



# Turismo andaluz en Andalucía

**Año 2021**

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



## TURISMO ANDALUZ 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

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)

NPU-1-10-220062-PDF

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 2021 y evolución
- 02. Hábitos de consumo turístico (I)
- 03. Hábitos de consumo turístico (II)
- 04. 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, y por ende del andaluz y del resto de España, 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.

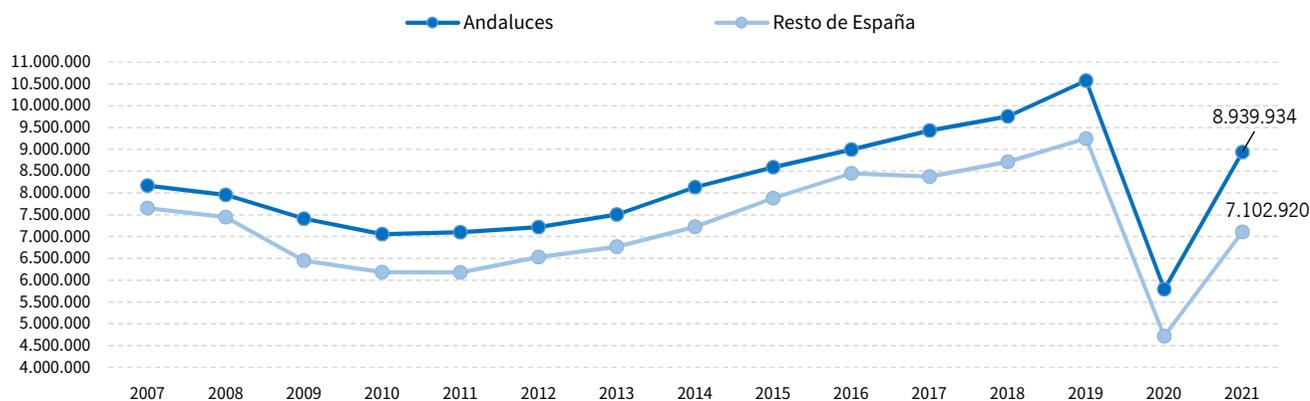
Este análisis se realiza a través de una explotación a medida de la [Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía](#) (ECTA) elaborada por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) que proporciona información sobre variables tanto cualitativas como cuantitativas que permiten realizar estimaciones sobre el gasto, la estancia, perfil del turista, calificación del destino, etc.

## 01. BALANCE DEL AÑO 2021 y EVOLUCIÓN.

En el año 2021, Andalucía ha recibido más de 16 millones de turistas nacionales, de los cuales **8,9 millones proceden de Andalucía y 7,1 millones del resto de España**. Ambas cifras, no sólo **suponen un notable aumento respecto al pasado año del +52,7% y +50,1%, respectivamente**, sino que recortan distancia respecto a 2019 (-15,9% y -23,4%, cada uno).

El tercer trimestre es el preferido para visitar Andalucía tanto para los y las andaluzas como para los y las procedentes del resto de España. No obstante, la irrupción de la pandemia de la Covid-19 ha alterado la [distribución trimestral](#) de estos turistas, concentrándose aún más las llegadas a la Comunidad en la temporada estival (jul-sept).

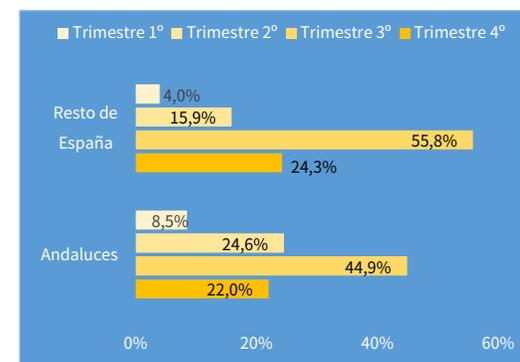
### Turistas andaluces y del resto de España en Andalucía. Años 2007-2021.



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

## Puntos clave

- Respecto a 2019: mejor evolución del emisor andaluz (-15,9%) y resto de España (-23,4%) frente a los mercados extranjeros, Unión Europea (-65,0%) y resto del mundo (-76,3%).
- Esta fuerte reducción del mercado extranjero ha desequilibrado las cuotas o pesos que cada procedencia presentaba de forma habitual. Así, el mercado extranjero del 38,8% en 2019 ha pasado al 20,0% en 2021, el resto de España del 28,5% en 2019 al 35,4% en 2021 y el andaluz del 32,7% en 2019 al 44,6% en 2021.



## 02. Hábitos de consumo turístico (I)

La alta presencia de turistas nacionales, y sobre todo de los y las andaluzas (44,6%), entre los turistas que visitan Andalucía, ha propiciado el mayor uso del coche, así como la organización particular del viaje a Andalucía.

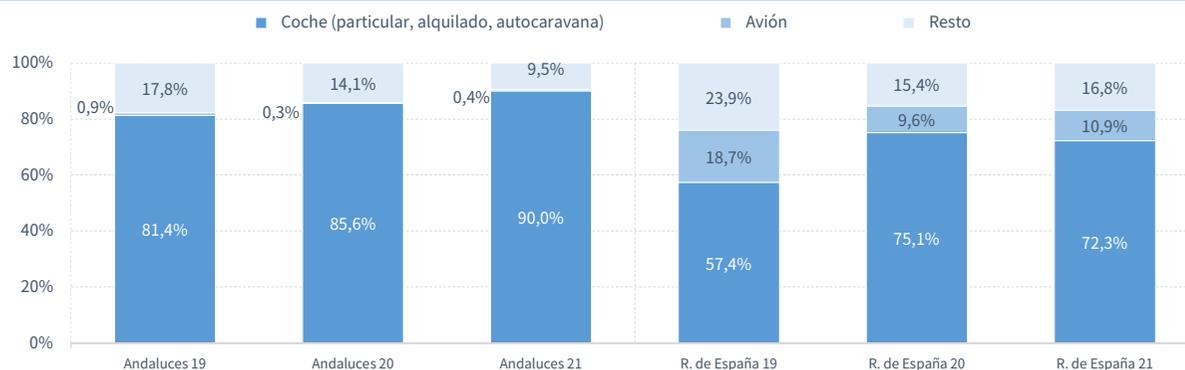
### ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

EL 95,4% de la población andaluza que organiza su viaje a Andalucía lo hacen de manera particular, siendo este porcentaje superior en +2,3 puntos porcentuales al registrado en el año anterior. Para el resto de los y las turistas nacionales que visitan el destino andaluz, esta participación es del 92,1% y ha aumentado en +7,4 puntos respecto a 2019, lo que supone el nivel más elevado de los últimos años

### MEDIO DE TRANSPORTE

En 2021 vuelve a crecer el uso del coche (propio, alquilado o auto caravana) en el mercado andaluz, propiciado por la relevancia del turismo de proximidad y ser percibido como un medio de transporte más seguro ante el posible riesgo de contagio o transmisión de la COVID- Esto supondría alcanzar la tasa más elevada desde el inicio de la serie en el uso de este medio de transporte en su viaje por Andalucía. También el coche es medio locomotor preferido de la gran mayoría del mercado procedente del resto de España.

### Medio de transporte. Turistas andaluces y resto de España. Año 2019-2021



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 el **perfil sociodemográfico del turista andaluz**.

**Así**, respecto a 2019: descenso del turista senior (-4,7 puntos) y del segmento de edad comprendido entre 45 y 64 años (-1,6 puntos), e incremento de los turistas jóvenes entre 18 y 29 años (+7,5 puntos).

El impacto de la COVID-19 en la población senior ha sido especialmente relevante, reduciendo aún más su participación en el año 2021. Esto se debe a que la recuperación de los viajes ha tenido más fuerza entre los segmentos más jóvenes mientras que los viajeros/as 'senior' y los jubilados/as son los segmentos más afectados y que en menor medida se han reactivado

### 03. Hábitos de consumo turístico (II)

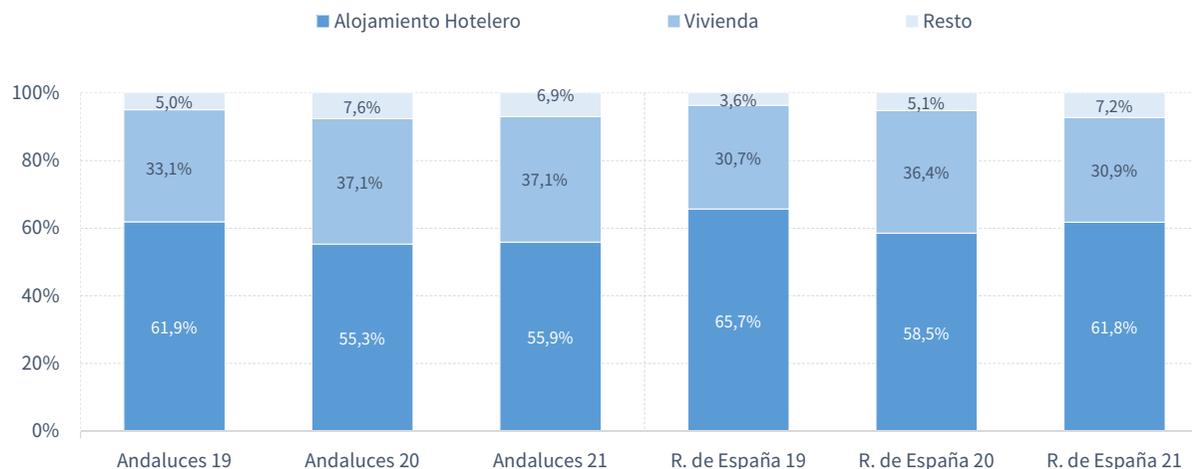
### Puntos clave

#### TIPO DE ALOJAMIENTO

Los **establecimientos hoteleros continúan siendo el alojamiento preferido** tanto del emisor andaluz como del procedente del resto de España durante su estancia en Andalucía, aumentando su cuota respecto a 2020. No obstante, continúan con una participación inferior a la registrada en un año pre-pandémico, -6,0 puntos porcentuales y -3,9 puntos porcentuales, cada uno, frente a las cuotas que representaban en 2019.

Del total de turistas andaluces que en 2021 optaron por las viviendas como tipo de alojamiento, el 42,2% lo hizo en régimen de alquiler mientras que el resto eligieron la vivienda en propiedad (30,3%) o de amigos/as y familiares (27,6%). En esta tipología de alojamiento cabe destacar la **relevancia de la vivienda en alquiler, que ya antes de la pandemia venían mostrando una tendencia creciente**.

#### Tipo de alojamiento. Turistas andaluces y resto de España. Año 2019-2021



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

- Tras la ruptura en 2020 de la tendencia positiva en las pernoctaciones hoteleras de Andalucía, motivada por la crisis sanitaria, que se situó como el valor más bajo para esta variable, tanto en términos absolutos como relativos, desde que se tienen datos, los datos de 2021 suponen el inicio de la recuperación.

- El balance del **movimiento hotelero** del mercado nacional en Andalucía se ha cerrado en el año 2021 con 8,3 millones de viajeros/as que han realizado un total de 20,4 millones de pernoctaciones, lo que supone un aumento del +65,9% y +79,6% respectivamente respecto al año anterior, aunque aún inferiores a los niveles de 2019.

A estos **buenos resultados** ha contribuido en mayor medida **el mercado procedente del resto de España**, que en el caso de la variable pernoctaciones ha registrado 10,4 millones, un +90,4% más que en 2020, mientras que el emisor andaluz ha registrado 9,9 millones un +0,8% más.

### 03. Hábitos de consumo turístico (II)

### Puntos clave

#### ESTANCIA MEDIA

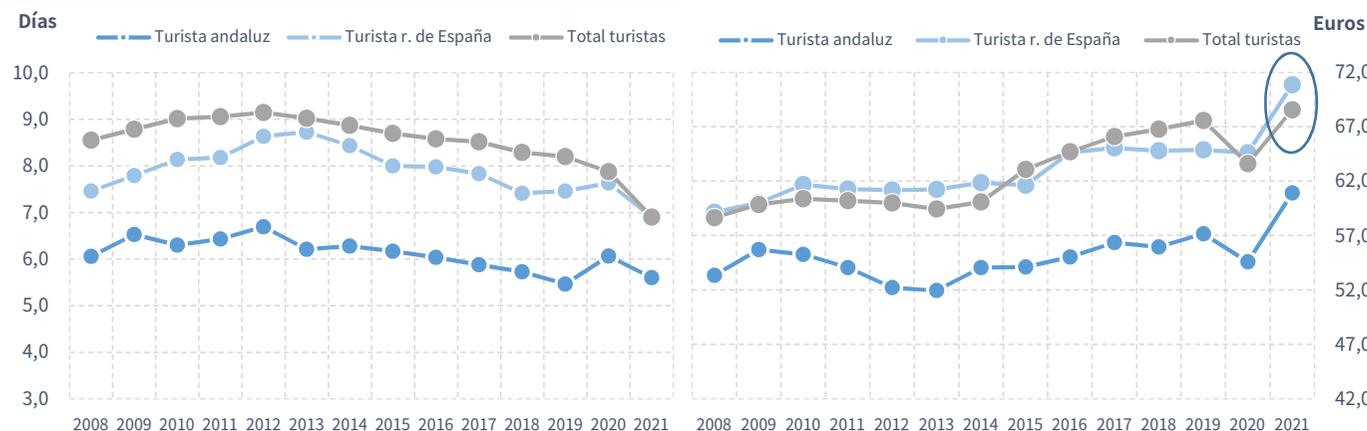
La estancia media en la Comunidad de los andaluces que visitan Andalucía se sitúa en 5,6 días, más de un día por debajo de la registrada por aquellos que proceden del resto de España (6,9 días). Respecto a 2019, destacar que ambas permanencias presentan evoluciones diferentes positiva para los y las andaluzas y negativa para los y las procedentes del resto de España, +0,1 día y -0,5 días, respectivamente.

#### GASTO MEDIO DIARIO

En cuanto al gasto realizado por los y las turistas andaluces en la Comunidad asciende a **60,92 euros**, es el **gasto de bolsillo más alto desde el inicio de la serie**, superior en +3,77 euros y +6,34 euros a las cifras de 2020 y 2019, respectivamente. Respecto al desembolso medio diario del emisor procedente del resto de España (70,86 euros) también es el más alto desde que se tienen datos, superior en +5,99 euros y +6,23 euros a las cifras de 2020 y 2019, cada uno. De este modo, **el nivel del gasto del turista del resto de España se sitúa por segundo año consecutivo por encima de la media andaluza (68,55 euros)**, tal como se observa en el gráfico.

- La permanencia en Andalucía del turista de andaluz es inferior a la del turista que visita la región desde otras Comunidades autónomas. Esta característica distintiva no se ha alterado en 2021 por efecto de la pandemia.

#### Gasto medio diario. Total turistas, andaluces y resto de España. Año 2018-2021



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

## Anexo tablas: Años 2019, 2020 y 2021

INDICADORES BÁSICOS	Andaluz_19	Andaluz_20	Andaluz_21	Resto de España_19	Resto de España_20	Resto de España_21
<b>Número de turistas (millones)</b>	10,6	5,9	8,9	9,3	4,7	7,1
<b>Distribución porcentual por trimestres:</b>						
Trimestre 1	18,1%	27,4%	8,5%	16,9%	25,6%	4,0%
Trimestre 2	26,2%	13,0%	24,6%	26,5%	8,0%	15,9%
Trimestre 3	35,8%	46,3%	44,9%	37,8%	53,4%	55,8%
Trimestre 4	20,0%	13,4%	22,0%	18,8%	12,9%	24,3%
<b>Gasto medio diario (en euros):</b>						
	57,15	54,58	60,92	64,87	64,59	70,86
<b>Gasto en destino por conceptos:</b>						
Transporte	9,1%	9,6%	7,7%	10,8%	9,7%	10,3%
Alojamiento	25,8%	33,4%	32,6%	29,0%	33,8%	34,2%
Compras alimentación	11,4%	12,4%	11,4%	8,7%	9,7%	8,5%
Compras no alimentación	7,1%	4,7%	4,4%	7,5%	5,3%	5,0%
Visitas organizadas, ocio, otros...	6,4%	3,7%	5,3%	5,7%	4,4%	5,7%
Alquiler de coches	0,2%	0,2%	0,4%	1,2%	0,3%	0,5%
Comidas (bares, restaurantes, cafeterías)	40,1%	36,0%	38,3%	37,0%	36,8%	35,8%
<b>Estancia media (nº de días):</b>						
	5,5	6,1	5,6	7,5	7,6	6,9
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)						

HÁBITOS DE CONSUMO	Andaluz_19	Andaluz_20	Andaluz_21	R. España_19	R. España_20	R. España_21
<b>Medio de Transporte:</b>						
Coche (particular, alquilado, autocaravana)	81,4%	85,4%	90,0%	57,4%	75,1%	72,3%
Avión	0,9%	0,3%	0,4%	18,7%	9,6%	10,9%
Resto	17,8%	14,3%	9,5%	23,9%	15,3%	16,8%
<b>Tipo de Alojamiento:</b>						
Alojamientos Hoteleros	61,9%	55,3%	55,9%	65,7%	58,5%	61,8%
Apartamentos, casa o chalet	33,1%	37,1%	37,1%	30,7%	36,4%	30,9%
Otros	5,0%	7,6%	6,9%	3,6%	5,1%	7,2%
<b>Organización del viaje:</b>						
De forma particular	90,6%	93,2%	95,4%	84,7%	90,1%	92,1%
Lo organizó un club, asociación, empresa...	5,6%	4,2%	2,4%	7,6%	5,0%	4,6%
Adquirió un paquete turístico o viaje combinado	3,8%	2,6%	2,2%	7,7%	4,9%	3,3%
<b>Motivo principal del viaje:</b>						
Trabajo (motivos profesionales) o Negocios	4,0%	1,3%	4,5%	4,9%	2,1%	5,5%
Vacaciones / Ocio	77,9%	86,3%	80,0%	79,6%	88,1%	81,3%
Visitas a familiares y amigos	14,3%	10,8%	12,0%	12,5%	9,2%	11,2%
Resto	3,8%	1,6%	3,6%	3,0%	0,6%	2,0%
<b>Principales factores para elegir el destino andaluz:</b>						
Precios	7,8%	11,4%	10,4%	7,9%	10,3%	8,8%
Clima	24,4%	19,6%	16,7%	30,0%	24,7%	21,0%
Playa	20,5%	26,3%	27,9%	18,8%	25,4%	30,4%
Visitas a monumentos	26,1%	25,2%	24,5%	24,5%	24,5%	24,6%
Turistas de naturaleza y rural	5,5%	7,4%	6,0%	5,0%	5,5%	4,0%
Fiestas populares / Folklore	1,5%	0,7%	0,9%	1,8%	0,4%	0,4%
Gastronomía	3,9%	4,6%	6,1%	4,3%	3,1%	4,7%
Calidad de vida / Hospitalidad	3,6%	2,4%	2,5%	2,3%	2,9%	1,6%
Excursiones	0,6%	0,1%	0,9%	0,4%	0,3%	0,4%
Practicar deportes	1,8%	0,5%	1,0%	2,0%	1,1%	1,4%
Otros	4,2%	1,9%	3,0%	3,0%	1,8%	2,6%
<b>Canales de información del destino:</b>						
Por recomendación de agencias de viajes (ofi line)	1,1%	1,3%	1,5%	2,9%	2,2%	3,0%
Por recomendación de amigos o familiares	16,5%	16,1%	17,4%	20,6%	18,5%	23,2%
Por experiencia propia	77,9%	77,8%	76,6%	68,3%	71,2%	65,4%
Por redes sociales, web especializadas de viajes, blogs	1,7%	1,7%	2,3%	3,2%	6,0%	4,2%
Por Publicidad en prensa, radio y TV	0,8%	1,0%	0,4%	1,7%	0,8%	1,0%
Por Página Web oficial del destino	0,8%	0,9%	0,3%	1,3%	0,6%	0,4%
Por otros medios	1,2%	1,2%	1,5%	2,1%	0,7%	2,7%

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

HÁBITOS DE CONSUMO	Andaluz_19	Andaluz_20	Andaluz_21	R. España_19	R. España_20	R. España_21
<b>Valoración al destino turístico andaluz (de 1 a 10 puntos):</b>						
Alojamiento	8,5	8,7	8,6	8,5	8,7	8,5
Restauración	8,4	8,6	8,5	8,4	8,6	8,6
Ocio/Diversión	8,4	8,5	8,4	8,4	8,4	8,6
Autobuses	7,9	7,8	8,1	8,1	8,0	7,9
Trenes	8,0	8,4	6,9	8,4	7,3	8,2
Taxis	8,2	6,8	8,2	8,2	7,5	8,5
Alquiler de coches	8,4	6,8	7,8	8,3	7,1	8,2
Calidad de las playas y de los servicios	8,3	8,7	8,7	8,4	8,7	8,8
Paisajes y Parques naturales	8,7	9,0	8,9	8,7	9,0	8,9
Entornos urbanos	8,3	8,8	8,6	8,3	8,8	8,7
Seguridad ciudadana	8,5	8,5	8,5	8,6	8,6	8,7
Asistencia sanitaria	8,1	8,4	8,2	8,3	8,5	8,5
Atención y trato recibido	8,8	8,8	8,8	8,8	8,9	8,9
Relación calidad/precio	8,4	8,5	8,5	8,5	8,6	8,7
Red de comunicaciones	8,2	8,4	8,3	8,3	8,4	8,5
Limpieza	8,0	8,3	8,3	8,1	8,4	8,3
Nivel de tráfico	7,8	8,2	7,9	8,0	8,2	8,0
Señalización turística	8,1	8,3	8,3	8,2	8,4	8,4
Información turística	8,4	8,6	8,5	8,5	8,6	8,6
Patrimonio cultural	8,6	8,9	8,6	8,8	8,9	8,8
Infraestructura Golf	8,3	7,9	8,2	8,3	8,7	8,4
<b>Valoración global (Índice sintético de percepción)</b>	<b>8,3</b>	<b>8,6</b>	<b>8,3</b>	<b>8,4</b>	<b>8,5</b>	<b>8,5</b>
<b>Actividades realizadas durante la estancia en Andalucía:</b>						
(NOTA: pregunta multirespuesta, los % no suman 100)						
Compras (excluidas regulares)	22,3%	25,4%	33,2%	24,8%	25,2%	36,7%
Disfrute y uso de la playa	43,3%	47,5%	54,0%	45,8%	50,7%	59,2%
Observación de la naturaleza	22,9%	17,9%	14,0%	23,4%	17,4%	15,9%
Asistencia a eventos deportivos	0,8%	0,5%	0,2%	0,9%	0,2%	0,5%
Asistencia a eventos culturales	3,2%	0,6%	0,8%	4,0%	0,6%	1,0%
Visitas a monumentos y museos	30,9%	31,2%	24,9%	37,0%	35,0%	27,9%
Otras actividades culturales	1,5%	0,7%	1,7%	2,0%	0,4%	2,0%
Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc..)	6,9%	2,7%	4,3%	4,6%	2,7%	2,8%
Otros	6,1%	2,0%	5,2%	5,1%	1,4%	2,6%
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)						

HÁBITOS DE CONSUMO	Andaluz_19	Andaluz_20	Andaluz_21	R. España_19	R. España_20	R. España_21
<b>Usó internet para consultas, reservas o compras:</b>						
Si	55,6%	57,3%	61,6%	58,1%	66,0%	69,8%
No	44,4%	42,7%	38,4%	41,9%	34,0%	30,2%
<b>Para qué utilizó internet:</b>						
Consulta	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Reserva	87,5%	82,0%	87,9%	89,9%	81,1%	87,2%
Compra	62,0%	48,5%	33,7%	67,3%	49,4%	35,8%
<b>Grupo de viaje:</b>						
Solo	11,6%	6,8%	10,2%	8,9%	5,8%	8,9%
Con su pareja	38,3%	47,7%	43,0%	40,8%	50,7%	39,4%
Con familiares	35,1%	32,2%	31,3%	33,5%	29,8%	31,2%
Con amigos	14,6%	13,0%	15,3%	15,2%	12,9%	19,7%
Otros	0,4%	0,3%	0,2%	1,6%	0,8%	0,8%
<b>Tamaño medio del grupo de viaje (personas)</b>						
	2,4	2,3	2,3	2,4	2,3	2,4
<b>Grado de fidelidad:</b>						
	72,3%	76,5%	84,5%	48,2%	55,7%	56,3%
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)						

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	Andaluz_19	Andaluz_20	Andaluz_21	R. España_19	R. España_20	R. España_21
<b>Sexo:</b>						
Hombres	50,2%	47,2%	50,4%	47,8%	49,2%	47,1%
Mujeres	49,8%	52,8%	49,6%	52,2%	50,8%	52,9%
<b>Grupos de Edad:</b>						
Menos de 18 años	9,6%	8,1%	8,3%	9,3%	7,4%	8,0%
De 18 a 29 años	22,9%	24,6%	30,4%	17,6%	19,3%	27,1%
De 30 a 44 años	28,9%	26,1%	28,9%	25,9%	25,6%	28,4%
De 45 a 64 años	28,3%	31,5%	26,7%	31,6%	34,2%	30,1%
Más de 65 años	10,3%	9,7%	5,7%	15,6%	13,5%	6,4%
<b>Situación Laboral:</b>						
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	62,8%	64,5%	67,5%	62,2%	65,4%	68,2%
En paro	4,7%	4,8%	4,3%	3,0%	3,8%	4,1%
Estudiante	16,6%	15,4%	19,0%	13,4%	12,7%	17,1%
Retirado/Jubilado	11,7%	11,6%	7,1%	18,4%	15,9%	8,6%
Labores del hogar	2,3%	1,6%	1,4%	1,7%	1,1%	1,2%
Otras	1,8%	2,1%	0,8%	1,4%	1,1%	0,8%
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)						