

Principales cifras mercados turísticos extranjeros en Andalucía

Año 2022

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



PRINCIPALES CIFRAS MERCADOS TURÍSTICOS EXTRANJEROS EN ANDALUCÍA

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte

COLECCIÓN

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos

EDITA

Consejería de Turismo, Cultura y Deporte
Palacio de Altamira. C/Santa María La Blanca, nº 1
41004 Sevilla
NPU

Formulario de contacto:

https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoculturaydeporte/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, Cultura y Deporte 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

0. Introducción

El objetivo de esta publicación es analizar periódicamente a los principales emisores turísticos extranjeros para Andalucía (Reino Unido, Alemania, Francia, Países Nórdicos, Países Bajos, Bélgica, Italia y Portugal), aprovechando toda la información oficial disponible publicada sobre los mismos, incluyendo en gran medida fuentes externas (internacionales y propias de cada emisor). En la edición del año 2022, se ha ampliado el análisis incluyendo a los mercados Irlanda y Estados Unidos.

Estos informes se vienen realizando dos veces al año, para dar una visión de lo acontecido en estos mercados durante en el primer semestre (periodo acumulado enero-junio) así como en el conjunto del año. No obstante, su calendario de publicación podía desajustarse del inicialmente propuesto porque se intentaba que, para cada mercado analizado, la información recogida fuera similar y tuviera la misma referencia temporal, por lo que se estaba sujeto a los cambios que sufrían los calendarios de publicación de las fuentes externas.

Dadas las condiciones excepcionales acontecidas en la actividad turística como consecuencia de la pandemia de COVID-19, una crisis sanitaria de dimensiones mundiales, no se ha podido disponer de buena parte de la información necesaria para la elaboración de este estudio en su formato habitual, ya que muchas operaciones estadísticas de los países emisores se han interrumpido o han retrasado sus calendarios de publicación. Por ello, se ha optado por ofrecer una visión de conjunto de lo ocurrido a lo largo del año 2022, aprovechando los estudios y análisis que se han ido publicado, y elaborar unas fichas individuales de cada país con la información disponible más actual.

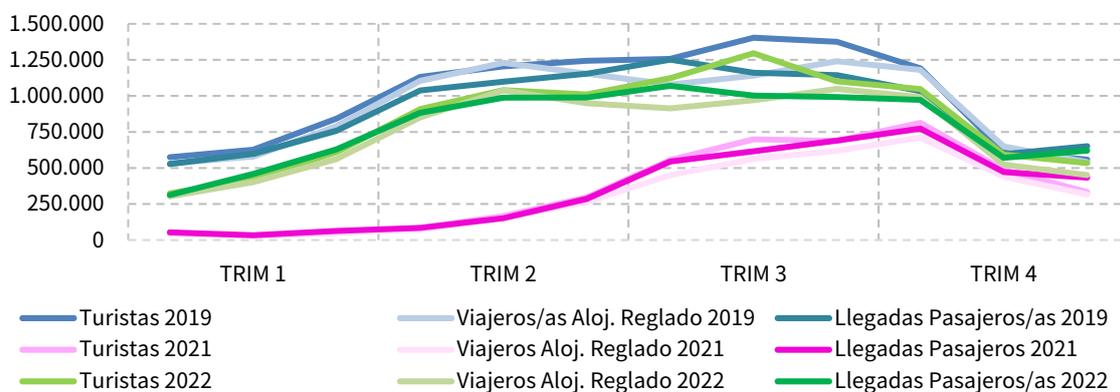
1. Visión general y evolución

A partir de abril de 2022, y tras un primer trimestre aún marcado por la variante Ómicron, se eliminaron prácticamente todas las restricciones a la movilidad que afectaban a los emisores extranjeros, lo que unido a una mayor sensación de seguridad (percepción de que la vacunación contra el COVID-19 ha sido un éxito), lo que impulsó la demanda de viajes internacionales. Además, esta reducción de los frenos para viajar y de la incertidumbre sanitaria se combinó con la existencia de una demanda de viajes embalsada: población que había decidido retrasar sus viajes de ocio durante casi dos años y que había guardado los recursos económicos necesarios para ello, esperando condiciones más favorables.

Pero no solo la pandemia ha determinado el calendario de la recuperación de la demanda turística extranjera en 2022, también ha influido en dicho proceso otros condicionantes, sobre todo en la última parte del año, como la guerra de Ucrania, el incremento de los costes de la energía, la escasez en el suministro de materias primas, la escalada de los precios y la subida de los tipos de interés, que generaron incertidumbre geopolítica y económica, impactando en la confianza de los consumidores.

Así, el año 2022 se cierra con importantes tasas de crecimiento respecto al año anterior en los principales indicadores del mercado internacional (+135,6% en turistas, +125,9% en llegadas de pasajeros/as y +142,4% en viajeros/as en alojamientos reglados), y se acortan las distancias con las cifras pre-pandemia (-16,7% en turistas, -13,8% en llegadas de pasajeros/as, y -19,7% en viajeros/as en alojamientos reglados respecto al mismo periodo de 2019), tal y como puede observarse en el gráfico, donde las líneas de color azul dibujan el comportamiento en 2019, un año con una actividad turística “normal” y las líneas de color verde ilustran la evolución de esta demanda en 2022.

Indicadores de la demanda turística extranjera en Andalucía. Años 2019, 2021 y 2022



Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA, Frontur (INE) y Encuestas de Ocupación en Alojamientos Turísticos (INE).

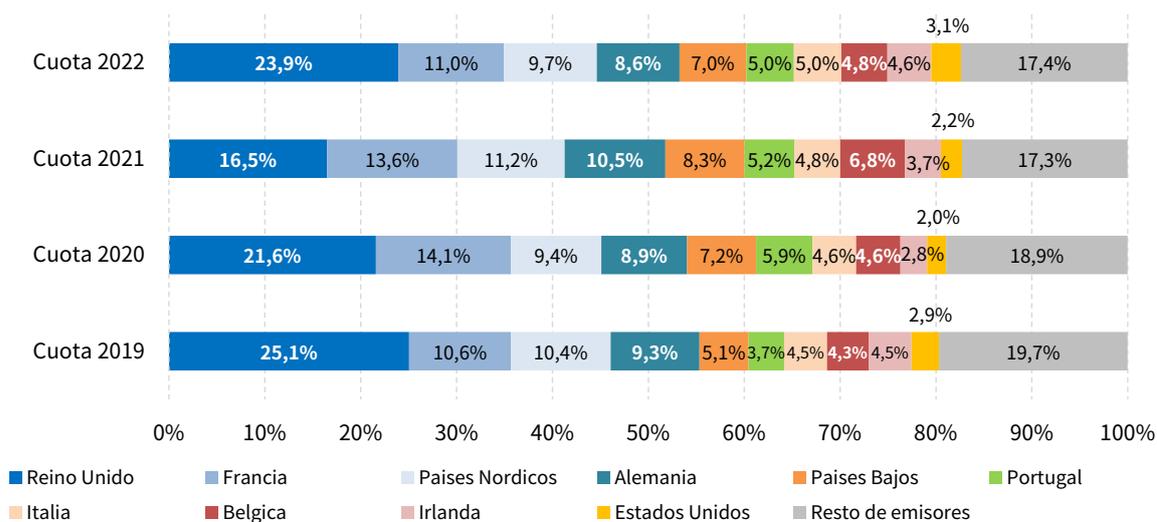
2. Participación en la demanda turística de Andalucía

Para el año 2022, y de acuerdo con los datos de Frontur (INE), Andalucía ha recibido un total de **10 millones de turistas internacionales, superando con creces al número de turistas recibidos en 2021 (4,25 millones)**. Esta cifra representa el 14,0% de todo el turismo extranjero recibido en España en 2022, y supone un importante **ascenso del +135,6%** respecto al año anterior, si bien aún se está un -16,7% por debajo del nivel alcanzado en 2019 (12 millones de turistas).

Los y las turistas procedentes del **Reino Unido** suponen el 23,9% del turismo internacional recibido en Andalucía en 2022, **posicionándose un año más como el principal emisor extranjero para Andalucía**. La recuperación de este emisor en 2022 ha sido espectacular: incrementa su presencia en +7,5 puntos porcentuales respecto al año anterior, y se sitúa solo -1,1 puntos por debajo de la cuota de 2019 (25,1%).

Los siguientes mercados en importancia para el destino andaluz son Francia, Países Nórdicos y Alemania. En conjunto, los cuatro principales emisores suponen algo más de la mitad de la demanda turística internacional de Andalucía en 2022. En comparación con las cifras pre-covid, **no ha cambiado la relación de los cuatro mercados emisores extranjeros más importantes para el destino andaluz, ni su orden, aproximándose a las cuotas que tenían en 2019**, registrando variaciones iguales o inferiores al punto porcentual, si bien solo en el caso de Francia esa variación es positiva, con un aumento de +0,4 puntos porcentuales, ampliando su ventaja respecto a Países Nórdicos y Alemania.

Cuota de participación en la demanda turística extranjera de Andalucía. Años 2019 a 2022



Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Estadística de movimientos turísticos en frontera (FRONTUR), del INE.

Del resto emisores, la mayoría presenta ganancias de cuota respecto a 2019, destacándose Países Bajos y Portugal, con crecimientos de +1,8 y +1,3 puntos porcentuales, respectivamente, frente al agregado Resto de emisores (que incluye al resto de países europeos, Rusia, resto de América y resto del mundo), que ha perdido presencia, registrando un descenso de cuota de -2,3 puntos porcentuales.

Las diferentes medidas restrictivas que los países impusieron a la movilidad y a los viajes internacionales de su población, dieron como resultado una evolución desigual de los mercados, desequilibrando las cuotas que cada procedencia presentaba habitualmente en la demanda turística extranjera de Andalucía. Al eliminarse estas medidas restrictivas, los emisores van recuperando su tradicional presencia, lo cual se aprecia con claridad en el gráfico, donde se observa que **la composición de la demanda extranjera en 2022 se va pareciendo cada vez más a la de antes de la pandemia.**

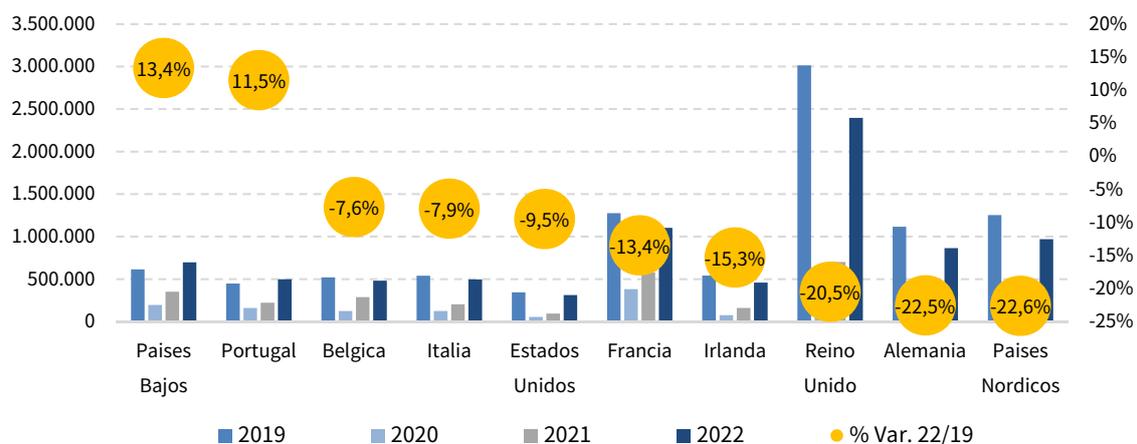
3. Evolución del turismo extranjero en Andalucía

Aunque todos los emisores extranjeros hayan registrado importantes crecimientos respecto al año 2021, en la mayoría de los casos, estos no han sido suficientes para recuperar el nivel pre-pandemia. En el siguiente gráfico, los diez emisores extranjeros estudiados han sido ordenados de mayor a menor tasa de variación comparando las cifras de turismo del año 2022 con las de 2019. Así, en primer término, se encuentran **Países Bajos y Portugal**, los dos **únicos emisores extranjeros para Andalucía que registran tasas positivas respecto al nivel pre-pandemia**.

La parte central del gráfico la ocupan países que, si bien aún no alcanzan las cifras pre-pandemia, se aproximan bastante a ellas. Este grupo lo forman Bélgica, Italia, Estados Unidos, Francia e Irlanda, con tasas respecto al año 2019 que van del -7,6% de Bélgica al -15,3% de Irlanda. Y en la parte del gráfico más a la derecha se encuentran **los emisores con un ritmo de recuperación más retrasado: Reino Unido, Alemania y Países Nórdicos**, todos ellos con tasas de descenso respecto al nivel pre-pandemia que superan al de la media del turismo extranjero en Andalucía (-16,7%).

Reino Unido comenzó su recuperación en el segundo trimestre de 2022, una vez eliminadas las restricciones a la movilidad. Este inicio tardío no ha podido ser compensado con su excelente evolución durante los meses de verano, por lo que finalmente permanece alejado del nivel pre-pandemia. Alemania ha mantenido cierta debilidad, afectado por la guerra de Ucrania y su mayor sensibilidad a la subida de los precios, y los Países Nórdicos han sufrido problemas de conectividad aérea, unido a mejores condiciones climáticas en sus territorios durante el verano.

Turismo extranjero en Andalucía por procedencia. Años 2019 a 2022 y evolución



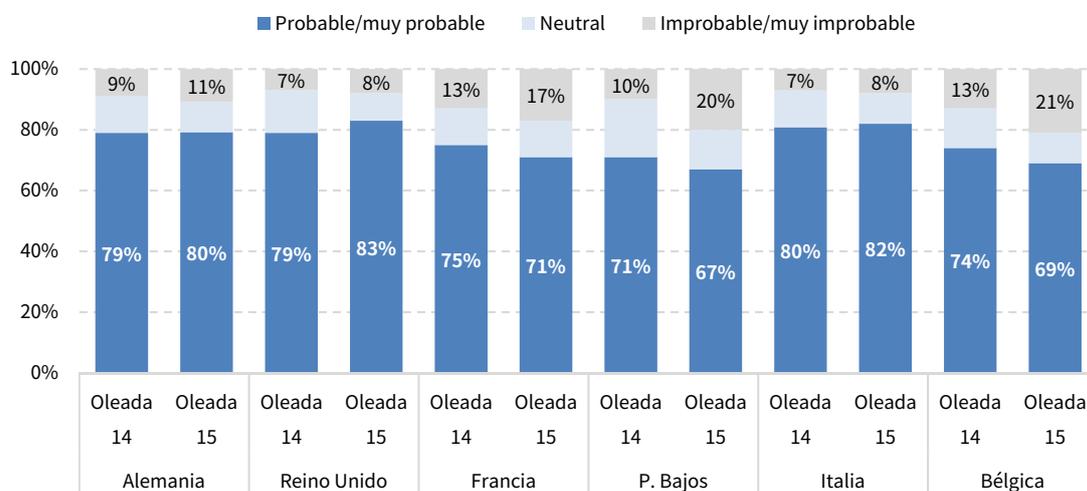
Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Estadística de movimientos turísticos en frontera (FRONTUR), del INE.

4. Las intenciones de viaje a corto plazo

En la primera quincena de septiembre de 2020, **European Travel Commission** (ETC) comenzó una serie de estudios para examinar y monitorizar la opinión y los planes de viajes a corto plazo (viajes nacionales e intraeuropeos por motivos personales o profesionales) para diez mercados emisores europeos de gran volumen. Entre estos mercados se encuentran Alemania, Reino Unido, Francia, Países Bajos, Italia y Bélgica, seis de los diez emisores que se analizan en este informe. ETC ha realizado quince oleadas de este estudio, la oleada nº catorce se realizó a finales de 2022 y sondea las intenciones de viaje en los primeros seis meses de 2023, y la oleada nº quince en marzo de 2023, por lo que cubre de abril a septiembre de 2023.

Entre las conclusiones más relevantes para estos mercados, destaca que **las ganas de viajar permanecen en un nivel bastante alto**, ya que en torno al 75% de encuestados y encuestadas en cada país manifestó que era probable o muy probable que realizase un viaje en los primeros seis meses de 2023, e incluso estos porcentajes han subido en la mitad de los países al ser preguntados en la decimoquinta oleada: **Reino Unido (+4 puntos porcentuales), Italia (+2 p.p.) y Alemania (+1 p.p.)**.

Intención de viajar por motivos personales o profesionales en los próximos 6 meses

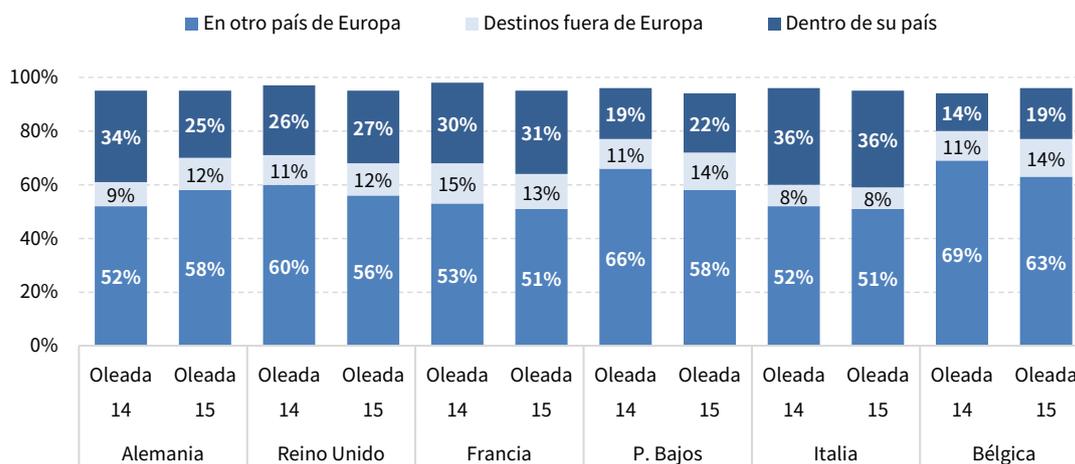


Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir del estudio Monitoring Sentiment for Domestic and Intra-European Travel - wave 14 & 15, European Travel Commission (ETC).

Otro aspecto que destaca en los estudios de ETC es que los viajes a otro país de Europa permanecen como primera opción en todos los emisores analizados, situándose **España en el segundo puesto de los 10 países europeos con mayor probabilidad de ser visitados entre abril y septiembre de 2023**, por detrás de Francia. En los resultados de la decimoquinta oleada respecto a la oleada anterior han

disminuido en la mayoría de los emisores el porcentaje de los y las que tienen planificado viajar a otro país europeo, mientras que ha aumentado o se mantiene la perspectiva de hacer viajes fuera de Europa (salvo en Francia).

Destino de los viajes personales o profesionales planificados para los próximos 6 meses



Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir del estudio Monitoring Sentiment for Domestic and Intra-European Travel - wave 14 & 15, European Travel Commission (ETC).

Más resultados de interés:

- Respecto al año anterior, **más europeos planifican sus escapadas para la primavera y/o principios del verano de 2023**, y disminuyen los que prefieren viajar en los meses de agosto y septiembre.
- **Hacer más de un viaje es lo popular**: el 59% de los europeos planean realizar dos o más viajes entre abril y septiembre de 2023. Esta tendencia la lideran los que viajan solos.
- **Aumenta el porcentaje de europeos que prefieren utilizar el transporte público** (tren o autobús) **en su próximo viaje**, mientras que el uso del vehículo propio ha descendido a su nivel más bajo desde el inicio de esta investigación (septiembre de 2020). La normalización de los comportamientos de viaje, una vez superada la pandemia, podría ser el factor que explicase este cambio.
- **Los viajes se preparan con más antelación que hace un año**: más de la mitad de los europeos ya han reservado total o parcialmente sus próximas vacaciones, con un aumento significativo de +8 puntos porcentuales en las reservas en comparación con 2022, una señal de la creciente confianza de los consumidores.
- **Para los próximos meses, la mitad de los europeos planea mantener su presupuesto de viaje**, mientras que un considerable 19% planea invertir más de lo habitual. Los esfuerzos para

mantener los gastos de viaje dentro del presupuesto disponible incluyen gastar menos en compras (17%), elegir un alojamiento más barato (16%) y optar en el destino por restaurantes menos costosos o autoservicios (15%).

- Los europeos **siguen preocupados por la inflación y su impacto en los costes de viaje** (24%) **y en sus finanzas personales** (17%). A estas se suma la creciente inquietud por las condiciones climáticas extremas (7%), que asciende al sexto lugar en la lista de las principales preocupaciones. También la guerra en Ucrania continúa siendo una preocupación que afecta las decisiones de viaje de la mitad de los viajeros europeos.

Aunque los estudios realizados por ETC muestran que el deseo de viajar de los principales emisores extranjeros se mantiene en niveles altos, la coyuntura de la demanda turística cambia rápidamente condicionada por múltiples factores. **Turespaña** publica informes sobre las tendencias de los mercados emisores extranjeros, y de ellos se han resumido los principales determinantes de la evolución del turismo extranjero en España en los próximos meses.

Factores y tendencias a tener en cuenta:

1. Una vez superado el miedo a la pandemia, se gana confianza para la realización de viajes internacionales, lo que conlleva una **disminución progresiva de las vacaciones domésticas, pero también que los destinos de larga distancia vuelvan a escena** e inicien su recuperación, incrementándose la competencia para destinos considerados más cercanos o de proximidad, como España.
2. Afortunadamente, el COVID-19 ya no desempeña un papel importante en la planificación y reserva de las vacaciones, por lo que se producen **cambios en los criterios para elegir destino**, siendo menos importante la seguridad sanitaria y/o general y **aumentando en la decisión una buena relación calidad/precio de los viajes turísticos**.
3. Otro comportamiento de la demanda que está **volviendo** a parecerse a antes de la pandemia es el de **la reserva anticipada**.
4. **El panorama económico no incentiva la confianza de los consumidores**: la evolución de las economías europeas para 2023 presenta signos de estancamiento e incluso recesión. El proceso inflacionista y la subida de los tipos de interés ya están afectando a la renta disponible de los hogares y a su capacidad de gasto. **Las ganas de viajar no han disminuido, pero la actual crisis de poder adquisitivo parece tener un importante efecto en el comportamiento vacacional**, que se traduce en muchos casos en gastar menos dinero en el destino o elegir destinos vacacionales más baratos.
5. La industria turística se vio muy resentida por la pandemia, con quiebras de un buen nº de agencias y turoperadores. También se han producido cierres de algunas aerolíneas, mientras que, en otros casos, los elevados precios de los combustibles y el cierre de espacios aéreos por

la guerra de Ucrania, las han obligado a optimizar rutas. **La recuperación de las conexiones aéreas es un factor clave para la vuelta de la demanda turística a niveles pre-pandemia.** Como ejemplo tenemos los Países Nórdicos (especialmente Finlandia y Noruega), que se han visto afectados por la falta de capacidad aérea, lo que, unido a su mayor distancia geográfica de los destinos españoles, ha ralentizado su recuperación en 2022.

6. **España sigue destacando como destino favorito de la mayoría de los emisores europeos.** Está bien valorada y su imagen como destino seguro se consolidó tras la gestión de la pandemia. **No obstante, otros destinos del mediterráneo (con Grecia y Turquía a la cabeza, pero también Italia, Marruecos, Túnez e incluso Egipto) están experimentando incrementos más importantes que los de España** en la reserva de viajes y capacidades aéreas.
7. **Las condiciones climáticas es otro factor a tener en cuenta.** La buena climatología de España durante el invierno la convierten en un destino refugio para todos aquellos viajeros que desean reducir el gasto energético y para los que puedan permitirse largas estancias, como los nómadas digitales y los trabajadores a distancia. Pero también, **la imagen de calor excesivo y sequía en los meses de verano está desalentando a la demanda.** Además, la subida de las temperaturas no solo se está produciendo en España, es un fenómeno que también afecta a los demás países de Europa, por lo que estos emisores están encontrando mejores condiciones climáticas en sus propios países y por tanto reduciéndose la necesidad de viajar para disfrutar de buen clima.
8. En este mismo contexto, hay que considerar la **lucha contra el cambio climático** y su influencia, tanto a corto como a medio plazo, en la evolución del turismo. La voluntad de algunos países de **penalizar el consumo de vuelos imponiendo ecotasas** puede desalentar el viaje en avión de la población viajera más concienciada con este tema, por lo que se reducirían los viajes a destinos en los que el uso del avión fuera necesario.
9. **Las consideraciones para el emisor EEUU son algo diferentes:** la fortaleza de su economía, con una fuerte generación de empleo y una inflación que se va moderando, unida al gran interés por viajar de la población norteamericana, augura un incremento de los viajes turísticos a Europa, enfocados a conocer patrimonio histórico y cultural (arte, música, fiestas) y en actividades en la ciudad. También son positivas las previsiones en la conectividad aérea para España, que ya está al 85% de la capacidad programada antes de la pandemia. España se sitúa en 4ª posición entre los destinos europeos más visitados por este emisor.

Fuente: Informes de tendencias de mercado. Temporada de verano 2023. TURESPAÑA

5. Conclusiones

Los principales hitos que han determinado la evolución de la actividad turística en Andalucía y en sus principales emisores internacionales a lo largo del año 2022 se pueden resumir en los siguientes:

1. La eliminación de la mayoría de las restricciones a la movilidad, el aumento de la sensación de seguridad frente al Covid-19 y la existencia de una demanda embalsada, han propiciado el **fuerte crecimiento del turismo extranjero en Andalucía respecto al año anterior, cerrándose el año 2022 con un ascenso del +135,6%**, si bien aún se está un -16,7% por debajo del nivel alcanzado en 2019.

2. De este modo, los principales emisores van recuperando en 2022 su tradicional presencia y posición en la demanda turística extranjera de Andalucía. **No obstante, la reactivación no ha sido homogénea: Alemania, Países Nórdicos y Reino Unido, han presentado un ritmo de recuperación más lento**, pues todos ellos han registrado tasas de descenso respecto al nivel pre-pandemia que superan al de la media del turismo extranjero en Andalucía. Mayores dinanismos han mostrado Bélgica, Estados Unidos, Italia, Francia e Irlanda que, aunque no han recuperado las cifras de 2019, acortan distancias. **Siendo Países Bajos y Portugal los emisores de mayor fortaleza**, al superar en 2022 el nivel anterior a la crisis sanitaria.

3. **La subida del nivel de precios en la segunda mitad del año 2022** ha afectado ya a la renta disponible de los hogares y a su capacidad de gasto, **lastrando la recuperación del turismo en Andalucía en 2022 y amenazando los resultados del próximo año**. El impacto de la inflación se está convirtiendo en la principal preocupación a la hora de decidirse a viajar, obligando a los viajeros a aprovechar al máximo su presupuesto.

4. **No solo el volumen de turistas está acercándose a los niveles pre-pandemia, también ciertos comportamientos de la demanda se van normalizando**: se reducen las vacaciones domésticas; el transporte en tren y autobús se recupera mientras se reduce el uso del coche particular; la reserva y organización del viaje se realiza con más antelación; en los criterios para elegir destino, pierde peso la seguridad sanitaria y aumenta en la decisión una buena relación calidad/precio de los viajes turísticos.

5. Los destinos españoles permanecen como favoritos para la mayoría de los emisores europeos. No obstante, **otros destinos del mediterráneo (con Grecia y Turquía a la cabeza**, pero también Italia, Marruecos, Túnez e incluso Egipto) **están experimentando incrementos más importantes que los de España en la reserva de viajes y capacidades aéreas**. También los destinos lejanos han comenzado su recuperación, incrementándose la competencia.

Principales cifras del turismo británico en Andalucía. Año 2022



CUÁNTOS SON

Tamaño en 2022: **2,4 millones** de turistas



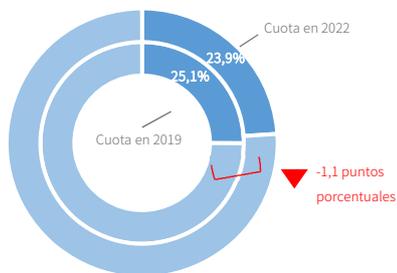
+241,7% más que en 2021

-20,5% menos que en 2019

Nivel pre-pandemia: **3 millones** de turistas

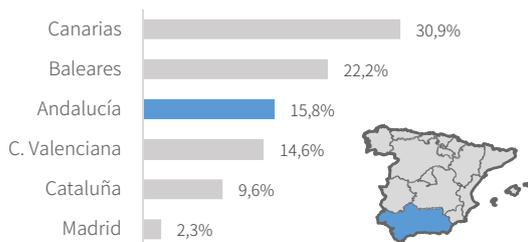


Cuota participación: el turismo británico representa el **23,9%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



Tras el fuerte descenso registrado por la pandemia, continúa en el **primer puesto como emisor extranjero para Andalucía**

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En 2022, las islas han sido los principales receptores de turismo británico en España, seguidos por Andalucía (tercer puesto)



CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



134 euros

Estancia media en Andalucía:



7,6 días

De mayo a septiembre suelen ser los meses preferidos para visitar la región

Tipo de alojamiento:



60,0% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:

1,3 millones viajeros/as de Reino Unido
 +226,8% más que en 2021
5,9 millones de pernoctaciones
 +282,7% más que en 2021

Vía de acceso:

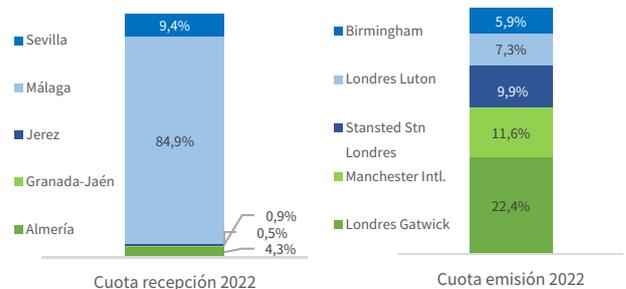


97,2% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



2,8 millones pasajeros/as de aerop. británicos
 +260,3% más que en 2021



El aeropuerto de Málaga recibe a la mayoría de pasajeros/as de Reino Unido que llegan a la región y los aeropuertos del área de Londres son los principales emisores

Principales cifras del turismo francés en Andalucía. Año 2022



CUÁNTOS SON

Tamaño en 2022: **1,1 millones** de turistas



+91,2% más que en 2021

-13,4% menos que en 2019

Nivel pre-pandemia: **1,3 millones** de turistas



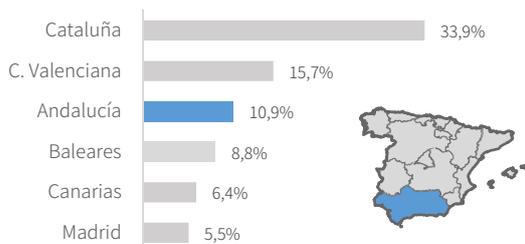
Cuota participación: el turismo francés representa el

11,0% del total de la demanda extranjera en Andalucía



El incremento de cuota registrado tras la pandemia afianza a Francia como **segundo emisor extranjero para Andalucía**

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En 2022, Cataluña ha sido el principal receptor de turismo francés en España, Andalucía ocupa el tercer puesto



CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



110 euros

Estancia media en Andalucía:



8,7 días

Julio y agosto, y los meses primaverales de abril y mayo suelen ser los preferidos para visitar la región

Tipo de alojamiento:



61,0% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:

811.700 viajeros/as de Francia



+87,9% más que en 2021

2,37 millones de pernoctaciones

+73,5% más que en 2021

Vía de acceso:



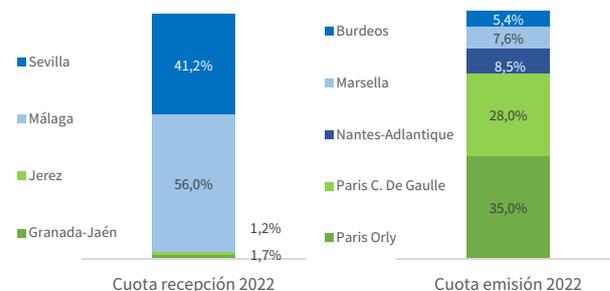
56,5% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



931.300 pasajeros/as de aerop. franceses

+98,8% más que en 2021



Los aeropuertos de Málaga y Sevilla reciben a la mayoría de pasajeros/as de Francia que llegan a la región y los aeropuertos de París son los principales emisores

Principales cifras del turismo nórdico en Andalucía. Año 2022



CUÁNTOS SON

Tamaño en 2022: **969.600** turistas



+103,8% más que en 2021

-22,6% menos que en 2019

Nivel pre-pandemia: **1,25 millones** de turistas

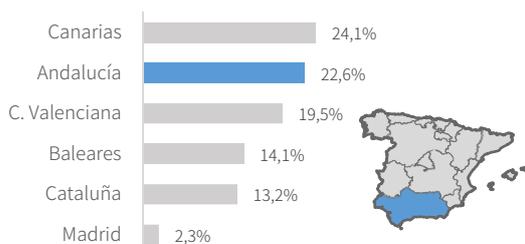


Cuota participación: el turismo nórdico representa el **9,7%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



Los Países Nórdicos se posicionan como el **tercer emisor extranjero más importante para Andalucía**

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En 2022, Canarias ha sido el principal receptor de turismo nórdico en España, seguido de cerca por Andalucía (2º puesto)

CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



126 euros

Estancia media en Andalucía:



11,0 días

Julio y octubre suelen ser los meses preferidos para visitar la región

Tipo de alojamiento:



47,0% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:



412.400 viajeros/as de Países Nórdicos

+112,3% más que en 2021

1,68 millones de pernoctaciones

+121,4% más que en 2021

Vía de acceso:



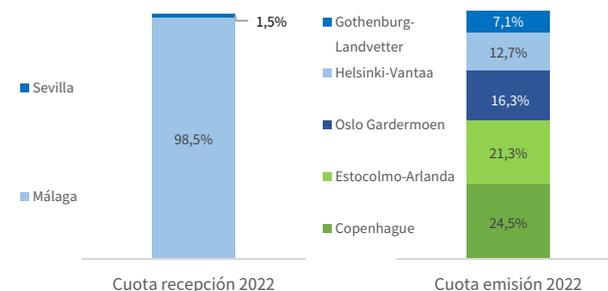
98,2% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



1,1 millones pasajeros/as de aerop. nórdicos

+108,8% más que en 2021



El aerop. de Málaga recibe casi a la totalidad de pasajeros/as de P. Nórdicos que llegan a Andalucía, siendo Copenhague y Estocolmo-Arlanda los principales aeropuertos emisores

Principales cifras del turismo alemán en Andalucía. Año 2022



CUÁNTOS SON

Tamaño en 2022: **863.400** turistas



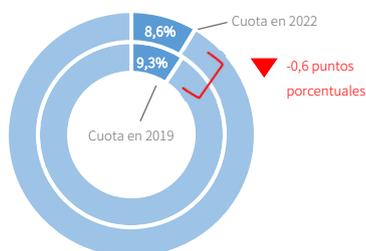
+93,6% más que en 2021

-22,5% menos que en 2019

Nivel pre-pandemia: **1,1 millones** de turistas

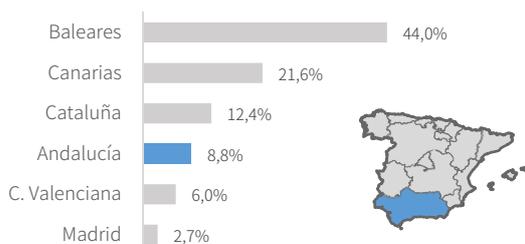


Cuota participación: el turismo alemán representa el **8,6%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



A pesar del decremento de cuota registrado tras la pandemia, continúa siendo **el cuarto emisor extranjero para Andalucía**

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En 2022, las islas han sido los principales receptores de turismo alemán en España, Andalucía ocupa el cuarto puesto



CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



113 euros

Estancia media en Andalucía:



10,7 días

Septiembre y octubre suelen ser los meses preferidos para visitar la región

Tipo de alojamiento:



63,7% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:



629.500 viajeros/as de Alemania

+152,3% más que en 2021

2,7 millones de pernoctaciones

+165,7% más que en 2021

Vía de acceso:



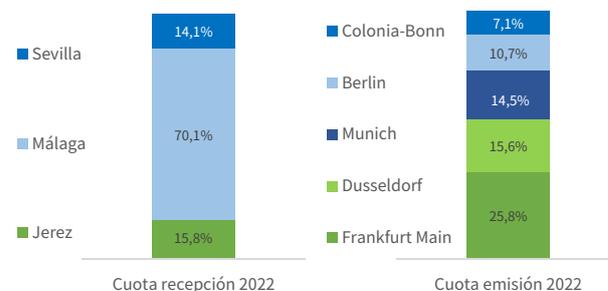
90,2% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



868.700 pasajeros/as de aerop. alemanes

+89,4% más que en 2021



El aeropuerto de Málaga recibe a la mayoría de pasajeros/as de Alemania que llegan a la región y Frankfurt Main es el principal aeropuerto emisor

Principales cifras del turismo neerlandés en Andalucía. Año 2022

CUÁNTOS SON

Tamaño en 2022: **696.000** turistas



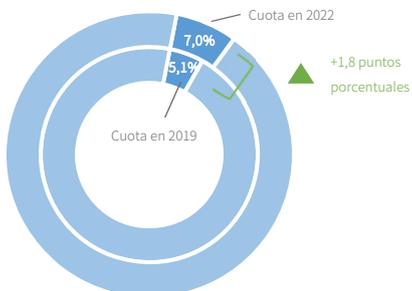
+98,5% más que en 2021

+13,4% más que en 2019

Nivel pre-pandemia: **621.700** turistas

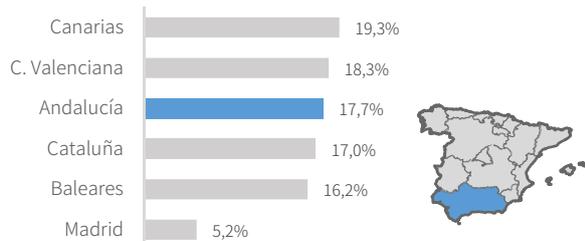


Cuota participación: el turismo neerlandés representa el **7,0%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



El incremento de cuota registrado tras la pandemia afianza a Países Bajos como **quinto emisor extranjero para Andalucía**

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En 2022, Canarias ha sido el principal receptor de turismo neerlandés en España, Andalucía ocupa el tercer puesto

CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



148 euros

Estancia media en Andalucía:



8,4 días

Mayo, septiembre y octubre suelen ser los meses preferidos para visitar la región

Tipo de alojamiento:



66,8% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:

420.900 viajeros/as de Países Bajos
 +100,3% más que en 2021
1,47 millones de pernoctaciones
 +101,9% más que en 2021

Vía de acceso:

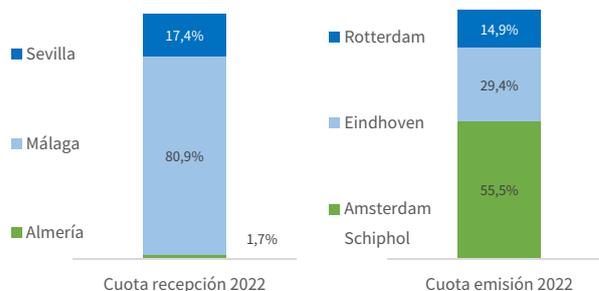


93,3% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



698.800 pasajeros/as de aerop. neerlandeses
 +69,5% más que en 2021



El aeropuerto de Málaga recibe a la mayoría de pasajeros/as de Países Bajos que llegan a la región y Amsterdam-Schiphol es el principal aeropuerto emisor

Principales cifras del turismo portugués en Andalucía. Año 2022

CUÁNTOS SON

Tamaño en 2022: **497.500** turistas



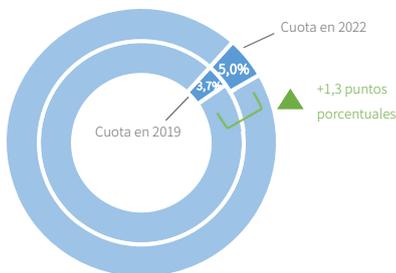
+124,0% más que en 2021

+11,5% más que en 2019

Nivel pre-pandemia: **368.700** turistas

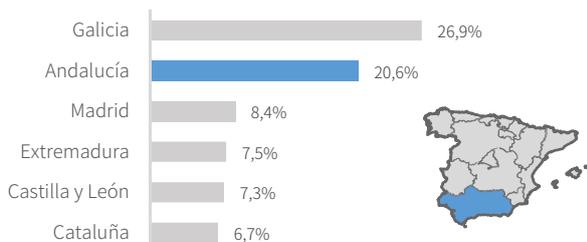


Cuota participación: el turismo portugués representa el **5,0%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



El incremento de cuota registrado tras la pandemia posiciona a Portugal como **sexto emisor extranjero para Andalucía**

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En 2022, Galicia ha sido el principal receptor de turismo portugués en España, Andalucía ocupa el segundo puesto

CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



129 euros

Estancia media en Andalucía:



4,7 días

De junio a septiembre suelen ser los meses preferidos para visitar la región

Tipo de alojamiento:



56,0% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:

370.000 viajeros/as de Portugal



+111,7% más que en 2021

1 millón de pernoctaciones

+118,6% más que en 2021

Vía de acceso:



90,7% usó carretera



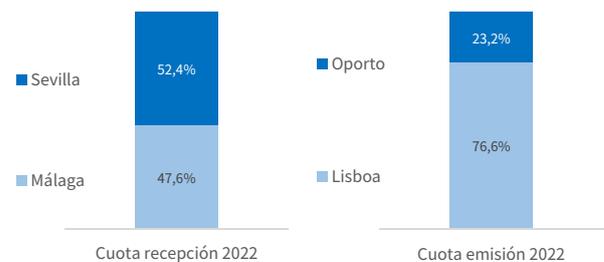
9,1% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



171.200 pasajeros/as de aerop. lusos

+163,3% más que en 2021



Los aeropuertos de Málaga y Sevilla se reparten las llegadas a la región de pasajeros/as de Portugal, siendo los aeropuertos de Lisboa y Oporto los principales emisores

Principales cifras del turismo italiano en Andalucía. Año 2022

CUÁNTOS SON

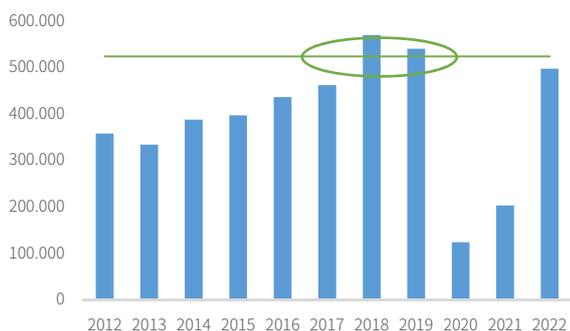
Tamaño en 2022: **496.500** turistas



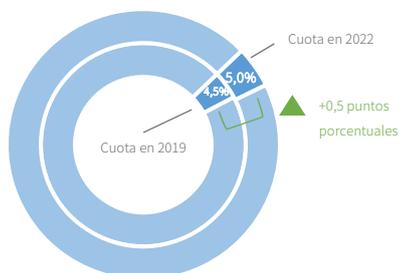
+145,5% más que en 2021

-7,9% menos que en 2019

Nivel pre-pandemia: **523.000** turistas

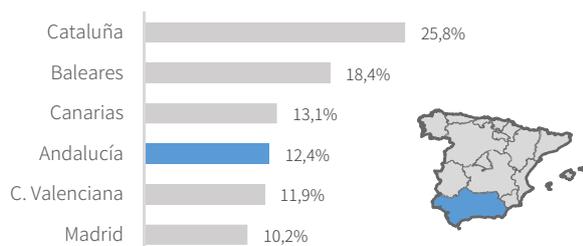


Cuota participación: el turismo italiano representa el **5,0%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



Aunque incrementa su cuota tras la pandemia, Italia pasa a posicionarse como **séptimo emisor extranjero para Andalucía**

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En 2022, Cataluña ha sido el principal receptor de turismo italiano en España, Andalucía ocupa el cuarto puesto

CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



120 euros

Estancia media en Andalucía:



7,4 días

Agosto y septiembre, seguidos de abril y junio, suelen ser los meses preferidos para visitar la región

Tipo de alojamiento:



70,6% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:

433.600 viajeros/as de Italia
 +154,7% más que en 2021
981.300 pernoctaciones
 +138,3% más que en 2021

Vía de acceso:

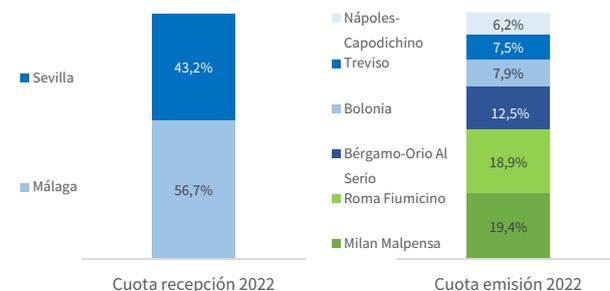


95,3% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



644.100 pasajeros/as de aerop. italianos
 +143,8% más que en 2021



Los aeropuertos de Málaga y Sevilla se reparten las llegadas a la región de pasajeros/as de Italia, habiendo menos concentración en cuanto a los aeropuertos italianos de emisión

Principales cifras del turismo belga en Andalucía. Año 2022



CUÁNTOS SON

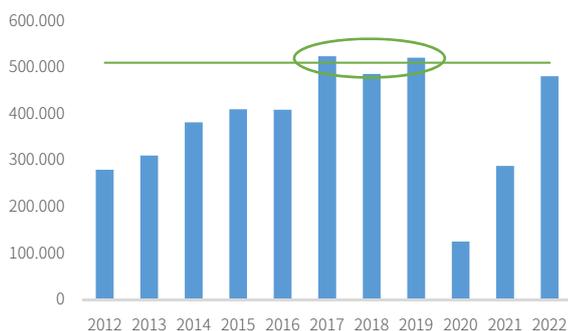
Tamaño en 2022: **480.200** turistas



+67,2% más que en 2021

-7,6% menos que en 2019

Nivel pre-pandemia: **509.400** turistas

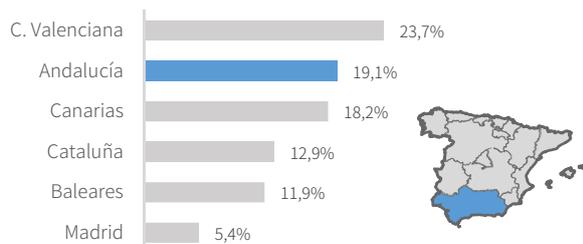


Cuota participación: el turismo belga representa el **4,8%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



El incremento de cuota registrado tras la pandemia posiciona a Bélgica como **octavo emisor extranjero para Andalucía**

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En 2022, C. Valenciana ha sido el principal receptor de turismo belga en España, Andalucía ocupa el segundo puesto



CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



128 euros

Estancia media en Andalucía:



10,1 días

De julio a septiembre suelen ser los meses preferidos para visitar la región

Tipo de alojamiento:



60,4% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:

254.500 viajeros/as de Bélgica



+78,8% más que en 2021

1 millón de pernoctaciones

+72,6% más que en 2021

Vía de acceso:



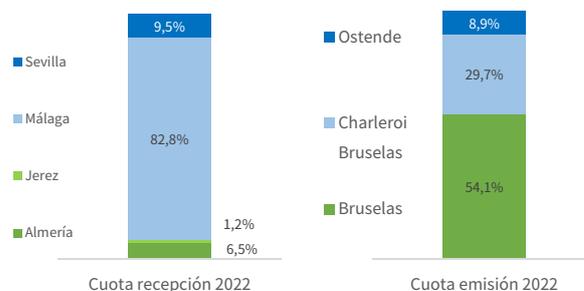
90,0% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



462.800 pasajeros/as de aerop. belgas

+64,0% más que en 2021



El aeropuerto de Málaga recibe a la mayoría de pasajeros/as de Bélgica que llegan a la región y los aeropuertos de Bruselas son los principales emisores

Principales cifras del turismo irlandés en Andalucía. Año 2022

CUÁNTOS SON



Tamaño en 2022: **457.400** de turistas

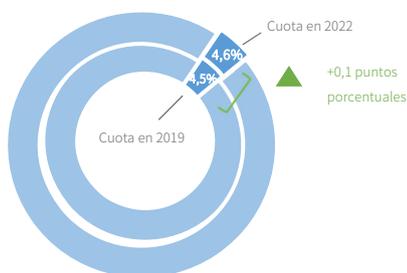
+187,8% más que en 2021

-15,3% menos que en 2019

Nivel pre-pandemia: **492.800** de turistas

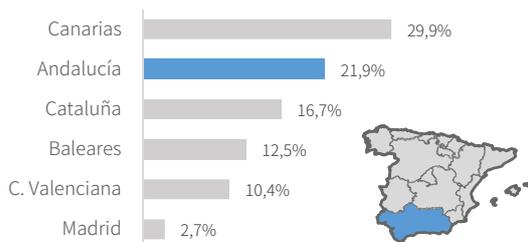


Cuota participación: el turismo irlandés representa el **4,6%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



Aunque incrementa su cuota tras la pandemia, Irlanda pasa a posicionarse como **noveno emisor extranjero para Andalucía**

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En 2022, Canarias ha sido el principal receptor de turismo irlandés en España, seguido por Andalucía (segundo puesto)

CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



135 euros

Estancia media en Andalucía:



8,8 días

De mayo a agosto suelen ser los meses preferidos para visitar la región

Tipo de alojamiento:



64,0% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:



214.500 viajeros/as de Irlanda

+191,6% más que en 2021

955.700 pernoctaciones

+227,0% más que en 2021

Vía de acceso:



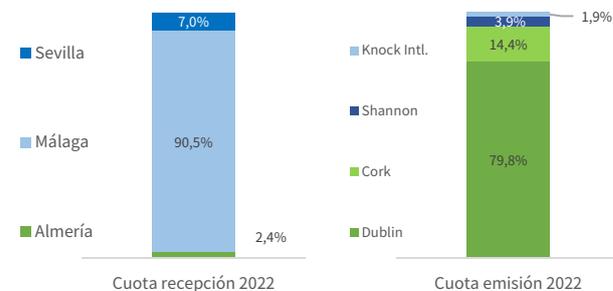
98,1% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



456.600 pasajeros/as de aerop. irlandeses

+192,8% más que en 2021



El aeropuerto de Málaga recibe a la mayoría de pasajeros/as de Irlanda que llegan a la región y el aeropuerto de Dublín es el principal emisor

Principales cifras del turismo de EE.UU. en Andalucía. Año 2022



CUÁNTOS SON

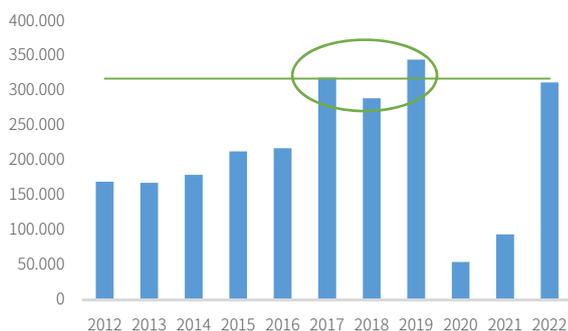
Tamaño en 2022: **311.300** turistas



+233,3% más que en 2021

-9,5% menos que en 2019

Nivel pre-pandemia: **316.900** turistas



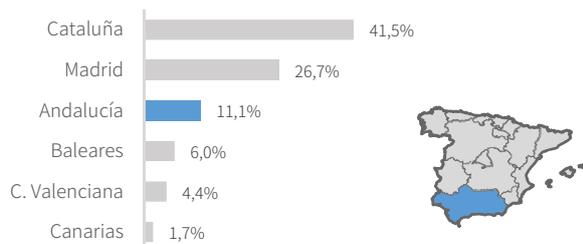
Cuota participación: el turismo estadounidense

representa el **3,1%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



El incremento de cuota registrado tras la pandemia posiciona a EE.UU. como **décimo emisor extranjero para Andalucía**

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En 2022, Cataluña ha sido el principal receptor de turismo de EE.UU. en España, Andalucía ocupa el tercer puesto



CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



217 euros

Estancia media en Andalucía:



9,2 días

De mayo a julio suelen ser los meses preferidos para visitar la región

Tipo de alojamiento:



72,6% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:

497.400 viajeros/as de EE.UU.



+231,6% más que en 2021

1,12 millones de pernoctaciones

+195,6% más que en 2021

Vía de acceso:



96,9% usó un aeropuerto

Es decir, el 96,9% de turistas estadounidenses con destino principal la CC. AA. de Andalucía en el año 2022, declaró que para entrar en España usó principalmente un aeropuerto.

No obstante, al no existir vuelos directos entre los aeropuertos andaluces y los estadounidenses, las llegadas de pasajeros a Andalucía han sido anecdóticas:



454 pasajeros/as de aerop. de EE. UU.

+260,3% más que en 2021

Siendo el aeropuerto de Málaga el que recibió el 94,5% de estas llegadas directas de pasajeros/as procedentes de EE.UU.