



# Demanda turística en Andalucía

**Año 2020**

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



## Demanda turística en Andalucía. AÑO 2020

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

### COLECCIÓN

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos

### EDITA

Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

Plaza Nueva, nº 4

41001 Sevilla

Formulario de contacto:

[https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/servicios/app/csu-peticion.html?cat\\_servicio\\_id=22](https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/servicios/app/csu-peticion.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)

Autora: Inmaculada Gallego Galán

Publicación electrónica semestral 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.

# Índice de contenidos

---

- 00. Introducción.
- 01. Balance del año 2020 y evolución.
- 02. Procedencia de los turistas.
- 03. Hábitos de consumo turístico.
- 04. Perfil sociodemográfico.
- 05. Valoración del destino andaluz.
- 06. Anexo de tablas.

## 00. Introducción

---

La crisis sanitaria que ha provocado la COVID-19 ha tenido un fuerte impacto en la actividad turística global y ha supuesto cambios significativos que han marcado el año turístico 2020. En este balance se pretende no sólo cuantificar la pérdida de turistas sino también identificar cuáles han sido los principales cambios en sus hábitos de consumo que ayuden al sector turístico andaluz a comprender cómo se han comportado los turistas en una situación de elevada incertidumbre como la provocada por la COVID-19 durante el año 2020.

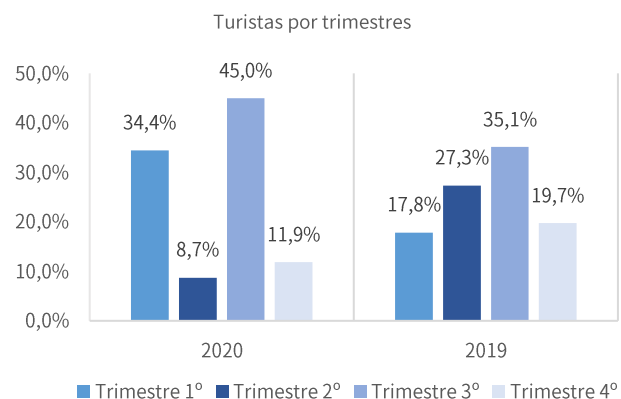
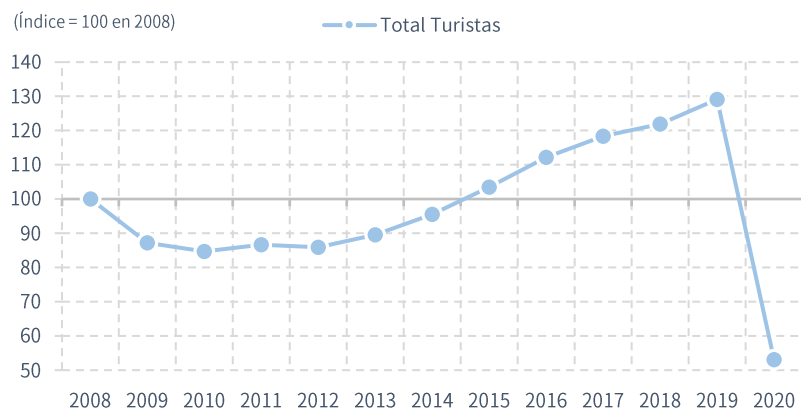
Este análisis se realiza a través de una explotación a medida de la [Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía](#) (ECTA) elaborada por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) que proporciona información sobre variables tanto cualitativas como cuantitativas que permiten realizar estimaciones sobre el gasto, la estancia, perfil del turista, calificación del destino, etc. Esta información se complementa con otras fuentes secundarias como la [Encuesta de Ocupación Hotelera](#) (EOH) del Instituto Nacional de Estadística (INE) o el [movimiento aeroportuario de AENA](#).

# 01. Balance del año 2020 y evolución

La demanda turística en Andalucía llevaba creciendo de forma ininterrumpida desde el año 2012 hasta alcanzar la cifra histórica en 2019 de 32,5 millones de turistas. El año 2020 arrancó de manera positiva hasta la interrupción total de la actividad turística en la segunda mitad del mes de marzo, esto supuso un punto de inflexión y aunque la actividad se reanudó en el tercer trimestre, las diferentes restricciones y medidas impuestas a la movilidad como consecuencia de la evolución de la pandemia, tanto en el destino andaluz como en los principales mercados emisores, han afectado al desarrollo de la actividad turística y han provocado que el año 2020 se haya cerrado con un total de 13,3 millones de turistas (-59% respecto a 2019), cifra sin precedentes desde que se disponen de datos.

En el gráfico se observa como la irrupción de la **pandemia de COVID-19** y las medidas impuestas para su contención han alterado la **distribución trimestral** del turismo significativamente.

## Evolución de los turistas en Andalucía. Años 2008-2020



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

## Puntos clave

- Para el total de turistas recibidos en Andalucía en el año 2020, el turismo extranjero ha registrado un fuerte descenso del -77,5%, superando a la caída registrada en el turismo de procedencia nacional (-47,2%).
- Pese a ser una crisis global, la pérdida registrada en Andalucía ha sido algo menor en relación a las principales regiones españolas competidoras gracias a su posición de líder en el mercado nacional. Concretamente, Andalucía ha visto reducidas sus pernoctaciones hoteleras con menos intensidad (-69,4%) que la media nacional (-73,3%) en el año 2020 y ha revalidado su liderato en el mercado nacional captando el 22,3% del total de pernoctaciones registradas, a gran distancia del resto.

## 02. Procedencia de los turistas

A pesar de que todos los mercados emisores se han visto afectados y los descensos han sido generalizados, el mercado nacional ha presentado una menor caída en Andalucía (-47,2% respecto al año anterior) que el turismo extranjero (-77,5% respecto al año anterior). Los desplazamientos y las estancias en el propio país han sido percibidos como más seguros, lo que ha incentivado que, entre los que finalmente han viajado en 2020 para hacer turismo, se haya optado por destinos domésticos, convirtiéndose así en un mercado clave para la recuperación del turismo en Andalucía.

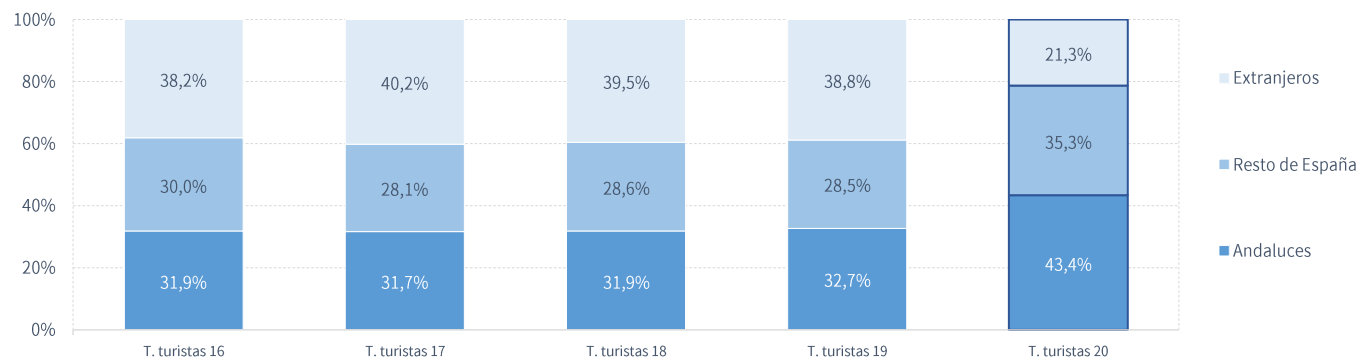
En el gráfico se aprecia claramente que las distribuciones de turistas por procedencia registran un importante cambio en 2020 como consecuencia de la crisis sanitaria provocada por el coronavirus, disminuyendo la participación del turismo internacional de forma notable a favor de los mercados de proximidad (andaluces y resto de españoles).

### Puntos clave

- El turista internacional se ha visto más afectado por las restricciones impuestas para el control de la pandemia en 2020 (cierres de fronteras, cuarentenas, recomendaciones de no viajar si no es absolutamente necesario, etc.) y ha realizado menos visitas a Andalucía.

- Esta fuerte reducción del mercado extranjero en 2020 ha desequilibrado las cuotas o pesos que cada procedencia presentaba de forma habitual.

### Distribución porcentual de los turistas por procedencia. Años 2016-2020



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

# 03. Hábitos de consumo turístico

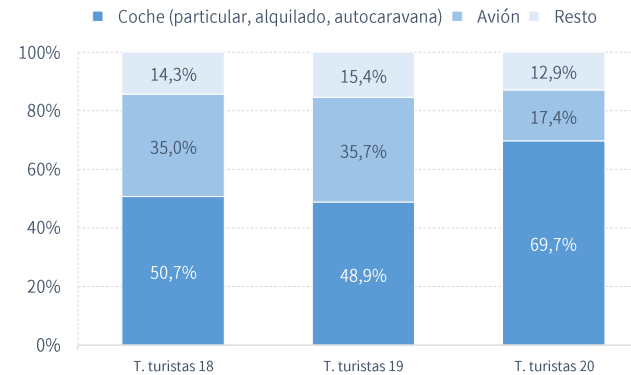
## 1. ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

La incertidumbre, no saber si se iba a poder acceder a un determinado destino, o cuándo se iba a poder acceder, junto con la preferencia por destinos próximos y conocidos, ha provocado que los turistas no requieran de intermediarios a la hora de planificar sus viajes en el año 2020, alcanzando la organización particular de viaje un peso del 91,4% entre el total de turistas, lo que supone alcanzar el nivel más elevado de los últimos 10 años.

## 2. MEDIO DE TRANSPORTE

En 2020 se ha incrementado fuertemente el uso del coche (propio, alquilado o autocaravana) en detrimento principalmente del uso del avión, propiciado por el turismo de proximidad y ser percibido como un medio de transporte más seguro ante el posible riesgo de contagio o transmisión de la COVID-19.

### Organización particular del viaje y medio de transporte. Años 2011-2020



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

## Puntos clave

- Tanto la forma de organización del viaje, como el medio de transporte que se utiliza para acceder a Andalucía, son variables que se ven muy influenciadas por la procedencia de los turistas.

- La alta presencia de turistas nacionales, y sobre todo de andaluces, entre los turistas que visitan Andalucía, ha propiciado el mayor uso del coche, así como la organización particular del viaje a Andalucía.

- El descenso de turistas extranjeros, que son los que tradicionalmente más utilizan el avión para acceder a Andalucía, ha contribuido al desplome del movimiento aeroportuario. Concretamente, los aeropuertos andaluces han recibido un total de 4 millones pasajeros durante el año 2020, lo que supone un descenso del -73,5% respecto al año anterior.

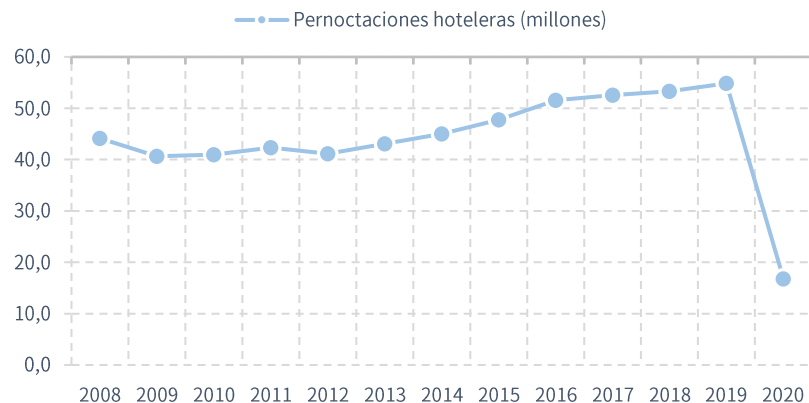
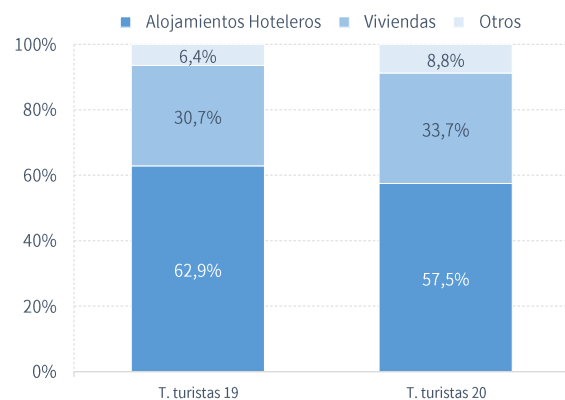
## 03. Hábitos de consumo turístico

### 3. TIPO DE ALOJAMIENTO

Los establecimientos hoteleros siguen siendo el alojamiento preferido de los turistas durante su estancia en Andalucía con una participación del 57,5% en 2020. Sin embargo, cabe destacar que ha reducido significativamente su cuota (-5,4 puntos) a favor del resto de alojamientos.

El balance del [movimiento hotelero](#) en Andalucía se ha cerrado en el año 2020 con 6,8 millones de viajeros que han realizado un total de 16,8 millones de pernoctaciones en el año 2020, lo que supone un decremento del -65,5% y -69,4% respectivamente respecto al año anterior. Los descensos registrados a partir del mes de marzo, junto con la nula actividad hotelera en el mes de abril, han neutralizado los crecimientos registrados en los dos primeros meses del año, arrojando una tasa de descenso sin precedentes en la serie histórica, y reduciendo el volumen de pernoctaciones del año 2020 a menos de la tercera parte del registrado en 2019.

#### Distribución porcentual de los turistas por tipo de alojamiento. Años 2008-2020



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

## Puntos clave

- En el año 2020 se ha incrementado el uso de la vivienda, especialmente la alquilada y en propiedad (del 19,9% en 2019 al 25,1% en el 2020), y los campings (de un 3,1% en 2019 a un 4,4% en 2020).

- Las restricciones relativas al número de personas en reuniones sociales y la recomendación de mantener los grupos de convivencia ha influido a que durante la pandemia la visitas a amigos y familiares se hayan visto reducidas. En 2020, el 9,2% de los turistas declararon que el [motivo principal](#) de su viaje a Andalucía fue la visita a familiares y amigos, lo que supone -2,4 puntos porcentuales menos que en 2019. Esto también se ha visto reflejado en el uso de las viviendas de amigos y familiares como tipo de alojamiento (-2,2 puntos porcentuales respecto al año 2019).

## 03. Hábitos de consumo turístico

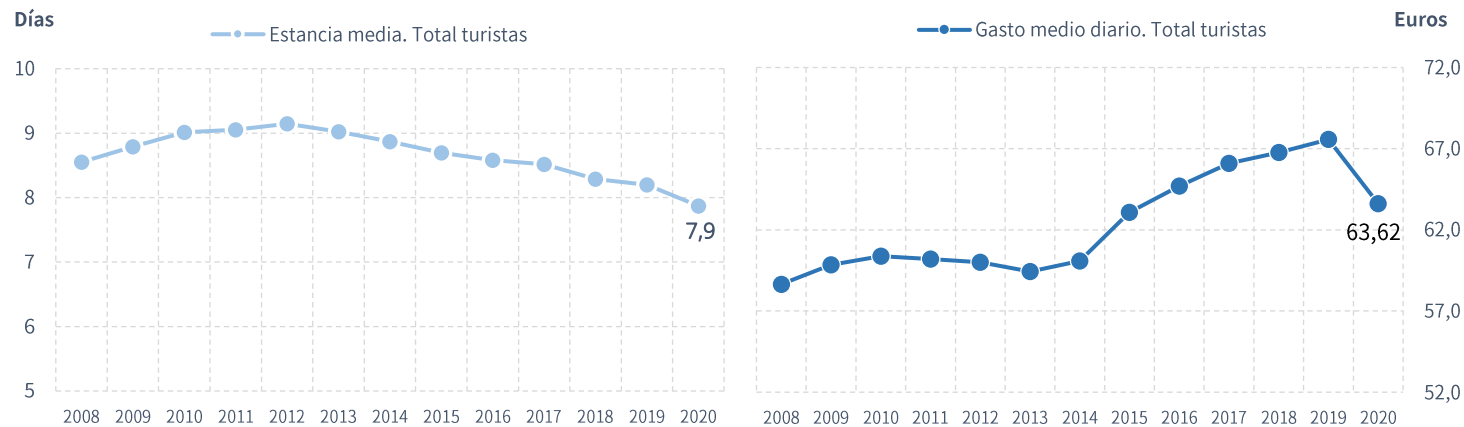
### 5. ESTANCIA MEDIA

Ya se venía observando una tendencia de la demanda a reducir el número medio de días de permanencia en el destino andaluz y esto en 2020 se ha acentuado al situarse en **7,9 días** la estancia media para Andalucía, lo que supone **-0,3 días inferior a la registrada en 2019**.

### 6. GASTO MEDIO DIARIO

El gasto medio diario que realizan los turistas en destino se cifra para el año 2020 en **63,62 euros (casi 4 euros menos que en 2019)**. Tradicionalmente, esta variable presenta una diferencia por procedencias, siendo siempre el gasto más elevado en extranjeros que en españoles y dada la preponderancia del mercado español en el 2020 ha podido afectar a la cifra global de gasto y a su reducción.

### Estancia media y Gasto medio diario. Años 2008-2020



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

## Puntos clave

- La reducción de la estancia media (-0,3 días) y del gasto medio diario en destino (-3,95 puntos) en el año 2020 ha provocado que el gasto total de la estancia se sitúe en 500 euros, lo que supone una reducción del -9,6% respecto al año anterior.

- Los turistas dedican la mayor parte de su presupuesto en destino a la restauración (36,4%) y al alojamiento (30,9%). El resto del gasto se centran principalmente en compras (17,1%) y en el transporte en destino (10,6%).



## 04. Perfil sociodemográfico

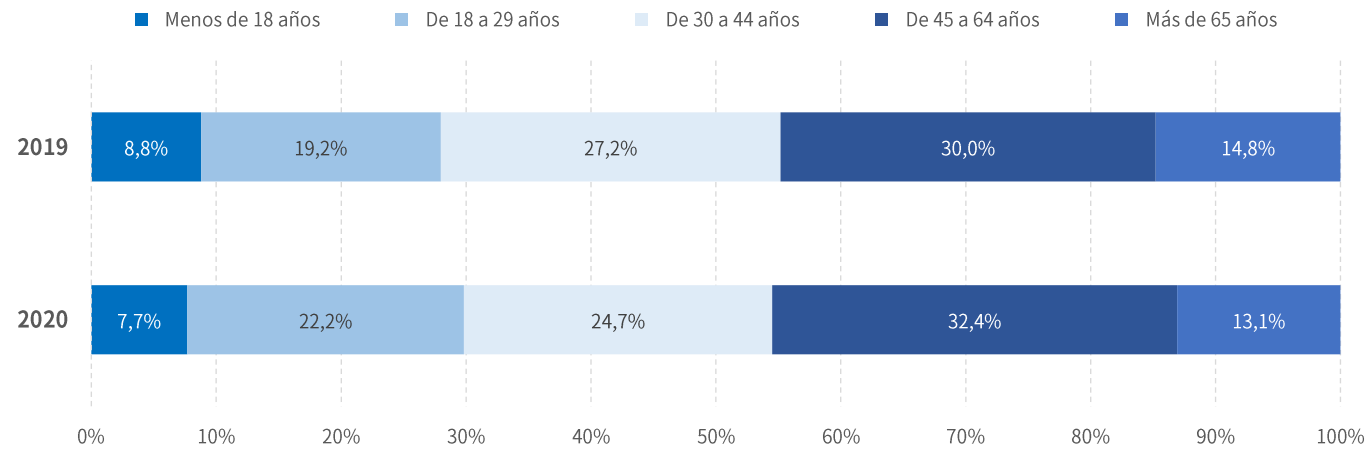
La población senior ha sido especialmente vulnerable a la epidemia y esto ha provocado que hayan reducido significativamente sus viajes, perdiendo -1,7 puntos porcentuales de cuota durante el año 2020. A este segmento de edad se le unen los turistas con edades comprendidas entre los 30 y 44 años, así como los menores de 18 años, que también descienden significativamente sus cuotas respecto al año 2019 (-2,5 puntos y -1,1 punto, respectivamente).

Este cambio de estructura en la edad de los turistas también tiene su reflejo en la situación laboral, han perdido protagonismo en Andalucía durante el año 2020 en relación al año anterior los estudiantes, retirados o jubilados y labores del hogar.

### Puntos clave

- En el [perfil sociodemográfico](#) del turista que ha visitado Andalucía en 2020 se caracteriza por un porcentaje algo más elevado de mujeres (51,5%), en el 63,7% de los casos disponen de trabajo remunerado, ya sea por cuenta ajena o propia y la edad más frecuente se encuentra en el intervalo de 45 a 64 años.

### Distribución porcentual de los turistas según edad. Años 2019 y 2020



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

## 05. Valoración del destino andaluz

Los turistas que visitaron el destino andaluz durante el año 2020, le otorgan una **valoración media de 8,54 puntos** (en una escala de 1 a 10) y todos los conceptos valorados alcanzan puntuaciones superiores a 8 puntos, destacando como más valorados la atención y trato recibido, los paisajes, parques naturales y patrimonio cultural andaluz.

Andalucía ha sido considerada como destino seguro en general y es atractiva para realizar diversas actividades turísticas. La siguiente tabla muestra en qué medida los principales mercados emisores consideran [la comunidad andaluza como un lugar seguro para realizar determinadas actividades](#). En el caso de los españoles destaca la seguridad que les ofrece las actividades relacionadas con el disfrute de la gastronomía mientras que para británicos y alemanes la actividad de visitar espacios naturales es la que les da mayor garantía.

¿En qué medida le resulta atractivo realizar las siguientes actividades en Andalucía según su percepción de destino seguro de vacaciones ante la COVID-19?

Actividades	Espanoles	Británicos	Alemanes	Actividades	Espanoles	Británicos	Alemanes
Disfrutar de la gastronomía	80,3%	66,4%	54,4%	Ir de compras	48,0%	54,0%	37,5%
Visitar espacios naturales	76,0%	76,6%	70,0%	Cuidar la salud, belleza, mimarse	46,7%	46,7%	38,1%
Visitar ciudades y conocer la vida urbana	74,7%	65,0%	51,9%	Ir de camping o en caravana	38,8%	32,8%	31,9%
Descansar en la costa en la playa, cerca del mar,...	72,0%	74,5%	64,4%	Practicar deportes	32,2%	26,3%	31,9%
Visitar zonas rurales hacer actividades típicas de la zona	71,1%	63,5%	64,4%	Ir de crucero organizado	29,3%	32,1%	16,3%
Conocer el arte y la cultura	70,7%	62,0%	47,5%	Acontecimientos deportivos	28,4%	27,0%	29,4%
Hacer rutas, excursiones e itinerarios en distintos lugares	69,1%	62,8%	60,6%	Aprender o perfeccionar idiomas o hacer algún tipo de curso	25,7%	38,0%	33,1%
Asistir a acontecimientos culturales	58,2%	54,7%	57,5%				

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

## 06. Anexo tablas

INDICADORES BÁSICOS	2020	2019	% Var./Diferencias
<b>Número de turistas (millones)</b>	13,35	32,53	-59,0%
<b>Distribución porcentual por trimestres:</b>			
Trimestre 1	34,4%	17,8%	16,6
Trimestre 2	8,7%	27,3%	-18,6
Trimestre 3	45,0%	35,1%	9,8
Trimestre 4	11,9%	19,7%	-7,8
<b>Gasto medio diario (en euros):</b>	63,62	67,57	-3,95
<b>Gasto en destino por conceptos:</b>			
Transporte	10,6%	11,5%	-0,9
Alojamiento	30,9%	25,6%	5,4
Compras alimentación	11,8%	10,5%	1,4
Compras no alimentación	5,3%	7,8%	-2,5
Visitas organizadas, ocio, otros...	4,0%	5,9%	-1,8
Alquiler de coches	0,8%	2,1%	-1,4
Comidas (bares, restaurantes, cafeterías)	36,4%	36,6%	-0,2
<b>Estancia media (nº de días):</b>	7,9	8,2	-0,3
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)			

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
<b>Medio de Transporte:</b>			
Coche (particular, alquilado, autocaravana)	69,7%	48,9%	20,9
Avión	17,4%	35,7%	-18,3
Resto	12,9%	15,4%	-2,5
<b>Tipo de Alojamiento (sin peso):</b>			
Alojamientos Hoteleros	57,5%	62,9%	-5,4
Apartamentos, casa o chalet	33,7%	30,7%	3,0
Otros	8,8%	6,4%	2,4
<b>Organización del viaje:</b>			
De forma particular	91,4%	84,1%	7,2
Lo organizó un club, asociación, empresa...	3,3%	6,4%	-3,0
Adquirió un paquete turístico o viaje combinado	5,3%	9,5%	-4,2
<b>Motivo principal del viaje:</b>			
Trabajo (motivos profesionales) o Negocios	1,6%	4,8%	-3,2
Vacaciones / Ocio	87,8%	80,3%	7,5
Visitas a familiares y amigos	9,2%	11,6%	-2,4
Estudios (Educación y Formación)	0,6%	1,6%	-1,0
Otros motivos (Tratamientos de salud, religiosos, etc...)	0,7%	1,7%	-1,0
<b>Principales factores para elegir el destino andaluz:</b>			
Precios	9,6%	8,1%	1,4
Clima	24,3%	31,3%	-7,0
Playa	24,5%	18,2%	6,3
Visitas a monumentos	25,8%	24,3%	1,5
Turistas de naturaleza y rural	5,8%	4,8%	0,9
Fiestas populares / Folklore	0,5%	1,3%	-0,7
Gastronomía	4,3%	3,5%	0,8
Calidad de vida / Hospitalidad	2,2%	2,7%	-0,5
Excursiones	0,4%	0,3%	0,0
Practicar deportes	0,7%	2,0%	-1,3
Otros	1,9%	3,4%	-1,5
<b>Canales de información del destino:</b>			
Por experiencia propia	69,8%	64,8%	5,0
Por recomendación de agencias de viajes (oficinas)	2,0%	3,7%	-1,7
Por recomendación de amigos o familiares	20,0%	20,6%	-0,7
Por redes sociales, web especializadas de viajes, blogs	5,5%	5,6%	-0,1
Por página Web oficial del destino	0,8%	1,8%	-1,0
Por publicidad en prensa, radio y TV	0,9%	1,8%	-0,9
Por otros medios	1,1%	1,8%	-0,7

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
<b>Valoración al destino turístico andaluz (de 1 a 10 puntos):</b>			
Alojamiento	8,7	8,5	0,1
Restauración	8,6	8,4	0,2
Ocio/Diversión	8,4	8,4	0,1
Seguridad ciudadana	8,6	8,6	0,0
Asistencia sanitaria	8,5	8,3	0,1
Atención y trato recibido	8,9	8,8	0,1
Relación calidad/precio	8,6	8,5	0,1
Red de comunicaciones	8,4	8,3	0,1
Limpieza	8,5	8,1	0,3
Nivel de tráfico	8,3	8,0	0,3
Señalización turística	8,4	8,2	0,2
Información turística	8,6	8,5	0,2
Patrimonio cultural	8,9	8,7	0,1
Transporte público	8,3	8,2	0,1
Alquiler de coches	8,5	8,3	0,2
Calidad de las playas y de los servicios	8,6	8,4	0,2
Paisajes y parques naturales	9,0	8,8	0,2
Entornos urbanos	8,8	8,4	0,4
Valoración global (Índice sintético de percepción)	8,5	8,4	0,2
<b>Actividades realizadas durante la estancia en Andalucía:</b>			
(NOTA: pregunta multirrespuesta, los % no suman 100)			
Compras (excluidas regulares)	25,8%	24,7%	1,2
Disfrute y uso de la playa	48,3%	47,7%	0,5
Observación de la naturaleza	18,6%	24,1%	-5,5
Asistencia a eventos deportivos	0,3%	0,8%	-0,5
Asistencia a eventos culturales	0,8%	3,5%	-2,7
Visitas a monumentos y museos	33,9%	36,8%	-2,9
Otras actividades culturales	0,6%	1,8%	-1,2
Juegos de azar	0,1%	0,2%	-0,1
Educación/formación y estudios de idiomas	0,2%	1,0%	-0,7
Actividades profesionales o de negocios/congresos y reuniones	0,5%	1,4%	-0,9
Prácticas de otros deportes	8,7%	9,1%	-0,3
Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc...)	2,6%	5,4%	-2,7
Otros	1,5%	4,9%	-3,4

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
<b>Usó internet para consultas, reservas o compras:</b>			
Si	64,4%	62,7%	1,7
No	35,6%	37,3%	-1,7
<b>Para qué utilizó internet:</b>			
Consulta	100,0%	100,0%	0,0
Reserva	83,6%	89,6%	-6,0
Compra	53,2%	69,2%	-15,9
<b>Grupo de viaje:</b>			
Solo	6,6%	11,0%	-4,4
Con su pareja	49,4%	41,6%	7,8
Con familiares	31,0%	32,3%	-1,3
Con amigos	12,6%	13,9%	-1,3
Otros	0,5%	1,3%	-0,8
Tamaño medio del grupo de viaje (personas)	2,3	2,3	0,0
<b>Grado de fidelidad:</b>	62,0%	51,5%	10,5

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

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	2020	2019	% Var./Diferencias
<b>Sexo:</b>			
Hombres	48,5%	49,3%	-0,7
Mujeres	51,5%	50,7%	0,7
<b>Grupos de Edad:</b>			
Menos de 18 años	7,7%	8,8%	-1,1
De 18 a 29 años	22,2%	19,2%	3,0
De 30 a 44 años	24,7%	27,2%	-2,5
De 45 a 64 años	32,4%	30,0%	2,4
Más de 65 años	13,1%	14,8%	-1,7
<b>Situación Laboral:</b>			
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	63,7%	62,7%	1,0
En paro	4,0%	3,4%	0,6
Estudiante	14,1%	14,4%	-0,4
Retirado/Jubilado	15,5%	16,4%	-1,0
Labores del hogar	1,2%	1,5%	-0,3
Otras	1,6%	1,5%	0,1

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