

+ data

Año 2025

# Principales cifras mercados turísticos extranjeros en Andalucía

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos

[nexus.andalucia.org](https://nexus.andalucia.org)





## PRINCIPALES CIFRAS MERCADOS TURÍSTICOS EXTRANJEROS EN ANDALUCÍA

### Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte



#### COLECCIÓN

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos

#### EDITA

Consejería de Turismo y Andalucía Exterior  
Av. de la Guardia Civil, 1 (Casa Rosa)  
41013 Sevilla  
NPU-1-10-260097-PDF

Formulario de contacto:

[https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoyandaluciaexterior/servicios/app/csu-peticion.html?cat\\_servicio\\_id=22](https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoyandaluciaexterior/servicios/app/csu-peticion.html?cat_servicio_id=22)

#### ELABORA

Oficina del Dato  
Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía  
C/ Compañía nº 40  
29008, Málaga  
T. 951 299 300  
Correo e.: [oficinadeldato@andalucia.org](mailto:oficinadeldato@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 2025** se pueden resumir en los siguientes:

1. **La demanda internacional en Andalucía continúa su evolución positiva en 2025, pero con tendencia hacia una normalización de las tasas de crecimiento:** se han recibido 14,4 millones de turistas internacionales, lo que supone un crecimiento del +6,3% respecto al año 2024. Igualmente se han superado las cifras de gasto turístico internacional (+8,5% respecto al año anterior).
2. **Desigual evolución de los principales emisores extranjeros para Andalucía, tanto en turistas como en el gasto por turismo internacional.** Mientras que Portugal (+19,4%), Estados Unidos y Reino Unido (ambos con aumentos por encima del +10%) encabezan el crecimiento de turistas respecto al año anterior, en la cola de este ranking se posicionan Francia e Italia, los dos emisores tradicionales para Andalucía que han registrado descensos en 2025 (-2,9% y -13,3%, respectivamente). Y lo mismo ha ocurrido en el gasto turístico, donde los crecimientos no han sido generalizados, registrándose descensos en el caso de Bélgica e Italia.
3. A pesar de que el contexto económico no ha sido favorable para muchos países emisores, **el interés por viajar y disfrutar del tiempo de ocio no ha descendido, pero ha provocado una adaptación del comportamiento turístico a la coyuntura económica:** viajes internos antes que viajes internacionales, reducir el nº de viajes y/o acortar su duración, decantarse por destinos más baratos o con “Todo Incluido” o gastar menos en destino, etc.
4. **La evolución de la demanda internacional para la próxima temporada primavera/verano de 2026 va a venir muy condicionada por la situación de inseguridad provocada por el conflicto en Oriente Medio** y sus repercusiones económicas para los principales emisores extranjeros para Andalucía, en la medida en que afecten a la renta disponible para viajes y a la disponibilidad de combustible. La incertidumbre de la situación también puede provocar una contracción del gasto turístico, sólo por la percepción de inseguridad.
5. **España, y por ende Andalucía, por su condición de destino cercano y seguro, parte de una buena posición para absorber el previsible traspaso de flujos turísticos de los destinos más afectados por el conflicto de Oriente Medio.** Ya demostró en anteriores situaciones de incertidumbre geopolítica que es considerado un destino refugio, pero sin olvidar que la gran mayoría de los países competidores de España siguen también en el mercado (Grecia, Italia, Francia y Portugal).

## 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.

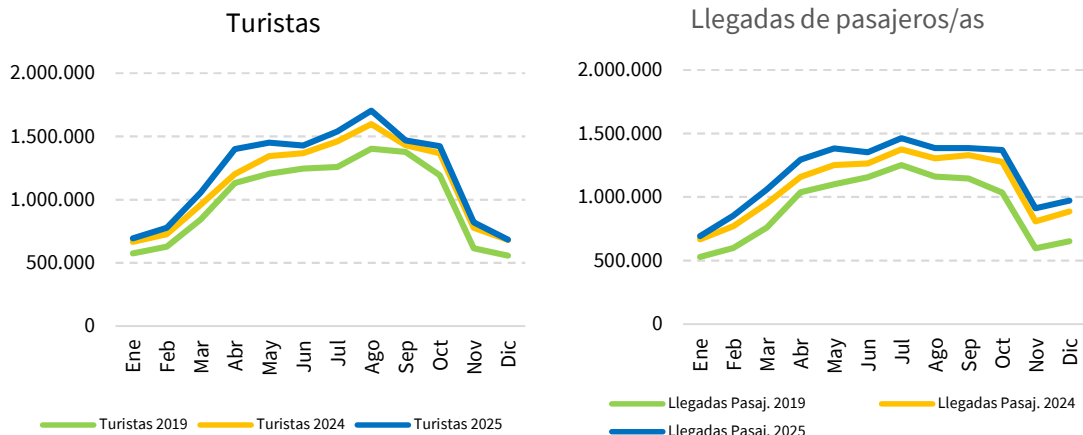
## 1. Visión general y evolución

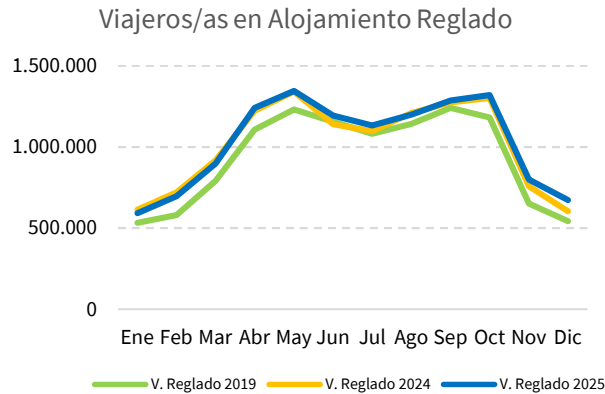
Si 2024 fue el año que confirmó el dinamismo de la demanda extranjera hacia Andalucía, registrándose crecimientos de los principales indicadores en todos los meses del año, y cerrando el ejercicio con crecimientos interanuales que rondan o superan el +10%, **en 2025 la demanda internacional se consolida**, con una evolución positiva de los principales indicadores, pero **con tendencia hacia una normalización de las tasas de crecimiento**.

Este comportamiento 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 2024 en cada gráfico) superan en casi todos los meses las cifras del año 2019. **Los datos del año 2025 (representados por las líneas azules) superan, en los gráficos de turistas y de llegadas de pasajeros, tanto a los datos del año 2024 como a las cifras del año 2019.** Para el indicador de viajeros/as en alojamientos reglados, los datos de 2025, aunque superan los de 2019, prácticamente igualan los del año anterior.

De este modo, **el balance para el año 2025 se cierra con tasas de crecimiento respecto al año anterior del +6,3% en turistas, +8,4% en llegadas de pasajeros/as y +1,4% en viajeros/as en alojamientos reglados.**

### Indicadores de la demanda turística extranjera en Andalucía. Años 2019, 2024 y 2025





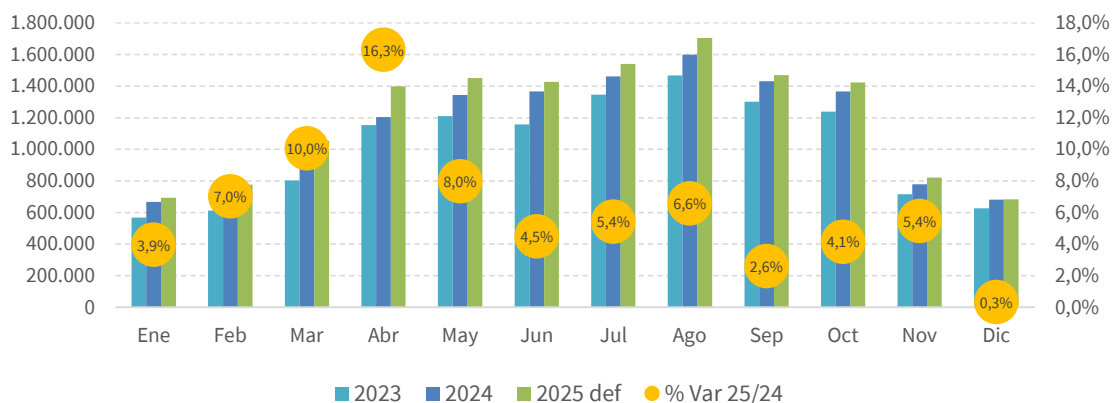
Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA, Frontur (INE) y Encuestas de Ocupación en Alojamientos Turísticos (INE).

## 2. Participación en la demanda turística de Andalucía

Para el año 2025, y de acuerdo con los datos de Frontur (INE), Andalucía ha recibido un total de **14,4 millones de turistas internacionales**. Esta cifra representa el 14,9% de todo el turismo extranjero recibido en España en dicho año (96,8 millones), y supone **un crecimiento del +6,3% respecto al año 2024**.

La demanda internacional ha presentado un comportamiento positivo en todos los meses de 2025, con mayores incrementos en la primera mitad del año (destacando el segundo trimestre) y tasas más moderadas en el verano y últimos meses del año.

### Distribución mensual de demanda turística extranjera de Andalucía. Años 2023 a 2025



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



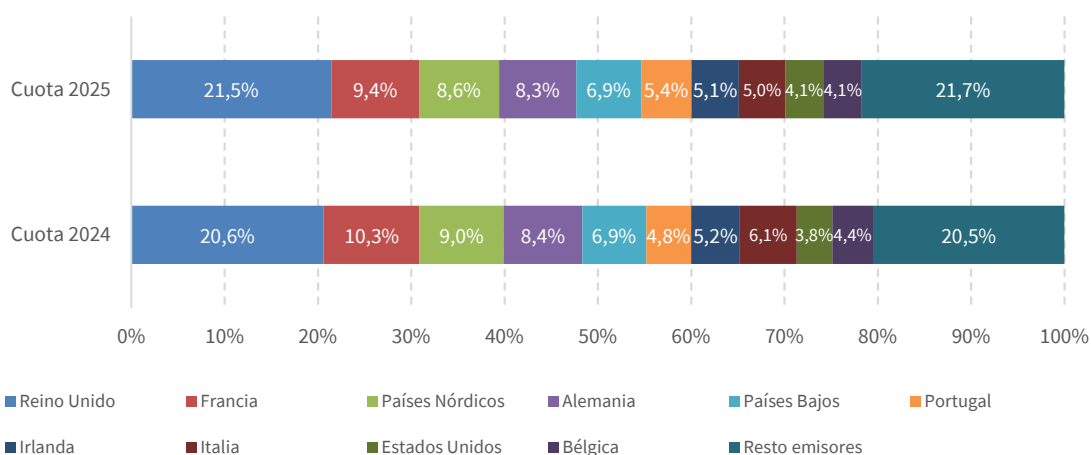
El crecimiento que registra Andalucía en el turismo internacional durante el año 2025 (+6,3%), supera al de la media nacional (+3,2%), pues **Andalucía registra la mayor tasa de crecimiento de las principales CC. AA. turísticas para este año**, y ocupa la cuarta posición en el ranking de turismo internacional de España, captando el 14,9% de los turistas extranjeros recibidos en año 2025.

Año 2025			
CC. AA. destino	T. internacional	% Var. 25/24	Cuota %
<b>Andalucía</b>	<b>14.432.412</b>	<b>6,3%</b>	<b>14,9%</b>
Baleares	15.717.967	2,7%	16,2%
Canarias	15.693.643	3,1%	16,2%
Cataluña	20.041.916	0,5%	20,7%
C. Valenciana	12.413.952	4,2%	12,8%
Madrid	9.126.500	3,4%	9,4%
Resto CC. AA.	9.377.505	4,5%	9,7%
España	96.803.894	3,2%	100,0%

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

En la composición de la demanda extranjera de Andalucía, los y las turistas procedentes del **Reino Unido** suponen el 21,5% del total de turismo internacional recibido en el año 2025, **manteniéndose como el primer emisor extranjero para Andalucía**. Los siguientes mercados en importancia para el destino andaluz son Francia, Países Nórdicos, Alemania y Países Bajos. En conjunto, los cinco principales emisores suponen algo más de la mitad (54,6%) de la demanda turística internacional de Andalucía en este periodo.

### Cuota de participación en la demanda turística extranjera de Andalucía. Años 2024 y 2025



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



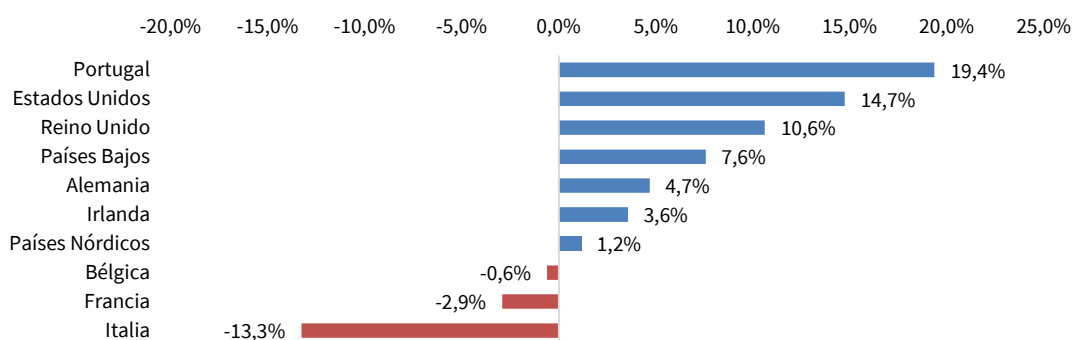
En el gráfico se comprueba que respecto al año 2024 **no ha cambiado la relación de los cinco mercados emisores extranjeros más importantes para el destino andaluz, ni su orden, pero más de la mitad de ellos han registrado descensos de cuota.** Así, frente al incremento de cuota de Reino Unido de +0,8 puntos porcentuales y al mantenimiento de Países Bajos, Francia, Países Nórdicos y Alemania han reducido su participación (-0,9 p.p., -0,4 p.p. y -0,1 p.p., respectivamente).

Del resto de emisores, destaca el descenso de cuota de Italia (-1,1 p.p.) frente a las ganancias de Portugal (+0,6 p.p.), de Estados Unidos (+0,3 p.p.) y del agregado resto de emisores (+1,2 p.p.).

### 3. Evolución del turismo extranjero en Andalucía

En el siguiente gráfico, se puede comprobar que siete han registrado en el año 2025 cifras de turistas mayores que las del año 2024, encabezando el crecimiento Portugal (+19,4%), seguido de EE. UU. y Reino Unido (ambos con aumentos por encima del +10%). También ha sido notable el crecimiento registrado en Países Bajos, del +7,6%, por encima de la media de crecimiento del turismo internacional en Andalucía (+6,3%). En el lado opuesto se posicionan Francia e Italia, registrando este último el mayor descenso (-13,3%).

#### Evolución del turismo extranjero en Andalucía por procedencia. Año 2025/Año 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.

#### ¿Han recuperado todos los principales emisores extranjeros para Andalucía del nivel pre-pandemia?

Prácticamente todos, el único emisor extranjero que aún no ha alcanzado el nivel que tenía en 2019 es el agregado de los Países Nórdicos (Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia), que aún permanece un -1,2% por debajo.

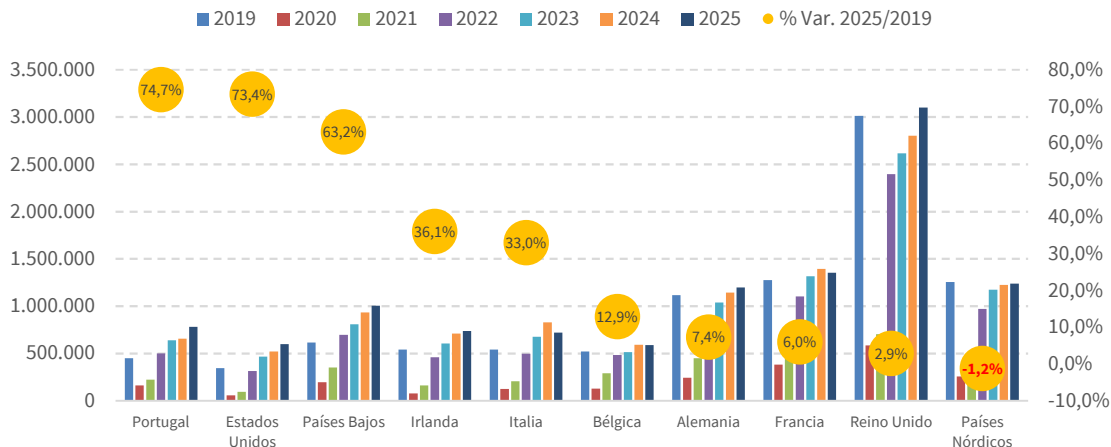


El siguiente gráfico muestra la comparativa con el año 2019, y se han ordenado los emisores de mayor a menor tasa de variación. Así, en el margen izquierdo, se encuentran **Portugal, Estados Unidos y Países Bajos**, los **emisores extranjeros para Andalucía que registran los mayores crecimientos respecto al año 2019, con tasas de variación que superan el +60%**. La excelente evolución registrada en estos tres emisores no solo ha permitido a cada uno de ellos unos incrementos de cuota que rozan o superan los +1,5 puntos porcentuales respecto a las cifras pre-pandemia, sino también, en el caso de Portugal y de Estados Unidos, ascender en el ranking de emisores para Andalucía: Portugal pasa de la novena a la sexta posición y Estados Unidos de la décima a la novena.

La parte central del gráfico la ocupan **países que también han superado las cifras pre-covid**, algunos de ellos con crecimientos importantes, como **Irlanda e Italia**, cuyas tasas de variación positivas superan el +30,0%. Más discreta, aunque positiva, ha sido la evolución de los emisores tradicionales **Alemania, Francia y Reino Unido**.

Mientras que en la parte del gráfico más a la derecha, se encuentra **el único emisor con una tasa negativa: Países Nórdicos**.

### Turismo extranjero en Andalucía por procedencia. Años 2019 a 2025 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.

Aunque para los **Países Nórdicos** la situación económica mejoró a lo largo de 2024 y 2025, 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. Para la temporada primavera/verano de 2026, se prevé que las economías nórdicas permanezcan en la senda de moderado crecimiento. España continúa en los primeros puestos en los indicadores de prospectiva (consideración, intención de viaje



y satisfacción) pero muestran en la mayoría de estos índices descensos o menores tasas de crecimiento que los destinos competidores del mediterráneo (Grecia, Turquía, Italia, y Francia) y Portugal. En capacidad aérea, los asientos programados para España de estos cuatro emisores también registran una peor evolución para la mayoría de los destinos competidores.

Sin embargo, aunque este emisor extranjero para Andalucía aún no ha 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 de 2025**, y de acuerdo con los datos de Egatur (INE), Andalucía ha contabilizado un total de **20.033 millones de euros en gastos por turismo internacional**. Esta cifra representa el 14,9% de todos los gastos por turismo extranjero en España en 2025 y supone un **crecimiento del +8,5% respecto al año 2024 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 combinó con unos precios altos (derivados del proceso inflacionista), lo que elevó el gasto turístico internacional. Y en 2025 continúa la tendencia ascendente en el gasto, si bien se moderan las tasas de crecimiento.

### Gasto por turismo extranjero en Andalucía. Años 2019 a 2025 y evolución



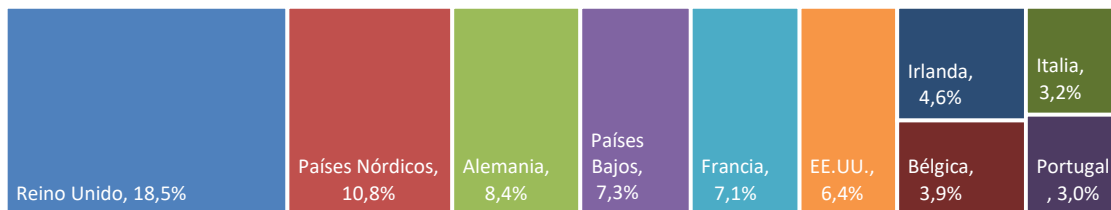
Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE.

En el análisis por procedencia se observa que de los cinco primeros emisores en términos de gasto por turismo para Andalucía (Reino Unido, Países Nórdicos, Alemania, Países Bajos y Francia), que en conjunto suponen el 52,2% del total de gastos efectuados en el año 2025, ninguno registra descenso de gastos respecto al año anterior.

Los emisores cuyas cifras de gasto más han aumentado en el año 2025 han sido Portugal (+34,4%) y Estados Unidos (+32,7%). Le sigue Reino Unido, con un meritorio +9,2%, teniendo en cuenta que es el emisor que más aporta a la cifra de gasto por turismo internacional en Andalucía (+18,5%). Por el contrario, Bélgica e Italia registran descensos en sus cifras de gasto respecto al año 2024.

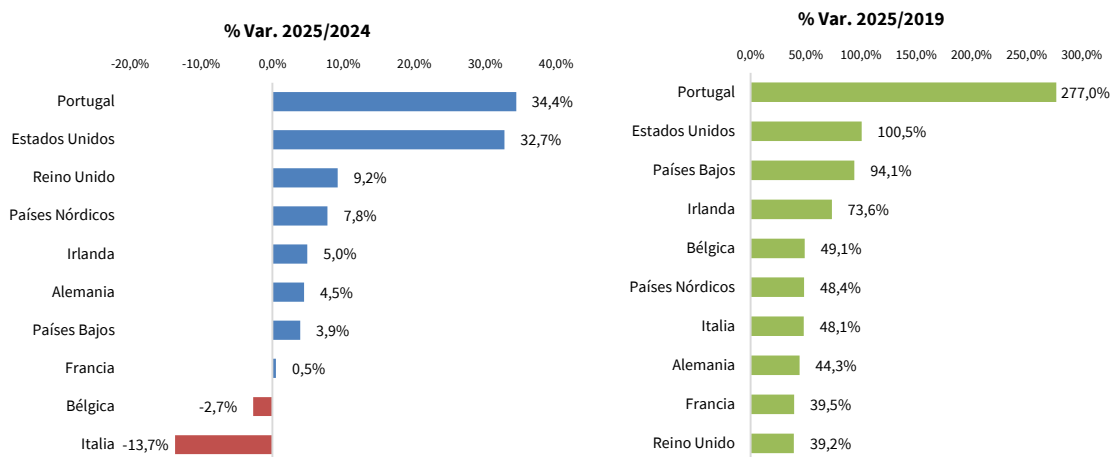
Cuando se comparan las cifras de gasto turístico de los emisores del año 2025 con los del nivel pre-pandemia, se observa que todos superan las cifras registradas en 2019 y que en algunos casos los incrementos de esta variable han sido especialmente significativos, como ha ocurrido con Portugal, que casi cuadruplica el gasto efectuado en 2019, y Estados Unidos y Países Bajos, que los duplican. En el resto de los mercados, también los crecimientos han sido notables, pues se aproximan o superan el +40% en todos los casos.

### Cuota de participación en los gastos por turismo internacional en Andalucía. Año 2025



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

### Evolución de los gastos por turismo internacional en Andalucía por procedencia



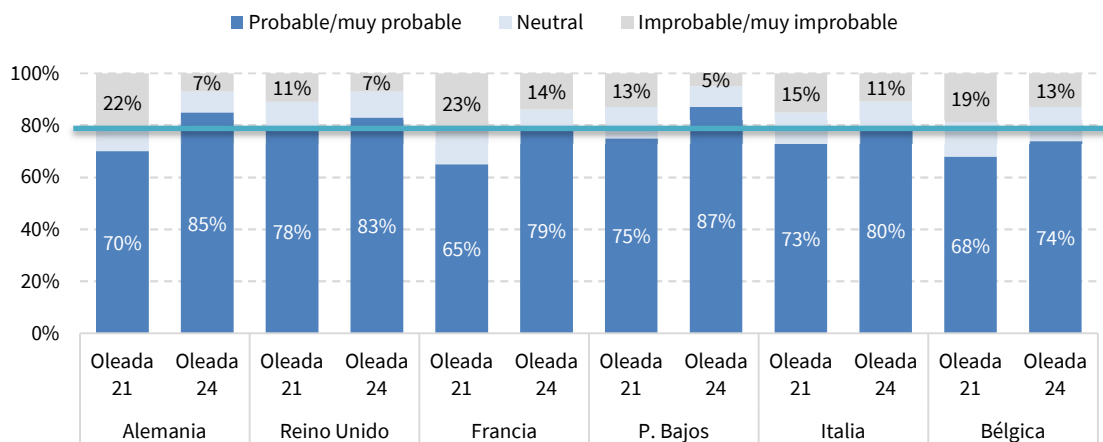
Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Encuesta de gasto turístico (EGATUR), del INE.

## 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 veinticuatro oleadas de este estudio, la oleada nº veintiuno en marzo de 2025 y la oleada nº veinticuatro en marzo de 2026, 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 alcanzan su nivel más elevado desde 2020** (el 81% de los encuestados de estos seis emisores europeos planea viajar entre abril y septiembre de 2026), siendo el aumento de las intenciones de viaje de +9,8 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del año anterior. Todos los emisores analizados han incrementado la probabilidad de viajar en los próximos seis meses, siendo **Alemania, Francia y Países Bajos los que más ha subido la probabilidad de viajar**.

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



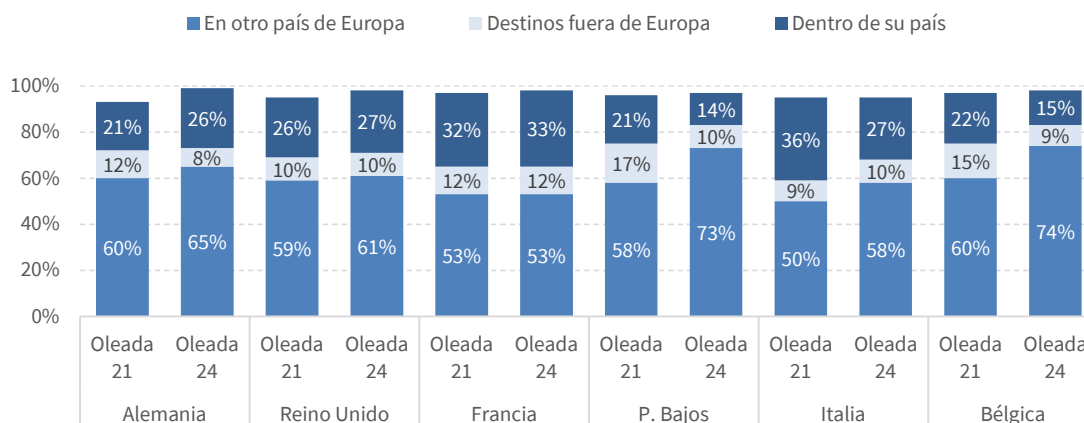
Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir del estudio Monitoring Sentiment for Domestic and Intra-European Travel - wave 21 & 24, European Travel Commission (ETC).

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 2026**. La posición de España se mantiene en comparación con los resultados de la encuesta realizada en el mismo periodo del año anterior, pero con un aumento considerable del porcentaje de encuestados que lo escogen (+8 puntos porcentuales vs oleada 21).



También en los resultados de la vigesimocuarta oleada respecto a la oleada vigesimoprimera, la mayoría de los emisores analizados (excepto Francia) han aumentado la perspectiva de viajar a otro país europeo, siendo Bélgica, Países Bajos e Italia los que presentan los mayores incrementos.

### 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 21 & 24, European Travel Commission (ETC).

### Más resultados de interés:

- **Elevado optimismo de los europeos en sus intenciones de viajar:** el 82% planea realizar al menos un viaje en la primavera y el verano de 2026, unas intenciones de viaje que alcanzan su nivel más alto desde que se realiza este estudio. Se observa igualmente un **incremento de las vacaciones de ocio/placer**, mientras que bajan significativamente la proporción de los que planean un viaje de negocio o los viajes para asistir a eventos.
- **Los jóvenes europeos están desempeñando un papel fundamental en este crecimiento.** Las intenciones de viaje entre los jóvenes de 18 a 34 años han aumentado notablemente.
- Si bien el interés por viajar se encuentra en niveles récord, los europeos se muestran más reflexivos y selectivos en sus viajes. En particular, **los viajeros planean menos viajes que el año pasado, viajes más cortos y con presupuestos más moderados**, cambios que reflejan una mayor sensibilidad a los costos y un mayor interés en obtener la mejor relación calidad-precio.
- Los europeos muestran una **clara preferencia por viajar dentro de Europa** este verano (90%), aumentando la intención de visitar países más alejados **dentro del continente**, y consolidándose **el sur y el Mediterráneo como destinos predilectos**.
- **Las vacaciones de Sol y Playa** mantienen su posición como la opción de viaje preferida por los europeos (28%), y aumenta en esta oleada en +5 puntos porcentuales, poniendo de relieve el creciente atractivo del sur y del Mediterráneo





- europeo. Le siguen de las escapadas urbanas y los viajes de cultura y patrimonio (ambas con un 16%).
- **Aumenta la preocupación de los europeos por la masificación turística de los destinos preferidos.** Así, en esta oleada aumenta el porcentaje de europeos que planea pasar sus vacaciones de verano de 2026 en destinos menos populares o fuera de los circuitos habituales, mientras disminuye en proporción el interés en los puntos turísticos tradicionales.
  - El aumento de los costes del viaje y las tensiones geopolíticas son los elementos que más preocupan a los europeos a la hora de viajar. **La seguridad se ha consolidado como el criterio principal a la hora de elegir un destino**, citado por el 22 % de los viajeros, seguido de un clima agradable y estable (15 %) y ofertas atractivas (14 %).
  - Los patrones de viaje están cambiando, ya que **los viajes a varios países son cada vez menos populares. Por el contrario**, un mayor número de viajeros **opta por visitar varias ciudades dentro de un mismo destino** (42%), lo que refleja una creciente preferencia por una exploración más profunda.
  - **El 75% de las personas encuestadas en esta oleada afirma que el cambio climático ha influido en su forma de viajar.** Pero ante un cambio en el clima que trastoque sus planes de viaje, la mayoría de los europeos dice que se adaptaría pero que no cancelaría.

Como resumen, y usando los comentarios del presidente de ETC ante los hallazgos de la última oleada de este informe: *“La continua solidez de las intenciones de viaje para esta primavera y verano demuestra que los europeos siguen estando muy motivados para viajar, incluso en un entorno global más complejo. Lo que está cambiando es la forma en que viajan ...”*

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.

El contexto reciente:

1. Las economías europeas han atravesado dificultades en los últimos años. El inicio de un fuerte proceso inflacionista, provocado por el incremento del precio de la energía (guerra de Ucrania), ha acentuado la pérdida de poder adquisitivo de las familias y ha impactado de lleno en el gasto de los consumidores. A pesar de la incertidumbre económica, **no ha descendido el interés por viajar y disfrutar del tiempo de ocio, pero sí que ha provocado una adaptación del comportamiento turístico de los emisores europeos a esta coyuntura económica:**



- Más turismo doméstico y menos turismo emisor.
  - Reducción de las estancias.
  - Menos número de viajes al año.
  - Búsqueda de destinos más baratos.
  - Viajes fuera de temporada.
  - Reservas con mucha antelación para garantizarse un buen precio o reservas de última hora para aprovechar ofertas.
  - Priorizar la relación calidad-precio, etc.
2. En este contexto se suma una **nueva incertidumbre: la inseguridad provocada por el conflicto en Oriente Medio** (guerra entre EEUU/Israel e Irán, iniciado en febrero de 2026). Los destinos turísticos más afectados son los destinos del Golfo, los países adyacentes (como Turquía, Egipto o Chipre) y los viajes de larga distancia, debido tanto a **restricciones operativas en el transporte aéreo y a las subidas del precio de los billetes aéreos** (consecuencia de la escasez de combustible), como debido al **aumento del riesgo percibido**.
  3. **Es previsible que la demanda turística se reoriente hacia destinos percibidos como más seguros, siendo España**, por cercanía y capacidad de absorción de una demanda añadida, **uno de los países mejor posicionados** para absorber ese trasvase. Pero no podemos olvidar que la gran mayoría de los países competidores de España siguen en el mercado (Grecia, Italia, Francia y Portugal), procurando aplicar una política de precios más agresiva aquellos más afectados por una menor dinámica en la realización de reservas.
  4. Pero para este verano, **hay dos fuerzas que actúan en sentidos opuestos**. Por una parte, la situación económica y la evolución de los tipos de cambio de las monedas de ciertos emisores (libra esterlina, dólar y coronas sueca, danesa y noruega) podría provocar un desvío de turistas hacia destinos asequibles (Turquía, Marruecos o Túnez). Por otra parte, la incertidumbre actual generada por la guerra en Oriente Medio actúa favoreciendo a los destinos más seguros (España y los propios destinos domésticos).

**Además**, tanto a corto como a medio plazo, se hace necesario **prestar atención a:**

1. **Los cambios geopolíticos internacionales y sus repercusiones económicas en la UE**, en la medida en que afecten a la renta disponible para viajes y a la disponibilidad de combustible. La incertidumbre de la situación también puede provocar una contracción del gasto turístico, sólo por la percepción de inseguridad.



2. **A la incipiente percepción de saturación en determinados destinos españoles durante la temporada alta**, así como con la creciente valoración de experiencias más tranquilas y menos masificadas en destinos competidores y fuera de los circuitos habituales.
3. Asimismo, **a la consolidación de un consumidor cada vez más digitalizado** (otra de las tendencias es el aumento del uso de IA para simplificar la experiencia en la planificación y reserva de sus viajes, y para comparar precios y ofertas) **y sensible a la sostenibilidad**, que introduce nuevas variables competitivas que influirán en la configuración de la demanda en los próximos años.
4. **A los fenómenos climáticos muy adversos**, ya pueden poner límites al mercado emisor hacia España en la temporada alta.
5. **Tampoco deben desdeñarse la conciencia medioambiental y la percepción del residente** como factores crecientes a la hora, no solo de planificar un viaje, sino de considerar o no un destino.

**Las consideraciones para el emisor EE. UU. son algo diferentes:** La economía de Estados Unidos mantiene un comportamiento de crecimiento moderado, si bien persisten factores de riesgo relevantes en 2026, destacándose la elevada incertidumbre geopolítica. No obstante, los consumidores muestran una elevada predisposición a realizar viajes internacionales, con un 61,5% de encuestados considerando el turismo una prioridad de gasto en los próximos meses. Además, el tipo de cambio entre el euro y el dólar se mantiene favorable, lo que mantiene a Europa como un destino accesible para EE. UU.

España consolida poco a poco su posición como uno de los destinos europeos mejor valorados, destacando por su gastronomía, su cultura e historia y sus paisajes y naturaleza. Se sitúa como el segundo destino con mayor satisfacción turística para EE. UU. respecto a sus competidores europeos.

En la temporada de primavera/verano de 2026, España destaca especialmente como uno de los destinos con mejor conectividad aérea directa con Estados Unidos, situándose como el segundo país entre los principales competidores europeos en crecimiento interanual de asientos en vuelos directos desde este mercado (+8,3%), solo por detrás de Italia. Serían 27 rutas sin escalas que enlazarán 13 ciudades de EE. UU. con 6 destinos en España, el mayor nivel de conexión aérea directa registrado hasta la fecha.

Todas estas consideraciones auguran una evolución optimista pero prudente de este emisor en los próximos meses.

Fuente: Informes de tendencias de mercado. Temporada primavera/verano 2026. TURESPAÑA



+ data

Año 2025

# Principales cifras mercados turísticos extranjeros en Andalucía

Infografías

[nexus.andalucia.org](https://nexus.andalucia.org)





## **PRINCIPALES CIFRAS MERCADOS TURÍSTICOS EXTRANJEROS EN ANDALUCÍA** **Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte**



Junta de Andalucía

### COLECCIÓN

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos.

### EDITA

Consejería de Turismo y Andalucía Exterior  
Av. de la Guardia Civil, 1 (Casa Rosa)  
41013 Sevilla  
NPU-1-10-260097-PDF

Formulario de contacto:

[https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoyandaluciaexterior/servicios/app/cs-peticion.html?cat\\_servicio\\_id=22](https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoyandaluciaexterior/servicios/app/cs-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  
Correo e.: [oficinadeldato@andalucia.org](mailto:oficinadeldato@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 CIFRAS DEL TURISMO BRITÁNICO EN ANDALUCÍA Año 2025

### CUÁNTOS SON :



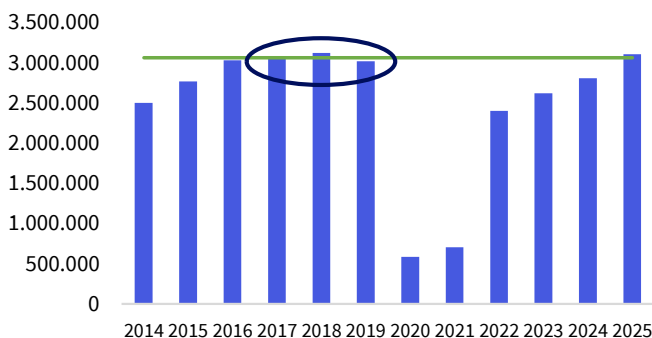
Tamaño: **3,1 millones de turistas**



**+10,6% vs. año 2024**

**+2,9% vs. año 2019**

Nivel pre-COVID: 3 millones de turistas



Cuota de participación: **representa el 21,5%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



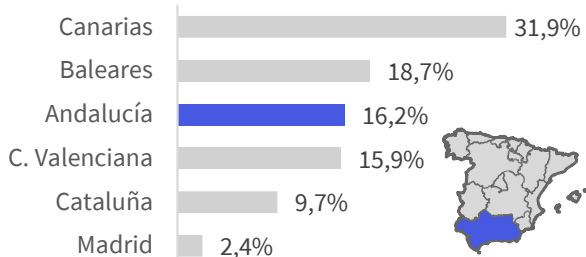
**+0,8 p. percent. vs. año 2024**

**-3,6 p. percent. vs. año 2019**

Cuota pre-COVID: 25,1%

Esta cuota lo posiciona como **el primer emisor extranjero para Andalucía**

### Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En el año 2025, Canarias es el principal receptor de turismo británico en España, **Andalucía ocupa el tercer puesto**

### CÓMO VIAJAN :



Gasto medio diario: **166 euros**



Estancia media en Andalucía: **7,2 días**

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



Tipo de alojamiento: **60,5% usó hoteles y similares**

Los hoteles andaluces registraron:

**1,6 millones viajeros/as** de Reino Unido

**+5,4% vs. año 2024**

**7,2 millones de pernoctaciones**

**+5,3% vs. año 2024**

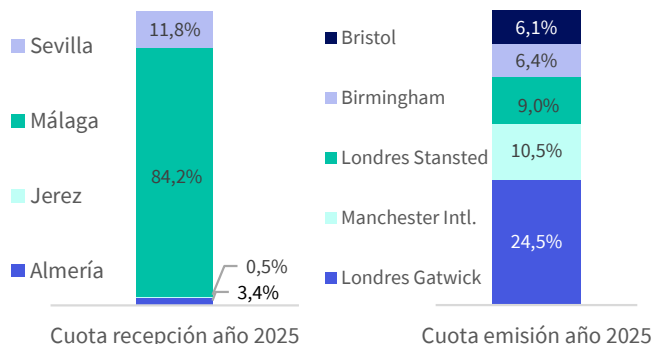


Vía de acceso: **95,3% usó un aeropuerto**

Llegadas a aeropuertos andaluces:

**3,6 millones pasajeros/as** de aerop. británicos

**+8,6% vs. año 2024**



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

## PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO FRANCÉS EN ANDALUCÍA Año 2025

### CUÁNTOS SON :

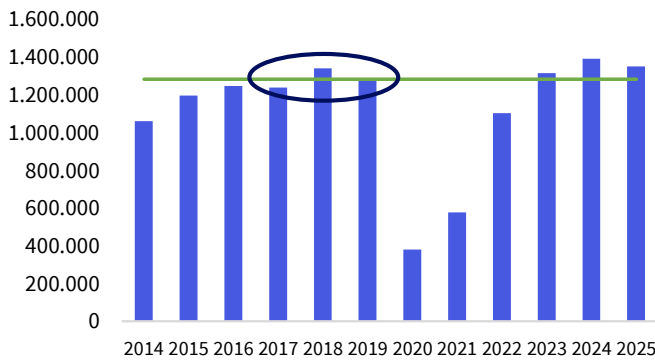


Tamaño: **1,35 millones de turistas**



-2,9% vs. año 2024  
+6,0% vs. año 2019

Nivel pre-COVID: 1,3 millones de turistas



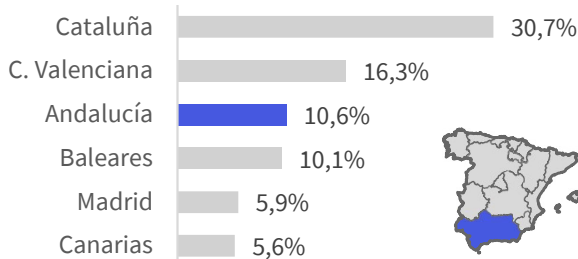
Cuota de participación: **representa el 9,4%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



-0,9 p. percent. vs. año 2024  
-1,2 p. percent. vs. año 2019  
Cuota pre-COVID: 10,6%

Esta cuota lo posiciona como **el segundo emisor extranjero para Andalucía**

### Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En el año 2025, Cataluña es el principal receptor de turismo francés en España, **Andalucía ocupa el tercer puesto**

### CÓMO VIAJAN :



Gasto medio diario: **122 euros**



Estancia media en Andalucía: **8,7 días**

**Julio y agosto**, así como **abril y mayo** suelen ser **los preferidos** para visitar la región

Tipo de alojamiento: **48,1% usó hoteles y similares**



Los hoteles andaluces registraron:

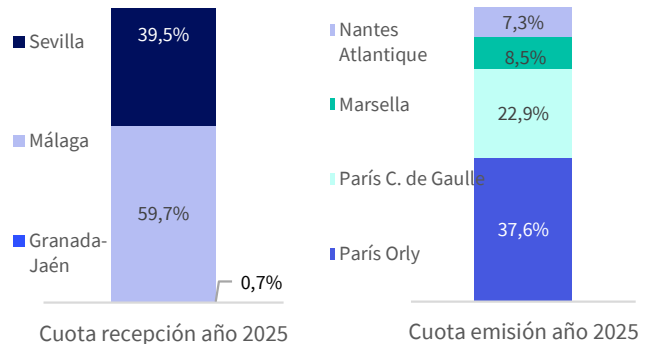
**833.100 viajeros/as** de Francia  
-6,6% vs. año 2024  
**2,3 millones de pernoctaciones**  
-7,5% vs. año 2024



Vía de acceso: **50,7% usó un aeropuerto**

Llegadas a aeropuertos andaluces:

**1,2 millones pasajeros/as** de aerop. franceses  
-1,3% vs. año 2024



Málaga y Sevilla se reparten 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 2025

### CUÁNTOS SON :

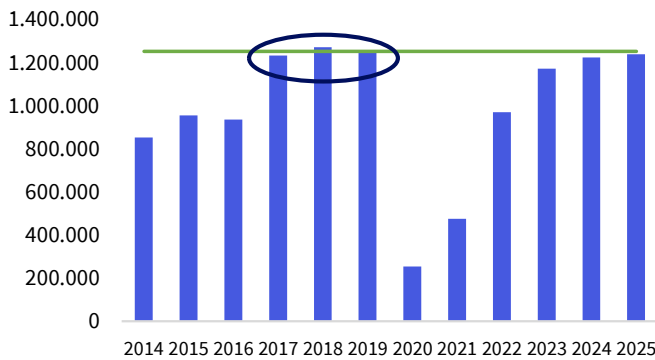


Tamaño: **1,24 millones de turistas**



**+1,2% vs. año 2024**  
**-1,2% vs. año 2019**

Nivel pre-COVID: 1,25 millones de turistas



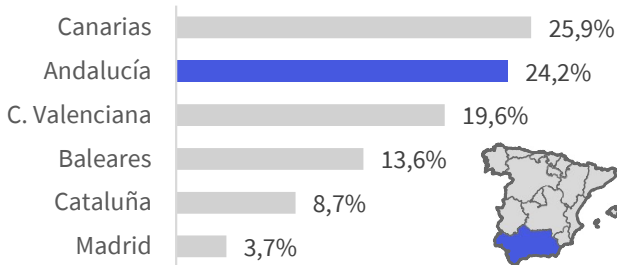
Cuota de participación: **representa el 8,6%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



**-0,4 p. percent. vs. año 2024**  
**-1,8 p. percent. vs. año 2019**  
Cuota pre-COVID: 10,4%

Esta cuota lo posiciona como **el tercer emisor extranjero para Andalucía**

### Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En el año 2025, Canarias es el principal receptor de turismo nórdico en España, **Andalucía ocupa el segundo puesto**

### CÓMO VIAJAN :



Gasto medio diario: **172 euros**



Estancia media en Andalucía: **10,2 días**

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

Tipo de alojamiento: **47,2% usó hoteles y similares**



Los hoteles andaluces registraron:

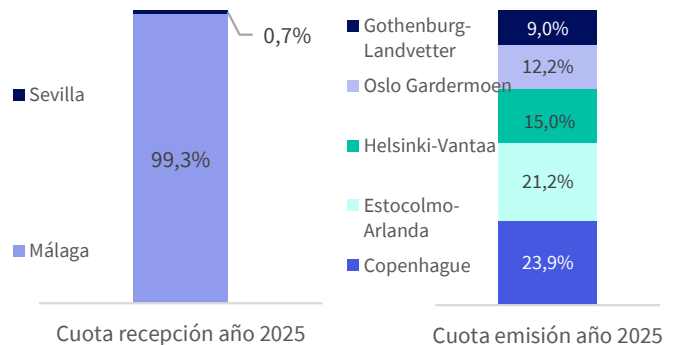
**428.200 viajeros/as** de P. Nórdicos  
**+0,3% vs. año 2024**  
**2,0 millones de pernoctaciones**  
**-2,2% vs. año 2024**



Vía de acceso: **98,9% usó un aeropuerto**

Llegadas a aeropuertos andaluces:

**1,3 millones pasajeros/as** de aerop. nórdicos  
**+0,2% vs. año 2024**



El aeropuerto 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 2025

### CUÁNTOS SON :



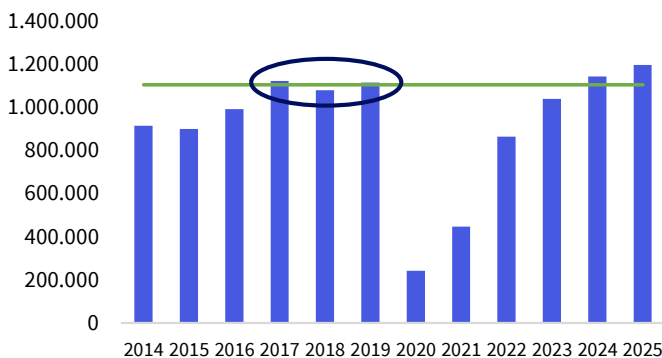
Tamaño: **1,2 millones de turistas**



**+4,7% vs. año 2024**

**+7,4% vs. año 2019**

Nivel pre-COVID: 1,1 millones de turistas



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



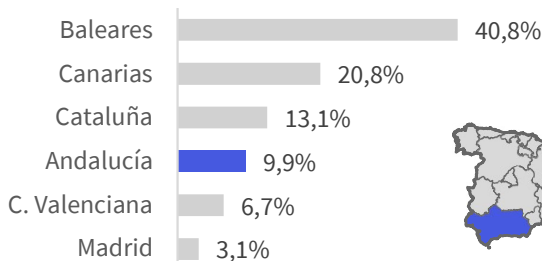
-0,1 p. percent. vs. año 2024

-1,0 p. percent. vs. año 2019

Cuota pre-COVID: 9,3%

Esta cuota lo posiciona como **el cuarto emisor extranjero para Andalucía**

### Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En el año 2025, las islas son los principales receptores de turismo alemán en España, **Andalucía ocupa el cuarto puesto**

### CÓMO VIAJAN :



Gasto medio diario: **155 euros**



Estancia media en Andalucía: **9,1 días**

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

Tipo de alojamiento: **67,4% usó hoteles y similares**



Los hoteles andaluces registraron:

**793.900 viajeros/as** de Alemania

-0,4% vs. año 2024

**3,4 millones de pernoctaciones**

-1,9% vs. año 2024

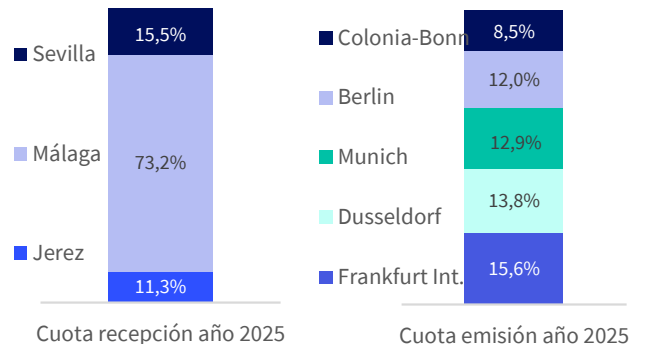
Vía de acceso: **84,4% usó un aeropuerto**



Llegadas a aeropuertos andaluces:

**1,4 millones pasajeros/as** de aerop. alemanes

+5,9% vs. año 2024



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

# PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO NEERLANDÉS EN ANDALUCÍA Año 2025

## CUÁNTOS SON :



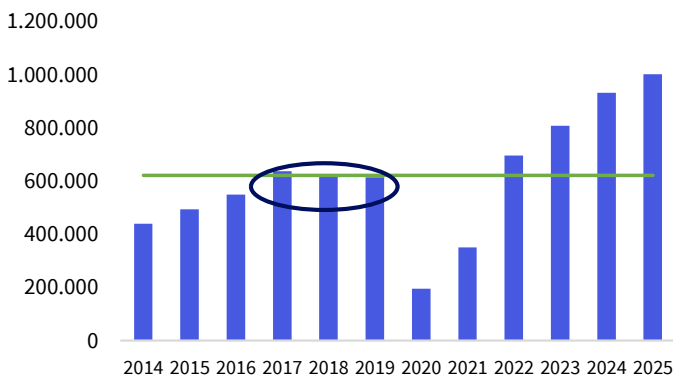
Tamaño: **1,0 millón de turistas**



**+7,6% vs. año 2024**

**+63,2% vs. año 2019**

Nivel pre-COVID: 621.700 turistas



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



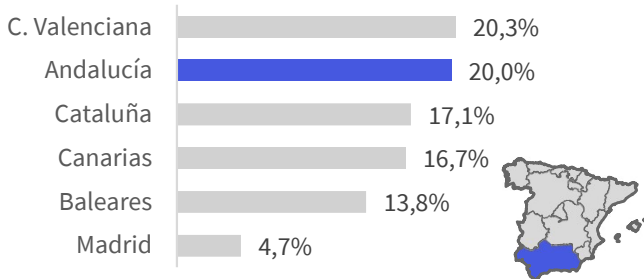
**+0,1 p. percent. vs. 1<sup>er</sup> semestre 2024**

**+1,8 p. percent. vs. 1<sup>er</sup> semestre 2019**

Cuota pre-COVID: 5,1%

Esta cuota lo posiciona como **el quinto emisor extranjero para Andalucía**

## Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En el año 2025, Andalucía se posiciona como **segundo receptor de turismo neerlandés** en España, ligeramente superada por C. Valenciana

## CÓMO VIAJAN :



Gasto medio diario: **193 euros**



Estancia media en Andalucía: **7,2 días**

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

Tipo de alojamiento: **58,8% usó hoteles y similares**



Los hoteles andaluces registraron:

**472.100 viajeros/as** de Países Bajos

**-0,8% vs. año 2024**

**1,8 millones de pernoctaciones**

**-2,0% vs. año 2024**

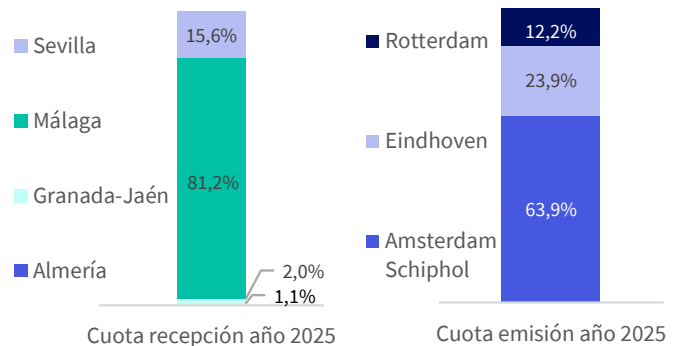
Vía de acceso: **92,5% usó un aeropuerto**



Llegadas a aeropuertos andaluces:

**1,0 millón pasajeros/as** de aerop. neerlandeses

**+11,9% vs. año 2024**



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 aerop. emisor

# PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO PORTUGUÉS EN ANDALUCÍA Año 2025

## CUÁNTOS SON :

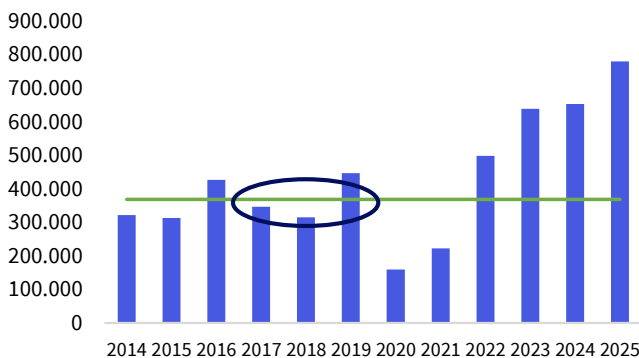


Tamaño: **779.100 turistas**

**+19,4% vs. año 2024**

**+74,7% vs. año 2019**

Nivel pre-COVID: 368.700 turistas



Cuota de participación: **representa el 5,4%** del total de la demanda extranjera en Andalucía

**+0,6 p. percent. vs. año 2024**

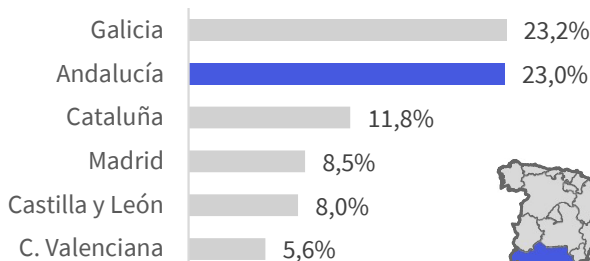
**+1,7 p. percent. vs. año 2019**

Cuota pre-COVID: 3,7%



Esta cuota lo posiciona como **el sexto emisor extranjero para Andalucía**

### Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En el año 2025, Galicia es el principal receptor de turismo portugués en España, empatado con **Andalucía que ocupa el segundo puesto**

## CÓMO VIAJAN :



Gasto medio diario: **128 euros**



Estancia media en Andalucía: **5,0 días**

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

Tipo de alojamiento: **58,1% usó hoteles y similares**



Los hoteles andaluces registraron:

**496.400 viajeros/as** de Portugal

**+11,9% vs. año 2024**

**1,6 millones de pernoctaciones**

**+16,3% vs. año 2024**



Vía de acceso:

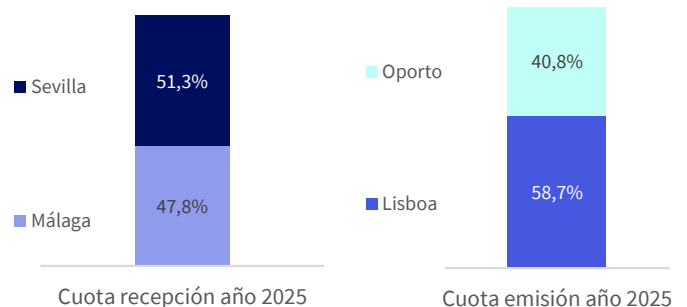
**86,8% usó carretera**

**12,8% usó avión**

Llegadas a aeropuertos andaluces:

**325.400 pasajeros/as** de aerop. portugueses

**+11,8% vs. año 2024**



Málaga y Sevilla se reparten las llegadas a la región de pasajeros/as de aeropuertos portugueses, y Lisboa es el principal aeropuerto emisor.

# PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO IRLANDÉS EN ANDALUCÍA Año 2025

## CUÁNTOS SON :

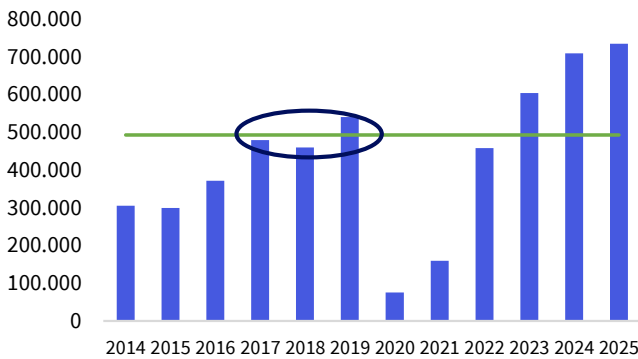


Tamaño: **734.500 turistas**

**+3,6% vs. año 2024**

**+36,1% vs. año 2019**

Nivel pre-COVID: 492.800 turistas



Cuota de participación: **representa el 5,1%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



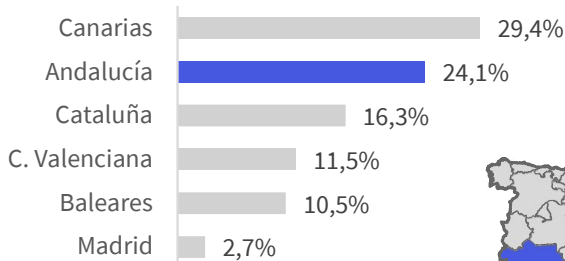
-0,1 p. percent. vs. año 2024

+0,6 p. percent. vs. año 2019

Cuota pre-COVID: 4,5%

Esta cuota lo posiciona como **el séptimo emisor extranjero para Andalucía**

## Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En el año 2025, Canarias es el principal receptor de turismo irlandés en España, **Andalucía ocupa el 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: **63,0% usó hoteles y similares**



Los hoteles andaluces registraron:

**348.400 viajeros/as** de Irlanda

**+6,8% vs. año 2024**

**1,6 millones de pernoctaciones**

**+4,6% vs. año 2024**

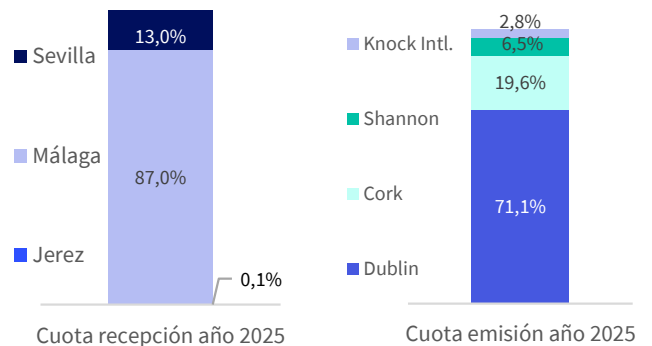
Vía de acceso: **98,2% usó un aeropuerto**



Llegadas a aeropuertos andaluces:

**690.100 pasajeros/as** de aerop. irlandeses

**+12,6% vs. año 2024**



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

# PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ITALIANO EN ANDALUCÍA Año 2025

## CUÁNTOS SON :

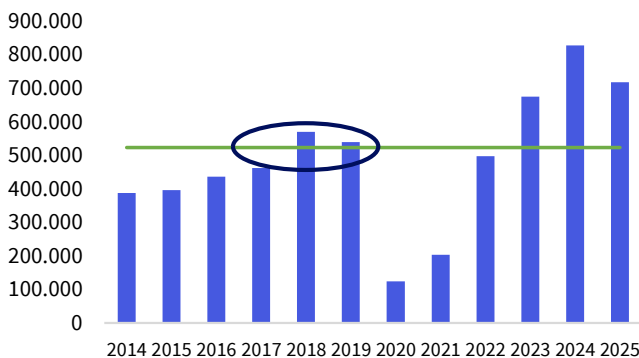


Tamaño: **717.100 turistas**

**-13,3% vs. año 2024**

**+33,0% vs. año 2019**

Nivel pre-COVID: 523.000 turistas



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



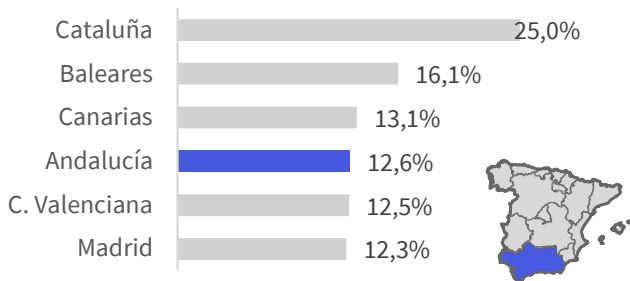
**-1,1 p. percent. vs. año 2024**

**+0,5 p. percent. vs. año 2019**

Cuota pre-COVID: 4,5%

Esta cuota lo posiciona como **el octavo emisor extranjero para Andalucía**

## Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En el año 2025, Cataluña es el principal receptor de turismo italiano en España, **Andalucía ocupa el cuarto puesto**

## CÓMO VIAJAN :



Gasto medio diario: **131 euros**



Estancia media en Andalucía: **6,7 días**

**Agosto y sept.**, así como **abril y junio** suelen ser **los preferidos** para visitar la región

Tipo de alojamiento: **61,2% usó hoteles y similares**



Los hoteles andaluces registraron:

**566.000 viajeros/as** de Italia

**-9,5% vs. año 2024**

**1,3 millones de pernoctaciones**

**-7,8% vs. año 2024**

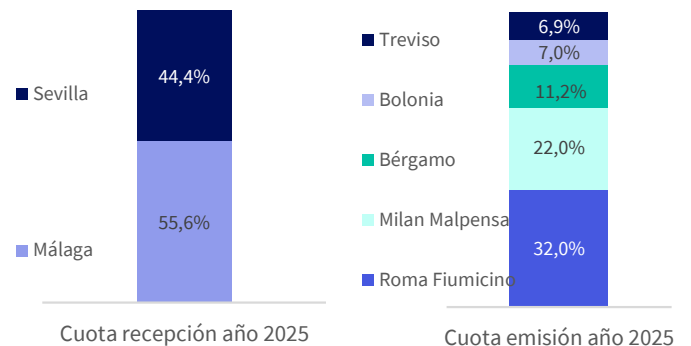
Vía de acceso: **96,6% usó un aeropuerto**



Llegadas a aeropuertos andaluces:

**1,2 millones pasajeros/as** de aerop. italianos

**+10,6% vs. año 2024**



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

# PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO DE EE.UU. EN ANDALUCÍA Año 2025

## CUÁNTOS SON :

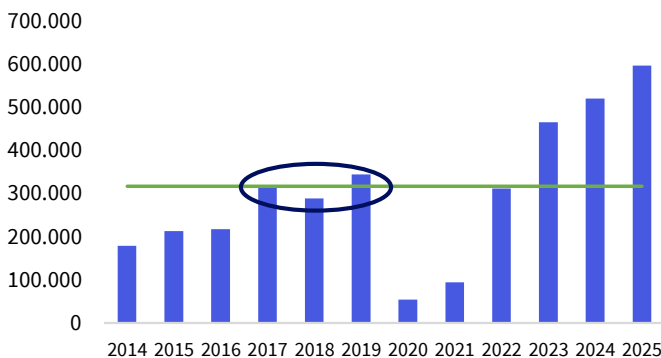


Tamaño: **596.300 turistas**

**+14,7% vs. año 2024**

**+73,4% vs. año 2019**

Nivel pre-COVID: 316.900 turistas



Cuota de participación: **representa el 4,1%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



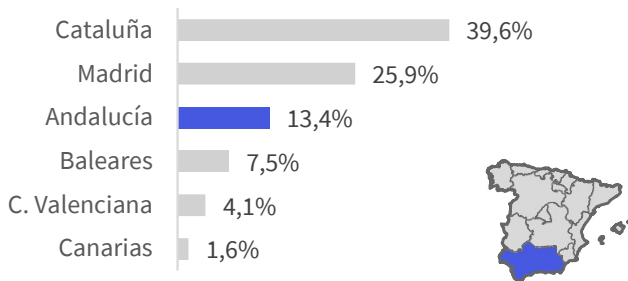
**+0,3 p. percent. vs. año 2024**

**+1,3 p. percent. vs. año 2019**

Cuota pre-COVID: 2,9%

Esta cuota lo posiciona como **el noveno emisor extranjero para Andalucía**

### Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En el año 2025, Cataluña es el principal receptor de turismo de EE.UU. en España, **Andalucía ocupa el tercer puesto**

## CÓMO VIAJAN :



Gasto medio diario: **263 euros**



Estancia media en Andalucía: **9,5 días**

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

Tipo de alojamiento: **74,3% usó hoteles y similares**



Los hoteles andaluces registraron:

**738.500 viajeros/as** de EE.UU.

**-1,5% vs. año 2024**

**1,7 millones de pernoctaciones**

**-0,8% vs. año 2024**



Vía de acceso: **94,2% usó un aeropuerto**

Es decir, el 94,2% de turistas estadounidenses con destino principal la CC. AA. de Andalucía en el año 2025, declaró que para entrar en España usó un aeropuerto.

Hasta principios de junio de 2023 no existían vuelos directos entre aeropuertos andaluces y estadounidenses.



**23.100 pasajeros/as** de EE.UU.

**+0,8% vs. año 2024**

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, con una cuota del 98,1%.

## PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO BELGA EN ANDALUCÍA Año 2025

### CUÁNTOS SON :

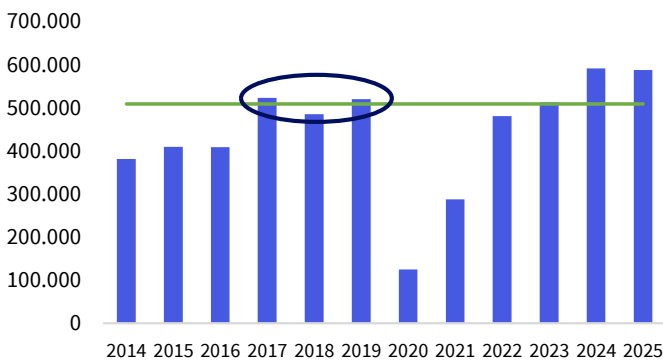


Tamaño: **587.300 turistas**

-0,6% vs. año 2024

+12,9% vs. año 2019

Nivel pre-COVID: 509.400 turistas



Cuota de participación: **representa el 4,1%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



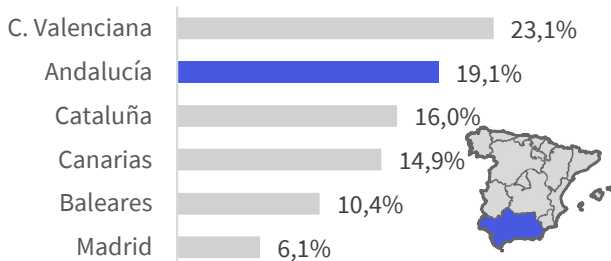
-0,3 p. percent. vs. año 2024

-0,3 p. percent. vs. año 2019

Cuota pre-COVID: 4,3%

Esta cuota lo posiciona como **el décimo emisor extranjero para Andalucía**

### Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En el año 2025, C. Valenciana es el principal receptor de turismo belga en España, **Andalucía ocupa el segundo puesto**

### CÓMO VIAJAN :



Gasto medio diario: **159 euros**



Estancia media en Andalucía: **8,7 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:

**279.500 viajeros/as** de Bélgica

+1,8% vs. año 2024

**1,1 millones de pernoctaciones**

+1,7% vs. año 2024

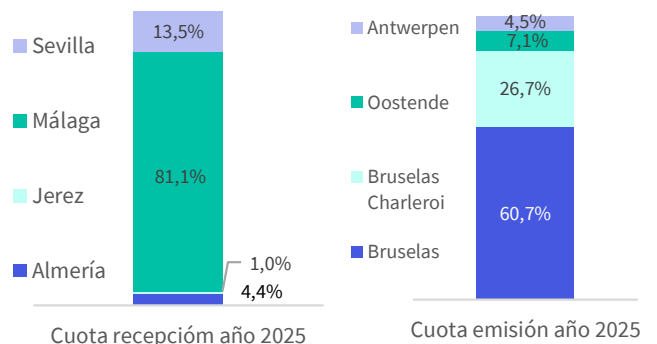
Vía de acceso: **88,0% usó un aeropuerto**



Llegadas a aeropuertos andaluces:

**607.400 pasajeros/as** de aerop. belgas

+2,3% vs. año 2024



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

