



Turismo andaluz en Andalucía

Año 2020

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



TURISMO ANDALUZ 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

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

NPU-2-10-210092-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 2020 y evolución
- 02. Hábitos de consumo turístico (I)
- 03. Hábitos de consumo turístico (II)
- 04. El impacto de la pandemia COVID-19 en los hábitos turísticos de los andaluces | Verano 2020
- 05. 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 del emisor andaluz 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 estos turistas en una situación de elevada incertidumbre como la provocada por la COVID-19 durante el año 2020.

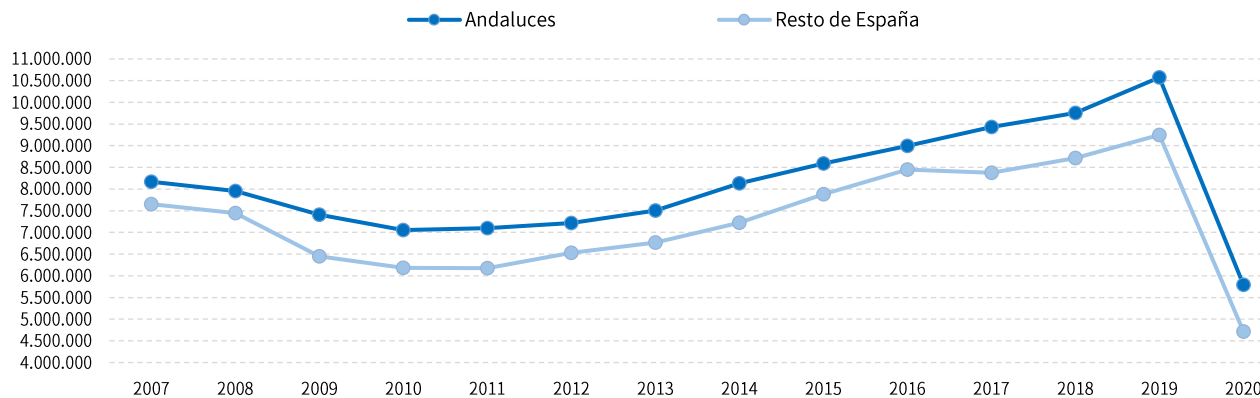
Este análisis se realiza a través de una explotación a medida de la [Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía](#) (ECTA) elaborada por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) que proporciona información sobre variables tanto cualitativas como cuantitativas que permiten realizar estimaciones sobre el gasto, la estancia, perfil del turista, calificación del destino, etc. Esta información se complementa con otras fuentes secundarias como o la [Encuesta Social 2020. Hábitos Turísticos de la población andaluza](#) del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

01. Balance del año 2020 y evolución.

En el año 2020, Andalucía ha recibido un total de 10,5 millones de turistas nacionales, de los cuales 5,8 millones proceden de Andalucía y 4,7 millones del resto de España. Ambas cifras, no sólo suponen una caída respecto al pasado año del -45,5% y -49,2%, respectivamente, sino también un descenso sin precedentes de estas visitas en la Comunidad desde que se tienen datos.

El tercer trimestre es el preferido para visitar Andalucía tanto para andaluces como para los procedente del resto del 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), período en el que se relajaron las restricciones a la movilidad.

Turistas andaluces y del resto de España en Andalucía. Años 2007-2020.

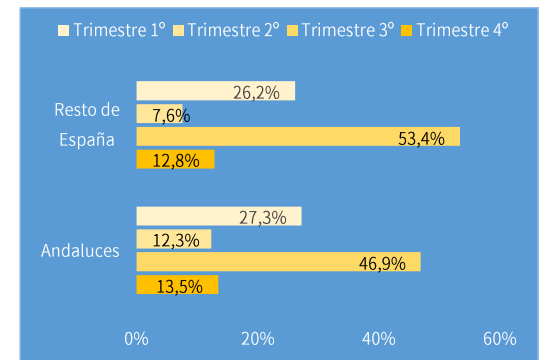


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)

Puntos clave

- Respecto a 2019: mejor evolución del emisor andaluz (-45,5%) y resto de España (-49,2%) frente a los mercados extranjeros, Unión Europea (-76,8%) y resto del mundo (-79,4%).

- Esta fuerte reducción del mercado extranjero en 2020 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 21,3% en 2020, el resto de España del 28,5% en 2019 al 35,3% en 2020 y el andaluz del 32,7% en 2019 al 43,4% en 2020.



02. Hábitos de consumo turístico (I)

La alta presencia de turistas nacionales, y sobre todo de andaluces (43,4%), entre los turistas que visitan Andalucía, ha propiciado el mayor uso del coche, así como la organización particular del viaje a Andalucía.

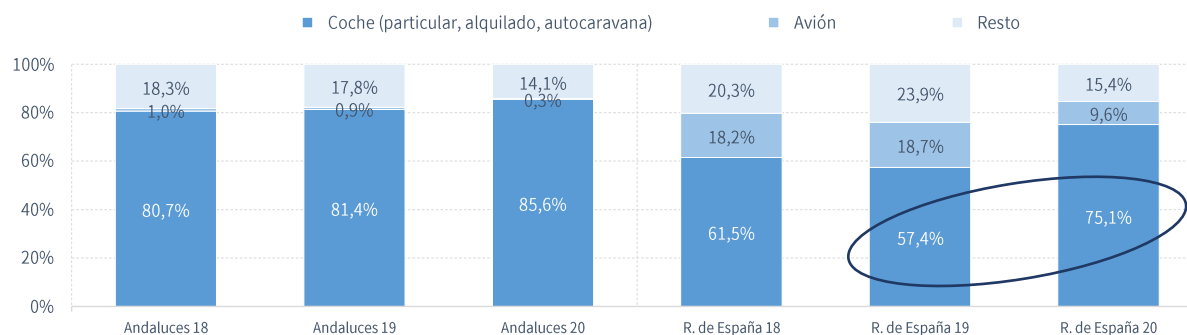
ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

EL 93,2% de los turistas andaluces que organizan su viaje a Andalucía lo hace de manera particular, siendo este porcentaje superior en +2,6 puntos porcentuales al registrado en el año anterior. Para el resto de turistas nacionales que visitan el destino andaluz, si bien esta participación es algo más comedida (90%), ha aumentado +5,3 puntos respecto a 2019, lo que supone el nivel más elevado de los últimos años.

MEDIO DE TRANSPORTE

En 2020 se ha incrementado 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. Esta situación se acentúa sobre todo en el caso de los turistas procedentes del resto de España, tal y como se observa en el siguiente gráfico.

Medio de transporte. Turistas andaluces y resto de España. Año 2018-2020



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 del turista andaluz, tales como:

- En el [tipo de alojamiento](#) incremento en el uso de la vivienda alquilada y en propiedad (del 20,6% en 2019 al 27,9% en el 2020) y notable disminución en el uso del alojamiento hotelero (de un 61,9% en 2019 a un 55,3% en 2020).

- En el [motivo principal del viaje](#): gran aumento de los viajes por ocio y vacaciones en la Comunidad (del 77,9% en 2019 al 86,4% en el año 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 (del 14,3% en 2019 al 10,7% en el año 2020).

- En el [perfil sociodemográfico](#): descenso de los turistas senior (-0,7 puntos) y del segmento de edad comprendido entre 30 y 44 años (-2,7 puntos), e incremento de los turistas entre 45 y 64 años (+3,2 puntos).

03. Hábitos de consumo turístico (II)

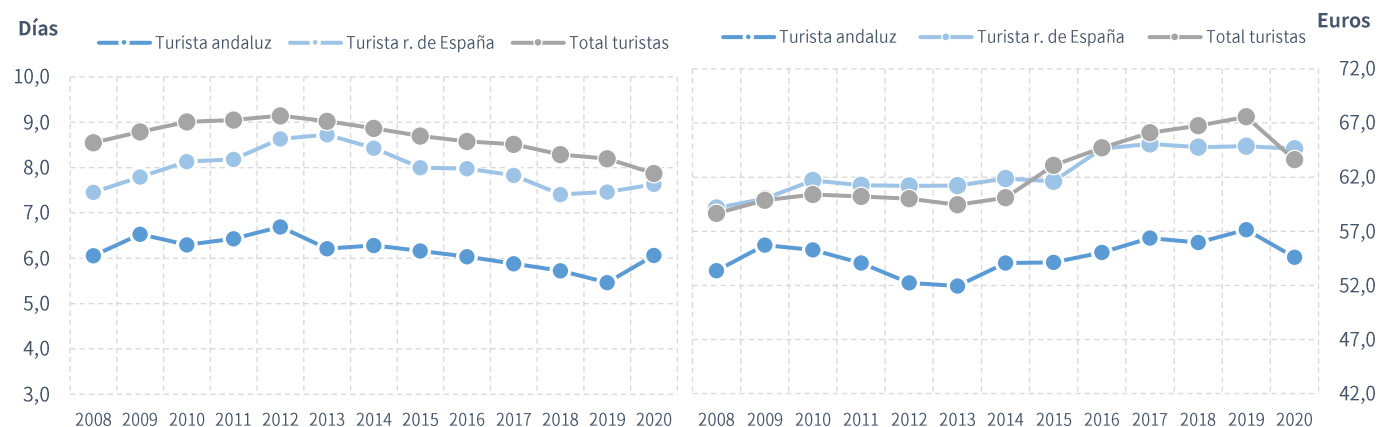
ESTANCIA MEDIA

La estancia media en la Comunidad de los andaluces que visitan Andalucía se sitúa en 6,1 días, un día y medio por debajo de la registrada por aquellos que proceden del resto de España (7,6 días). Esta diferencia se hace algo más acusada en su comparativa con la estancia registrada por el total de turistas (7,9 días). Respecto a 2019, destacar que ambas permanencias presentan aumentos, siendo más acusado el de los andaluces que el observado por el emisor del resto de España, +0,60 días y +0,17 días, respectivamente.

GASTO MEDIO DIARIO

En cuanto al gasto realizado en el destino andaluz, continúa siendo más comedido en el caso de los turistas andaluces, cifrándose el de los turistas procedentes del resto de España más de 10 euros por encima, se cifran en 54,59 euros y 64,62 euros, cada uno.

Gasto medio diario. Total turistas, andaluces y resto de España. Año 2018-2020



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

Puntos clave

- 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 2020 por efecto de la pandemia.

- Sin embargo, la crisis sanitaria sí parece haber ejercido un efecto diferencial en el gasto medio diario del turista. Así, el mercado del resto de España ha disminuido su gasto medio diario en -0,23 euros respecto a 2019, cantidad inferior a la registrada tanto por el andaluz (-2,56 euros) como por el total de turistas (-3,95 euros). De este modo, el nivel del gasto del turista del resto de España (64,62 euros) se sitúa por encima de la media andaluza (63,62 euros), situación que no observaba desde el año 2014.

03. El impacto de la pandemia COVID-19 en los hábitos turísticos de los andaluces | Verano 2020

En este apartado se recogen las principales conclusiones de la [Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la población andaluza](#) realizada por el IECA, cuyo objetivo principal es entender las **transformaciones de los hábitos turísticos de la población que reside en Andalucía durante el verano de 2020** como consecuencia de la pandemia de la COVID-19. A continuación, se detallan:

1. La pandemia ha hecho que **se viaje menos**: en el verano de 2020 el 38,4% de la población realizó un viaje por motivos personales, **10 puntos menos** que los que viajaron en el verano 2019 o 2018 (48,2%).
2. **Entre los que no han viajado** en verano por motivos relacionados con la COVID, el **principal motivo** ha sido el **miedo al contagio** (67,4%). La situación económica ha afectado al 25,6%. **Las normas de seguridad para evitar el contagio** (medidas de distanciamiento social o las restricciones de movilidad) **han tenido un peso menor** en las decisiones de la población andaluza (18,7% y 12,8%, respectivamente).
3. **Entre los que sí han viajado** en el verano de 2020, se observan cambios respecto al verano de 2019 o 2018 en todas las decisiones que rodean el desplazamiento y las estancias, los principales son:
 - En la duración del viaje: **han aumentado los viajes cortos** (de 1 o 2 noches, en +12,2 puntos) y han disminuido en esa proporción los viajes de duración intermedia (de 3 a 15 noches).
 - En la ubicación del destino: han crecido los viajes a entornos más cercanos (misma provincia u otra provincia de Andalucía) y **han descendido los viajes a otra comunidad autónoma** (-8,4 puntos) y **especialmente los viajes al extranjero** (-15 puntos).
 - En la motivación para efectuar viajes de ocio: **aumenta el turismo de sol y playa, así como el turismo de naturaleza (asociados a espacios abiertos)** y disminuye el turismo cultural, muchas veces asociado a un turismo en grandes ciudades, con mayores aglomeraciones de personas (de un 18,6% en el verano 2019 o 2018 a un 6,8% en el verano de 2020).
 - En el medio de transporte: **se incrementa el uso de vehículos particulares** (de un 73,7% en el verano de 2019 o 2018, a un 90,1% en el verano de 2020. Por el contrario, **han descendido los viajes en avión** (de un 16,9% a un 5,4% en el verano de 2020).
 - En el tipo de alojamiento: **ha disminuido significativamente la pernoctación en alojamientos hoteleros** (de un 43,6% en el verano 2019 o 2018 un 29,5% en el verano de 2020), incrementándose el uso de la vivienda cedida por familiares y amigos y la segunda residencia.

4. En cuanto a las expectativas de viaje para el año 2021:

- El 52,0% de la población andaluza afirma que piensa viajar en algún momento de 2021, un 28,8% piensa que no viajará y el 18,9% aún no lo tiene claro.
- Para aquellos que piensan que van a viajar en 2021, el 62,8% realizará su viaje principal en los meses de verano de 2021 (desde junio a septiembre), volviendo así a la estacionalidad de años anteriores, aunque con un número de viajeros inferior a la normalidad.
- La persistencia de los inconvenientes causados por la COVID (59,8%) y las razones económicas (29,6%) son los motivos principales por los que los andaluces afirman que no viajarán en 2021.

Anexo tablas

INDICADORES BÁSICOS	Andaluz	Resto de España
Número de turistas (millones)	5,79	4,71
Distribución porcentual por trimestres:		
Trimestre 1	27,3%	26,2%
Trimestre 2	12,3%	7,6%
Trimestre 3	46,9%	53,4%
Trimestre 4	13,5%	12,8%
Gasto medio diario (en euros):		
	54,59	64,62
Gasto en destino por conceptos:		
Transporte	9,5%	9,8%
Alojamiento	33,4%	33,7%
Compras alimentación	12,4%	9,7%
Compras no alimentación	4,7%	5,3%
Visitas organizadas, ocio, otros...	3,7%	4,4%
Alquiler de coches	0,3%	0,3%
Comidas (bares, restaurantes, cafeterías)	36,0%	36,8%
Estancia media (nº de días):		
	6,07	7,63

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

HÁBITOS DE CONSUMO	Andaluz	Resto de España
Medio de Transporte:		
Coche (particular, alquilado, autocaravana)	85,6%	75,1%
Avión	0,3%	9,6%
Resto	14,1%	15,4%
Tipo de Alojamiento:		
Alojamientos Hoteleros	55,3%	58,6%
Apartamentos, casa o chalet	37,1%	36,3%
Otros	7,6%	5,1%
Organización del viaje:		
De forma particular	93,2%	90,0%
Lo organizó un club, asociación, empresa...	2,6%	5,0%
Adquirió un paquete turístico o viaje combinado	4,2%	5,0%
Motivo principal del viaje:		
Trabajo (motivos profesionales) o Negocios	1,3%	2,1%
Vacaciones / Ocio	86,4%	88,2%
Visitas a familiares y amigos	10,7%	9,1%
Resto	1,6%	0,6%
Principales factores para elegir el destino andaluz:		
Precios	11,4%	10,3%
Clima	19,6%	24,8%
Playa	26,4%	25,3%
Visitas a monumentos	25,0%	24,5%
Turistas de naturaleza y rural	7,5%	5,6%
Fiestas populares / Folklore	0,7%	0,4%
Gastronomía	4,6%	3,1%
Calidad de vida / Hospitalidad	2,4%	2,8%
Excursiones	0,1%	0,3%
Practicar deportes	0,5%	1,1%
Otros	1,9%	1,8%
Canales de información del destino:		
Por recomendación de agencias de viajes (oficinas)	77,8%	71,1%
Por recomendación de amigos o familiares	1,3%	2,3%
Por experiencia propia	16,1%	18,5%
Por redes sociales, web especializadas de viajes, blogs	1,7%	6,0%
Por Publicidad en prensa, radio y TV	0,9%	0,6%
Por Página Web oficial del destino	1,0%	0,8%
Por otros medios	1,2%	0,7%

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

HÁBITOS DE CONSUMO	Andaluz	Resto de España
Valoración al destino turístico andaluz (de 1 a 10 puntos):		
Alojamiento	8,74	8,67
Restauración	8,61	8,60
Ocio/Diversión	8,46	8,36
Seguridad ciudadana	8,49	8,59
Asistencia sanitaria	8,40	8,46
Atención y trato recibido	8,80	8,87
Relación calidad/precio	8,49	8,56
Red de comunicaciones	8,36	8,40
Limpieza	8,33	8,40
Nivel de tráfico	8,19	8,22
Señalización turística	8,31	8,38
Información turística	8,56	8,59
Patrimonio cultural	8,88	8,87
Infraestructura Golf	7,87	8,71
Puertos y actividades náuticas	8,56	8,58
Calidad de las playas y de los servicios	8,73	8,75
Paisajes y Parques naturales	9,02	8,99
Entornos urbanos	8,81	8,75
Valoración global (Índice sintético de percepción)	8,57	8,48
Actividades realizadas durante la estancia en Andalucía:		
(NOTA: pregunta multirespuesta, los % no suman 100)		
Compras (excluidas regulares)	25,3%	25,1%
Disfrute y uso de la playa	47,6%	50,5%
Observación de la naturaleza	18,2%	17,7%
Asistencia a eventos deportivos	0,5%	0,2%
Asistencia a eventos culturales	0,6%	0,6%
Visitas a monumentos y museos	31,1%	34,9%
Otras actividades culturales	0,7%	0,4%
Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc..)	2,7%	2,7%
Práctica deportes náuticos	1,1%	1,8%
Esquí	0,7%	1,1%
Deportes de naturaleza	4,8%	4,5%
Prácticas de otros deportes	0,7%	1,3%
Otros	2,5%	2,5%

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

HÁBITOS DE CONSUMO	Andaluz	Resto de España
Usó internet para consultas, reservas o compras:		
Si	57,2%	65,9%
No	42,8%	34,1%
Para qué utilizó internet:		
Consulta	100,0%	100,0%
Reserva	81,9%	81,1%
Compra	48,5%	49,4%
Grupo de viaje:		
Solo	6,7%	5,8%
Con su pareja	47,8%	50,7%
Con familiares	32,2%	29,8%
Con amigos	13,0%	13,0%
Otros	0,3%	0,8%
Tamaño medio del grupo de viaje (personas)	2,3	2,3
Grado de fidelidad:	76,6%	55,7%
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)		

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	Andaluz	Resto de España
Sexo:		
Hombres	47,2%	49,2%
Mujeres	52,8%	50,8%
Grupos de Edad:		
Menos de 18 años	8,1%	7,4%
De 18 a 29 años	24,5%	19,2%
De 30 a 44 años	26,1%	25,6%
De 45 a 64 años	31,6%	34,2%
Más de 65 años	9,6%	13,6%
Situación Laboral:		
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	64,5%	65,4%
En paro	4,9%	3,8%
Estudiante	15,4%	12,7%
Retirado/Jubilado	11,6%	16,0%
Labores del hogar	1,6%	1,1%
Otras	2,1%	1,1%
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)		