



Principales cifras mercados turísticos extranjeros en Andalucía

Año 2024

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



PRINCIPALES CIFRAS MERCADOS TURÍSTICOS EXTRANJEROS EN ANDALUCÍA

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior

COLECCIÓN

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos

EDITA

Consejería de Turismo y Andalucía Exterior

Casa Rosa. Av. de la Guardia Civil, 1

41013 Sevilla

NPU-1-10-250048-PDF

Formulario de contacto:

https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoyandaluciaexterior/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.: oficinadeldato@andalucia.org ; saeta@andalucia.org

Publicación electrónica semestral disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones

<https://www.juntadeandalucia.es/cultura/idea/opacidea/abnetcl.cgi?SUBC=02/2107/01>

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

Principales claves

Los hitos que han determinado la evolución de la actividad turística en Andalucía y en sus principales emisores internacionales **en el año 2024** se pueden resumir en los siguientes:

1. **La demanda turística extranjera en Andalucía asienta sus ritmos de crecimiento en 2024 y consolida la recuperación postpandemia**, mejorando más en gasto turístico (+20,5% respecto a 2023) que en volumen de turistas (+11,3%), y ello a pesar de que la coyuntura económica de los principales emisores europeos no ha sido del todo favorable a lo largo del año.
2. Una vez culminado el proceso de recuperación de los niveles pre-covid en el conjunto de la demanda internacional, resulta que en este proceso unos emisores han evolucionado mejor que otros por circunstancias diversas, y **la composición de la demanda extranjera para el año 2024 ha cambiado respecto a la de antes de la pandemia**. Reino Unido y Países Nórdicos cierran el año con un nivel de turistas inferior al del año pre-covid (2019), perdiendo cuota de mercado. Sin embargo, **la recuperación del gasto turístico sí ha sido generalizada**, y todos los emisores han realizado este año un gasto turístico superior al registrado en 2023 y en 2019.
3. **En 2024, las economías de los emisores europeos han presentado una suave recuperación**: la desescalada de la inflación y la bajada de los tipos de interés a lo largo del año han mejorado la renta disponible de los hogares, facilitando que se pudieran destinar recursos a viajar. Para la temporada primavera/verano de 2025, **las tendencias del turismo internacional hacia España reflejan un panorama positivo, pero de moderado crecimiento. Las intenciones de viajar de los principales emisores se mantienen o sufren un ligero descenso**.
4. La evolución final de la demanda internacional para el año 2025 estará muy condicionada a **los efectos** sobre las economías nacionales de las incertidumbres derivadas **del contexto geopolítico internacional**: además de la guerra de Ucrania y de los conflictos en Oriente Medio, se añade el impacto de la crisis arancelaria de la Administración de Estados Unidos.
5. **Los fenómenos climáticos extremos y las preocupaciones por la sostenibilidad del viaje turístico son factores cuya influencia va en aumento** a la hora de planificar un viaje y de elegir un destino u otro, por lo que hay que vigilarlos a medio plazo.

Índice de contenidos

- 0. Introducción
- 1. Visión general y evolución
- 2. Participación en la demanda turística de Andalucía
- 3. Evolución del turismo extranjero en Andalucía
- 4. Las intenciones de viaje a corto plazo

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). A partir de 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 pudo 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 interrumpieron o retrasaron sus calendarios de publicación. Por ello, a partir de la pandemia, se optó por ofrecer una visión de conjunto de lo ocurrido a lo largo de cada periodo analizado, aprovechando los estudios y análisis que se hayan ido publicado, y elaborar unas fichas individuales de cada país con la información disponible más actual.

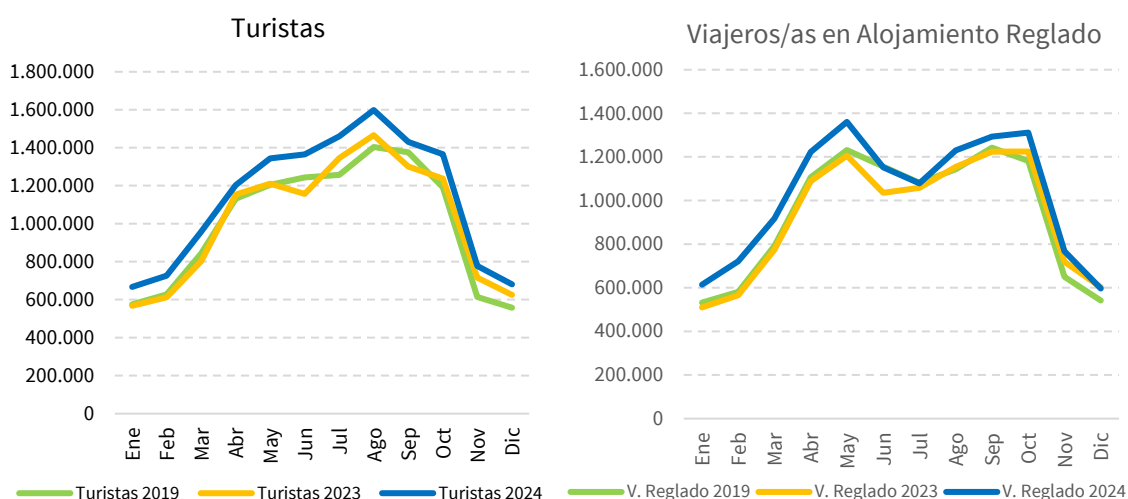
1. Visión general y evolución

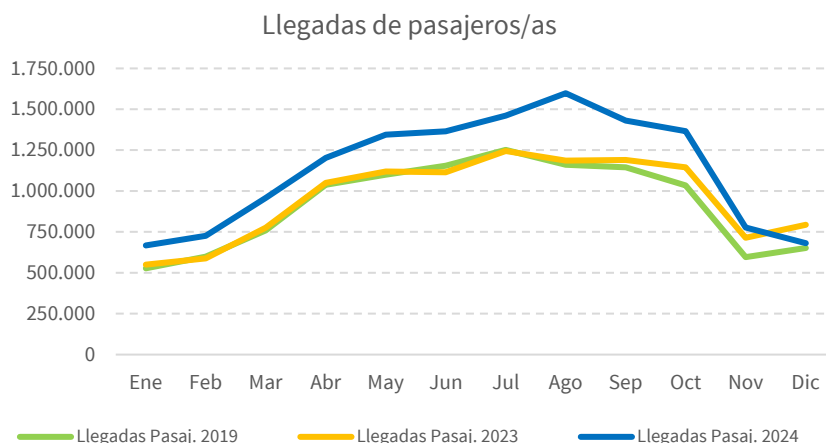
Si 2023 fue el año en el que la demanda extranjera recuperó los niveles pre-pandemia (el año se cerró con +1,4% más de turistas que en 2019, un +4,1% más en llegadas de pasajeros/as, y solo un -0,7% menos en viajeros/as en alojamientos reglados), **2024 es el año que confirma el dinamismo de la demanda extranjera hacia Andalucía**, registrándose crecimientos de los principales indicadores en todos los meses del año.

Esta evolución ascendente se aprecia claramente en los siguientes gráficos: las líneas de color verde representan las cifras del año 2019 en cada indicador, y se comprueba cómo ya las líneas amarillas (que dibujan los datos del año 2023 en cada gráfico) prácticamente se superponen en la mayoría de los meses, finalizando el año con mejores cifras que en 2019. **Los datos del año 2024 (representados por las líneas azules) superan en los tres gráficos tanto a los datos del año 2023 como a las cifras del año 2019.**

De este modo, **el balance para el año 2024 se cierra con tasas de crecimiento respecto al año anterior del +11,3% en turistas, +18,5% en llegadas de pasajeros/as y +9,9% en viajeros/as en alojamientos reglados**, resultados que aseguran crecimientos por encima del nivel pre-pandemia.

Indicadores de la demanda turística extranjera en Andalucía. Años 2019, 2023 y 2024



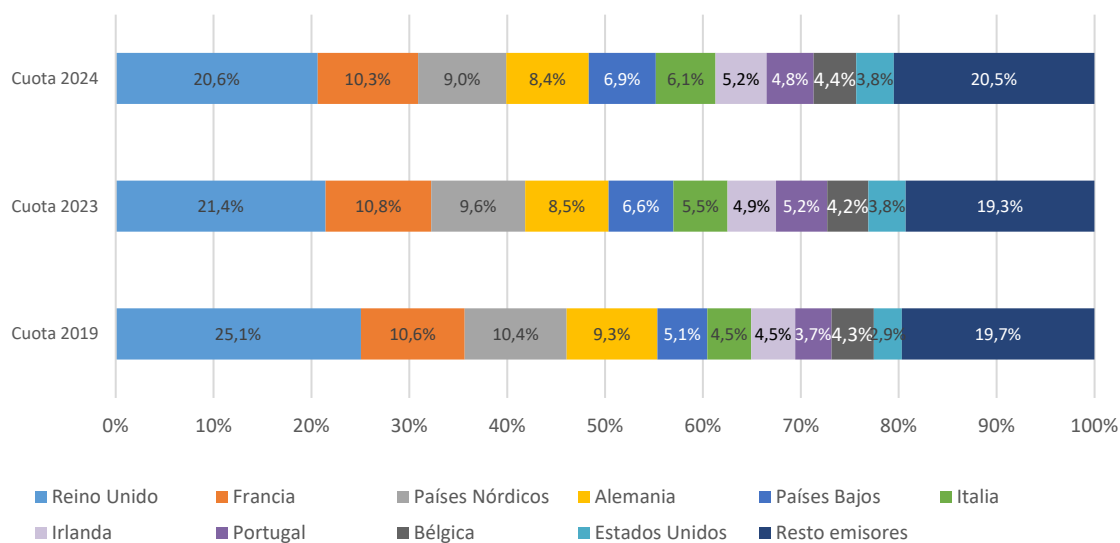


Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA, Frontur (INE) y Encuestas de Ocupación en Alojamientos Turísticos (INE).

2. Participación en la demanda turística de Andalucía

Para el de 2024, y de acuerdo con los datos de Frontur (INE), Andalucía ha recibido un total de **13,6 millones de turistas internacionales**. Esta cifra representa el 14,5% de todo el turismo extranjero recibido en España en dicho año (93,8 millones), y supone un **crecimiento del +11,3% respecto al año 2023**. También supera el nivel pre-pandemia marcado por el año **2019** (12,0 millones de turistas, un +12,9% por encima).

Cuota de participación en la demanda turística extranjera de Andalucía. Acumulado enero-junio de los años 2019, 2023 y 2024



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

PRINCIPALES CIFRAS MERCADOS TURÍSTICOS

EXTRANJEROS EN ANDALUCÍA

Año 2024

En la composición de la demanda extranjera de Andalucía, los y las turistas procedentes del **Reino Unido** suponen el 20,6% del total de turismo internacional recibido en el año 2024, **manteniéndose como el primer emisor extranjero para Andalucía**. Los siguientes mercados en importancia para el destino andaluz son Francia, Países Nórdicos y Alemania. En conjunto, los cuatro principales emisores suponen cerca de la mitad (48,3%) de la demanda turística internacional de Andalucía en este año.

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, pero mientras que solo Francia se aproxima a la cuota que tenía en 2019, Reino Unido, Países Nórdicos y Alemania presentan descensos de cuota**: -4,4 puntos porcentuales en el caso de Reino Unido, y descensos más moderados para P. Nórdicos (-1,4 p.p.) y para Alemania (-0,8 p.p.).

Estos descensos de cuota de los emisores tradicionales, que en conjunto suponen una pérdida de peso de -7 puntos porcentuales, han sido absorbidos por el resto emisores. Así, para el año 2024, todos ellos presentan ganancias de cuota respecto al mismo periodo del año 2019, ganancias que oscilan entre los +0,03 puntos porcentuales de Bélgica hasta los +1,8 puntos de Países Bajos.

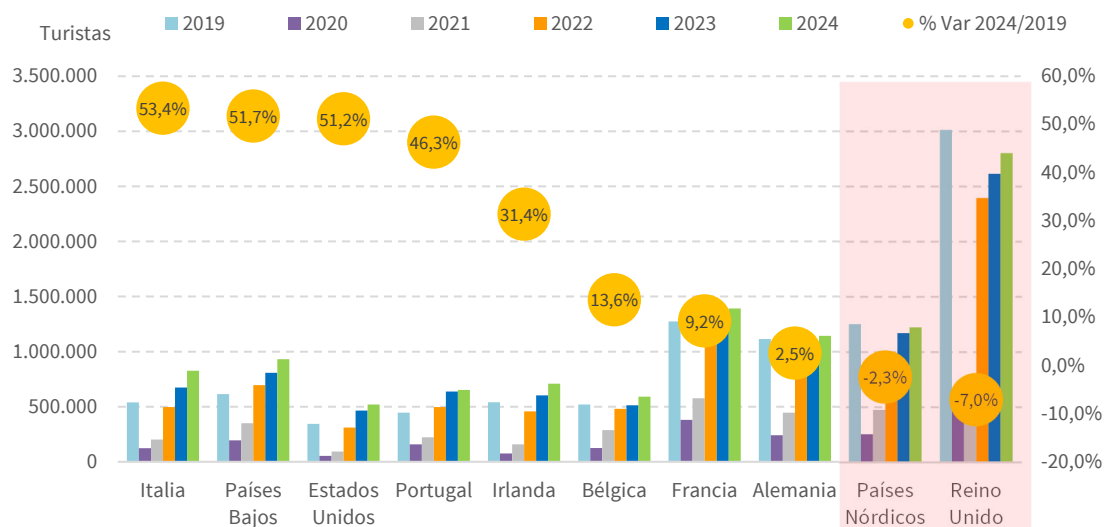
Las diferentes medidas restrictivas que los países impusieron a la movilidad y a los viajes internacionales de su población dieron como resultado una evolución desigual de los mercados, desequilibrando las cuotas que cada procedencia presentaba tradicionalmente en la demanda turística extranjera de Andalucía. Una vez culminado el proceso de recuperación de los niveles pre-covid, resulta que en este proceso unos emisores han evolucionado mejor que otros por circunstancias diversas, y **la composición de la demanda extranjera para el año 2024 ha cambiado respecto a la de antes de la pandemia**.

3. Evolución del turismo extranjero en Andalucía

En el siguiente gráfico, se puede comprobar que de los diez emisores extranjeros estudiados todos han registrado en el año 2024 cifras de turistas mayores que las del año 2023 (la barra verde supera a la barra azul). Pero si se los ordena de mayor a menor tasa de variación comparando las cifras de turismo del año 2024 con las del año 2019, se comprueba que no todos han conseguido alcanzar el nivel pre-pandemia.

Italia, Países Bajos, Estados Unidos y Portugal son los emisores extranjeros para Andalucía que registran **los mayores crecimientos respecto al año 2019**, con tasas de variación que superan el +45%. La parte central del gráfico la ocupan países que también han superado las cifras pre-covid, algunos de ellos con crecimientos importantes. Tal es el caso de Irlanda, Bélgica, Francia y Alemania cuyas tasas de variación positivas van del +31,4% al +2,5%. Mientras que en la parte del gráfico más a la derecha, área sombreada en rojo, se encuentran **los emisores con tasas negativas: Países Nórdicos y Reino Unido**.

Turismo extranjero en Andalucía por procedencia. Años 2019 a 2024 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.

La cifra de **turistas nórdicos** en Andalucía se encuentra ya cerca de la registrada en 2019, con una tasa de descenso respecto al nivel pre-pandemia de tan solo un -2,3%. Aunque la situación de las economías nórdicas ha mejorado a lo largo de 2024, su recuperación tras la crisis sanitaria ha sido lenta y moderada. A esta pérdida de capacidad adquisitiva de los consumidores nórdicos por la inestabilidad económica, se le unió la pérdida de conectividad aérea después de la pandemia, ya que varias compañías aéreas quebraron o tuvieron que reestructurarse.

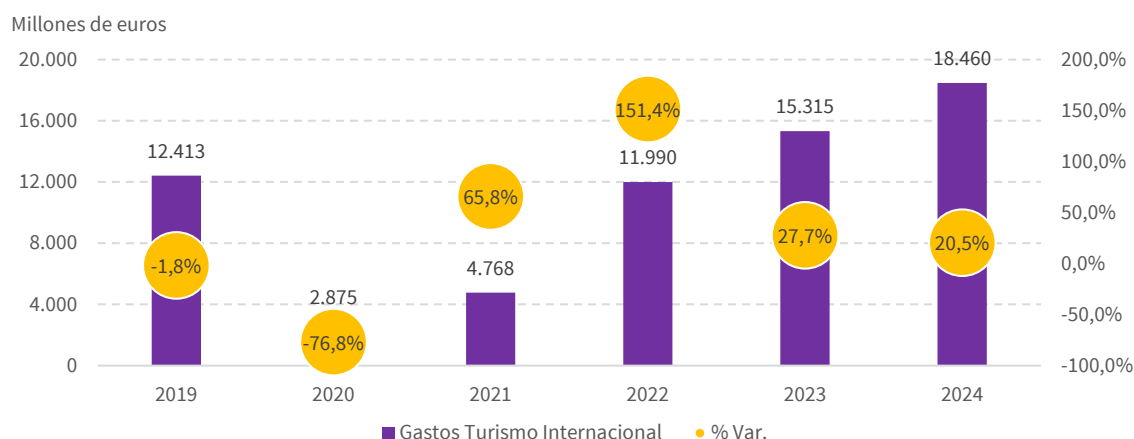
Reino Unido comenzó la recuperación de sus viajes internacionales más tarde que otros emisores porque las restricciones a la movilidad no fueron totalmente eliminadas hasta el segundo trimestre de 2022. En 2023, el empeoramiento de la situación económica del país provocó una merma en la capacidad adquisitiva y cifras negativas en el índice de confianza de los consumidores británicos, ralentizando la tendencia de recuperación de los viajes al extranjero de este emisor. En 2024, aunque la economía británica mostró cierta recuperación, no ha sido suficiente para compensar la pérdida de poder adquisitivo acumulada, por lo que este emisor está manteniendo activas estrategias para ahorrar en sus vacaciones: reducir estancias, vacaciones en el propio país, decantarse hacia destinos más baratos, como Turquía, para aprovechar la ventaja de la depreciación de la lira turca frente a la libra, viajar fuera de temporada alta, etc.

Sin embargo, aunque estos dos principales emisores extranjeros para Andalucía aún no han llegado a alcanzar las cifras de turistas registrados en el año 2019, en lo que se refiere al gasto turístico efectuado el panorama es bien distinto.

Para el año 2024, y de acuerdo con los datos de Egatur (INE), Andalucía ha contabilizado un total de **18.460 millones de euros en gastos por turismo internacional**. Esta cifra representa el 14,6% de todos los gastos por turismo extranjero en España en dicho año y supone un **crecimiento del +20,5% respecto al año 2023 y también superar el nivel pre-pandemia marcado por el año 2019**.

En el gráfico se aprecia que Andalucía ya había conseguido superar el nivel pre-pandemia en el año 2023. En 2024, la fortaleza de la demanda turística internacional se ha combinado con unos precios altos (derivados del proceso inflacionista), lo que ha elevado el gasto turístico internacional.

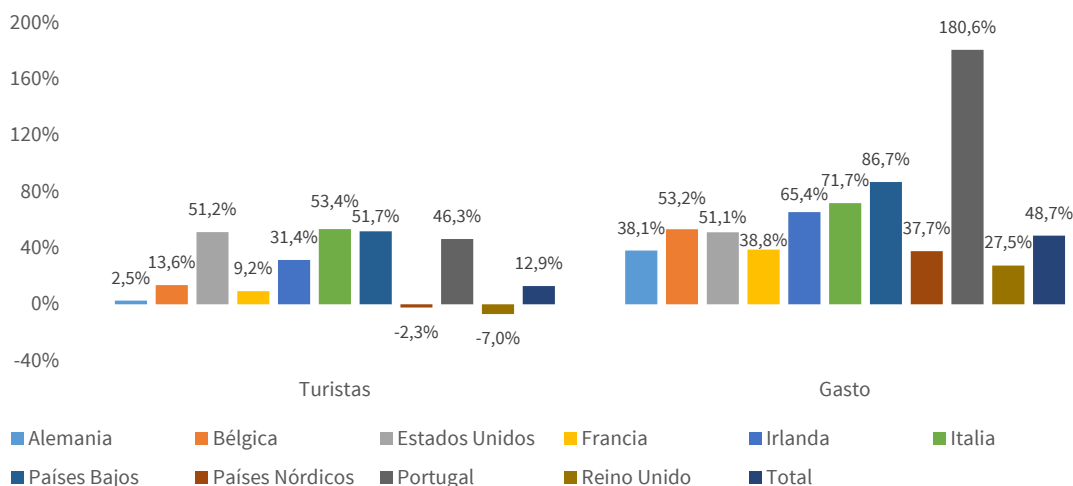
Gasto por turismo extranjero en Andalucía. Años 2019 a 2024 y evolución



Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE.

En el análisis por procedencia se observa que todos los emisores superan las cifras de gasto turístico registradas en 2019 y que en algunos casos los incrementos de esta variable han sido especialmente significativos, como ha ocurrido con los emisores Portugal y Países Bajos, y notables en el caso de Bélgica, Irlanda, Italia y Estados Unidos, con crecimientos que superan el +50%, tal y como se aprecia en el gráfico.

Turistas extranjeros y el Gasto turístico efectuado por procedencia. Evolución 2024/2019



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

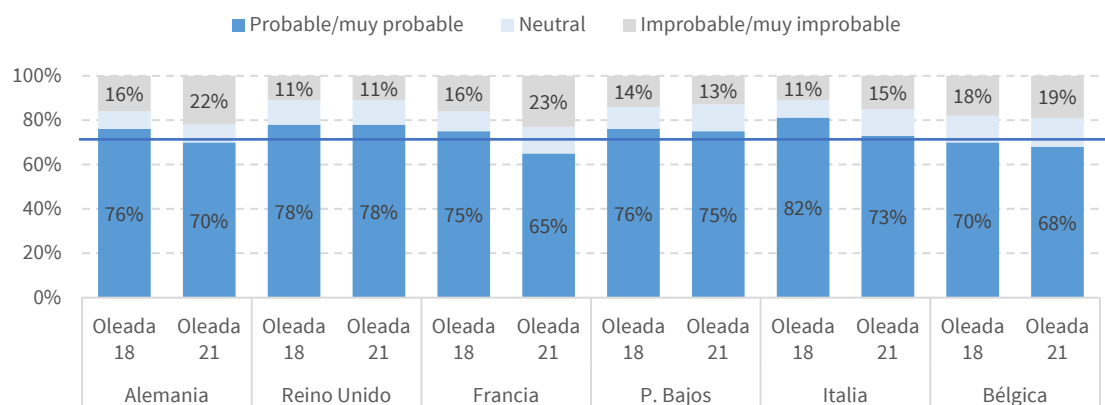
4. Las intenciones de viaje a corto plazo

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 veintidós oleadas de este estudio, la oleada nº dieciocho se realizó en abril de 2024 y la oleada nº veintiuno en marzo de 2025, ambas sondean las intenciones de viaje en los próximos seis meses, y al compararlas se pueden apreciar los cambios en el lapso de un año.

Entre las conclusiones más relevantes para estos mercados, destaca que **las ganas de viajar permanecen en un nivel elevado** (el 72% de los encuestados de estos seis emisores europeos planea viajar entre abril y septiembre de 2024), si bien son **menos altas que hace un año** (disminución en las intenciones de viaje de -4 puntos porcentuales). Mientras que **Reino Unido y Países bajos** son los **emisores en los que menos ha cambiado la probabilidad de viajar** en los próximos seis meses (+0 y -1 puntos porcentuales, respectivamente), Francia e

Italia son los que más han descendido al ser preguntados en la vigésimo primera oleada (-10 y -9 puntos porcentuales, respectivamente).

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

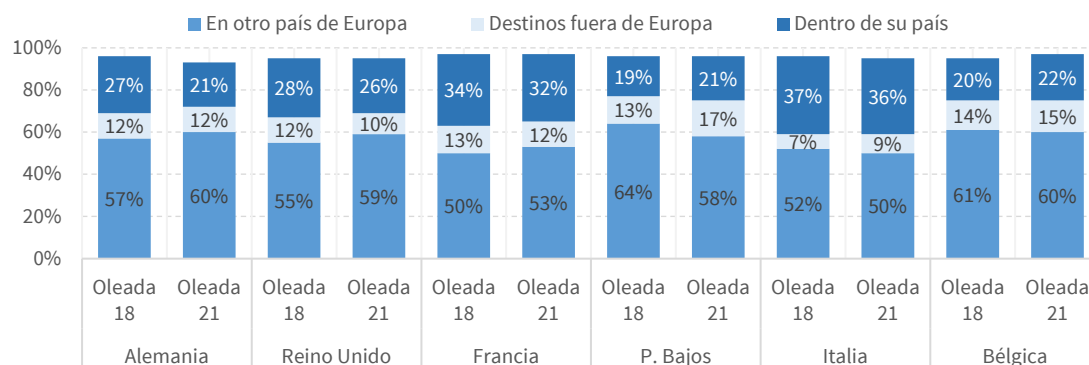


Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir del estudio Monitoring Sentiment for Domestic and Intra-European Travel - wave 18 & 21, European Travel Commission (ETC).

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 primer puesto de los 10 países europeos con mayor probabilidad de ser visitados entre abril y septiembre de 2025**. Aunque la posición de España se mantiene en comparación con los resultados de la encuesta realizada en el mismo periodo del año anterior, ha descendido el porcentaje de encuestados que lo escogen.

También en los resultados de la vigésimo primera oleada respecto a la oleada decimioctava, la mitad de estos seis emisores (Alemania, Reino Unido y Francia) ha disminuido la perspectiva de viajar dentro de su propio país, al tiempo que aumentan sus intenciones de viajar a otro país europeo. Y ocurre lo contrario en Países Bajos y Bélgica.

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 18 & 21, European Travel Commission (ETC).

Más resultados de interés del estudio de ETC:

- **La intención de viajar del conjunto de todos los emisores europeos analizados en la primavera-verano de 2025 es menor que la de la misma temporada del año pasado** (un 72%, -3 puntos porcentuales menos).
- A pesar de este leve descenso, **aquellos que sí planean viajar se muestran más confiados:**
 1. **La mitad** de los europeos que van a viajar **ya han reservado sus vacaciones**.
 2. Son más los que **planean realizar múltiples viajes** en esta temporada (un 61%, +4 puntos porcentuales más que en el mismo periodo del año anterior).
 3. Tienen intención de quedarse más tiempo, están planificando **estancias más largas** (el 42% opta por vacaciones de 7 a 12 noches, +11 puntos porcentuales más).
 4. Los viajes siguen siendo una prioridad de gasto: los europeos se plantean **presupuestos de viajes más altos** (el 47% espera gastar más de 1.500 euros, +13 p.p. más)
- Aunque las preocupaciones financieras siguen siendo la principal barrera para viajar, su influencia está disminuyendo gradualmente: **descienden tanto las preocupaciones por el aumento de los costes del viaje** debidos a la inflación, y **disminuyen también las preocupaciones sobre la situación económica y las finanzas personales**.
- Por el contrario, **cobran influencia las preocupaciones por el cambio climático**: el 81% de los europeos dice que el cambio climático afecta de alguna manera a la forma en la que viajan, +7 puntos porcentuales más que en el año pasado. En consecuencia, están adaptando sus hábitos de viaje, prefiriendo destinos con climas más suaves y evitando los de temperaturas más extremas.
- También están cambiando otros patrones de viaje: desciende el porcentaje de europeos que planea viajes de ocio, al tiempo que **aumenta el porcentaje de los que viajan para asistir a un evento en particular** (musicales, deportivos, culinarios, etc). También se están planeando viajes para **explorar destinos alternativos**, visitando múltiples ubicaciones dentro del país/destino elegido.
- Quizás el mayor interés por explorar destinos alternativos unido a una mayor conciencia climática está detrás del **descenso del interés de los europeos por los destinos del sur**: la Europa meridional y mediterránea, aunque sigue siendo la región más popular, refleja para esta temporada un descenso de hasta -8 p.p., mientras que aumenta el interés por la Europa del Este.

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 a tener en cuenta:

1. **En los emisores europeos se mantiene muy elevada la preferencia del consumo turístico** respecto a otros bienes y servicios de consumo, lo que sin duda supone un refuerzo positivo para la buena evolución del turismo extranjero en España. A lo largo del año 2024, la contención de la inflación y la bajada de los tipos de interés en la mayoría de los países emisores, **ha propiciado el incremento del poder adquisitivo de la población, y favorecido el poder seguir viajando**. Si estos condicionamientos económicos se mantienen sin cambios importantes, **es previsible que el ritmo de visitas a España continúe su tendencia ascendente en la temporada primavera/verano de 2025, aunque a un ritmo mucho más moderado**.
2. De hecho, en los informes de Turespaña se desprende que, para la mayoría de los principales emisores, tanto las búsquedas de alojamiento como las capacidades aéreas previstas para la temporada primavera/verano, se mantienen estables o presentan variaciones moderadas (positivas o negativas) respecto al año 2024.
3. Para muchos emisores europeos, **España continúa posicionada como uno de los destinos vacacionales preferidos para la temporada primavera-verano de 2025**, con elevados niveles de satisfacción entre los que la visitan. Los destinos españoles siguen siendo competitivos en comparación con destinos con buen clima y precios asequibles. Además, la proximidad geográfica de España juega a su favor en el caso de emisores vecinos (como Portugal y Francia). No obstante, **no hay que perder de vista la importante recuperación de otros mercados sustitutivos tradicionales para esta temporada** como son Grecia o Turquía, o emergentes, como Marruecos o Túnez, **y la expansión de reservas hacia destinos de mayor distancia**.
4. **En 2025, a las profundas transformaciones en el escenario geopolítico internacional** derivadas de la guerra de Ucrania y de los conflictos en Oriente Medio, **se añade la escalada arancelaria global** originada por la Administración de los Estados Unidos. Aunque todavía es pronto para estimar el impacto que va a producir el nuevo contexto sobre los niveles de confianza de todos los agentes económicos, y sobre cómo será su traslado a las decisiones de consumo turístico, sin duda es un factor para tener en cuenta a corto plazo.

5. Igualmente, hay que permanecer atentos a **cómo afecten las incertidumbres derivadas del contexto global sobre los tipos de cambio del euro con el dólar y con la libra esterlina** (hay que recordar que Reino Unido siempre se muestra muy sensible a la cotización de su moneda y es el principal emisor extranjero para Andalucía y España).
6. Aunque España mantiene el liderazgo en los principales indicadores cualitativos (consideración, intención de viaje y satisfacción), también **se identifica una percepción creciente de sobrecarga turística**. Las preocupaciones por la sostenibilidad del viaje turístico no han producido, por el momento, grandes cambios en el comportamiento turístico de los principales emisores extranjeros. Pero hay que estar alerta, pues **la conciencia medioambiental y la percepción del residente** (como las manifestaciones en contra de la masificación turística en determinados destinos turísticos españoles) **son factores cuya influencia va en aumento a la hora de planificar un viaje y de elegir un destino u otro**.

Las consideraciones para el emisor EEUU son algo diferentes:

La evolución de su economía en los próximos meses será clave para evaluar las intenciones de viaje de sus ciudadanos: las recientes políticas económicas del país han incrementado el riesgo de consolidar un nivel elevado de precios y un desempleo persistente.

No obstante, y a pesar de sus preocupaciones políticas y económicas, los estadounidenses proyectan un elevado entusiasmo para viajar en los próximos meses, aunque también una creciente cautela en el gasto del consumidor, con una disminución en la intención de gasto en viajes. Aunque, si el tipo de cambio entre el euro y el dólar se mantiene favorable, es poco probable que haya un impacto notable a corto plazo en la demanda de viajes y en el gasto.

Las previsiones en conectividad aérea con España son optimistas, continuando con la tendencia de expansión de las últimas temporadas, lo que unido a la buena percepción que los turistas estadounidenses tienen del destino España y su gran lealtad al mismo, auguran un crecimiento de este emisor en los próximos meses, aunque con menor incremento porcentual que en 2024.

Fuente: Informes de tendencias de mercado. Temporada primavera/verano 2025. TURESPAÑA

Principales cifras del turismo británico en Andalucía. Año 2024

CUÁNTOS SON

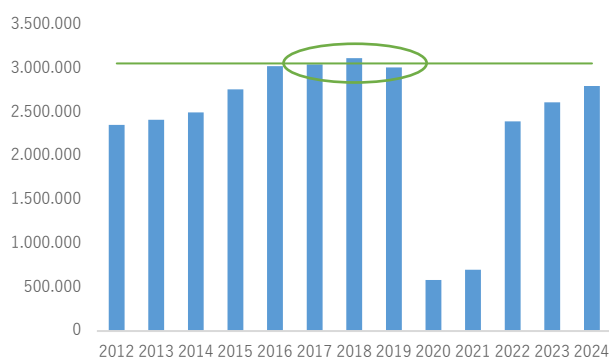
Tamaño en 2024: **2,8 millones** de turistas



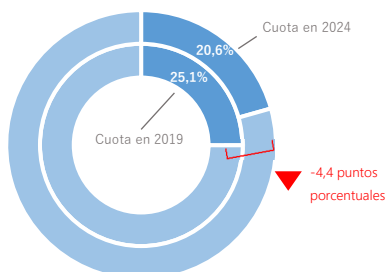
+7,2% más que en 2023

-7,0% menos que en 2019

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

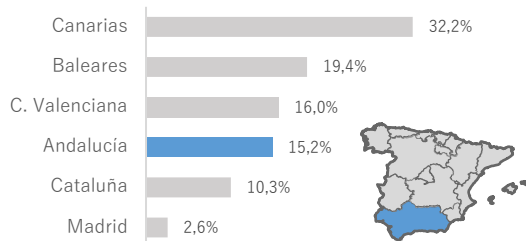


Cuota participación: el turismo británico representa el **20,6%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



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 2024, las islas han sido los principales receptores de turismo británico en España, Andalucía ocupa el cuarto puesto

CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



160 euros

Estancia media en Andalucía:



7,6 días

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

Tipo de alojamiento:



60,8% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:

1,6 millones viajeros/as de Reino Unido

+5,2% más que en 2023

6,9 millones de pernoctaciones

+5,1% más que en 2023

Vía de acceso:



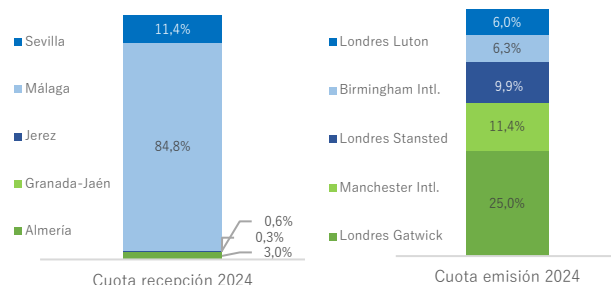
95,0% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



3,3 millones pasajeros/as de aerop. británicos

+5,9% más que en 2023



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 2024

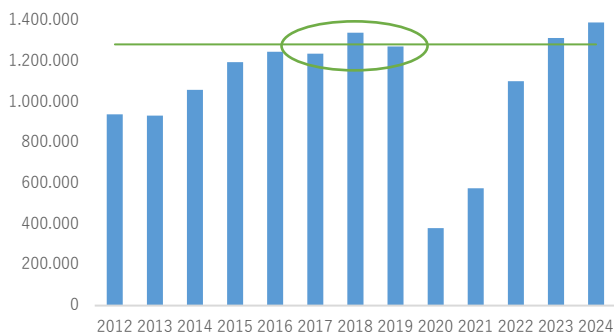
CUÁNTOS SON

Tamaño en 2024: **1,4 millones** de turistas

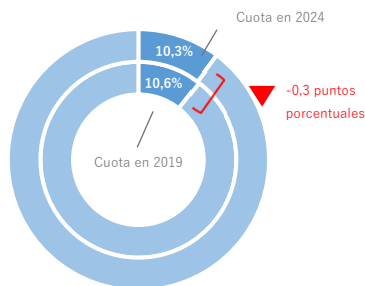


+5,8% más que en 2023
+9,2% más que en 2019

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

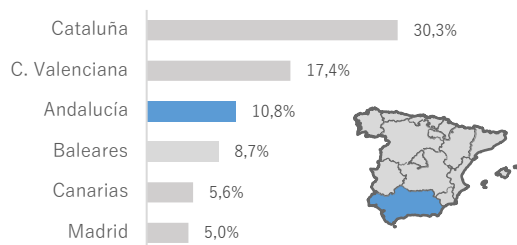


Cuota participación: el turismo francés representa el **10,3%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



El descenso de cuota registrado en 2024 no afecta a la posición de Francia como **segundo emisor extranjero para Andalucía**

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En 2024, Cataluña ha sido el principal receptor de turismo francés en España, Andalucía ocupa el tercer puesto

CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



108 euros

Estancia media en Andalucía:



9,4 días

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

Tipo de alojamiento:



52,3% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:

896.100 viajeros/as de Francia

-0,1% menos que en 2023



2,5 millones de pernoctaciones

-4,1% menos que en 2023

Vía de acceso:



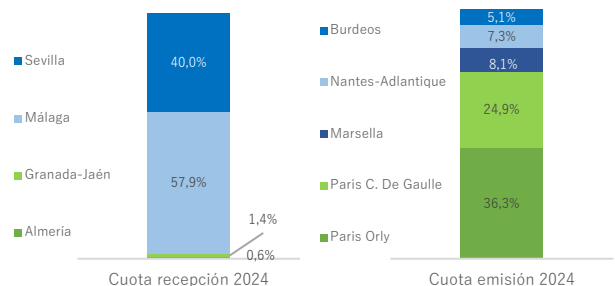
52,7% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



1,17 millones pasajeros/as de aerop. franceses

+9,3% más que en 2023



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 2024

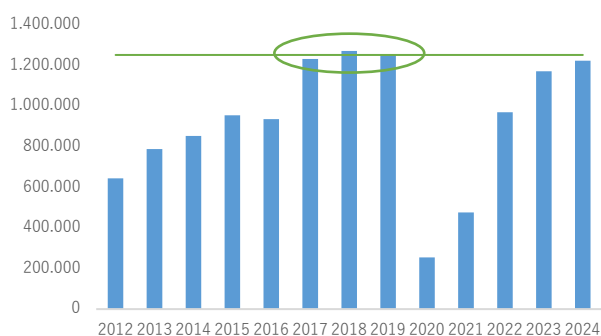
CUÁNTOS SON

Tamaño en 2024: **1,22 millones** de turistas

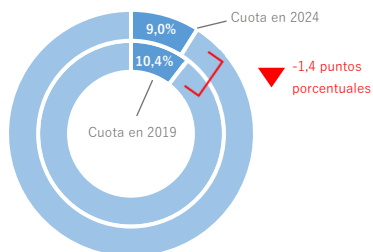


+4,5% más que en 2023
-2,3% menos que en 2019

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

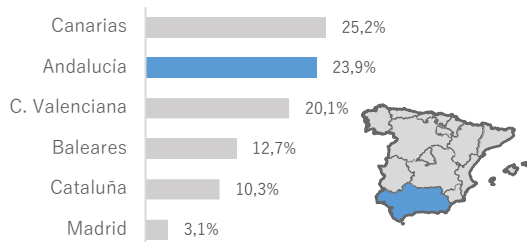


Cuota participación: el turismo nórdico representa el **9,0%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



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

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En 2024, Canarias ha sido el principal receptor de turismo nórdico en España, seguido de cerca por Andalucía (2º puesto)

CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



167 euros

Estancia media en Andalucía:



9,8 días

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

Tipo de alojamiento:



50,7% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:



428.600 viajeros/as de Países Nórdicos

-3,4% menos que en 2023

2,1 millones de pernoctaciones

+4,4% más que en 2023

Vía de acceso:



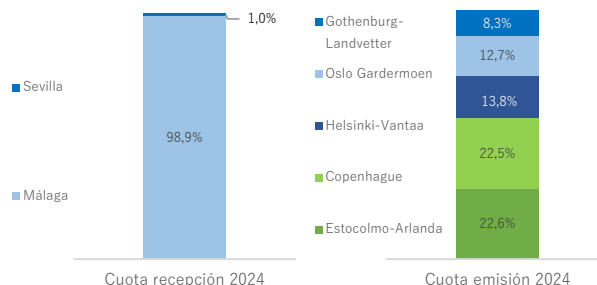
99,1% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



1,3 millones pasajeros/as de aerop. nórdicos

+4,1% más que en 2023



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

Principales cifras del turismo alemán en Andalucía. Año 2024

CUÁNTOS SON

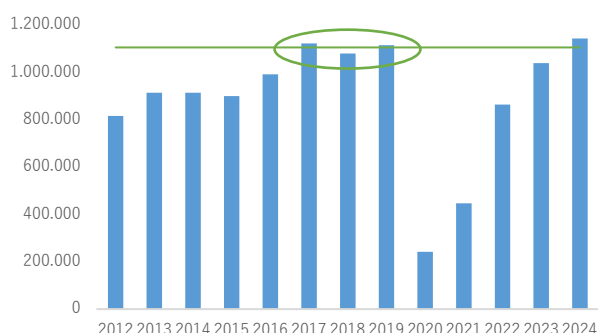
Tamaño en 2024: **1,1 millones** de turistas



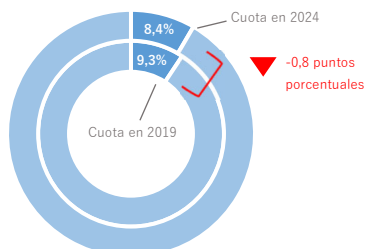
+10,1% más que en 2023

+2,5% más que en 2019

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

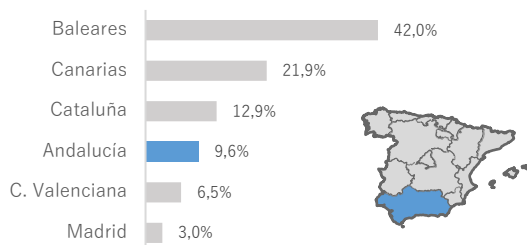


Cuota participación: el turismo alemán representa el **8,4%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



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 2024, las islas han sido los principales receptores de turismo alemán en España, Andalucía ocupa el cuarto puesto

CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



145 euros

Estancia media en Andalucía:



9,8 días

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

Tipo de alojamiento:



62,6% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:



804.100 viajeros/as de Alemania

+7,2% más que en 2023

3,5 millones de pernoctaciones

+10,1% más que en 2023

Vía de acceso:



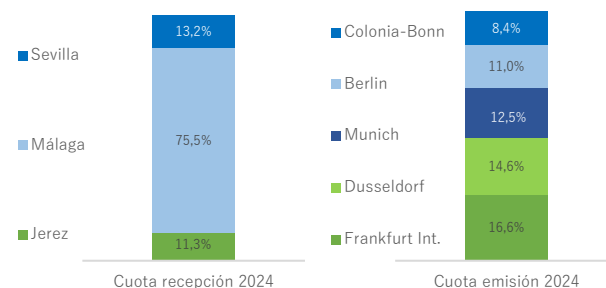
88,9% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



1,3 millones pasajeros/as aerop. alemanes

+16,4% más que en 2023



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

Principales cifras del turismo neerlandés en Andalucía. Año 2024

CUÁNTOS SON

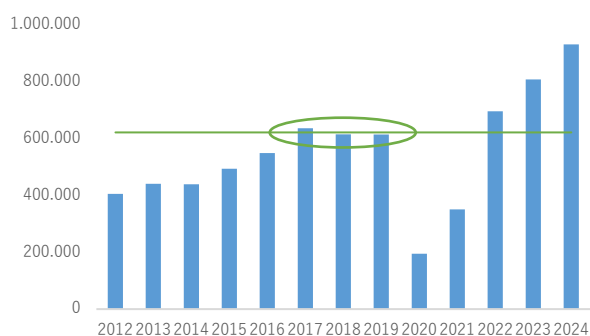
Tamaño en 2024: **931.400** turistas



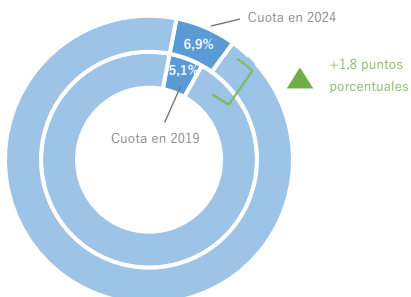
+15,3% más que en 2023

+51,7% más que en 2019

Nivel pre-pandemia: **621.700** turistas

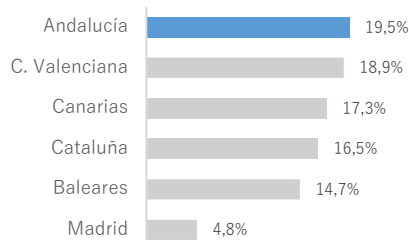


Cuota participación: el turismo neerlandés representa el **6,9%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



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 2024, Andalucía ha sido el principal receptor de turismo neerlandés en España, por delante de C. Valenciana y Canarias

CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



190 euros

Estancia media en Andalucía:



7,0 días

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

Tipo de alojamiento:



62,6% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:



478.900 viajeros/as de Países Bajos

+4,7% más que en 2023

1,8 millones de pernoctaciones

+11,0% más que en 2023

Vía de acceso:



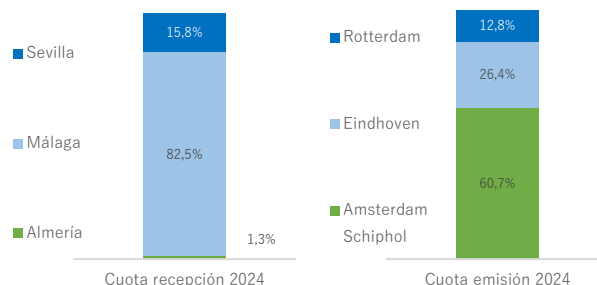
93,3% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



894.800 pasajeros/as de aerop. neerlandeses

+11,7% más que en 2023



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 italiano en Andalucía. Año 2024

CUÁNTOS SON

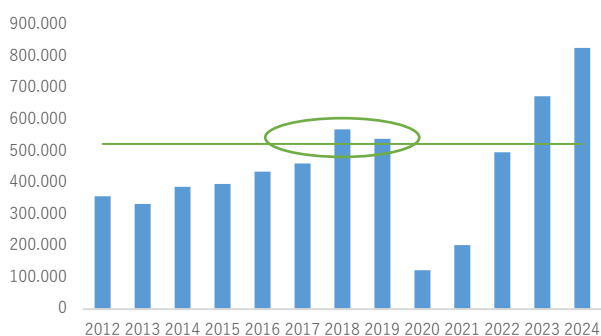
Tamaño en 2024: **826.700** turistas



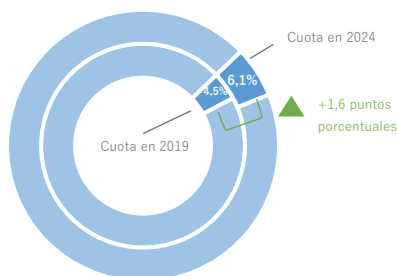
+22,7% más que en 2023

+53,4% más que en 2019

Nivel pre-pandemia: **523.000** turistas

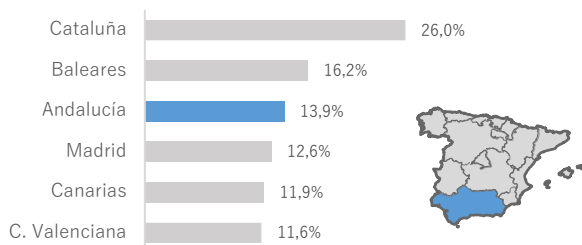


Cuota participación: el turismo italiano representa el **6,1%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



Los sucesivos aumentos de cuota respecto al nivel pre-pandemia sitúan a Italia como **sexto emisor extranjero para Andalucía**

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En 2024, Cataluña ha sido el principal receptor de turismo italiano en España, Andalucía ocupa el tercer puesto

CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



138 euros

Estancia media en Andalucía:



6,6 días

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

Tipo de alojamiento:



69,7% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:



629.900 viajeros/as de Italia

+13,0% más que en 2023

1,4 millones de pernoctaciones

+14,3% más que en 2023

Vía de acceso:



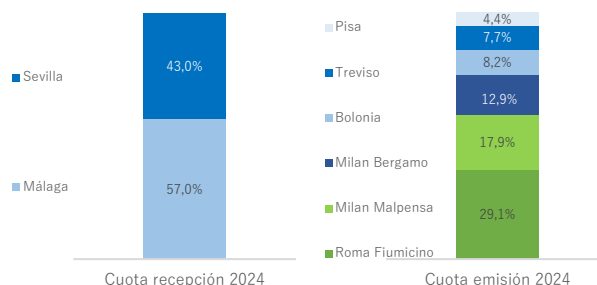
96,9% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



1,1 millones pasajeros/as de aerop. italianos

+28,4% más que en 2023



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 portugués en Andalucía. Año 2024

CUÁNTOS SON

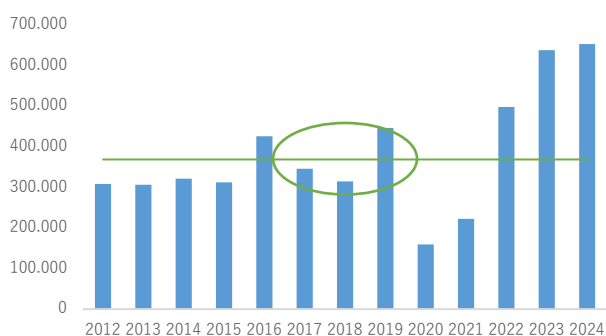
Tamaño en 2024: **652.700** turistas



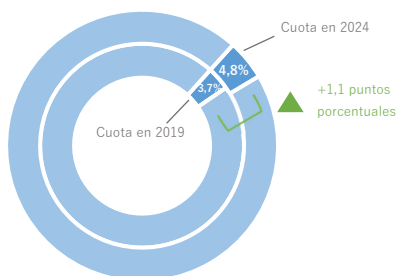
+2,4% más que en 2023

+46,3% más que en 2019

Nivel pre-pandemia: **368.700** turistas

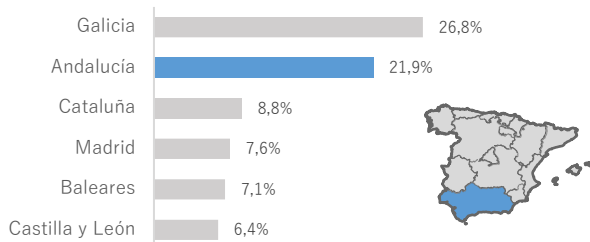


Cuota participación: el turismo portugués representa el **4,8%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



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

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En 2024, Galicia ha sido el principal receptor de turismo portugués en España, Andalucía ocupa el segundo puesto

CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



117 euros

Estancia media en Andalucía:



5,2 días

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

Tipo de alojamiento:



66,7% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:



444.200 viajeros/as de Portugal

+8,7% más que en 2023

1,3 millones de pernoctaciones

+16,8% más que en 2023

Vía de acceso:



84,6% usó carretera



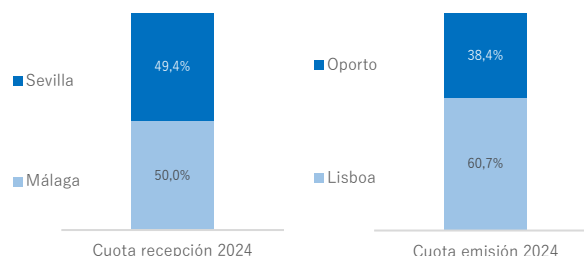
14,8% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



291.100 pasajeros/as de aerop. lusos

+15,6% más que en 2023



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 irlandés en Andalucía. Año 2024

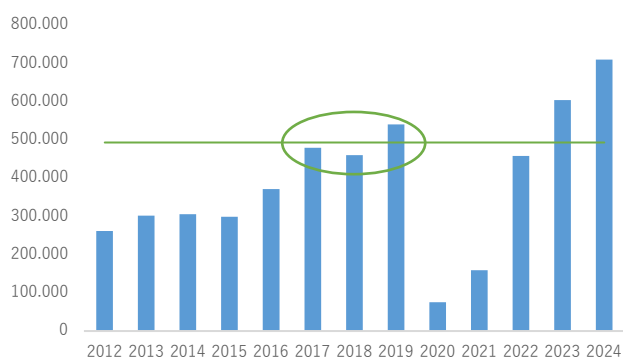
CUÁNTOS SON

Tamaño en 2024: **709.200** de turistas

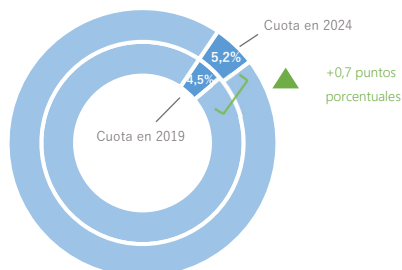


+17,5% más que en 2023
+31,4% menos que en 2019

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

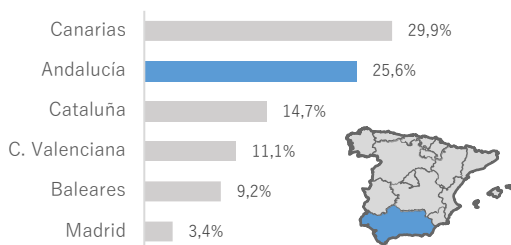


Cuota participación: el turismo irlandés representa el **5,2%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



Al incrementar su cuota tras la pandemia, Irlanda pasa a posicionarse como **octavo emisor extranjero para Andalucía**

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En 2024, Canarias ha sido el principal receptor de turismo irlandés en España, seguido por Andalucía (segundo puesto)

CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



182 euros

Estancia media en Andalucía:



7,2 días

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

Tipo de alojamiento:



69,4% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:

328.300 viajeros/as de Irlanda

+11,5% más que en 2023



1,5 millones de pernoctaciones

+14,6% más que en 2023

Vía de acceso:



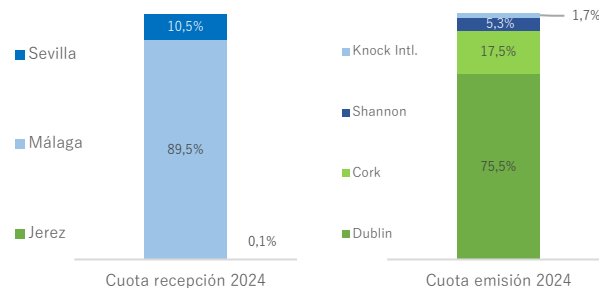
98,8% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



562.300 pasajeros/as de aerop. irlandeses

+23,2% más que en 2022



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 belga en Andalucía. Año 2024

CUÁNTOS SON



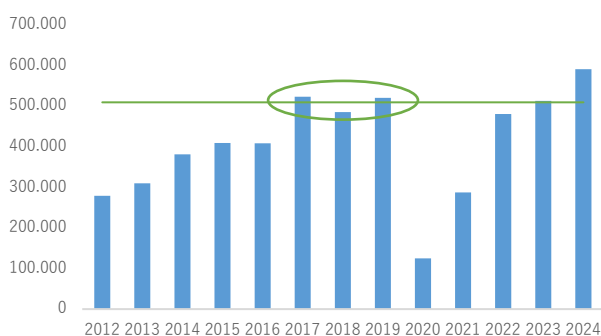
Tamaño en 2024: **590.800** turistas



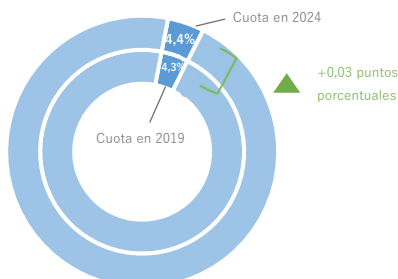
+15,3% más que en 2023

+13,6% más que en 2019

Nivel pre-pandemia: **509.400** turistas

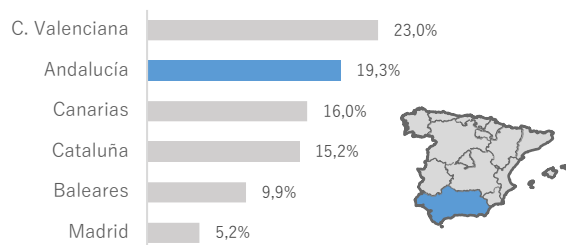


Cuota participación: el turismo belga representa el **4,4%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



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

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En 2024, C. Valenciana ha sido el principal receptor de turismo belga en España, Andalucía ocupa el segundo puesto

CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



149 euros

Estancia media en Andalucía:



9,1 días

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

Tipo de alojamiento:



56,3% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:



276.400 viajeros/as de Bélgica

+3,5% más que en 2023

1,1 millones de pernoctaciones

+6,0% más que en 2023

Vía de acceso:



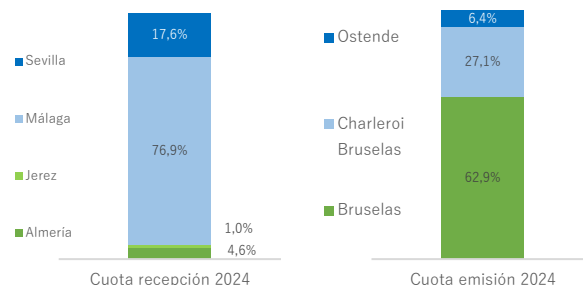
91,6% usó un aeropuerto

Los aeropuertos andaluces registraron la llegada de:



593.800 pasajeros/as de aerop. belgas

+16,3% más que en 2023



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 de EE.UU. en Andalucía. Año 2024



CUÁNTOS SON

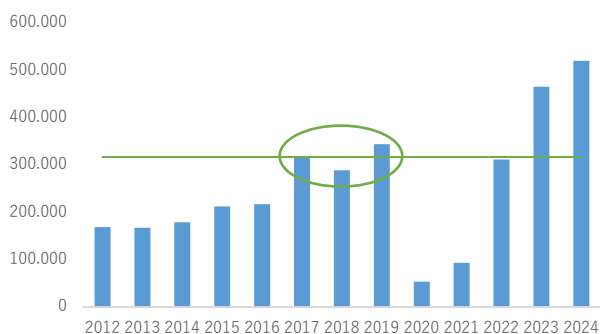
Tamaño en 2024: **519.700** turistas



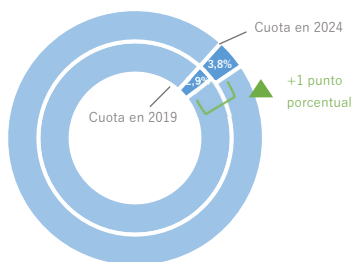
+11,7% más que en 2023

+51,2% más que en 2019

Nivel pre-pandemia: **316.900** turistas

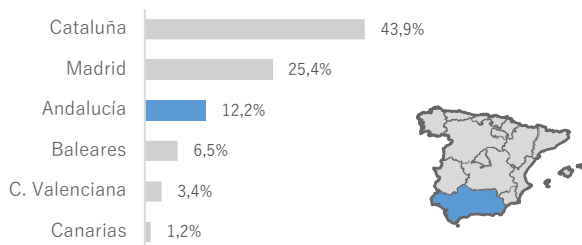


Cuota participación: el turismo estadounidense representa el **3,8%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



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 2024, Cataluña ha sido el principal receptor de turismo de EE.UU. en España, Andalucía ocupa el tercer puesto

CÓMO VIAJAN

Gasto medio diario:



254 euros

Estancia media en Andalucía:



9,6 días

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

Tipo de alojamiento:



79,5% usó hoteles y similares

Los hoteles andaluces registraron:



753.200 viajeros/as de EE.UU.

+16,6% más que en 2023

1,7 millones de pernoctaciones

+16,0% más que en 2023

Vía de acceso:



92,1% usó un aeropuerto

Es decir, el 92,1% de turistas estadounidenses con destino principal la CC. AA. de Andalucía en el año 2024, declaró que para entrar en España usó principalmente un aeropuerto.

Los vuelos directos entre aeropuertos andaluces y estadounidenses comenzaron a principios de junio de 2023, y durante ese año las llegadas de pasajeros a Andalucía fueron escasas.



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

+159,9% más que en 2023

Siendo el aeropuerto de Málaga el que recibió el 99,6% de estas llegadas directas de pasajeros/as procedentes de EE.UU. y el aeropuerto de Newark Liberty Intl. el principal emisor.

