

# Turismo extranjero en Andalucía

Año 2018

Demanda turística en Andalucía. Mercados turísticos



Andalucía

## TURISMO EXTRANJERO EN ANDALUCÍA. AÑO 2018

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:

[http://www.iuntadeandalucia.es/turismoydeporte/opencms/ciudadania/servicio-atencion-ciudadania/peticion/index.html?cat\\_servicio\\_id=22](http://www.iuntadeandalucia.es/turismoydeporte/opencms/ciudadania/servicio-atencion-ciudadania/peticion/index.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)

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

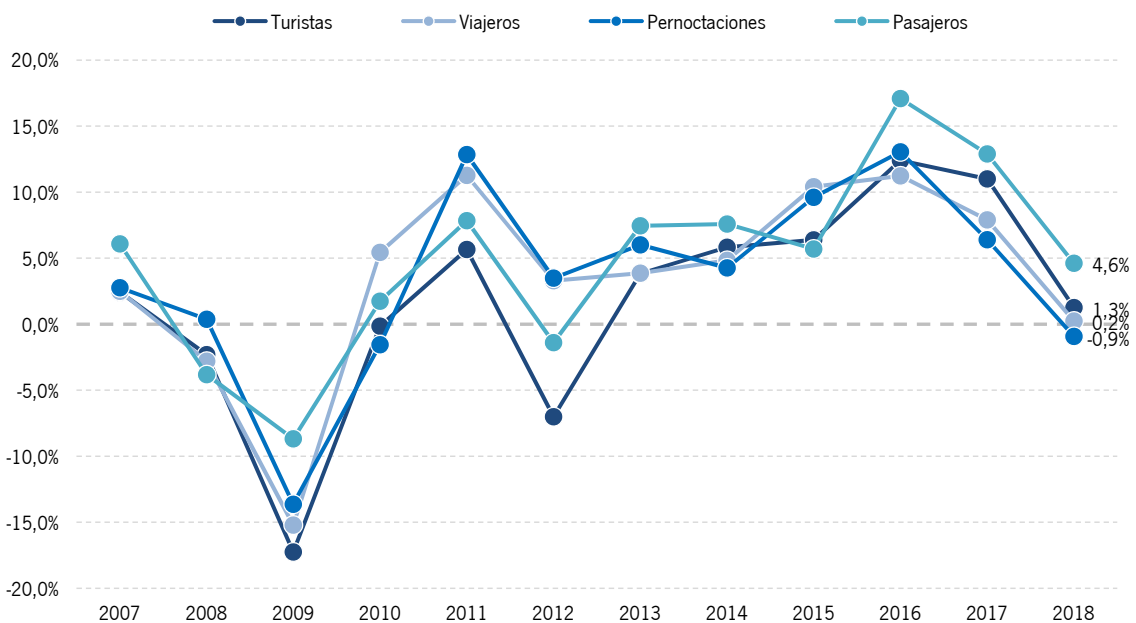
<https://www.iuntadeandalucia.es/cultura/idea/opacidea/abnetcl.cgi?SUBC=210701>

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

## TURISMO EXTRANJERO EN ANDALUCÍA. AÑO 2018

En el año 2018 el turismo extranjero en Andalucía ha registrado tasas de variación positivas en la mayoría de las principales variables analizadas, crecimiento que alcanza el +4,6% en el caso de turistas. Con el descenso del -0,9% en las pernoctaciones hoteleras se rompe una tendencia positiva de cinco años consecutivos en los que aumentaron los turistas, los viajeros y pernoctaciones hoteleras y las llegadas a los aeropuertos andaluces de pasajeros procedentes del extranjero, siendo el primer año que cierra con saldo negativo en alguna de estas variables desde el año 2012.

### *Evolución de las principales variables turísticas en el mercado extranjero. Años 2007-2018*

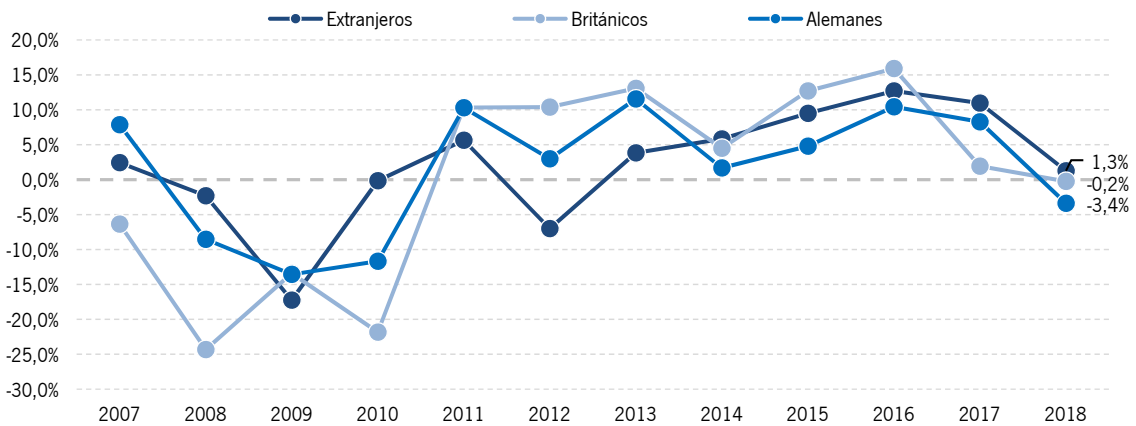


Fuente: ECTA (IECA), EOH (INE) y AENA

Cabe destacar que en el año 2018 el destino turístico andaluz presenta cifras negativas en lo que a turistas de sus **principales mercados tradicionales** se refiere. Este año, en cuanto a número de turistas, Reino Unido y Alemania registran descensos del -0,2% y -3,4% respectivamente, en ambos casos por debajo de la media de extranjeros.

A pesar de los descensos registrados en 2018, 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 (+5,6% en el caso británico y +4,9% el turismo alemán).

## Turistas extranjeros en Andalucía. Principales mercados. Tasas de variación 2007-2018



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

Igualmente, a través del movimiento hotelero, puede observarse que, en el año 2018 se registran igualmente descensos en pernoctaciones de viajeros británicos (-1,4%) y alemanes (-8,2%) en Andalucía.

## Pernoctaciones registradas en los establecimientos hoteleros andaluces. Distribución según país de procedencia. Millones de noches. Año 2018

País de origen	Pernoctaciones	% variación	Cuota
Reino Unido	6.974.818	-1,4%	24,1%
Alemania	4.127.367	-8,2%	14,3%
Francia	2.617.473	3,2%	9,0%
Países nórdicos	2.071.533	1,0%	7,2%
Holanda	1.496.021	-6,8%	5,2%
EE.UU.	1.179.492	6,1%	4,1%
Italia	1.179.129	5,2%	4,1%
Bélgica	1.176.417	-2,7%	4,1%
Resto de América	1.119.098	2,1%	3,9%
Irlanda	954.859	5,7%	3,3%
Portugal	732.214	5,1%	2,5%
Polonia	595.851	4,4%	2,1%
Países africanos	558.711	16,4%	1,9%
Resto de U.E.	538.838	7,2%	1,9%
Suiza	434.237	-5,1%	1,5%
Otros países europeos	375.860	-22,9%	1,3%
Rusia	242.948	-10,4%	0,8%
Austria	208.357	-5,5%	0,7%
República Checa	193.980	-5,1%	0,7%
Japón	190.030	-12,3%	0,7%
Luxemburgo	78.588	0,7%	0,3%
Grecia	49.985	33,7%	0,2%
Otros países	1.858.977	3,5%	6,4%
<b>Extranjero</b>	<b>28.954.784</b>	<b>-0,9%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE

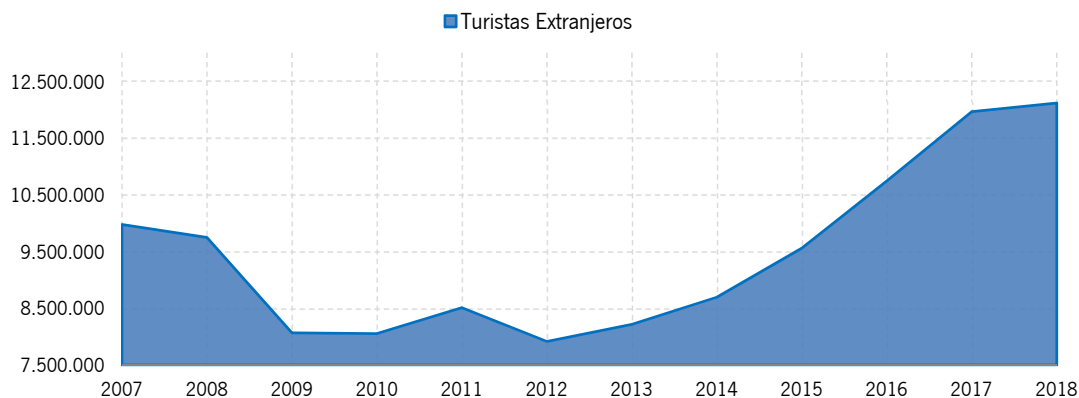
A tenor de las cifras de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE), merecen mención especial los buenos resultados que han registrado la mayoría de los **mercados extranjeros secundarios** en Andalucía. De hecho, en 2018 se han registrado tasas de variación positiva en las pernoctaciones procedentes de estos mercados emisores a Andalucía, a excepción de **Holanda y Bélgica**.

Así, los hoteles y pensiones de Andalucía han registrado un total de 2,6 millones de pernoctaciones de viajeros **franceses**, lo que supone un incremento del **+3,2%** respecto a las cifras del año 2017, recuperándose así la tendencia positiva que venía registrando este mercado en Andalucía en los últimos años, con tres años de crecimientos consecutivos a dos dígitos en el periodo 2011-2013 y un crecimiento del +19% en 2015, y que se vio interrumpida en 2017.

En el lado positivo se sitúan igualmente otros mercados como **Países Nórdicos, Estados Unidos, Italia, Irlanda y Portugal**, que han presentado en 2018 **sendos crecimientos** respecto al año anterior, destacando Estados Unidos que con un incremento del +6,1% se ha situado este año por encima de emisores como Italia o Bélgica.

Volviendo a los datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, Andalucía ha recibido un total de **12,1 millones de turistas extranjeros** en el año 2018, un crecimiento del **+1,3% respecto a 2017**, o lo que es lo mismo, 151 mil turistas más, lo que supone una **cuota de mercado del 39,6%** sobre el total, inferior en -0,6 puntos a la del año anterior, debido al incremento más intenso que ha mostrado el mercado nacional este año (+3,8%).

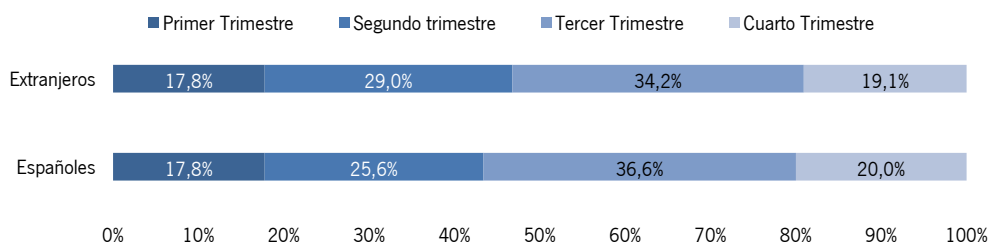
**Turistas extranjeros en Andalucía. Años 2007-2018**



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 un concentración ligeramente 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.

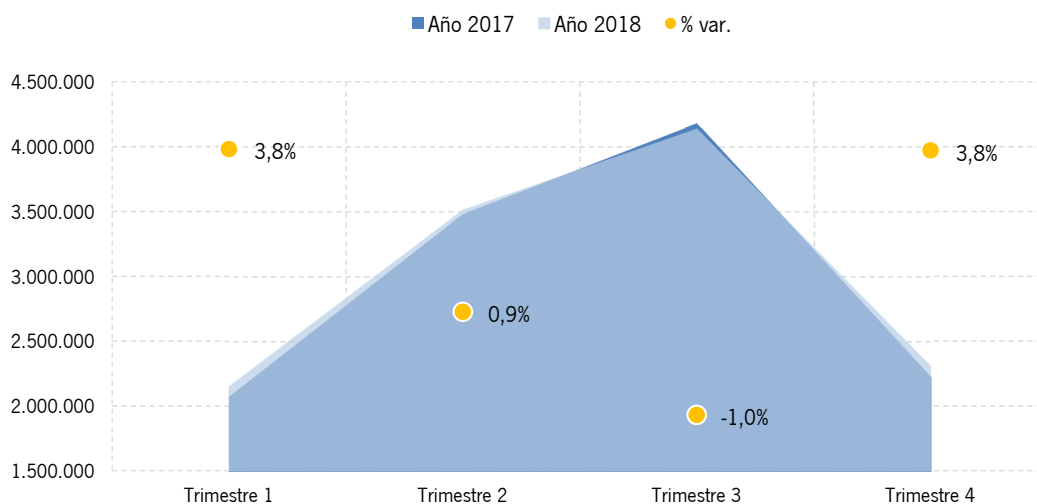
## Distribución trimestral del turismo en Andalucía. Mercado nacional y extranjero. Año 2018



Fuente: ECTA. IECA

Asimismo, el mercado extranjero muestra un **comportamiento desigual a lo largo del año**, registrando tasas de variación positivas de los trimestres primero y cuarto (de igual intensidad en ambos casos), y negativas en el segundo y en el tercero, tal y como se puede observar en el siguiente gráfico.

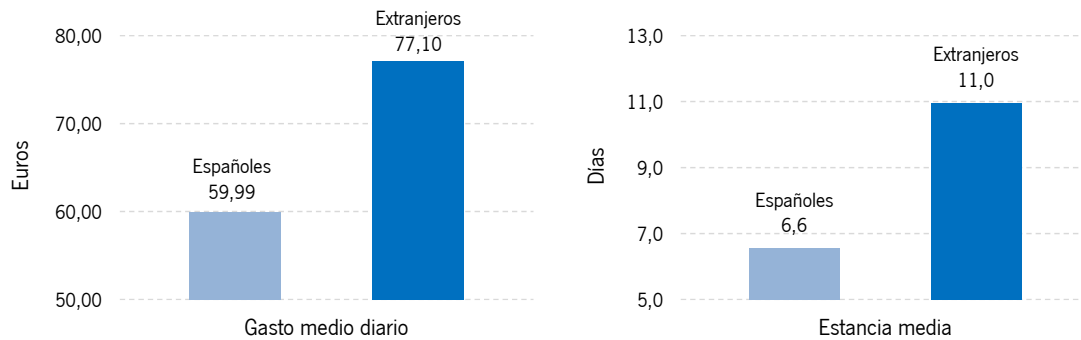
## Turistas extranjeros en Andalucía por trimestres. Año 2018



Fuente: ECTA. IECA

Además, este mercado resulta también interesante por su mayor **gasto medio diario** en destino, superior al registrado por los españoles en más de 17 euros, y por su **estancia media**, más de 4 días superior.

## Gasto medio diario en destino y estancia media. Mercado nacional y extranjero. Año 2018

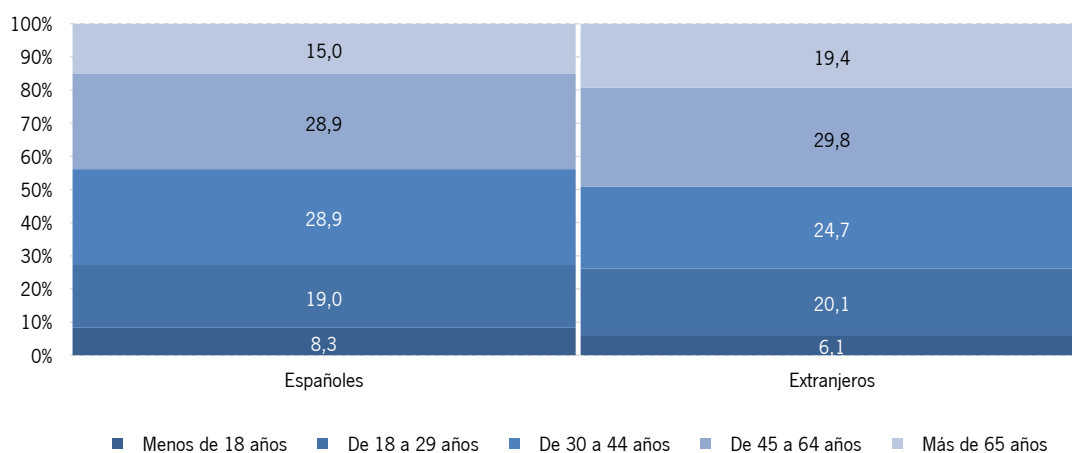


Fuente: ECTA. IECA

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 (41,9%) y al alojamiento (19,5%), 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 +6,1 puntos porcentuales más.

En cuanto al **perfil sociodemográfico**, el 51% de los turistas extranjeros recibidos en 2018 en Andalucía han sido mujeres. El intervalo de edad de mayor peso es el comprendido entre los 45 y 64 años (29,8%), que supone 1 punto porcentual más respecto a los turistas nacionales. El turista extranjero muestra igualmente 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 2018



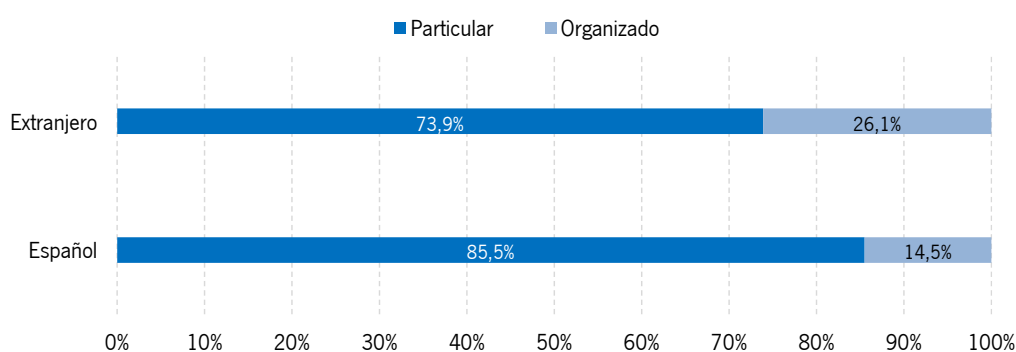
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA. IECA

En cuanto al **grupo de viaje**, este año el viaje en pareja sigue siendo el más frecuente entre los turistas extranjeros, aunque reduciendo esta cuota respecto al año anterior (50,6% frente al 53,0% del año 2017), manteniendo la misma importancia entre estos turistas el viaje en familia (25,0%). Así, el turista extranjero se asemeja en mayor medida al español en lo que al grupo de viaje se refiere.

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 (74,4%), porcentaje que continúa siendo muy superior al presentado por el mercado nacional (9,0%).

El 73,9% de los turistas extranjeros que ha visitado Andalucía en el año 2018 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 uno de cada cuatro turistas.

**Distribución de los turistas según organización del viaje.  
Mercado español vs mercado extranjero. Año 2018**



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 67,9% de los casos, cifra que se sitúa +9,2 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 71,1% 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 55,3% realizan alguna compra.

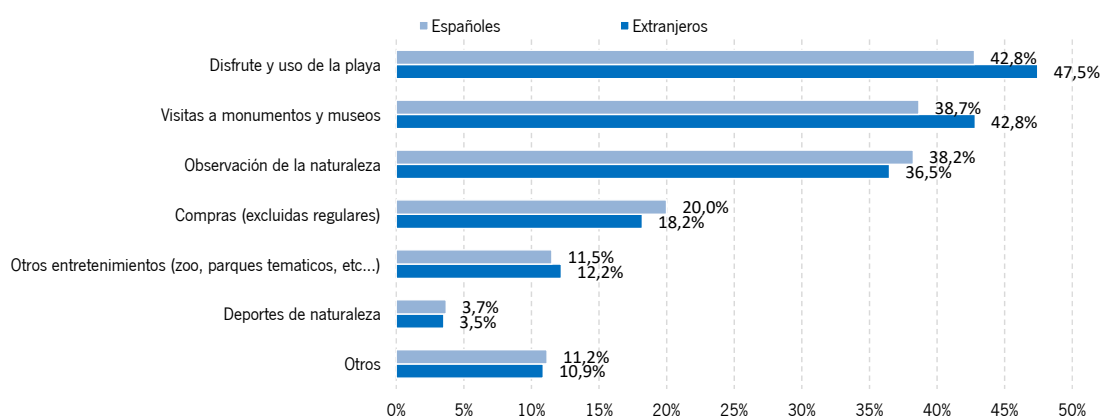
Los establecimientos hoteleros son el principal **tipo de alojamiento** usado por los turistas extranjeros en Andalucía (67,0%), cifra muy superior a la que presenta el mercado nacional (60,6%) aunque 1,5 puntos por debajo de la registrada en 2017. Según la Encuesta de Ocupación Hotelera, los hoteles y pensiones de Andalucía han recibido un total de 8,9 millones de viajeros extranjeros que han rozado los 29 millones de pernoctaciones, 268 mil menos que en 2017, lo que ha supuesto un descenso relativo del -0,9%.



La *visita a monumentos*, el *clima* 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 79,4% de ellos.

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

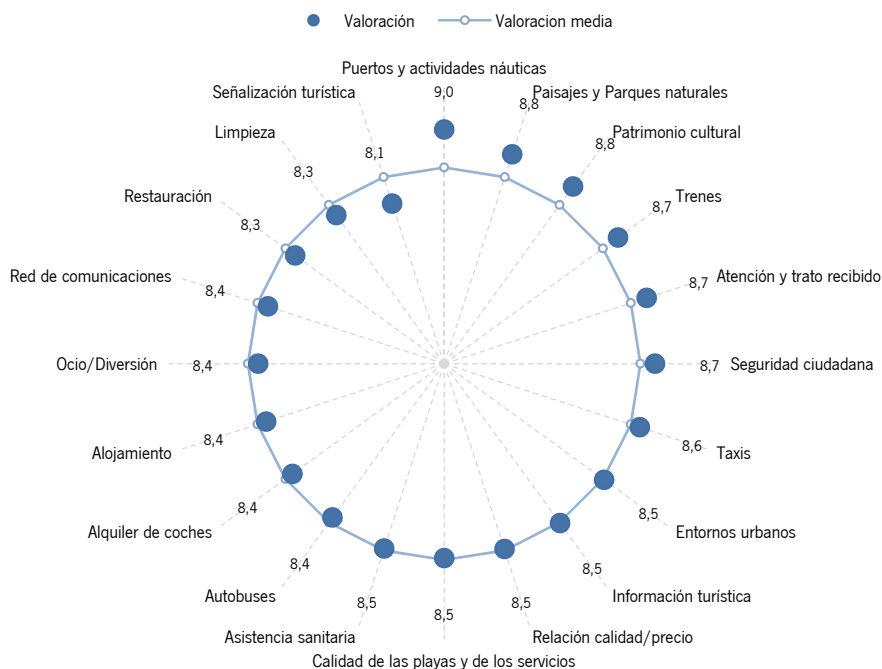
### **Actividades realizadas en Andalucía (Multirespuesta). Turistas españoles y extranjeros. Año 2018**



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 ligeramente superior a la obtenida en 2017. Entre los aspectos mejor valorados este año se sitúan los *Puertos y actividades náuticas*, los *paisajes y Parques naturales* y el *patrimonio cultural*.

## Valoración (1 a 10 puntos) del destino turístico andaluz según conceptos. Turistas extranjeros. Año 2018

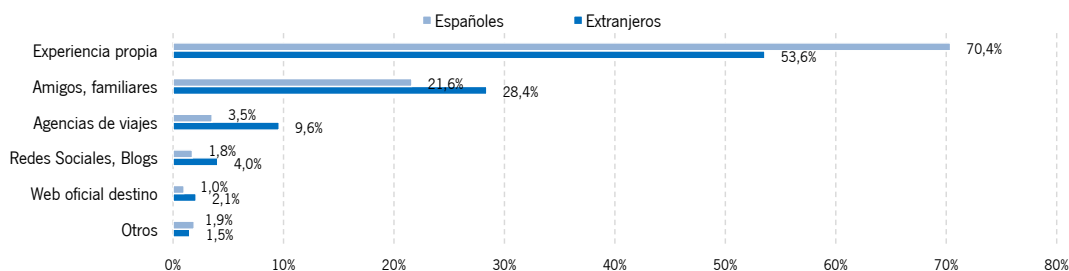


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA. IECA

El 44,4% de los turistas extranjeros que han estado en Andalucía en 2018 también lo hicieron en 2017 situándose este **grado de fidelidad** casi ocho puntos por encima del registrado el año anterior.

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 (53,6% y 28,4% respectivamente). Este último concepto es muy superior en el turista extranjero frente al 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 el destino Andalucía. Turistas españoles y extranjeros. Año 2018



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 2018 (millones)	12,1
Gasto medio diario en destino: euros	77,10
Estancia media: Número de días	11,0
Estacionalidad: Concentración en el 3º trimestre (verano)	34,2%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: <i>Mujer</i>	51,0%
Edad: <i>De 45 a 64 años</i>	29,8%
Situación laboral: <i>Ocupado</i>	59,4%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: <i>Hotelero</i>	67,0%
Principal medio de transporte: <i>Avión</i>	74,4%
Uso de intermediarios: Porcentaje	26,1%
Usó Internet:	67,9%
Para qué utilizó Internet: <i>Reserva</i>	80,0%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- <i>Visita a monumentos</i> : Porcentaje	35,0%
- <i>Clima</i> : Porcentaje	34,3%
Canal principal de información sobre Andalucía: <i>Experiencia propia</i>	57,5%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- <i>Disfrute y uso de playa</i> : Porcentaje	47,5%
- <i>Visitas a monumentos y museos</i> : Porcentaje	42,8%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,5
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- <i>Puertos y actividades náuticas</i>	9,0
- <i>Paisajes y Parques naturales</i>	8,8
Grado de fidelidad: Porcentaje	44,4%
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.	