



Turismo extranjero en Andalucía

Año 2019

Demanda turística en Andalucía. Mercados turísticos



Andalucía

TURISMO EXTRANJERO EN ANDALUCÍA. AÑO 2019

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

C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n

41092 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

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

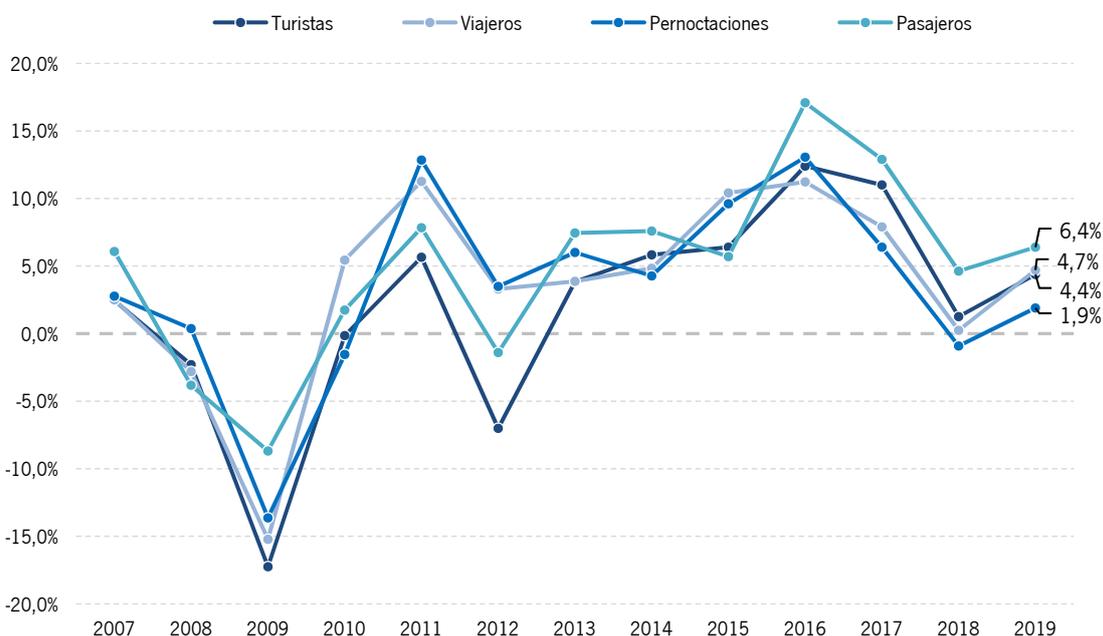
<https://www.juntadeandalucia.es/cultura/idea/opacidea/abnetcl.cgi?SUBC=210701>

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

TURISMO EXTRANJERO EN ANDALUCÍA. AÑO 2019

En el año 2019 el turismo extranjero en Andalucía ha registrado tasas de variación positivas en todas las variables analizadas, crecimiento que alcanza el +4,4% en el caso de turistas. Con el incremento del +1,9% en las pernoctaciones hoteleras se recupera la senda alcista en esta métrica, tras el descenso del año 2018. Por tanto, 2019 ofrece nuevamente saldos positivos en turistas, viajeros y pernoctaciones hoteleras y llegadas a los aeropuertos andaluces de pasajeros procedentes del extranjero.

Evolución de las principales variables turísticas en el mercado extranjero. Años 2007-2019

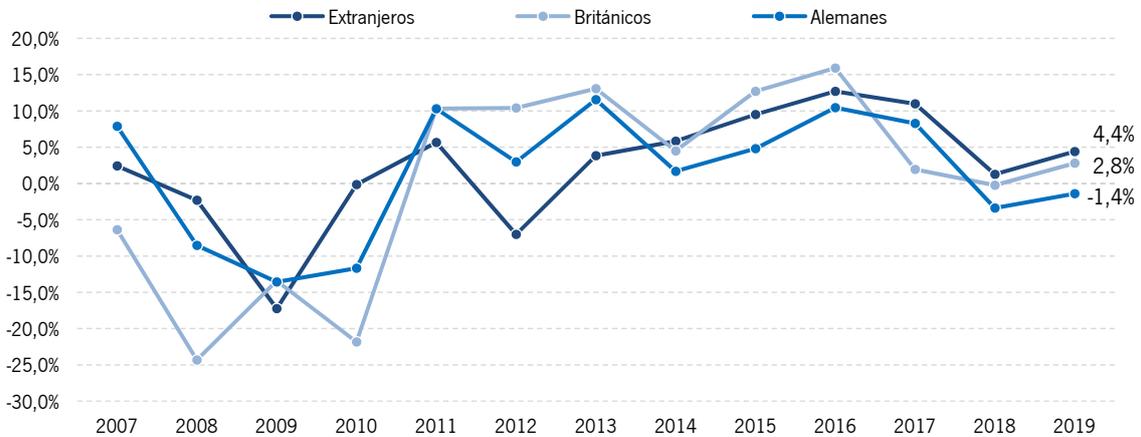


Fuente: ECTA (IECA), EOH (INE) y AENA

Cabe destacar que en el año 2019 el destino turístico andaluz presenta resultados dispares lo que a turistas de sus **principales mercados extranjeros tradicionales** se refiere. Este año, el número de turistas británicos ha aumentado un +2,8% respecto al año 2018, mientras que los turistas procedentes de Alemania se han visto reducidos en un -1,4% para el mismo periodo, resultados, en ambos casos, por debajo de la media de extranjeros.

A pesar de los resultados registrados en 2019, ambos mercados, británico y alemán, continúan siendo los más relevantes para Andalucía, y siguen mostrando un saldo positivo en la tasa media de variación acumulativa de los últimos cuatro años (+1,4% en el caso británico y +1,1% el turismo alemán), aunque muy por debajo de las cifras mostradas por el total de extranjeros en este acumulado (+5,5%), mostrando síntomas de una desaceleración.

Turistas extranjeros en Andalucía. Principales mercados. Tasas de variación 2007-2019



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

Igualmente, a través del movimiento hotelero en Andalucía, puede observarse que en el año 2019 se registra la misma tendencia en ambos mercados, esto es, incremento en pernoctaciones de viajeros británicos (+2,4%) y descenso en las de alemanes (-7,7%).

Pernoctaciones registradas en los establecimientos hoteleros andaluces. Distribución según país de procedencia. Millones de noches. Año 2019

País de origen	Pernoctaciones	% variación	Cuota
Reino Unido	7.101.451	2,4%	24,1%
Alemania	3.806.464	-7,7%	12,9%
Francia	2.535.918	-2,6%	8,6%
Países nórdicos	1.981.064	-4,5%	6,7%
Holanda	1.424.936	-4,9%	4,8%
Italia	1.326.178	11,7%	4,5%
Estados Unidos	1.324.396	12,9%	4,5%
Bélgica	1.115.445	-5,1%	3,8%
Irlanda	1.043.828	9,8%	3,5%
Portugal	856.864	16,9%	2,9%
Polonia	600.969	0,7%	2,0%
Suiza	447.398	3,4%	1,5%
Rusia	263.346	7,4%	0,9%
Japón	218.554	15,5%	0,7%
Austria	209.172	0,5%	0,7%
República Checa	189.915	-2,9%	0,6%
Luxemburgo	67.057	-14,0%	0,2%
Grecia	49.301	-1,8%	0,2%
Total extranjeros	29.452.992	1,9%	100,0%

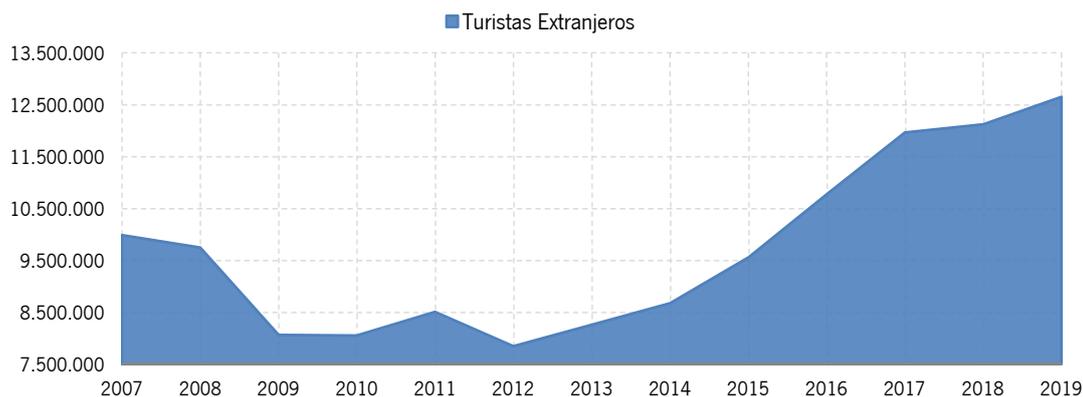
Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE

A tenor de las cifras de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE), merecen mención especial los buenos resultados que han registrado algunos **mercados extranjeros secundarios** en Andalucía. Entre ellos, cabe destacar las tasas de variación positivas a dos dígitos que se han registrado en las pernoctaciones procedentes de **Italia, Estados Unidos, Portugal y Japón**, así como el incremento del +9,8% de las procedentes de **Irlanda**.

En el lado de los descensos se sitúan otros mercados como **Francia, Países Nórdicos, Holanda o Bélgica**, que han cerrado el año 2019 registrando un menor número de pernoctaciones respecto al año anterior.

Volviendo a los datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, Andalucía ha recibido un total de **12,65 millones de turistas extranjeros** en el año 2019, un crecimiento del **+4,4% respecto a 2018**, o lo que es lo mismo, 532 mil turistas más, lo que supone una **cuota de mercado del 39%** sobre el total, inferior en -0,5 puntos a la del año anterior, debido al incremento más intenso que ha mostrado el mercado nacional este año (+6,9%).

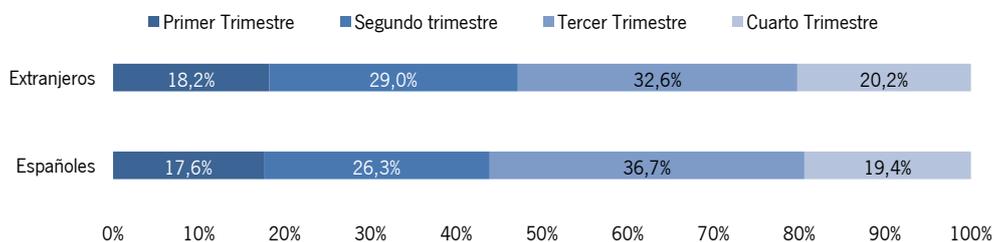
Turistas extranjeros en Andalucía. Años 2007-2019



Fuente: ECTA. IECA

La distribución de turistas extranjeros **a lo largo del año** no difiere en demasía del que presenta el mercado español para el primer trimestre, siendo en el resto del año donde se producen diferencias significativas, ya que el turista extranjero concentra un mayor número de visitas en el segundo trimestre y algo menos en el cuarto, presentando una concentración menor de la que presentan los nacionales en el tercer trimestre. Estos datos le otorgan al mercado extranjero una de sus características más interesantes: su efecto desestacionalizador.

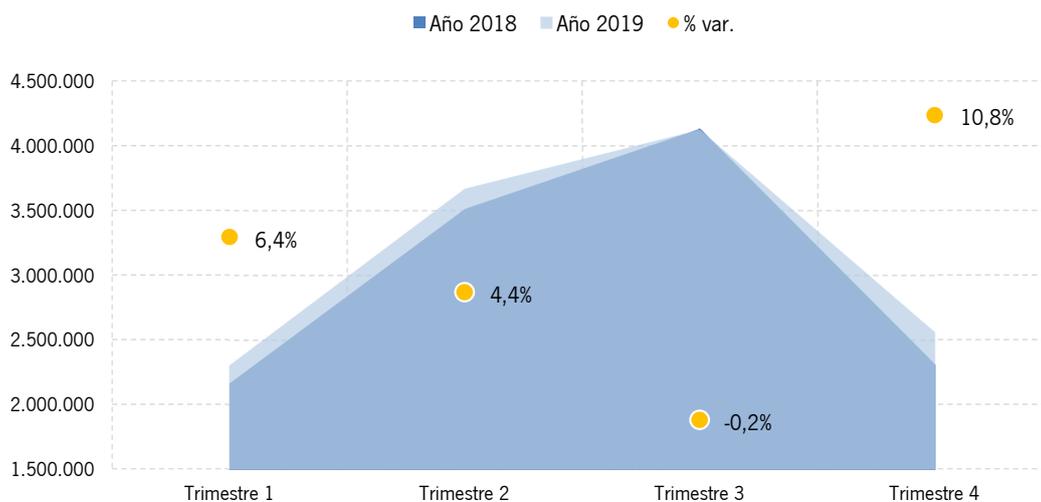
Distribución trimestral del turismo en Andalucía. Mercado nacional y extranjero. Año 2019



Fuente: ECTA. IECA

Asimismo, el mercado extranjero muestra un **comportamiento desigual a lo largo del año**, registrando tasas de variación positivas en los trimestres primero, segundo y cuarto (de mayor intensidad en este último periodo), y ligeramente negativa en el tercero, tal y como se puede observar en el siguiente gráfico.

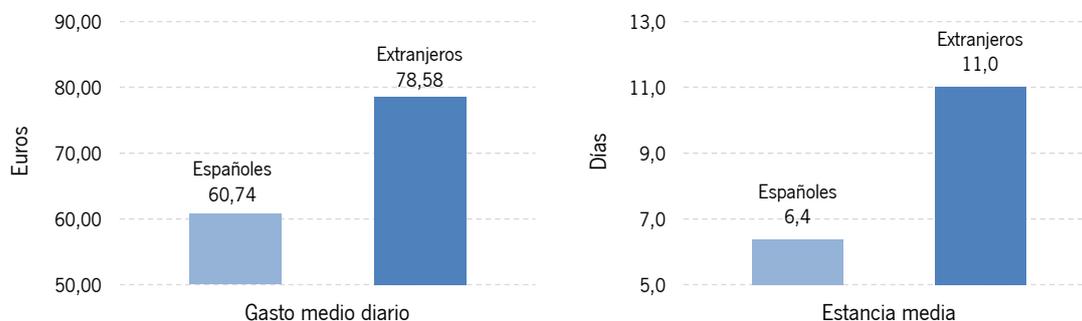
Turistas extranjeros en Andalucía por trimestres. Año 2019



Fuente: ECTA. IECA

Además, este mercado resulta también interesante por su mayor **gasto medio diario** en destino, superior al registrado por los españoles en algo menos de 18 euros, y por su **estancia media**, más de 4 días superior.

Gasto medio diario en destino y estancia media. Mercado nacional y extranjero. Año 2019

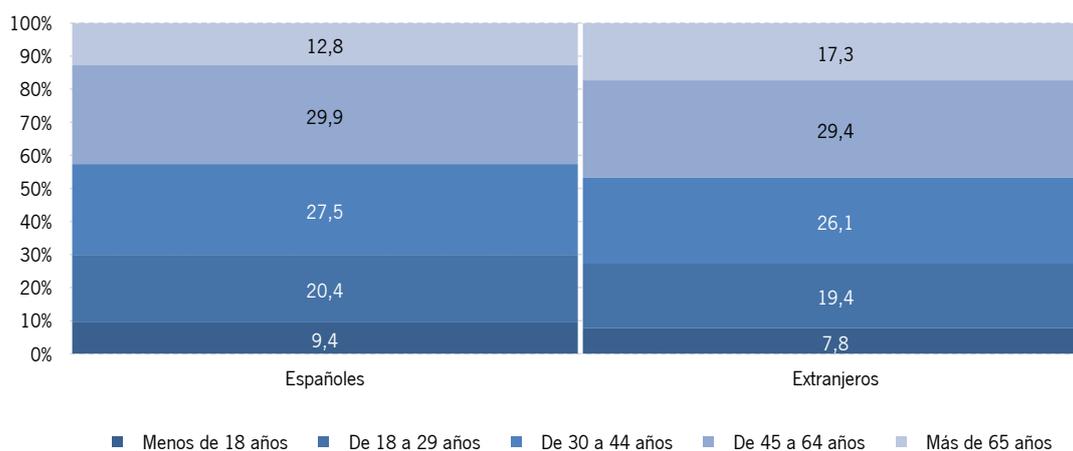


Fuente: ECTA. IECA

Como viene siendo habitual, el turista extranjero, al igual que el resto, dedica la mayor parte del presupuesto en el destino andaluz a la restauración (33,5%) y al alojamiento (22,8%), y como cabría esperar, frente al mercado nacional se aprecia un mayor porcentaje de gasto destinado a los desplazamientos (transporte y alquiler de coche), concretamente +8,1 puntos porcentuales más.

En cuanto al **perfil sociodemográfico**, el 50,1% de los turistas extranjeros recibidos en 2019 en Andalucía han sido hombres. El intervalo de edad de mayor peso es el comprendido entre los 45 y 64 años (29,4%), que supone medio punto porcentual menos respecto a los turistas nacionales. El turista extranjero muestra un mayor peso en el estrato de mayores de 65 años.

Distribución de los turistas según principales intervalos de edad. Mercado nacional y extranjero. Año 2019



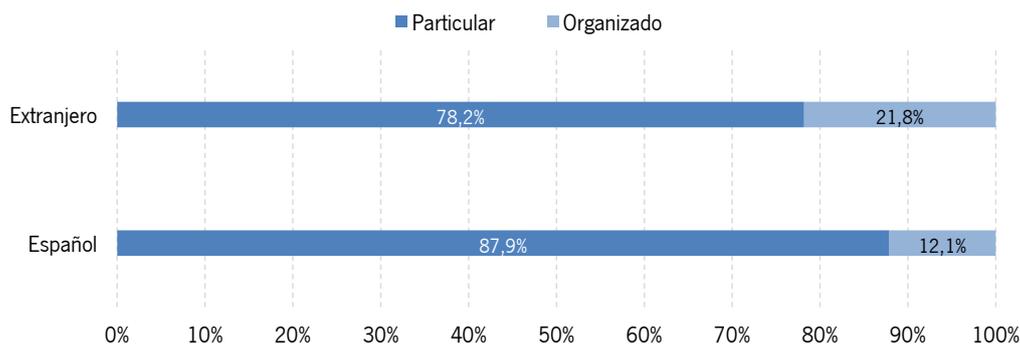
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA. IECA

En cuanto al **grupo de viaje**, este año el viaje en pareja sigue siendo el más frecuente entre los turistas extranjeros, aunque se reduce nuevamente esta cuota respecto al año anterior (44,9% frente al 50,7% del año 2018), aumentando la importancia entre estos turistas del viaje en familia (29,0%, cuatro puntos más que en 2018). Así, el turista extranjero se muestra más propenso a viajar a Andalucía en pareja y menos en familia, si lo comparamos con el turista nacional.

El **medio de transporte** elegido para llegar al destino andaluz difiere, como es natural, según la procedencia del turista. En el caso de los extranjeros se observa una notable preferencia por el avión (77,7%), porcentaje que continúa siendo muy superior al presentado por el mercado nacional (9,2%).

El 78,2% de los turistas extranjeros que ha visitado Andalucía en el año 2019 ha **organizado su viaje** de forma particular, cabe destacar que es en este mercado donde existe la mayor tasa de adquisición de paquetes turísticos, viajes combinados o viajes organizados por empresas, asociaciones, etc., elegido por el 21,8% de estos turistas, frente a un 12,1% en el caso de los turistas nacionales.

**Distribución de los turistas según organización del viaje.
Mercado español vs mercado extranjero. Año 2019**



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

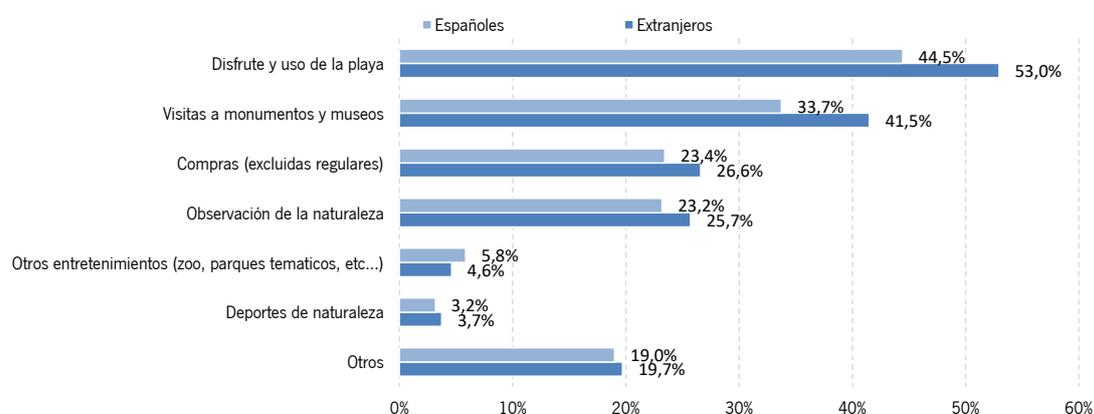
Internet se ha consolidado como una herramienta fundamental para la planificación de los viajes, concretamente los extranjeros la han utilizado en el 72,1% de los casos, cifra que se sitúa +15,3 puntos por encima de la mostrada por los turistas españoles. También es relevante destacar que de los extranjeros que utilizan Internet y han elegido Andalucía como destino de sus viajes, el 76,6% llegaron a comprar por este canal algún producto turístico, dato que es aún más relevante si se compara con el del mercado nacional, ya que estos no sólo utilizan Internet en menor medida, sino que de los que lo hacen solo el 64,5% realizan alguna compra.

Los establecimientos hoteleros son el principal **tipo de alojamiento** usado por los turistas extranjeros en Andalucía (71,0%), cifra muy superior a la que presenta el mercado nacional (63,7%), y +4 puntos por encima de la registrada en 2018. Según la Encuesta de Ocupación Hotelera, los hoteles y pensiones de Andalucía han recibido un total de 9,35 millones de viajeros extranjeros que han rozado los 29,5 millones de pernoctaciones, 542 mil más que en 2018, lo que ha supuesto un aumento relativo del +1,9%.

El *clima*, la *visita a monumentos* y las *playas* continúan siendo los **principales factores** que consideran los extranjeros cuando deciden elegir Andalucía como destino de sus viajes, que conjuntamente llegan a convencer al 76,7% de ellos.

Estos factores determinan en gran medida que el *disfrute y uso de la playa* así como la *visita a monumentos* y museos sean las **actividades** más realizadas por los turistas extranjeros en Andalucía. Del resto, destacan las actividades relacionadas con las *compras* y la *observación de la naturaleza*.

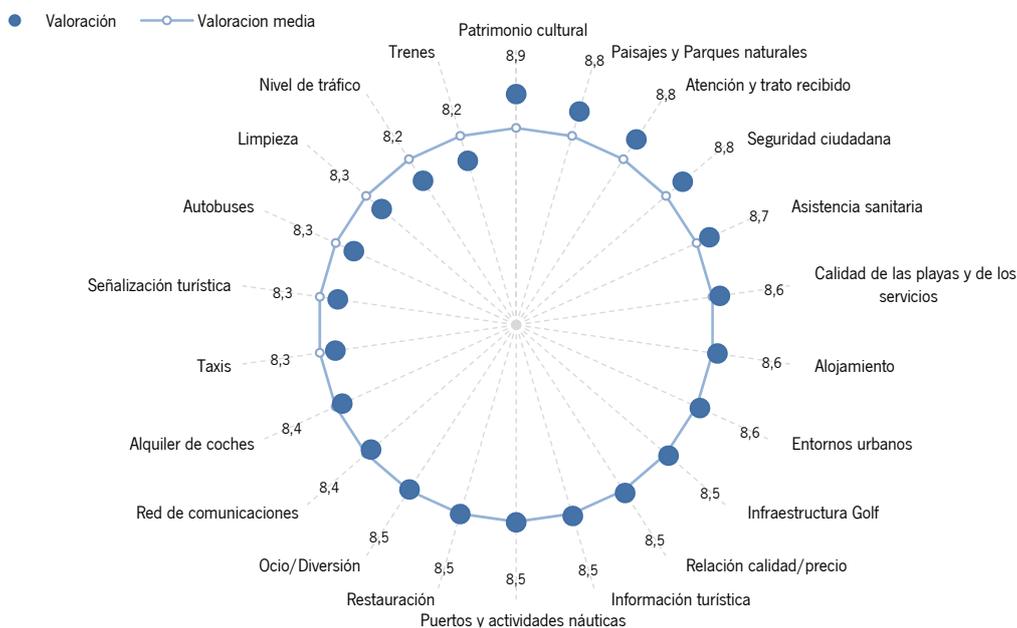
Actividades realizadas en Andalucía (Multirespuesta). Turistas españoles y extranjeros. Año 2019



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

Merece especial atención la buena opinión que se llevan los turistas extranjeros que visitan Andalucía, ya que alcanza como promedio una **valoración** de notable (8,5 puntos en una escala de 1 a 10), nota similar a la obtenida en 2018 y ligeramente por encima de la otorgada por el mercado nacional. Entre los aspectos mejor valorados este año se sitúan el *patrimonio cultural*, la *seguridad ciudadana*, la *atención y trato recibido* y los *paisajes y Parques naturales*.

Valoración (1 a 10 puntos) del destino turístico andaluz según conceptos. Turistas extranjeros. Año 2019

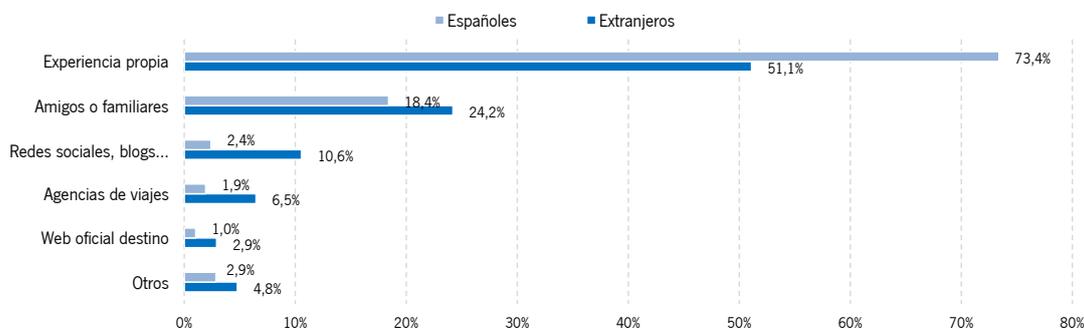


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA. IECA

El 36,3% de los turistas extranjeros que han visitado Andalucía en 2019 también lo hicieron en 2018 situándose este **grado de fidelidad** -8,1 puntos por debajo del registrado el año anterior, regresando a niveles de 2017.

Finalmente cabe destacar la importancia que tiene para el mercado extranjero tanto la *experiencia propia* como la *recomendación de amigos y/o familiares* a la hora de **conocer el destino** andaluz (51,1% y 24,2% respectivamente). Este último concepto es muy superior en el turista extranjero en comparación con el español, que se basa en mayor medida en su propia experiencia. El turista extranjero presenta igualmente un mayor uso de *redes sociales* y *agencias de viajes* como canales de información turística.

Canales de información sobre Andalucía. Turistas españoles y extranjeros. Año 2019



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

Tabla resumen: perfil del turista extranjero en Andalucía

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2019 (millones)	12,65
Gasto medio diario en destino: euros	78,58
Estancia media: Número de días	11,0
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	32,6%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: <i>Hombre</i>	50,1%
Edad: <i>De 45 a 64 años</i>	29,4%
Situación laboral: <i>Ocupado</i>	63,1%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: <i>Hotelero</i>	71,0%
Principal medio de transporte: <i>Avión</i>	77,7%
Uso de intermediarios: Porcentaje	21,8%
Usó Internet:	72,1%
Para qué utilizó Internet: <i>Reserva</i>	91,0%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- <i>Clima</i> : Porcentaje	38,2%
- <i>Visita a monumentos</i> : Porcentaje	22,7%
Canal principal de información sobre Andalucía: <i>Experiencia propia</i>	51,1%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- <i>Disfrute y uso de playa</i> : Porcentaje	53,0%
- <i>Visitas a monumentos y museos</i> : Porcentaje	41,5%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,5
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- <i>Patrimonio cultural</i>	8,9
- <i>Paisajes y Parques naturales</i>	8,8
Grado de fidelidad: Porcentaje	36,3%
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.	