



# **Turismo español en Andalucía**

Informe anual 2019

**Demanda Turística de Andalucía. Mercados Turísticos**



## TURISMO ESPAÑOL EN ANDALUCÍA. AÑO 2019

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

### COLECCIÓN

Demanda turística de Andalucía. Mercados Turísticos.

### EDITA

Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n

41092 Sevilla

Formulario de contacto:

[http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/opencms/ciudadania/servicio-atencion-ciudadania/peticion/index.html?cat\\_servicio\\_id=22](http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/opencms/ciudadania/servicio-atencion-ciudadania/peticion/index.html?cat_servicio_id=22)

### ELABORA

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

C/ Compañía nº 40

29008, Málaga

T. 951 299 300 Fax. 951 299 365

Correo e.: [saeta@andalucia.org](mailto:saeta@andalucia.org)

Depósito Legal:

ISSN: 1696-1315

Publicado en Sevilla (España)

Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones

<https://www.juntadeandalucia.es/cultura/idea/opacidea/abnetcl.cgi?SUBC=210701>

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

## TURISMO ESPAÑOL EN ANDALUCÍA. AÑO 2019

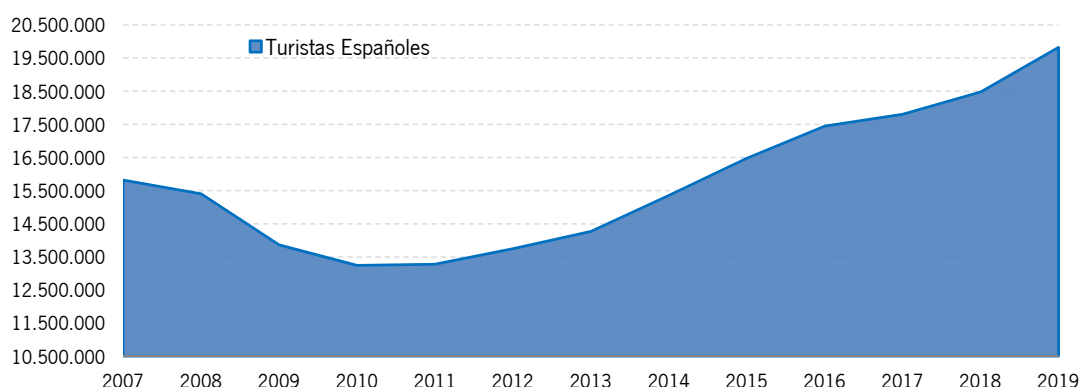
En 2019 tanto el mercado nacional como el extranjero han contribuido a los buenos resultados turísticos registrado en Andalucía, pero el mercado nacional ha destacado con claridad, siendo el gran protagonista.

Más de **19,8 millones de turistas españoles** han visitado Andalucía en este año, lo que ha supuesto un crecimiento del +6,9% respecto al registrado el año anterior. No sólo este indicador muestra el dinamismo de este emisor: tasas del +6,0% en viajeros hoteleros, +4,5% en pernoctaciones hoteleras y +10,5% en pasajeros procedentes de aeropuertos españoles así lo indican.

Asimismo, determinadas políticas llevadas a cabo por el sector: contención de los precios de los principales servicios y productos turísticos, una mayor accesibilidad de la oferta disponible al no comercializarse para el mercado extranjero, y por tanto una mayor promoción dirigida al mercado nacional ante la debilidad de los principales emisores extranjeros han impulsado el mayor dinamismo del mercado nacional.

De este modo, y volviendo a los datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía del IECA, se continúa un año más con la senda de crecimiento ininterrumpido iniciada en el año 2011 (tal y como se observa en el gráfico). El mayor peso del mercado nacional (61%) frente al extranjero (39,0%) en el total del turismo recibido, junto con una tasa de crecimiento superior a la registrada por el emisor extranjero (+6.9% frente a un +4,4%) ha sido decisivo en el balance de año turístico en Andalucía.

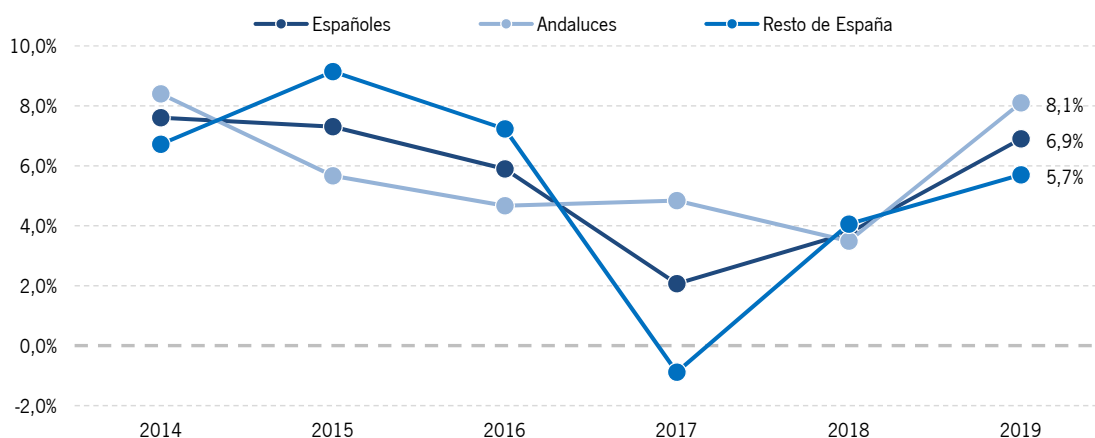
**Turistas españoles en Andalucía. Años 2007-2019**



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

Andaluces y residentes de otras Comunidades Autónomas españolas conforman la demanda turística nacional. En 2019, más de la mitad de los turistas nacionales, proceden de la propia Andalucía, mientras que el 46,6% de ellos residen en otras Comunidades Autónomas españolas. Ambas procedencias presentan tasas positivas respecto a 2018, un +8,1% para el propio andaluz y un +5,7% para los turistas procedentes del resto de España. Así, los crecimientos medios acumulativos en los últimos cuatro años para estos mercados se cifran en un +5,5% y un +3,0%, respectivamente.

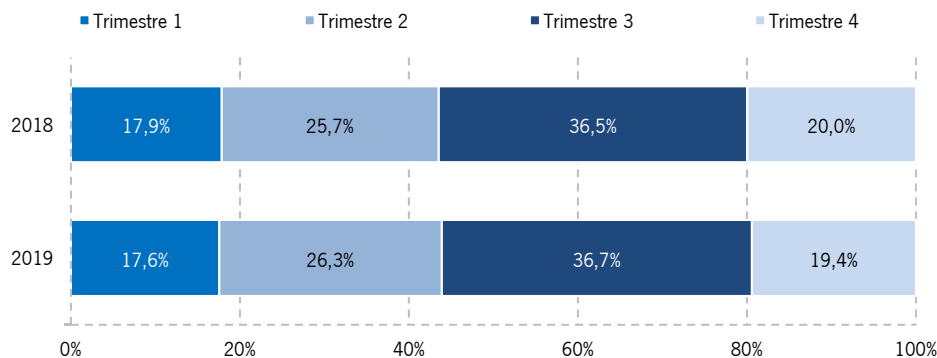
### Turistas españoles en Andalucía. Andaluces y Resto de España. Tasas de variación 2014-2019



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

El turismo nacional registra un alto componente **estacional** ligado al período estival. Así, en los meses de verano se ha recibido al 36,7% de los turistas nacionales, comportamiento que es extensible a las diferentes procedencias españolas que han visitado Andalucía. No obstante, se observa respecto al año anterior, un aumento de cuota de +0,6 puntos porcentuales en el segundo trimestre del año en detrimento del tercero.

### Distribución trimestral del número de turistas nacionales en Andalucía. Año 2018 y 2019.

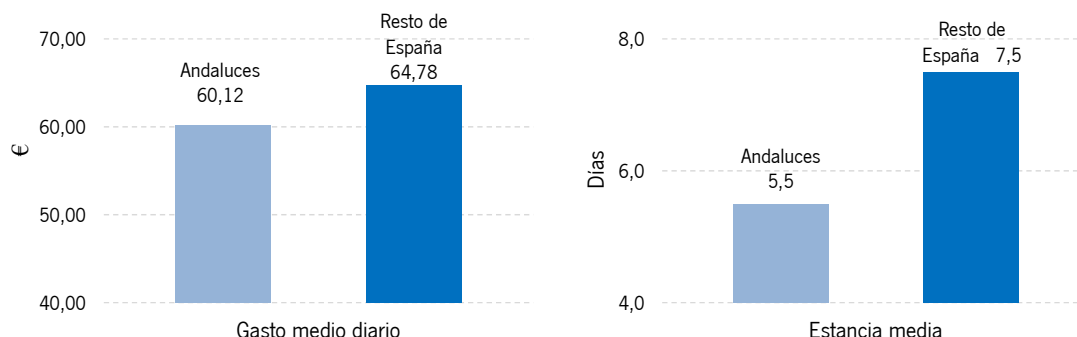


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)

El **gasto medio diario** realizado por los turistas nacionales en el destino andaluz asciende a 60,74 euros (+0,62 euros más respecto a 2018). Este gasto se sitúa más de seis euros y medio por debajo de la media del turista en Andalucía (67,59 euros). Según procedencia del turista nacional cabe destacar que es superior en aquellos turistas nacionales que proceden del resto de España frente al mercado andaluz, tal y como se observa en el gráfico.

En la Comunidad andaluza, la **estancia media** del mercado nacional se ha situado en 6,4 días, ligeramente inferior a la registrada en 2018 (-0,13 días). En este contexto, mientras que los andaluces registran una permanencia de 5,5 días, los turistas procedentes del resto de España computan una estancia dos días superior.

### Gasto medio diario en destino y estancia media. Andaluces y Resto de España. Año 2019

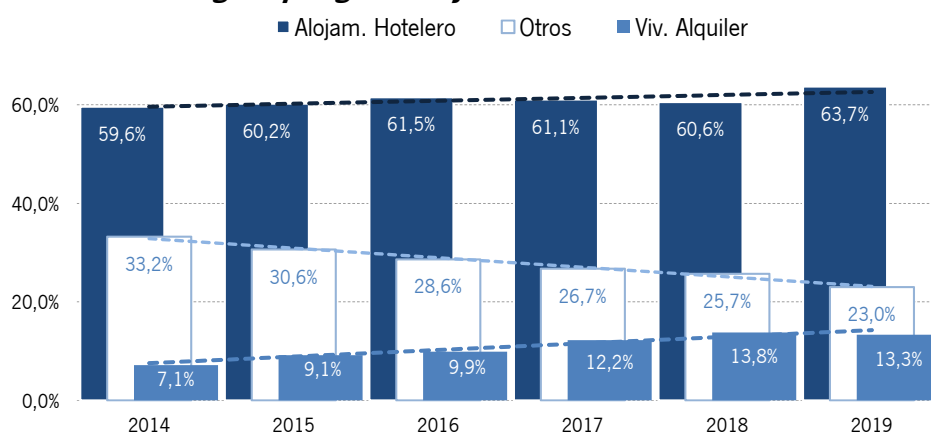


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)

El **medio de transporte** más utilizado para los viajes turísticos de los españoles en Andalucía es el coche (70,2%), siendo más acentuado el uso por parte de los turistas andaluces (81,4%). Obviamente este hecho está significativamente influenciado por el lugar de residencia del turista, ya que para los procedentes del resto de España el porcentaje correspondiente al uso del coche se sitúa en un valor más comedido (57,4%), mientras que el uso del avión para acceder al destino andaluz se eleva hasta el 18,6%.

Los establecimientos hoteleros (hoteles, hoteles-apartamentos, hostales y pensiones) siguen siendo el **alojamiento** preferido de los turistas españoles durante su estancia en Andalucía con una participación del 63,7% en 2019, más de tres puntos superior a la registrada el año anterior. Este crecimiento sitúa a la cuota alcanzada como la más alta en el horizonte temporal 2014 – 2019. Sin embargo, cabe destacar que la vivienda en alquiler es el tipo de alojamiento que ha experimentado un mayor crecimiento en este horizonte, lo que le ha supuesto un aumento de participación de +6,2 puntos que han perdido otros tipos de alojamientos (-10,2 puntos porcentuales).

### Evolución de la distribución de los turistas españoles en Andalucía según tipología de alojamiento. Año 2014 - 2019



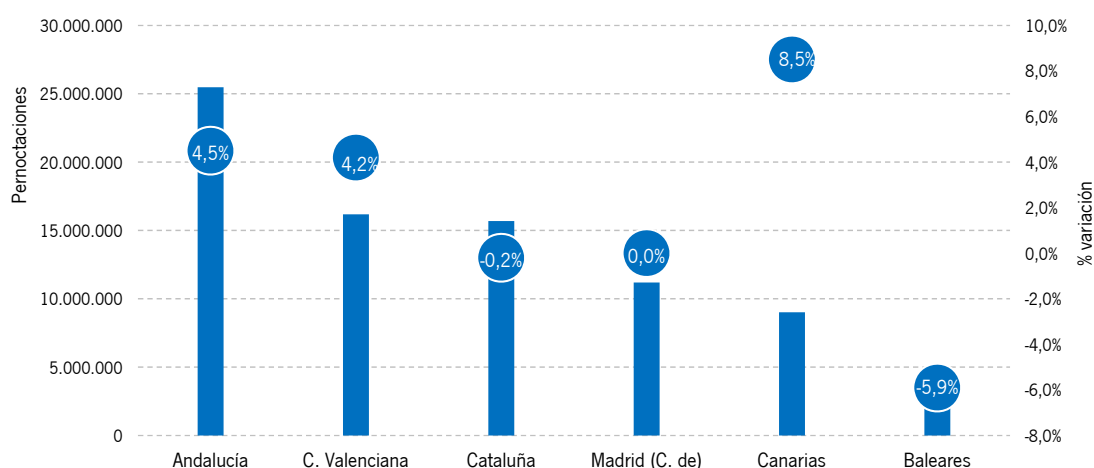
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA (IECA)

En Andalucía, la importancia del movimiento hotelero es incuestionable. La Encuesta de Ocupación Hotelera cuantifica en 10,5 millones los viajeros españoles que durante 2019 se alojaron en establecimientos hoteleros andaluces y realizaron un total de **25,4 millones de pernóctaciones**, lo que supone un

incremento en términos relativos del +4,5%, y una cuota del 21,3% sobre el total de las pernoctaciones que éstos realizan en España.

Un año más Andalucía es líder indiscutible en el mercado nacional, creciendo las pernoctaciones hoteleras de los viajeros españoles por encima de la mayoría de las principales Comunidades Autónomas Turísticas y siendo superior a la media española (+2,6%).

## ***Pernoctaciones hoteleras de viajeros españoles por CC.AA. DE DESTINO. Año 2019 y tasa de variación 2019/2018***



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

La siguiente tabla muestra el número de pernoctaciones procedentes de los principales mercados emisores de turismo nacional para Andalucía en 2019. Estos turistas se reparten entre andaluces con una cuota del 45,5% y los procedentes del resto de España, presentando en ambos casos crecimientos del +5,8% y +3,5%, respectivamente.

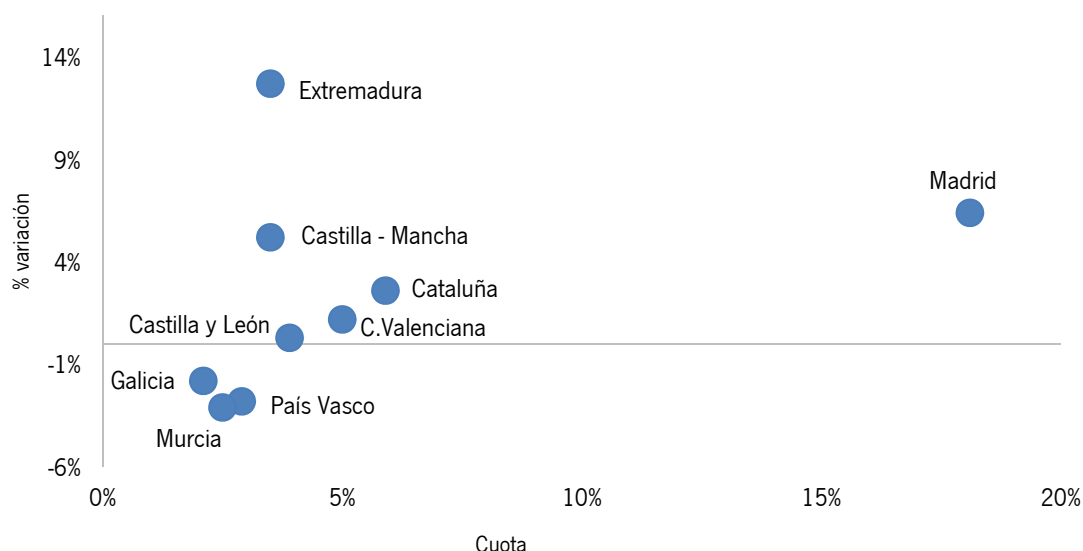
**Pernoctaciones nacionales registradas en los establecimientos hoteleros andaluces.**  
**Distribución según CC.AA. DE ORIGEN. Año 2019, % variación y cuota.**

CC.AA. Origen	Pernoctaciones	% variación	Cuota
Andalucía	11.597.565	5,8%	45,5%
Aragón	320.880	-1,6%	1,3%
Asturias (P. de)	389.022	-1,1%	1,5%
Balears (Illes)	244.147	18,6%	1,0%
C. Valenciana	1.261.749	1,2%	5,0%
Canarias	304.866	4,8%	1,2%
Cantabria	187.944	3,4%	0,7%
Castilla y León	992.074	0,3%	3,9%
Castilla-La Mancha	892.464	5,2%	3,5%
Cataluña	1.513.570	2,6%	5,9%
Ceuta y Melilla	114.855	-4,8%	0,5%
Extremadura	880.869	12,7%	3,5%
Galicia	536.439	-1,8%	2,1%
Madrid (C. de)	4.600.243	6,4%	18,1%
Murcia (Región de)	629.091	-3,1%	2,5%
Navarra (C. Foral de)	165.123	-4,5%	0,6%
País Vasco	738.654	-2,8%	2,9%
Rioja (La)	101.214	8,9%	0,4%
España	25.470.771	4,5%	100,0%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

Asimismo, se observan, resultados positivos en la mayoría de las principales Comunidades Autónomas emisoras procedentes del resto de España<sup>1</sup> respecto al año anterior, destacando las tasas de crecimiento de las Comunidades de Extremadura (+12,7%) y Madrid (+6,4%).

**Tasa de variación y cuota de participación según pernoctaciones hoteleras en Andalucía.**  
**Principales mercados del RESTO DE ESPAÑA. Año 2019.**



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de EOH (INE)

<sup>1</sup> Se consideran principales emisoras para Andalucía a aquellas Comunidades Autónomas que registran cuotas de mercado sobre el total de pernoctaciones hoteleras nacionales superiores al 2%.

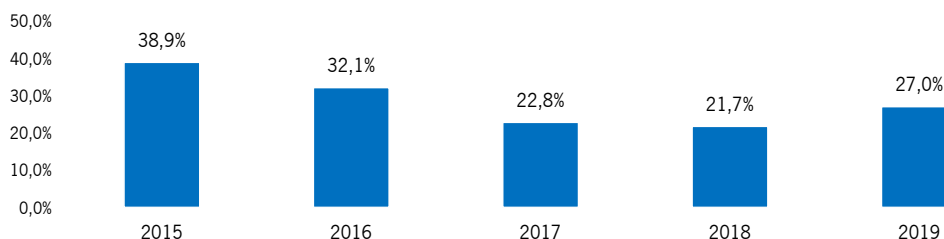
Por otro lado, el 87,9% de los turistas españoles que vienen a Andalucía **organizan su viaje** de forma particular, este porcentaje ha crecido más de dos puntos respecto al año anterior, en detrimento de adquisición de paquetes turísticos o viajes combinados (6,5%), cuyo descenso es de -2,7 puntos porcentuales.

El 56,8% de los turistas españoles encuestados declaran haber utilizado **Internet** para consultar, reservar o comprar algún aspecto de su viaje a Andalucía, un porcentaje que ha descendido respecto al año anterior en -2,0 puntos porcentuales. Sin embargo, es relevante destacar que de los que, si hacen uso de este canal, el 88,4% realizó alguna reserva y el 64,5% llegó a comprar algún producto turístico, porcentajes que se elevan a 89,9% y 67,3% en el caso de los turistas procedentes del resto de España.

El 78,7% de los españoles que han elegido Andalucía como destino turístico, lo ha hecho por ocio y para disfrutar de sus vacaciones. El segundo **motivo** en importancia ha sido la visita a amigos y familiares (13,5%), más acusado en el caso de los propios turistas andaluces (14,3%).

El clima (27,0%), la visita a monumentos (25,3%) y el disfrute de las playas (19,7%), constituyen los principales **factores** en los que se basa la elección de Andalucía como destino turístico. Respecto al año 2018 se observa una reducción en el número de turistas españoles atraídos por la riqueza cultural de Andalucía (-7,5 puntos porcentuales), al tiempo que han aumentado aquellos que buscan disfrutar de su buen clima (+5,3 puntos), lo que ha permitido romper con la continuas pérdidas de cuotas observadas en este ítem en los últimos años.

#### ***EL clima como factor de elección de Andalucía. Años 2015 - 2019***



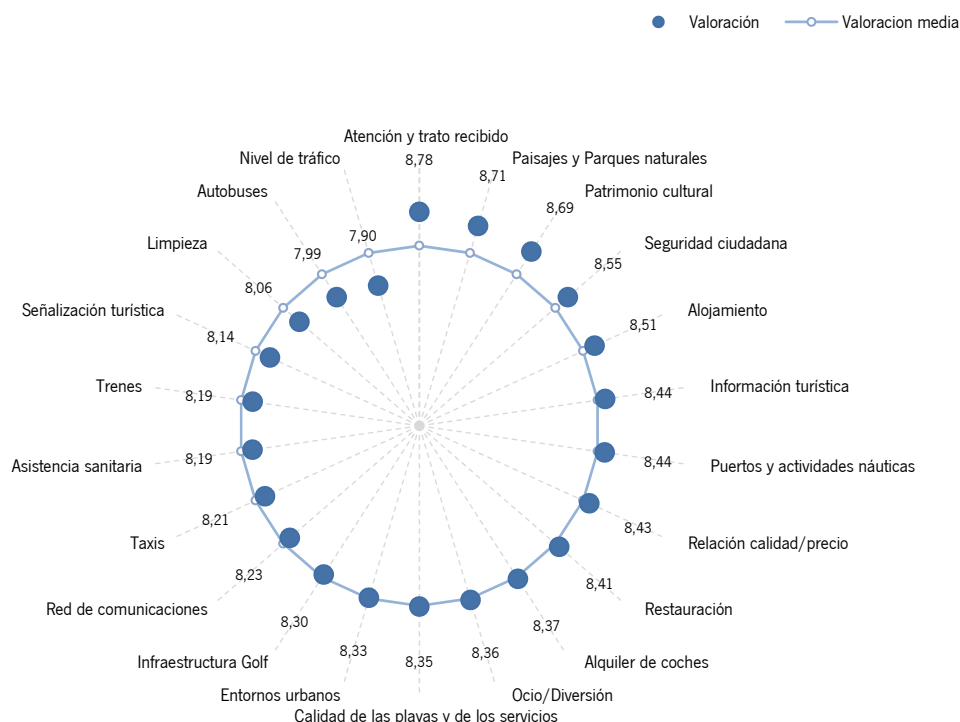
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

Disfrutar de las playas (44,5%), visitar monumentos y museos (33,7%), las compras (23,4%) y la observación de la naturaleza (23,2%), se constituyen como las **actividades** preferidas para disfrutar del destino andaluz, tanto para andaluces como para los turistas del resto de España.

La **valoración del destino** por parte del turista español ha alcanzado un 8,3 en un intervalo de 1 a 10, manteniéndose respecto a la registrada en 2018. Aspectos como, atención y el trato recibido, paisajes y parques naturales, el patrimonio cultural, seguridad ciudadana y alojamiento son los que obtienen las mayores puntuaciones, mientras que el nivel de tráfico aparece como el ítem peor valorado con 7,90 puntos.



## Valoración del destino andaluz por el turista español. Año 2019

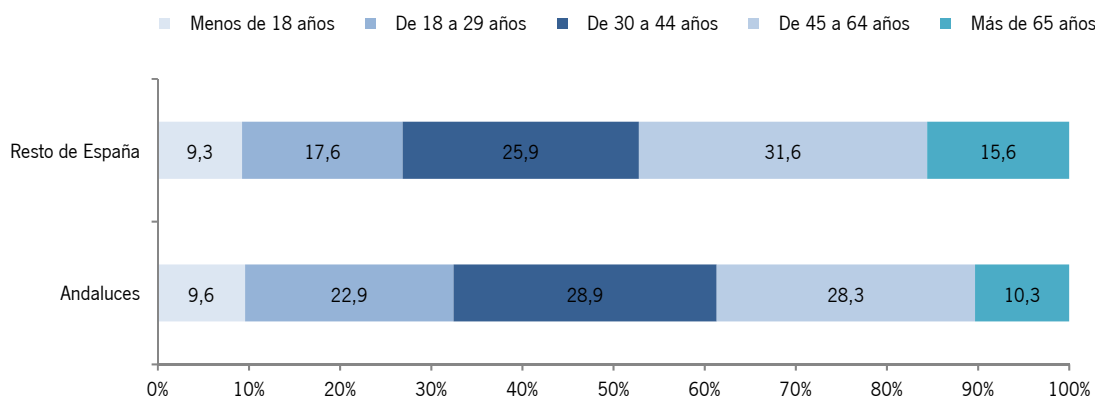


Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

Asimismo, seis de cada diez de los turistas españoles que han estado en Andalucía en 2019 también lo hicieron en 2018. Por procedencias, resaltar que no hay mejor embajador de Andalucía que el propio andaluz, su **grado de fidelidad** así lo indica, y es que el 72,3% de los turistas andaluces que visitaron la Comunidad en 2019 también lo hicieron en 2018, este porcentaje baja al 48,2% en el caso de los turistas procedentes del resto de España.

La distribución porcentual del mercado español según **sexo**, muestra un porcentaje de mujeres ligeramente superior al de hombres (50,9% y 49,1%, respectivamente), siendo esto una tendencia común en todos los mercados turísticos. El **grupo de edad** más relevante es el comprendido entre 30 y 64 años, correspondiéndole al turista andaluz un perfil más joven que el del turista procedente del resto de España. Así, mientras que el 61,3% de los visitantes andaluces sitúan su edad por debajo de los 44 años, para el resto de España este porcentaje se sitúa en el 52,8%.

### Edad de los turistas nacionales que visitan Andalucía. Año 2019



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

El 62,6% de los turistas españoles que visitaron Andalucía en el año 2019 se encontraban en **situación laboral** activa (trabajo por cuenta ajena o propia), un punto por debajo de las cifras computadas en el pasado año. Este porcentaje se repite entre los andaluces y el resto de españoles. Asimismo, el porcentaje de turistas que se encuentran en paro asciende al 3,9% para el caso de los españoles, +1,8 puntos porcentuales por encima del resultado observado en 2018. Los turistas españoles jubilados representan el 14,8%, aunque se aprecia que en el caso de los andaluces este porcentaje es menor (11,7%) que para el caso de los del resto de España (18,4%). Lo opuesto ocurre en el caso de los estudiantes, ya que mientras que para los turistas andaluces alcanza una mayor presencia (16,6%), para el caso de los del resto de España se registra un menor porcentaje (13,4%).

En cuanto al **grupo de viaje** y, en consonancia con las variables que definen el perfil socioeconómico, el más habitual en el que los españoles realizan turismo en Andalucía es el viaje en pareja (en el 39,5% de los casos), seguido de cerca en este año 2019 por el viaje en familia en el 34,4%. Viajar con un grupo de amigos (14,9%) o sólo (10,3%) le siguen en orden de importancia.

**Tabla resumen: Perfil del turista español en Andalucía. Año 2019.**

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2018 (millones)	19,8
Gasto medio diario en destino: euros	60,74
Estancia media: Número de días	6,4
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	36,7%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: <b>Mujer</b>	50,9%
Edad: <b>De 30 a 64 años</b>	57,4%
Situación laboral: <b>Ocupado</b>	62,6%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: <b>Alojamiento hotelero</b>	63,7%
Principal medio de transporte: <b>Coche</b>	70,2%
Uso de intermediarios: Porcentaje	12,1%
Uso de internet: Porcentaje	56,8%
Para qué utilizó internet: <b>Reserva</b>	88,6%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Clima Porcentaje	27,0%
- Visita a monumentos: Porcentaje	25,3%
Canal principal de información sobre Andalucía: <b>Experiencia propia</b>	73,4%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa: Porcentaje	44,5%
- Visitas a monumentos y museos: Porcentaje	33,7%
- Compras: Porcentaje	23,4%
- Observación de la naturaleza: Porcentaje	23,2%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,3
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Atención y trato recibido	8,8
- Paisajes y parques naturales	8,7
- Patrimonio cultural	
Grado de fidelidad: Porcentaje	61,0%
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.	