



Turismo español en Andalucía

Año 2021

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



TURISMO ESPAÑOL EN ANDALUCÍA. AÑO 2021

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

NPU-1-10-220061-PDF

Formulario de contacto:

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

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 turístico en España. Año 2021.
- 02. Balance turístico en Andalucía. Año 2021
- 03. Anexo de tablas.

00. Introducción

La pandemia mundial de la COVID-19 continúa un año más, por lo que en el análisis de los resultados del presente informe se han de tener en cuenta las condiciones excepcionales acontecidas en la actividad turística como consecuencia de la misma.

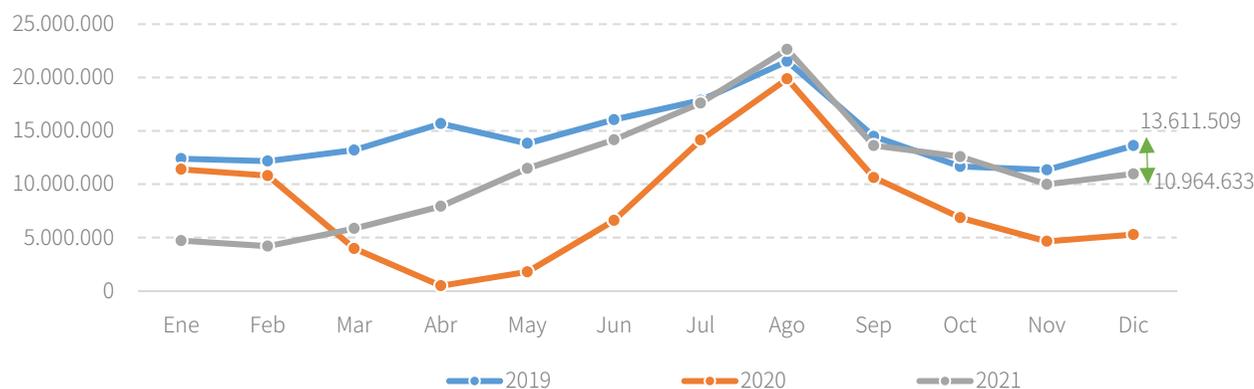
2021 se erige como el año de la reactivación del turismo. El fin del estado de alarma en España en mayo de 2021 y la aplicación de las vacunas impulsó la reactivación de la industria del turismo, pero la aparición, en el último trimestre del año, de las nuevas variantes del coronavirus (alpha, beta, gamma, delta y ómicron) ha obstaculizado su avance progresivo hacia la normalización. En este contexto, destacar el papel del mercado nacional, su excelente comportamiento ha sido vital en esta reactivación, su impulso ha sido tal, que en determinados meses del año ha llegado a superar los niveles previos a la pandemia, su perfil y hábitos de consumo se analizan en el siguiente capítulo.

01. Balance turístico en España. Año 2021

Según la [Encuesta de turismo de residentes](#) realizada por el Instituto Nacional de Estadística, en el año 2021 los y las residentes en España han realizado un total de 143 millones de viajes, lo que supone un aumento del +40,8% respecto los viajes registrados en 2020 y un descenso del -26,3% respecto a 2019 (año pre Covid). Según destino, notable peso de los viajes realizados dentro del territorio español (95%) frente a los realizados al extranjero (5%), concretamente se cifran en 135,6 millones y 7,2 millones, respectivamente. Respecto a 2019, mejor evolución de los viajes internos que de los extranjeros (-26,3%, -64,2%, respectivamente).

La evolución del turismo nacional ha repuntado considerablemente desde el fin del estado de alarma en el mes de mayo de 2021, intensificándose en verano, y optando en su mayoría por viajes dentro de la frontera nacional. Esto se debe, en buena parte, a que el turismo ha sido uno de los sectores más beneficiados del consumo embalsado como consecuencia de un ahorro forzoso sin precedentes, ocasionado por las restricciones a la actividad y a la movilidad que se impusieron en 2020 para controlar la propagación del virus, y además al papel de las vacunas: los y las turistas nacionales han esperado a estar inmunizados para viajar con más seguridad.

Distribución mensual de los viajes de la población española con destino interno. Año 2021.



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

Puntos clave

- Gran demanda de viajes hacia destinos españoles, debido a la dificultad de viajar al extranjero motivado por las restricciones sanitarias.
- La totalidad de las principales CC.AA. turísticas, incluida Andalucía, han registrado incrementos.
- Andalucía, líder en lo que a turismo nacional se refiere, captando el 19,4% del total de viajes que éstos realizan en España, cuota que se sitúa +0,4 puntos porcentuales por encima de la registrada en 2019.
- El aumento de los viajes de la población española ha sido más notable en los destinos nacionales más vacacionales con predominio de la demanda española.

El MERCADO NACIONAL: LA DEMANDA EMBALSADA.

El turismo ha sido uno de los sectores más beneficiados del consumo embalsado como consecuencia de un ahorro forzoso sin precedentes

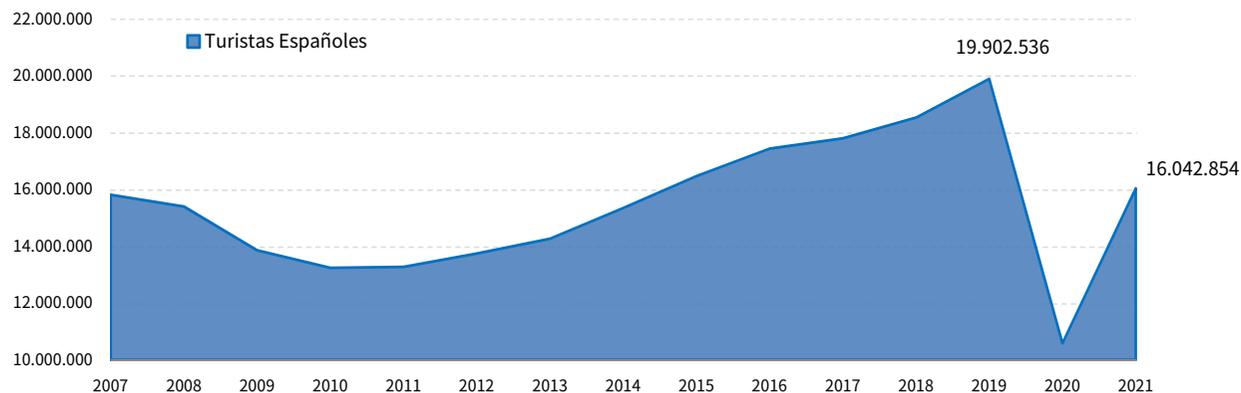
02. Balance turístico en Andalucía. Año 2021

¿CUÁNTOS TURISTAS SON Y COMO HAN EVOLUCIONADO?

Los resultados positivos con los que ha cerrado el año 2021 el mercado nacional en Andalucía, suponen una recuperación parcial de su actividad turística. Así, según la [Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía](#) del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, algo más de **16 millones de turistas españoles** la han visitado en este año, lo que ha supuesto un aumento del +51,6% respecto al año anterior, y un recorte de distancia con 2019 año pre-Covid (-19,4%) . No sólo este indicador muestra la recuperación de actividad de este emisor: tasas del +65,6% en viajeros hoteleros, +79,3% en pernoctaciones hoteleras y +66,5% en pasajeros procedentes de aeropuertos españoles así lo indican.

De este modo, y volviendo a los datos de la ECTA (IECA), precisar que el volumen de turistas españoles alcanzado en este ejercicio en la Comunidad, se aproxima a la cifra de nivel registrada seis años atrás (16,4 millones en 2015).

Turismo español en Andalucía. Años 2007-2021.



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

Puntos clave

- Andaluces (55,7%) y residentes de otras Comunidades Autónomas españolas (44,3%) conforman la demanda turística nacional, ambas procedencias presentan notables aumentos respecto a 2020 (+52,7% y del +50,1% cada una), recortando así distancia respecto a 2019 (-15,9% y -23,9%, respectivamente) ([Ver más información de estos perfiles](#))

16 MILLONES DE VIAJES



+51,6%

02. Balance turístico en Andalucía. Año 2021

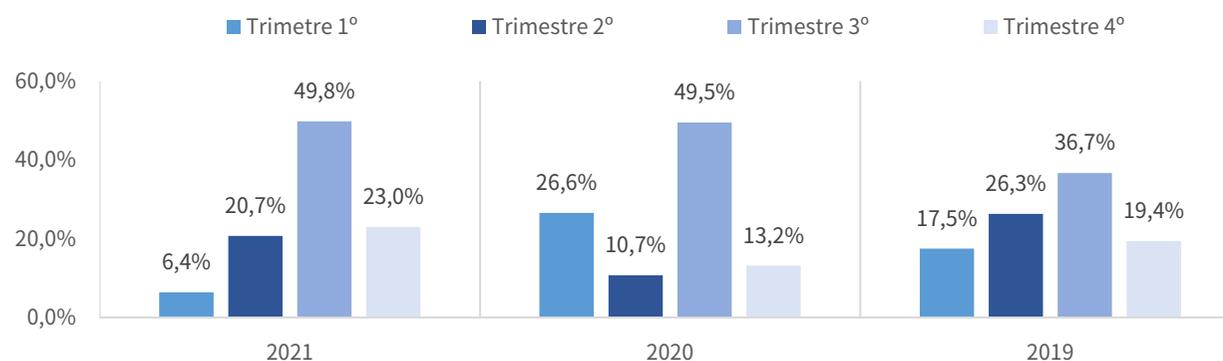
¿CUÁLES HAN SIDO SUS HÁBITOS DE CONSUMO TURÍSTICO? (I)

El turismo nacional registra un **alto componente estacional** ligado al período estival, circunstancia que un año más se ha disparado como consecuencia de las restricciones marcadas por la pandemia de la Covid-19. De este modo, desde mayo que se reactiva el turismo y sobretodo en los meses de julio, agosto y septiembre se han recibido prácticamente el 50% de los turistas nacionales, cuota muy superior a la observada en 2019, un 36,7%.

Este turista ha realizado en 2021 más visitas a Andalucía, pero de menor duración. De este modo, destacar que **la estancia media** del mercado nacional se ha situado en 6,2 días, inferior en -0,4 días y -0,2 días a las registradas en 2020 y 2019, respectivamente.

Por el contrario, el **gasto medio diario** realizado por los y las turistas nacionales en el destino andaluz asciende a **65,32 euros**, es el **gasto de bolsillo más alto desde el inicio de la serie**, superior en +6,27 euros y +4,57 euros a las cifras de 2020 y 2019, respectivamente. Este gasto se sitúa algo más de cuatro euros y medio por debajo de la media del turista en Andalucía (63,02 euros).

Distribución trimestral del número de turistas nacionales en Andalucía. Años 2019,2020 y 2021



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

Puntos clave:

Las pautas marcadas por las medidas sanitarias (medidas de distanciamiento social o las restricciones de movilidad) han traído consigo **cambios en los hábitos de consumo turístico**, tales como:

- En el **medio de transporte**: notable incremento en el uso del coche al ser percibido como más seguro (de un 70,2% en el año 2019 a un 80,2% en el 2021).
- En la **organización del viaje**: mayor uso de la organización particular a la hora de viajar a Andalucía (del 87,9% en 2019 al 94,0% en el año 2021).
- En el **motivo principal del viaje**: aumento de los viajes por ocio y vacaciones en la Comunidad (del 78,7% en 2019 al 80,6% en el año 2021).
- En los **factores de elección** del destino andaluz: aumento del número de turista atraídos por las playas andaluzas (+9,3 puntos porcentuales), al tiempo que han descendido aquellos que buscan disfrutar del clima (-8,4 puntos porcentuales).
- En el **perfil sociodemográfico**: descenso de los turistas senior (-6,4 puntos) y del segmento de edad comprendido entre 45 y 64 años (-1,7 puntos), e incremento de los turistas jóvenes entre 18 y 29 años (+8,5 puntos).

02. Balance turístico en Andalucía. Año 2021

¿CUÁLES HAN SIDO SUS HÁBITOS DE CONSUMO TURÍSTICO? (II)

Los establecimientos hoteleros (hoteles, hoteles-apartamentos, hostales y pensiones) continúan siendo el [alojamiento](#) preferido de los y las turistas españoles durante su estancia en Andalucía con una participación del 58,5% en 2021. Ahora bien, han perdido cuota (-5,2 puntos porcentuales) frente al resto de tipologías de alojamientos, destacándose las viviendas en alquiler (17,4%, +4,1 p.p).

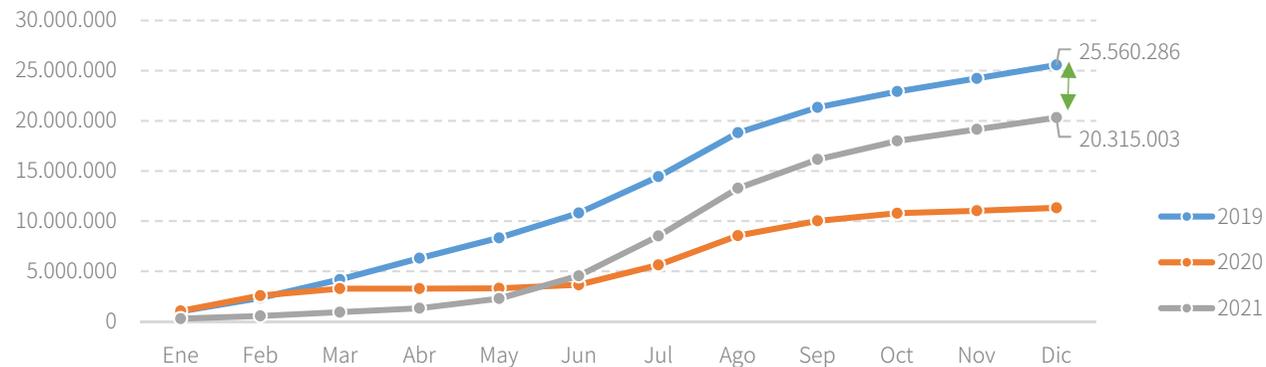
La importancia del [movimiento hotelero](#) en Andalucía es incuestionable. Así, la Encuesta de Ocupación Hotelera cuantifica en 8,2 millones los viajeros españoles que durante 2021 se alojaron en establecimientos hoteleros andaluces y realizaron un total de 20,3 millones de pernoctaciones, lo que supone aumentos del +65,6% y +79,3%, respectivamente. Tal y como se observa en el gráfico, en junio de 2021, los hoteles andaluces ya habían acumulado más pernoctaciones de viajeros nacionales que en el mismo semestre de 2020 (la línea gris cruza la línea naranja). A partir de ese mes la recuperación se acelera, si bien no se llega a alcanzar el nivel de 2019 (5,2 millones de pernoctaciones menos que en 2019, un -20,5%).

Puntos clave

- Un año más **Andalucía es líder en el mercado nacional** en lo que a movimiento hotelero se refiere. En este contexto, precisar que nuestra comunidad, ha visto incrementadas sus pernoctaciones hoteleras con mayor intensidad que la media nacional (+78,4%) en el año 2021 y ha revalidado su liderato en el mercado nacional captando el 22,5% del total de pernoctaciones nacionales registradas, a gran distancia del resto.

¿Qué emisores lo han hecho posible?: Andaluces en gran medida (49%), seguidos a distancia de madrileños (17,6%), catalanes (4,9%), valencianos (4,0%) y los viajeros procedentes de Castilla y León (4,0%).

Pernoctaciones acumuladas de viajeros nacionales en Andalucía. Años 2019, 2020 y 2021



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

04. Anexo de tablas

| INDICADORES BÁSICOS | 2021 | 2020 | 2019 | % Var./Dif.21/19 |
|--|-------|-------|-------|------------------|
| Número de turistas (millones) | 10,5 | 10,6 | 19,9 | -19,4% |
| Distribución porcentual por trimestres: | | | | |
| Trimestre 1 | 26,8% | 26,6% | 17,5% | -11,1 |
| Trimestre 2 | 10,2% | 10,7% | 26,3% | -5,6 |
| Trimestre 3 | 49,8% | 49,8% | 36,7% | 13,1 |
| Trimestre 4 | 13,2% | 13,2% | 19,4% | 3,6 |
| Gasto medio diario (en euros): | | | | |
| | 59,09 | 59,05 | 60,75 | 4,57 |
| Gasto en destino por conceptos: | | | | |
| Transporte | 9,6% | 9,6% | 9,9% | -1,0 |
| Alojamiento | 33,6% | 33,6% | 27,3% | 6,0 |
| Compras alimentación | 11,2% | 11,2% | 10,1% | -0,1 |
| Compras no alimentación | 5,0% | 5,0% | 7,3% | -2,7 |
| Visitas organizadas, ocio, otros... | 4,0% | 4,0% | 6,1% | -0,5 |
| Alquiler de coches | 0,3% | 0,3% | 0,7% | -0,2 |
| Comidas (bares, restaurantes, cafeterías) | 36,4% | 36,4% | 38,6% | -1,4 |
| Estancia media (nº de días): | | | | |
| | 6,8 | 6,8 | 6,4 | -0,23 |

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

| HÁBITOS DE CONSUMO | 2021 | 2020 | 2019 | % Var./Dif.21/19 |
|---|-------|-------|-------|------------------|
| Medio de Transporte: | | | | |
| Coche (particular, alquilado, autocaravana) | 82,2% | 80,9% | 70,2% | 12,0 |
| Avión | 5,1% | 4,5% | 9,2% | -4,1 |
| Resto | 12,8% | 14,7% | 20,7% | -7,9 |
| Tipo de Alojamiento (sin peso): | | | | |
| Alojamientos Hoteleros | 58,5% | 56,8% | 63,7% | -5,2 |
| Apartamentos, casa o chalet | 34,4% | 36,8% | 31,9% | 2,4 |
| Otros | 7,1% | 6,5% | 4,3% | 2,7 |
| Organización del viaje: | | | | |
| De forma particular | 94,0% | 91,8% | 87,9% | 6,1 |
| Lo organizó un club, asociación, empresa... | 2,7% | 3,7% | 5,6% | -3,0 |
| Adquirió un paquete turístico o viaje combinado | 3,4% | 4,5% | 6,5% | -3,2 |
| Motivo principal del viaje: | | | | |
| Trabajo (motivos profesionales) o Negocios | 4,9% | 1,7% | 4,4% | 0,5 |
| Vacaciones / Ocio | 80,6% | 87,2% | 78,7% | 1,9 |
| Visitas a familiares y amigos | 11,6% | 10,1% | 13,5% | -1,8 |
| Resto | 2,9% | 1,1% | 3,4% | -0,5 |
| Principales factores para elegir el destino andaluz: | | | | |
| Precios | 9,7% | 10,9% | 7,8% | 1,9 |
| Clima | 18,6% | 21,9% | 27,0% | -8,4 |
| Playa | 29,0% | 25,9% | 19,7% | 9,3 |
| Visitas a monumentos | 24,6% | 24,8% | 25,4% | -0,8 |
| Turistas de naturaleza y rural | 5,1% | 6,6% | 5,3% | -0,1 |
| Fiestas populares / Folklore | 0,7% | 0,6% | 1,6% | -1,0 |
| Gastronomía | 0,0% | 3,9% | 4,1% | 0,0 |
| Calidad de vida / Hospitalidad | 5,5% | 2,6% | 3,0% | 1,4 |
| Excursiones | 2,1% | 0,2% | 0,5% | -0,9 |
| Practicar deportes | 0,6% | 0,8% | 1,9% | 0,1 |
| Otros | 1,2% | 1,8% | 3,7% | -0,7 |
| Canales de información del destino: | | | | |
| Por experiencia propia | 73,4% | 74,9% | 71,6% | 1,8 |
| Por recomendación de agencias de viajes (oficinas) | 18,4% | 17,1% | 20,0% | -1,6 |
| Por recomendación de amigos o familiares | 2,4% | 3,6% | 3,1% | -0,7 |
| Por redes sociales, web especializadas de viajes, blogs | 1,9% | 1,7% | 2,2% | -0,2 |
| Por página Web oficial del destino | 1,6% | 1,0% | 2,0% | -0,4 |
| Por publicidad en prensa, radio y TV | 1,2% | 0,9% | 0,7% | 0,5 |
| Por otros medios | 1,0% | 0,8% | 0,4% | 0,6 |

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

| HÁBITOS DE CONSUMO | 2021 | 2020 | 2019 | % Var./Dif.21/19 |
|--|-------|-------|-------|------------------|
| Valoración al destino turístico andaluz (de 1 a 10 puntos): | | | | |
| Alojamiento | 8,6 | 8,7 | 8,5 | 0,1 |
| Restauración | 8,5 | 8,6 | 8,4 | 0,1 |
| Ocio/Diversión | 8,5 | 8,4 | 8,4 | 0,1 |
| Seguridad ciudadana | 8,6 | 8,5 | 8,6 | 0,1 |
| Asistencia sanitaria | 8,3 | 8,4 | 8,2 | 0,1 |
| Atención y trato recibido | 8,8 | 8,8 | 8,8 | 0,1 |
| Relación calidad/precio | 8,6 | 8,5 | 8,4 | 0,1 |
| Red de comunicaciones | 8,4 | 8,4 | 8,2 | 0,2 |
| Limpieza | 8,3 | 8,4 | 8,1 | 0,2 |
| Nivel de tráfico | 8,0 | 8,2 | 7,9 | 0,1 |
| Señalización turística | 8,3 | 8,3 | 8,1 | 0,2 |
| Información turística | 8,5 | 8,6 | 8,4 | 0,1 |
| Patrimonio cultural | 8,7 | 8,9 | 8,7 | 0,0 |
| Autobuses | 8,0 | 7,9 | 8,0 | 0,1 |
| Alquiler de coches | 8,0 | 8,7 | 8,4 | -0,4 |
| Calidad de las playas y de los servicios | 8,7 | 9,0 | 8,4 | 0,4 |
| Paisajes y parques naturales | 8,9 | 8,8 | 8,7 | 0,2 |
| Entornos urbanos | 8,6 | 8,5 | 8,3 | 0,3 |
| Valoración global (Índice sintético de percepción) | 8,4 | 8,3 | 8,3 | 0,1 |
| Actividades realizadas durante la estancia en Andalucía: | | | | |
| (NOTA: pregunta multirrespuesta, los % no suman 100) | | | | |
| Compras (excluidas regulares) | 34,8% | 25,3% | 23,4% | 11,4 |
| Disfrute y uso de la playa | 56,3% | 48,9% | 44,4% | 11,9 |
| Observación de la naturaleza | 14,9% | 17,7% | 23,1% | -8,2 |
| Asistencia a eventos deportivos | 0,3% | 0,3% | 0,8% | -0,5 |
| Asistencia a eventos culturales | 0,9% | 0,6% | 3,6% | -2,7 |
| Visitas a monumentos y museos | 26,3% | 32,9% | 33,7% | -7,4 |
| Otras actividades culturales | 1,8% | 0,5% | 1,7% | 0,1 |
| Juegos de azar | 0,8% | 0,1% | 0,2% | 0,6 |
| Educación/formación y estudios de idiomas | 0,3% | 0,1% | 0,8% | -0,5 |
| Actividades profesionales o de negocios/congresos y reuniones | 0,7% | 0,5% | 1,7% | -1,0 |
| Prácticas de otros deportes | 8,0% | 7,7% | 7,7% | 0,3 |
| Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc...) | 3,7% | 2,7% | 5,8% | -2,1 |
| Otros | 4,0% | 1,8% | 5,6% | -1,6 |

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

| HÁBITOS DE CONSUMO | 2021 | 2020 | 2019 | % Var./Dif.21/19 |
|---|--------|--------|--------|------------------|
| Usó internet para consultas, reservas o compras: | | | | |
| Si | 65,2% | 61,2% | 56,8% | 8,4 |
| No | 34,8% | 38,8% | 43,2% | -8,4 |
| Para qué utilizó internet: | | | | |
| Consulta | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 0,0 |
| Reserva | 87,6% | 81,6% | 88,6% | -1,0 |
| Compra | 34,6% | 48,9% | 64,5% | -29,9 |
| Grupo de viaje: | | | | |
| Solo | 9,6% | 6,3% | 10,3% | -0,7 |
| Con su pareja | 41,4% | 49,0% | 39,5% | 2,0 |
| Con familiares | 31,3% | 31,1% | 34,4% | -3,1 |
| Con amigos | 17,2% | 13,0% | 14,9% | 2,3 |
| Otros | 0,4% | 0,5% | 1,0% | -0,5 |
| Tamaño medio del grupo de viaje (personas) | 2,3 | 2,3 | 2,4 | 0,0 |
| Grado de fidelidad: | 72,0% | 67,2% | 61,1% | 10,9 |
| Fuente: : SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA (IECA) | | | | |

| PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO | 2021 | 2020 | 2019 | % Var./Dif.21/19 |
|---|-------|-------|-------|------------------|
| Sexo: | | | | |
| Hombres | 48,9% | 48,1% | 49,1% | -0,1 |
| Mujeres | 51,1% | 51,9% | 50,9% | 0,1 |
| Grupos de Edad: | | | | |
| Menos de 18 años | 8,1% | 7,8% | 9,4% | -1,3 |
| De 18 a 29 años | 28,9% | 22,2% | 20,4% | 8,5 |
| De 30 a 44 años | 28,7% | 25,9% | 27,5% | 1,2 |
| De 45 a 64 años | 28,2% | 32,7% | 29,9% | -1,7 |
| Más de 65 años | 6,0% | 11,4% | 12,8% | -6,8 |
| Situación Laboral: | | | | |
| Trabajo (por cuenta ajena o propia) | 67,8% | 64,9% | 62,6% | 5,2 |
| En paro | 4,2% | 4,4% | 3,9% | 0,3 |
| Estudiante | 18,2% | 14,2% | 15,1% | 3,1 |
| Retirado/Jubilado | 7,8% | 13,6% | 14,8% | -7,1 |
| Labores del hogar | 1,3% | 1,3% | 2,0% | -0,7 |
| Otras | 0,8% | 1,7% | 1,6% | -0,8 |
| Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA (IECA) | | | | |