizadas y ocio son los conceptos que más peso han perdido en la **composición del gasto en destino**, aumentando el transporte y las compras de alimentación.

Aunque el patrón de gasto del turista de interior es muy parecido del realizado por los turistas en el conjunto de Andalucía, hay que destacar que en 2013 las mayores diferencias se aprecian en la restauración, partida a la que el turista de interior dedica hasta 5,7 puntos porcentuales menos, y en el alojamiento, a los que dedica 3,1 puntos porcentuales más que el total de turistas.

**Distribución del gasto en destino por conceptos de los turistas de interior.
Años 2012 y 2013**

	TURISTAS DE INTERIOR		
	2013	2012	Dif 13/12
Transporte	12,1%	10,0%	2,2
Alojamiento	31,0%	30,7%	0,3
Compras alimentación	10,4%	6,7%	3,6
Compras no alimentación	5,3%	5,9%	-0,6
Visitas organizadas, ocio, otros	4,6%	6,7%	-2,2
Alquiler coches	2,0%	2,4%	-0,3
Restauración	34,6%	37,6%	-3,0

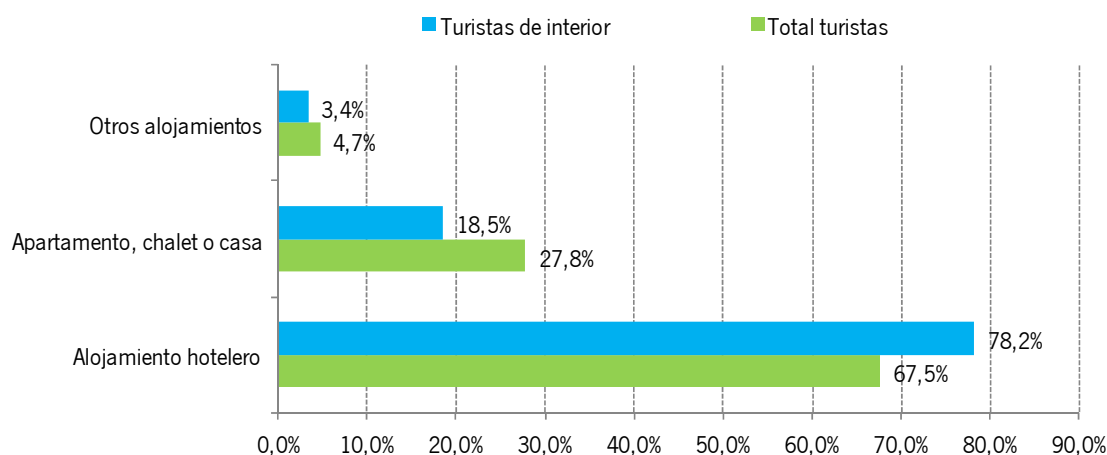
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

El **medio de transporte** utilizado mayoritariamente para acceder a Andalucía por los turistas de interior es el coche (68,9%), seguido a gran distancia del avión, que ha transportado a otro 21,6%. Respecto al año anterior, ha aumentado en uso del avión en +2,3 puntos porcentuales en detrimento del uso del coche. La mayor presencia del mercado nacional en esta tipología turística condiciona el tipo de transporte utilizado, que dista de la media de Andalucía de manera considerable.

El 78,2% de los turistas de interior prefirieron como **tipo de alojamiento** en 2013 los establecimientos hoteleros (hoteles, apartahoteles, hostales y pensiones). El resto se reparte entre apartamentos, casas o chalets (18,5%) y otras tipologías minoritarias como campings, albergues, casas rurales o similar (que acumulan otro 3,4%). Esta distribución apenas ha variado respecto al año anterior.

En comparación con el turismo del destino andaluz en su conjunto, el turismo de interior hace un uso más intensivo del alojamiento hotelero en detrimento del alojamiento en apartamento, chalet o casa (en cualquiera de sus modalidades).

Tipo de alojamiento. Total turismo y turismo de interior. Año 2013



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

En el 85,8% de los casos, el turista de interior **organiza su viaje** de forma particular, un porcentaje que ha descendido -1,9 puntos porcentuales respecto al año anterior, aumentando la adquisición de paquetes turísticos o viajes combinados hasta alcanzar una cuota del 8,0%. No obstante, el turismo de interior destaca por una menor dependencia de intermediarios que la que presenta el total de turistas que visitaron la región en 2013, sobre todo por un menor uso del paquete turístico.

El turista que viaja al interior de Andalucía lo hace principalmente acompañado de su pareja (57,2%) o de otros familiares (21,9%). Respecto al año 2012, los cambios más significativos en la **composición del grupo de viaje** se han producido en las principales categorías (viaja en pareja o con familiares), que descienden ligeramente frente al incremento de aquellos que viajan solos, pero estos cambios no han alterado el **tamaño medio del grupo turístico**, que en 2013 permanece en 2,1 personas.

El turista de interior no difiere del turista que realiza turismo por toda Andalucía en cuanto a los principales **canales para informarse sobre el destino**: la propia experiencia y la recomendación de amigos y familiares (71,3% y 19,9%, respectivamente) son los canales más usuales para el turismo de interior y en proporciones similares a las que presenta el total de turistas (71,1% y 21,9%, respectivamente).

En 2013, el 38,1% de los turistas de interior utilizaron **Internet** para consultar, reservar o comprar algún servicio turístico de su viaje, y a diferencia del año anterior, esta cifra es inferior al porcentaje de uso de esta herramienta en el total de turistas que visitó Andalucía (40,1%). Además, el turista de interior que sí utilizó Internet se mostró menos activo que los turistas internautas del total de Andalucía, pues el 70,3% de los que accedieron a la Red realizaron alguna reserva y el 39,6% terminó efectuando una compra, porcentajes que alcanzaron el 75,4% y el 46,4%, respectivamente para el total de turistas.

La visita a monumentos (26,6%), el clima (18,5%) y los precios (14,2%) han sido los aspectos más influyentes a la hora de **elegir** el interior de **Andalucía** como destino de la visita vacacional de 2013. Estos tres mismos conceptos han sido los más relevantes para el turismo general que viaja por toda la Comunidad Andaluza, aunque difieren en cuanto a lo que cada uno representa.

Distribución porcentual de los turistas vacacionales según motivo de elegir el destino andaluz. Total turismo y turismo de interior. Año 2013

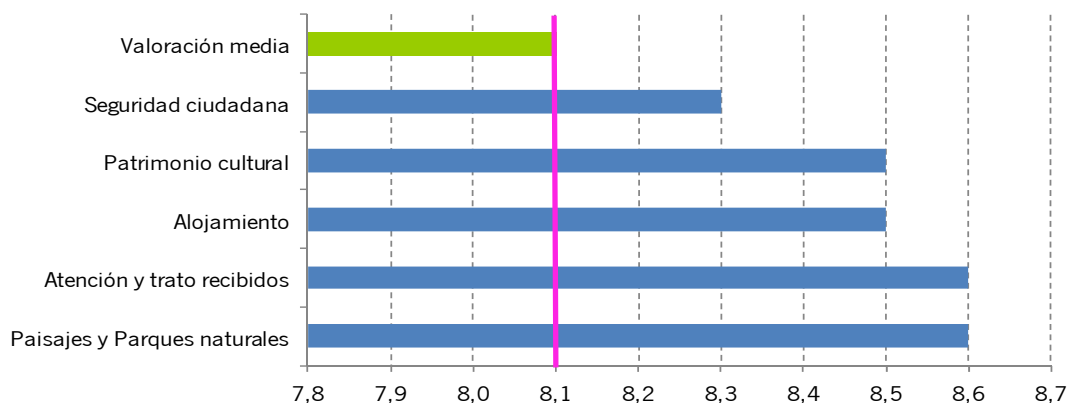
Motivo de elección Andalucía	%	Motivo de elección Interior	%
1º Clima	32,6%	1º Visita a monumentos	26,6%
2º Visita a monumentos	19,1%	2º Clima	18,5%
3º Precios	18,9%	3º Precios	14,2%
4º Playa	11,6%	4º Turismo de Naturaleza y rural	12,7%
Resto motivos	17,8%	Resto motivos	28,0%

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

La principal **actividad** realizada por los turistas que visitaron el interior andaluz en 2013 ha sido la observación de la naturaleza, que fue llevada a cabo por el 53,0% de los turistas de esta tipología. Le siguen, a cierta distancia, la visita a monumentos (31,6%) y la realización de compras (19,6%). Estas mismas tres actividades también fueron las más relevantes en el año 2012, pero exceptuando el caso de la observación de la naturaleza que se mantiene, el resto de las principales actividades han perdido importancia este año.

La **valoración** media otorgada por los turistas de interior al destino andaluz en 2013 alcanzó los 8,1 puntos en una escala de 1 a 10, una valoración ligeramente superior a la otorgada el año pasado y similar a la otorgada por el total de turistas. Dos de los conceptos mejor valorados por el turista de interior son los más directamente relacionados con esta tipología turística: los paisajes y parques naturales (8,6 puntos) y el patrimonio cultural (8,5 puntos).

**Ranking de conceptos mejor valorados del destino turístico andaluz.
Turismo de interior. Año 2013**



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

Considerando al **grado de fidelidad** como el porcentaje de turistas de interior que en el año 2013 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 el 67,9%, superior al que presenta la media del total de turistas de Andalucía (65,3%).

El **perfil sociodemográfico** del turista de interior presenta una mayor proporción de mujeres (51,3%) que de varones, siendo el grupo de edad de más peso el comprendido entre 30 y 44 años (33,4%). La situación laboral más común para esta tipología turística es poseer un trabajo remunerado (63,5%).

Comparando estas características con las que presentan los turistas que visitaron el conjunto de Andalucía en 2013, las diferencias más significativas se aprecian en la estructura por edad. El turista de interior presenta una menor presencia de turistas jóvenes (hasta 29 años de edad) y de mayores de 64 años, a la vez que una mayor proporción de los turistas de edades intermedias (entre 30 y 64 años). Estas diferencias en la estructura por edad se reflejan lógicamente en la situación laboral de los turistas, de modo que es superior el porcentaje de los turistas de interior que tienen un trabajo remunerado.

Perfil sociodemográfico. Total turismo y turismo de interior. Año 2013

	TOTAL TURISTAS	TURISTAS DE INTERIOR
Sexo:		
Varones	47,4	48,7
Mujeres	52,6	51,3
Grupos de Edad:		
Menos de 18 años	6,6	6,1
De 18 a 29 años	16,2	14,9
De 30 a 44 años	29,3	33,4
De 45 a 64 años	30,4	31,5
Más de 64 años	17,5	14,1
Situación Laboral:		
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	60,1	63,5
En paro	3,7	4,2
Estudiante	11,7	10,9
Retirado/Jubilado	20,7	16,8
Labores del hogar	2,6	3,1
Otras	1,1	1,4

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

LA OFERTA TURÍSTICA ANDALUZA. ANÁLISIS TERRITORIAL

En el año 2013, el 66,2% del total de las plazas de alojamiento turístico de Andalucía se han ofertado en su litoral, destacando la importancia de la Costa del Sol² con una cuota de participación del 43,8% respecto al total de plazas ofertadas en la costa y del 29% respecto al total de la oferta andaluza. Así, el análisis territorial del alojamiento turístico permite identificar principalmente tres zonas en lo que a concentración se refiere: el interior, el litoral y dentro de éste, la Costa del Sol.

Distribución territorial del total de plazas de alojamiento turístico en Andalucía. Año 2013



FUENTE: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos procedentes del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía

Existe también una mayor concentración de plazas en las capitales de provincia, ya que suponen el 15,4% del total de la oferta andaluza, destacando Sevilla y Granada con una oferta conjunta de casi 40.000 plazas, un 82% de las plazas ofertadas en las capitales de provincia de interior. Entre los municipios, caben destacar Monachil y Jerez de la Frontera, que con un nivel de concentración intermedio (individualmente más de 4.000 plazas) se sitúan por detrás de la capital cordobesa pero por encima de la jienense en lo que a número de plazas se refiere.

En cuanto a la oferta del interior, las capitales de provincia situadas en este entorno suponen el 32,6% de las plazas.

En el litoral de Andalucía, Málaga es la única capital que, con más de 10.000 plazas, registra niveles altos de concentración en el total de su oferta. No obstante, en el litoral hay otros

² Incluye los municipios de: Manilva, Estepona, Casares, Marbella, Mijas, Fuengirola, Benalmádena, Torremolinos, Rincón de la Victoria, Vélez-Málaga, Algarrobo, Torrox, Nerja y Málaga.

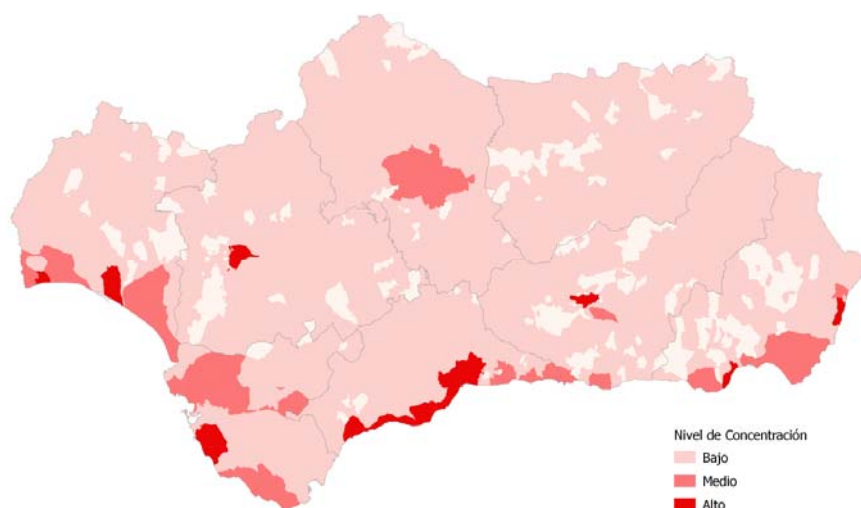
municipios con mayor peso como Torremolinos, Marbella, Roquetas de Mar, Benalmádena, Fuengirola, Chiclana de la Frontera, Mijas, Conil de la frontera, Estepona y Mojácar.

**Total de plazas de alojamiento en los establecimientos turísticos de Andalucía.
Año 2013**

TOTAL OFERTA DE ALOJAMIENTO	TOTAL		INTERIOR		LITORAL	
	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS
ALMERÍA	396	50.360	120	3.843	276	46.517
CÁDIZ	732	73.602	230	12.700	502	60.902
CÓRDOBA	420	17.983	420	17.983	0	0
GRANADA	753	51.507	662	39.114	91	12.393
HUELVA	326	46.991	191	3.603	135	43.388
JAÉN	435	17.565	435	17.565	0	0
MÁLAGA	1.207	142.146	493	15.082	714	127.064
SEVILLA	555	38.433	555	38.433	0	0
TOTAL	4.824	438.587	3.106	148.323	1.718	290.264

FUENTE: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos procedentes del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía

**Distribución municipal del total de plazas de alojamiento turístico de Andalucía.
Año 2013**



FUENTE: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos procedentes del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía

³ Nivel de concentración del total de plazas de alojamiento turístico:

Bajo: Menos de 3.000 plazas

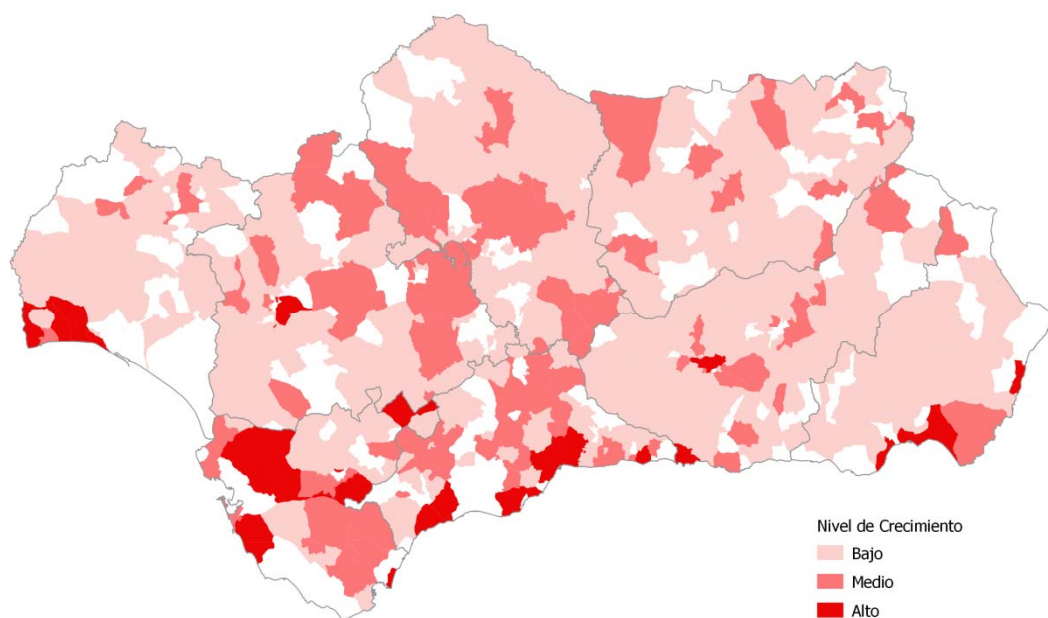
Medio: De 3.000 a 8.000 plazas

Alto: Más de 8.000 plazas

En la última década, la evolución⁴ de la oferta de alojamiento ha sido positiva, si bien ha sido el litoral de la Comunidad la zona donde se han concentrado los niveles más elevados de crecimiento. En este contexto, caben destacar municipios costeros como Mijas y Punta Umbría, donde el incremento de plazas respecto a 2002 se ha situado en torno a las 11.000 plazas.

En cuanto al interior, Sevilla y Granada lideran el desarrollo en número de plazas ofertadas, seguidas a gran distancia por otros municipios de interior como Olvera, Jerez de la Frontera y Benahavís.

Crecimiento de la oferta de alojamiento turístico de Andalucía. Año 2002-2013.



FUENTE: RAT y Registro Estadístico de Turismo de Andalucía

⁴ Nivel de crecimiento:
Bajo: Menos de 100 plazas
Medio: De 100 a 1000 plazas
Alto: Más de 1.000 plazas

HOTELES

Las plazas hoteleras de Andalucía también registran una alta concentración territorial en el litoral de la Comunidad (67,7%), destacando la Costa del Sol donde se localiza el 46,6% del total de las plazas hoteleras costeras. Algunos de los municipios de litoral que registran una oferta elevada en esta tipología de establecimientos son Torremolinos, Marbella, Benalmádena, Roquetas de Mar y Chiclana de la Frontera, con un volumen conjunto superior a las 70.000 plazas.

Dentro del nivel medio de concentración hotelera, destacamos municipios como Fuengirola o Málaga capital, donde el número de plazas alcanzan casi las 9.400 y las 7.800 plazas, respectivamente.

Del resto de plazas ofertadas en el interior de la Comunidad, el 47% se ubican en las capitales de provincia, destacando Sevilla y Granada con una oferta hotelera conjunta cercana a las 31.000 plazas, bien lejos en lo que a volumen se refiere de los niveles registrados por Córdoba o Jaén.

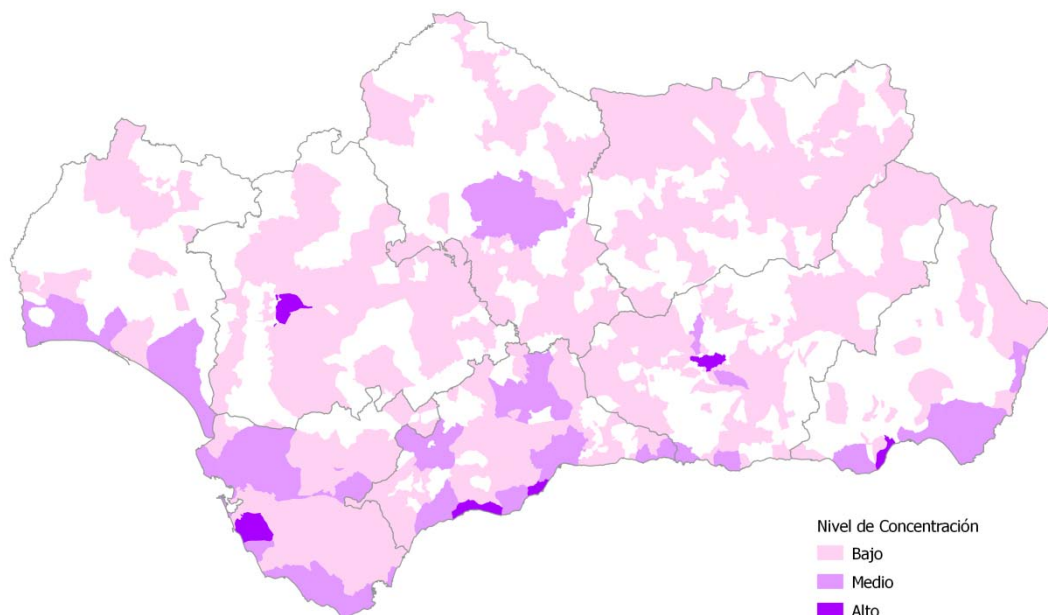
Asimismo, los municipios identificados con un nivel medio de concentración hotelera en 2013 han sido: Córdoba, Jerez de la Frontera, Monachil, Ronda, Antequera, Benahavís, y Albolote.

Total de plazas de alojamiento en los establecimientos hoteleros de Andalucía. Año 2013

HOTELES OFERTA DE ALOJAMIENTO	TOTAL		INTERIOR		LITORAL	
	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS
ALMERÍA	140	29.794	21	1.295	119	28.499
CÁDIZ	270	39.023	92	6.311	178	32.712
CÓRDOBA	99	8.267	99	8.267	0	0
GRANADA	269	29.553	236	23.344	33	6.209
HUELVA	94	23.173	25	1.330	69	21.843
JAÉN	127	7.654	127	7.654	0	0
MÁLAGA	422	84.498	129	6.718	293	77.780
SEVILLA	190	24.839	190	24.839	0	0
TOTAL	1.611	246.801	919	79.758	692	167.043

FUENTE: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos procedentes del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía

Distribución municipal del total de plazas hoteleras⁵ de Andalucía. Año 2013



FUENTE: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos procedentes del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía

La distribución territorial a nivel provincial de las diferentes categorías hoteleras también se reparte de manera muy desigual, si bien es cierto que existe una apuesta común por la calidad del sector hotelero, donde dominan las categorías superiores de cuatro y cinco estrellas en la mayoría de los casos.

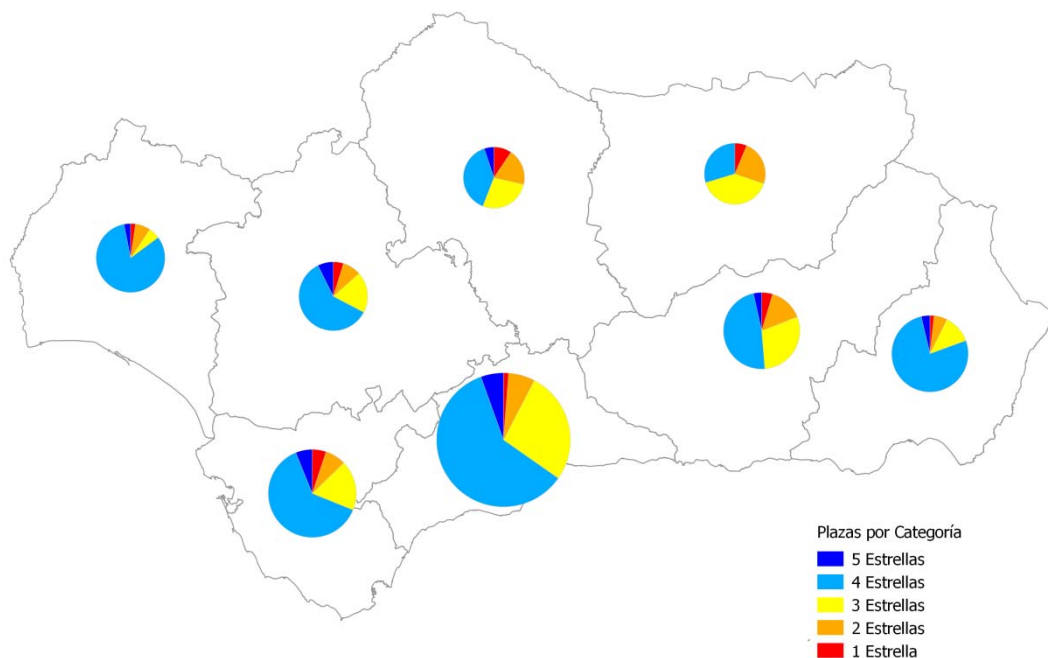
⁵ Nivel de concentración de las plazas de alojamiento hotelero:

Bajo: Menos de 1.000 plazas

Medio: De 1.000 a 10.000 plazas

Alto: Más de 10.000 plazas

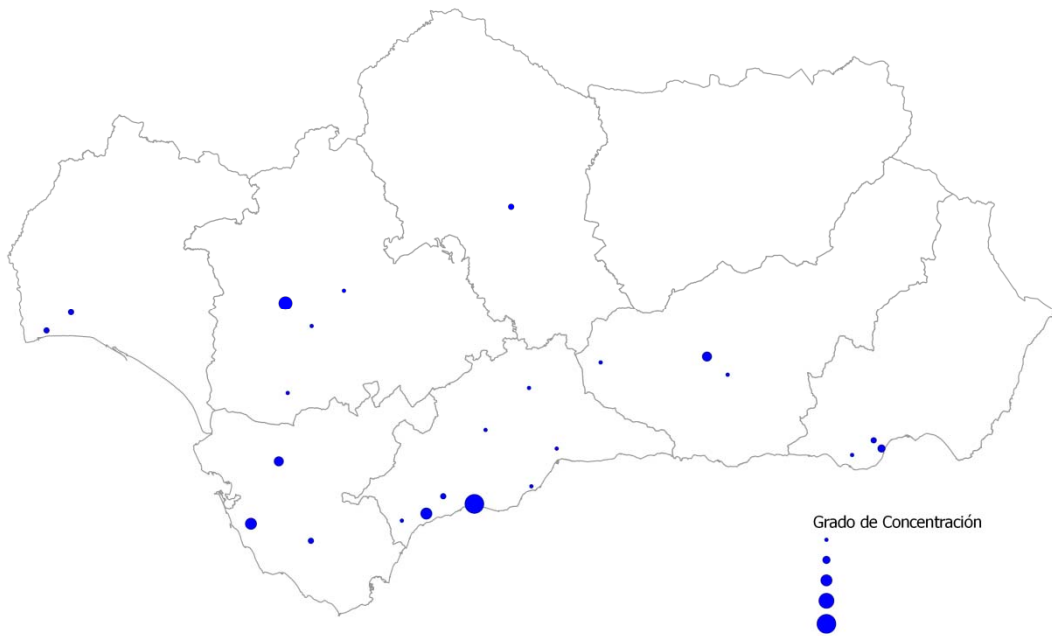
**Distribución porcentual de las plazas hoteleras según categoría y provincia.
Año 2013**



FUENTE: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos procedentes del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía

Aunque todas las categorías hoteleras se distribuyen de manera muy homogénea por el territorio andaluz, cabe destacar la mitad sur como la zona donde se registra una mayor presencia de plazas hoteleras de categoría más elevada, destacando el litoral, sobre todo el perteneciente a la Costa del Sol, donde se identifica un alto volumen en el número de estas plazas.

**Distribución territorial de las plazas ofertadas en los hoteles de cinco estrellas.
Año 2013**



FUENTE: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos procedentes del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía

PENSIONES Y HOSTALES

Las plazas ofertadas en las pensiones y hostales de Andalucía presentan una distribución territorial diferenciada de la del sector hotelero andaluz. Así, esta tipología de plazas se reparte de forma bastante equilibrada entre el interior y el litoral de la Comunidad en cuanto a volumen se refiere (53,5% y 46,5%, respectivamente), aunque en términos de densidad respecto al territorio, es obvio que en el litoral se registra una mayor carga, casi 8 veces superior a la del interior.

Del total de plazas ofertadas en el interior, destacan las capitales de provincia con una cuota de participación del 30,8%, más moderada que la registrada por los hoteles en dichas capitales. Así, vuelven a destacar Sevilla y Granada con una oferta conjunta superior a las 4.300 plazas, siguiéndole en orden de importancia Córdoba capital y otros municipios de interior con un nivel de concentración medio como Dos Hermanas, Arcos de la Frontera, Pilas, Pozo Alcón y Monachil, todos con una oferta individual superior a las 200 plazas.

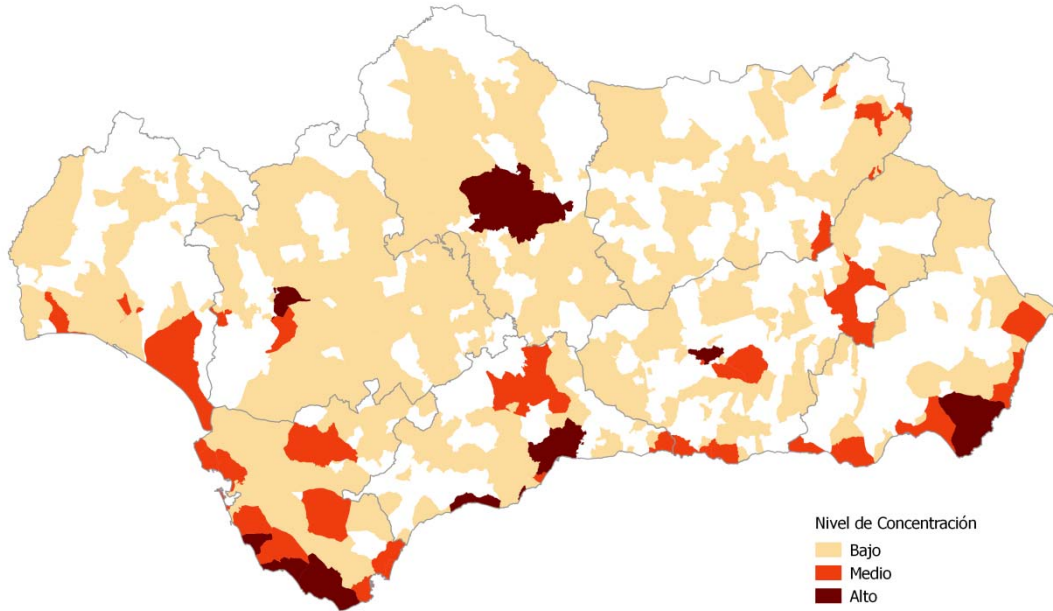
En la costa andaluza se localizan el 46,5% de las plazas ofertadas en las pensiones y hostales de la Comunidad, concentrándose en la Costa del Sol el 30% de estas camas del litoral, principalmente en municipios como Málaga capital, Fuengirola y Marbella. Ajenos a la costa malagueña, destacan otros municipios como Tarifa, Conil de la Frontera, Níjar o Barbate.

Total de plazas de alojamiento en las pensiones y hostales de Andalucía. Año 2013

PENSIONES Y HOSTALES OFERTA DE ALOJAMIENTO	TOTAL		INTERIOR		LITORAL	
	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS
ALMERÍA	98	2.976	28	586	70	2.390
CÁDIZ	227	6.670	36	993	191	5.677
CÓRDOBA	84	2.243	84	2.243	0	0
GRANADA	188	5.370	155	4.354	33	1.016
HUELVA	72	2.029	37	908	35	1.121
JAÉN	65	1.673	65	1.673	0	0
MÁLAGA	181	5.416	47	1.035	134	4.381
SEVILLA	168	4.975	168	4.975	0	0
TOTAL	1.083	31.352	620	16.767	463	14.585

FUENTE: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos procedentes del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía

Distribución municipal del total de plazas de alojamiento en las pensiones y hostales⁶ de Andalucía. Año 2013



FUENTE: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos procedentes del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía

⁶ Nivel de concentración de las plazas ofertadas en pensiones y hostales:

Bajo: Menos de 150 plazas

Medio: De 150 a 600 plazas

Alto: Más de 600 plazas

APARTAMENTOS

Las plazas ofertadas en los apartamentos turísticos de Andalucía son las que presentan una mayor concentración en el litoral (79,5%), especialmente en la Costa del Sol, donde se ubican el 65% del total de plazas de litoral. Otros municipios caracterizados por una alta concentración en esta tipología de plazas son: Mojácar, Roquetas de Mar, Punta Umbría, El Ejido, Almuñécar y Vera.

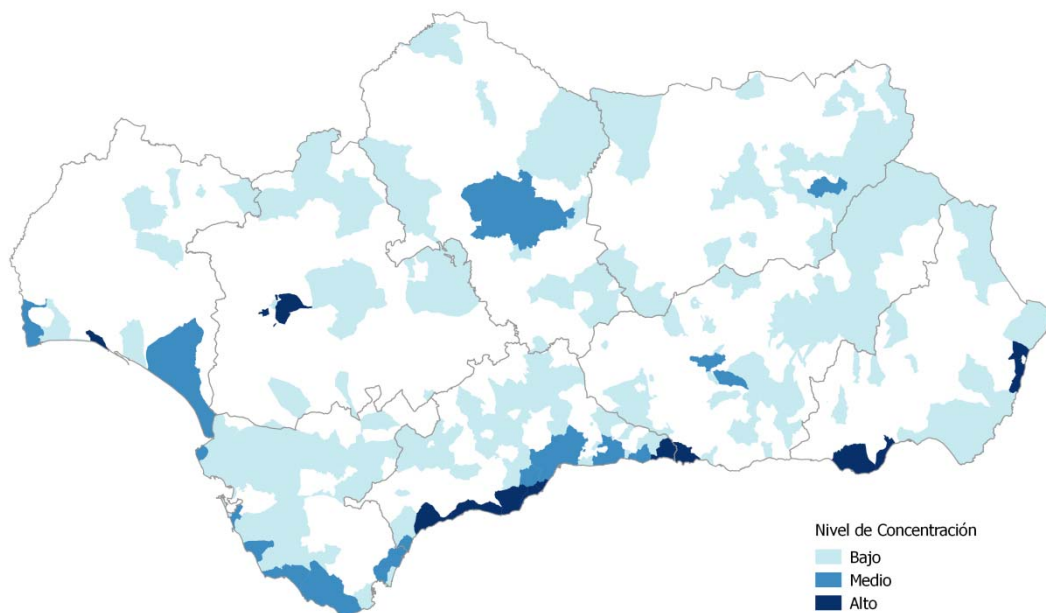
En cuanto al interior de la Comunidad, Sevilla y Bormujos se mantienen como municipios aventajados en lo que se refiere al volumen de plazas ofertadas en esta tipología de alojamiento, mientras que Granada, Monachil, Alhaurín de la Torre, La Iruela y Córdoba capital registran niveles intermedios de concentración.

Total de plazas de alojamiento en los apartamentos de Andalucía. Año 2013

APARTAMENTOS OFERTA DE ALOJAMIENTO	TOTAL		INTERIOR		LITORAL	
	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS
ALMERÍA	52	8.901	10	310	42	8.591
CÁDIZ	96	4.827	16	455	80	4.372
CÓRDOBA	30	1.012	30	1.012	0	0
GRANADA	136	5.492	123	4.138	13	1.354
HUELVA	26	3.663	7	138	19	3.525
JAÉN	57	1.846	57	1.846	0	0
MÁLAGA	266	34.830	34	1.525	232	33.305
SEVILLA	71	3.792	71	3.792	0	0
TOTAL	734	64.363	348	13.216	386	51.147

FUENTE: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos procedentes del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía.

Distribución municipal del total de plazas de alojamiento en los apartamentos⁷ de Andalucía. Año 2013



FUENTE: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos procedentes del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía

⁷ Nivel de concentración de las plazas ofertadas en apartamentos turísticos:

Bajo: Menos de 300 plazas

Medio: De 300 a 1000 plazas

Alto: Más de 1000 plazas

CAMPINGS

El litoral de la Comunidad andaluza vuelve a convertirse en el principal enclave para ubicar más de dos tercios (68%) de la oferta existente en los campings de Andalucía. Esta tipología de alojamiento turístico no se concentra de manera acentuada en la Costa del Sol (20,2%) como es habitual en otras tipologías, sino que señala a provincias como Cádiz y Huelva en el liderazgo de esta oferta (31,7% y 29,8%, respectivamente). En este contexto caben destacar los municipios de Moguer, Isla Cristina, Conil, Tarifa, Marbella, Barbate, Velez Málaga, El Puerto de Santa María y Roquetas de Mar, todos ellos con una oferta individual de más de 2.000 plazas.

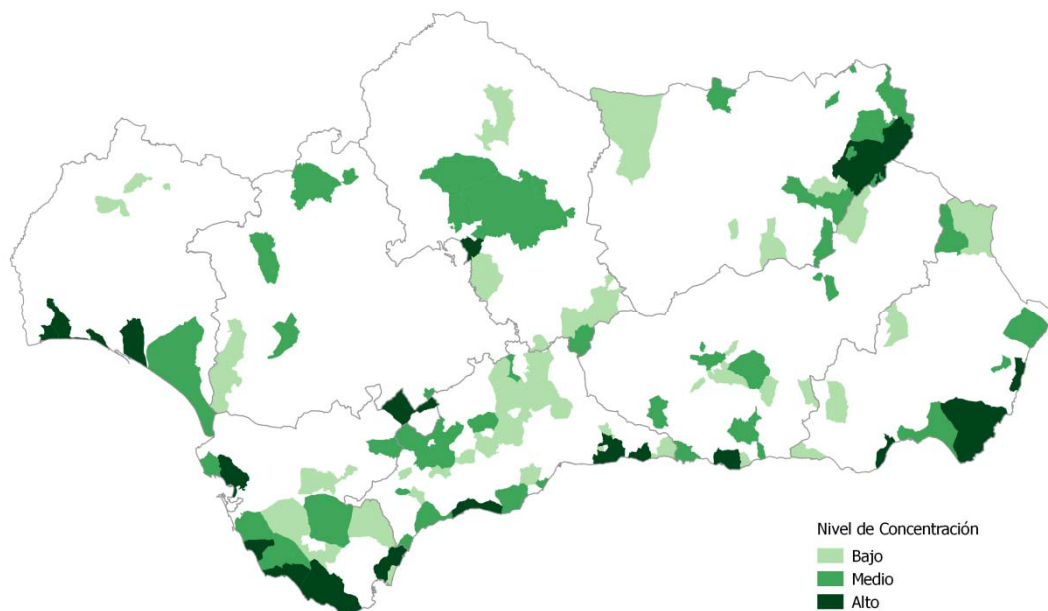
En cuanto a municipios de interior, Olvera destaca con una oferta superior a las 2.100 plazas, si bien le siguen municipios como Santiago Pontones y La Carlota con capacidades muy similares en torno a las 1.300 plazas.

Total de plazas de alojamiento en los campings de Andalucía. Año 2013

CAMPINGS OFERTA DE ALOJAMIENTO	TOTAL		INTERIOR		LITORAL	
	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS
ALMERÍA	20	7.712	6	1.154	14	6.558
CÁDIZ	33	21.773	8	3.938	25	17.835
CÓRDOBA	11	4.163	11	4.163	0	0
GRANADA	27	9.127	19	5.360	8	3.767
HUELVA	10	17.161	2	412	8	16.749
JAÉN	16	4.644	16	4.644	0	0
MÁLAGA	33	15.229	18	3.886	15	11.343
SEVILLA	7	2.898	7	2.898	0	0
TOTAL	157	82.707	87	26.455	70	56.252

FUENTE: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos procedentes del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía.

Distribución municipal del total de plazas de alojamiento en los campings⁸ de Andalucía. Año 2013



FUENTE: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos procedentes del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía

⁸ Nivel de concentración de las plazas ofertadas en campings:

Nivel bajo: Menos de 500 plazas

Nivel medio: De 500 a 2.000 plazas

Nivel alto: Más de 2.000 plazas

CASAS RURALES

Tal y como era de esperar, nueve de cada diez plazas ofertadas en las casas rurales de Andalucía se encuentran en el interior de la Comunidad, concretamente el 91,5%.

Entre los municipios que registran altas concentraciones de esta oferta cabe destacar la importancia de las provincias de interior, donde ocupan posiciones importantes Cazalla de la Sierra, La Iruela, Priego de Córdoba, Carcabuey, Hornachuelos, Santiago Pontonés, Iznájar, Fuente Ovejuna, Posadas y Pozoblanco con más de cien plazas por municipio.

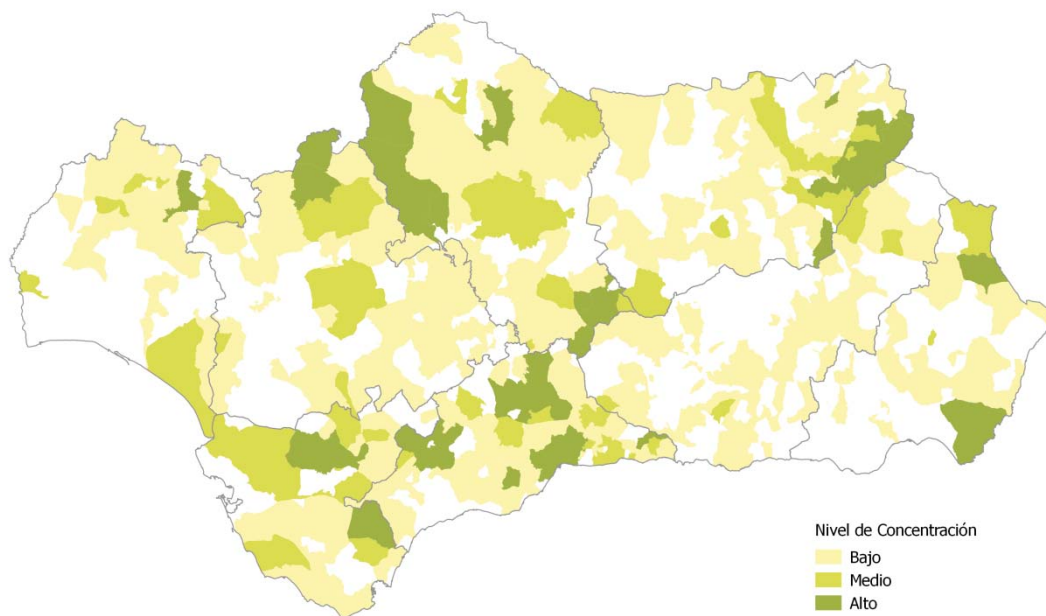
En cuanto al litoral, destaca Níjar con una elevada concentración del número de plazas.

Total de plazas de alojamiento en las casas rurales de Andalucía. Año 2013

CASAS RURALES OFERTA DE ALOJAMIENTO	TOTAL		INTERIOR		LITORAL	
	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS
ALMERÍA	85	777	55	498	30	279
CÁDIZ	105	1.089	77	783	28	306
CÓRDOBA	194	2.038	194	2.038	0	0
GRANADA	129	1.282	125	1.235	4	47
HUELVA	123	885	120	815	3	70
JAÉN	169	1.618	169	1.618	0	0
MÁLAGA	305	2.173	265	1.918	40	255
SEVILLA	117	1.401	117	1.401	0	0
TOTAL	1.227	11.263	1.122	10.306	105	957

FUENTE: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos procedentes del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía

Distribución municipal del total de plazas de alojamiento en las casas rurales⁹ de Andalucía. Año 2013



FUENTE: Consejería de Turismo y Comercio a partir de datos procedentes del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía

⁹ Nivel de concentración de las plazas ofertadas en casas rurales: :

Bajo: Menos de 50 plazas

Medio: De 50 a 80 plazas

Alto: Más de 80 plazas



www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio