

+ data

Acumulado enero-junio 2025

Principales cifras mercados turísticos extranjeros en Andalucía

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos

nexus.andalucia.org



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos



Junta
de Andalucía



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-1-10-250048-PDF

Formulario de contacto:

https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoyandaluciaexterior/servicios/app/cs-upeticion.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

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 la primera mitad del año 2025** se pueden resumir en los siguientes:

1. **En el primer semestre de 2025 la demanda internacional se consolida**, con una evolución positiva de los principales indicadores en la primera mitad del año, pero **con tendencia hacia una normalización de las tasas de crecimiento**: se han recibido 6,8 millones de turistas internacionales, lo que supone un crecimiento del +8,4% respecto al acumulado enero-junio de 2024. Igualmente se han superado con creces las cifras de gasto turístico internacional (+10,8% respecto al primer semestre de 2024). **Es previsible que el turismo internacional continúe creciendo en la segunda mitad de 2025, aunque con tasas bastante más moderadas**, una vez superados los niveles prepandemia.
2. Tras la recuperación pospandémica, **la composición de la demanda internacional para el primer semestre de 2025 ha cambiado respecto a la de antes de la pandemia**: Reino Unido, Francia, Países Nómicos y Alemania continúan siendo los cuatro emisores extranjeros más importantes para Andalucía, pero todos han registrado descensos de cuota que, en conjunto, suponen -10,0 puntos porcentuales, una pérdida que ha sido absorbida por el resto emisores, que han evolucionado mejor, destacando Países Bajos, Estados Unidos y Portugal.
3. **El deseo de viajar sigue siendo fuerte** y los viajes turísticos continúan siendo una prioridad de consumo, posicionándose por delante de otros bienes y servicios. **Pero la evolución de la demanda internacional para la segunda mitad del año 2025 va a venir muy condicionada por la situación económica que atraviesen los países emisores**.
4. Así pues, las presiones financieras y los altos precios de los productos turísticos continuarán modelando el comportamiento de los viajeros y aunque no se renuncie a viajar, **se van a seguir utilizando estrategias para controlar los gastos**: 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.
5. **Que los emisores europeos estén cada vez más dispuestos a viajar fuera de la temporada alta**, en busca de un clima más templado, menos multitudes y una mejor relación calidad-precio, **es una oportunidad que los destinos españoles no pueden desaprovechar en la segunda mitad de 2025**, ya que les ayudaría a desestacionalizar los flujos turísticos que reciben.





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.





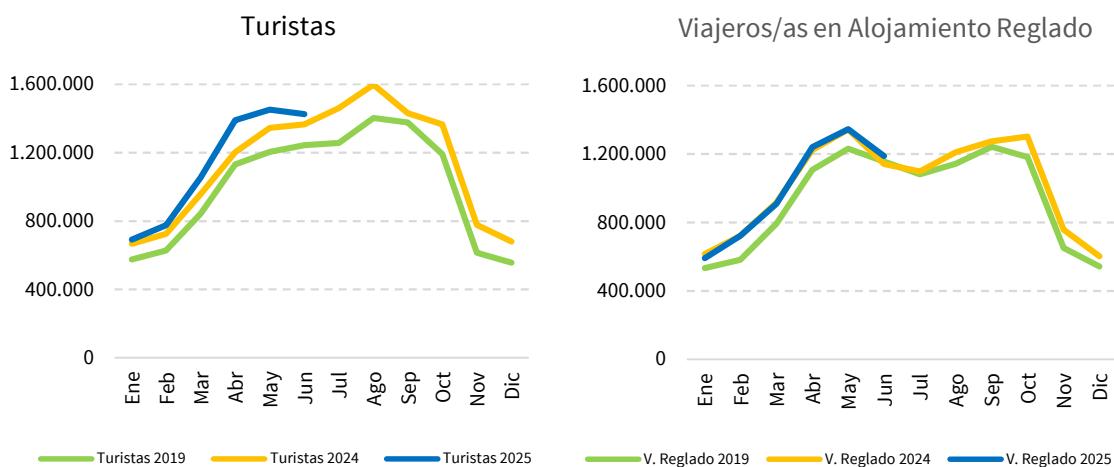
1. Visión general y evolución

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 en la primera mitad del año, 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 periodo enero-junio de 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 mismo periodo del año anterior.

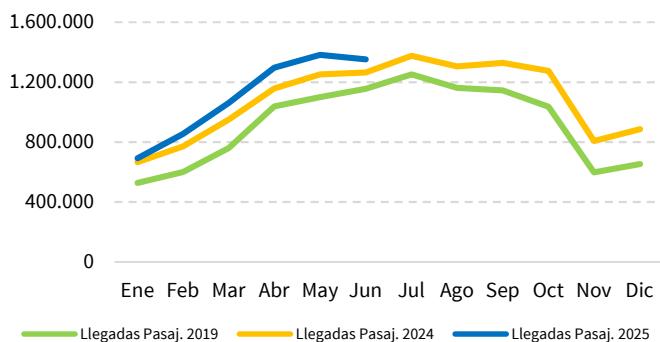
De este modo, **el balance para el primer semestre del año 2025 se cierra con tasas de crecimiento respecto al mismo periodo del año anterior del +8,4% en turistas, +9,5% en llegadas de pasajeros/as y +0,6% en viajeros/as en alojamientos reglados.**

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





Llegadas de pasajeros/as

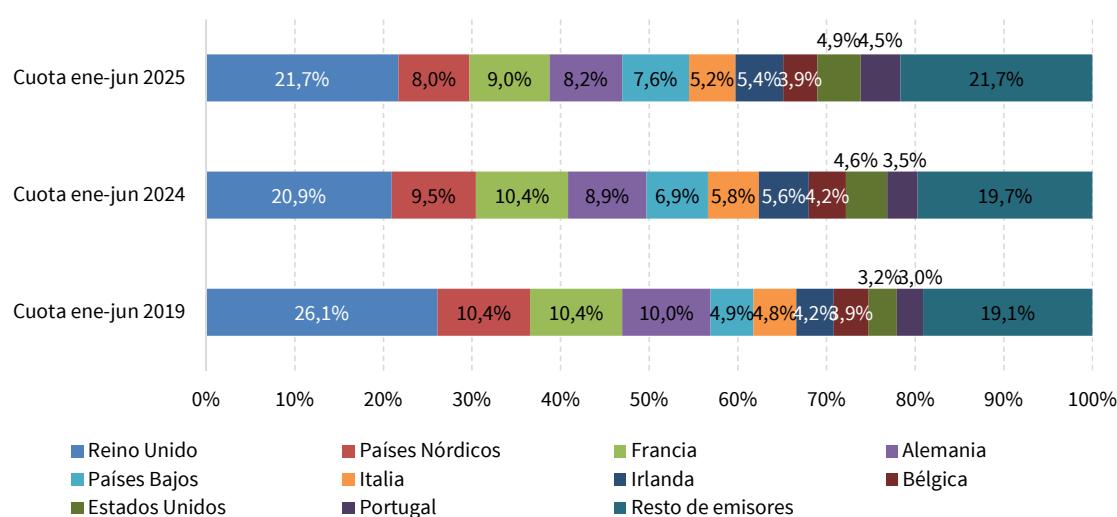


Fuente: Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA, Frontur (INE) y Encuestas de Ocupación en Alojamientos Turísticos (INE).

2. Participación en la demanda turística de Andalucía

Para el acumulado enero-junio de 2025, y de acuerdo con los datos de Frontur (INE), Andalucía ha recibido un total de **6,8 millones de turistas internacionales**. Esta cifra representa el 15,3% de todo el turismo extranjero recibido en España en dicho periodo (44,5 millones), lo que supone un **crecimiento del +8,4% respecto al mismo acumulado del año 2024 y también superar el nivel pre-pandemia marcado por el año 2019** (5,6 millones de turistas, un +20,7% por encima).

Cuota de participación en la demanda turística extranjera de Andalucía. Acumulado enero-junio de los años 2019, 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 la composición de la demanda extranjera de Andalucía, los y las turistas procedentes del **Reino Unido** suponen el 21,7% del total de turismo internacional recibido en el primer semestre de 2025, **manteniéndose como el primer emisor extranjero para Andalucía**. Los siguientes mercados en importancia para el destino andaluz son Francia, Alemania y Países Nórdicos. En conjunto, los cuatro principales emisores suponen cerca de la mitad (46,9%) de la demanda turística internacional de Andalucía en este periodo.

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 la primera mitad del año 2025 ha cambiado respecto a la de antes de la pandemia**.

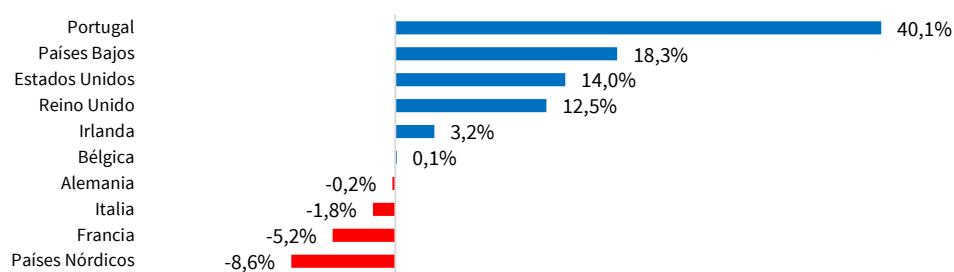
En el gráfico se comprueba que **no ha cambiado la relación de los cuatro mercados emisores extranjeros más importantes para el destino andaluz, pero si su orden**. Además, **todos ellos han registrado descensos de cuota**: -4,4 puntos porcentuales en el caso de Reino Unido, -2,4 p.p. para Países Nórdicos y descensos más moderados para Francia (-1,4 p.p.) y para Alemania (-1,8 p.p.).

Estos descensos de cuota de los emisores tradicionales, que en conjunto suponen una pérdida de peso de -10,0 puntos porcentuales, han sido absorbidos por el resto emisores. Así, para el primer semestre de 2025, la mayoría presentan ganancias de cuota respecto al mismo periodo del año 2019, ganancias que oscilan entre los +0,4 puntos porcentuales de Italia hasta los +2,7 puntos de Países Bajos. Bélgica prácticamente se mantiene igual (-0,1 puntos).

3. Evolución del turismo extranjero en Andalucía

En el siguiente gráfico, se puede comprobar que de los diez emisores extranjeros estudiados solo seis han registrado en el primer semestre de 2025 cifras de turistas mayores que las del primer semestre de 2024, encabezando el crecimiento Portugal (+40,1%), seguido de Países Bajos, EE. UU. y Reino Unido (con incrementos notables entre el +10% y el +20%).

Evolución del turismo extranjero en Andalucía por procedencia. Ene-jun 2025/Ene-jun 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.



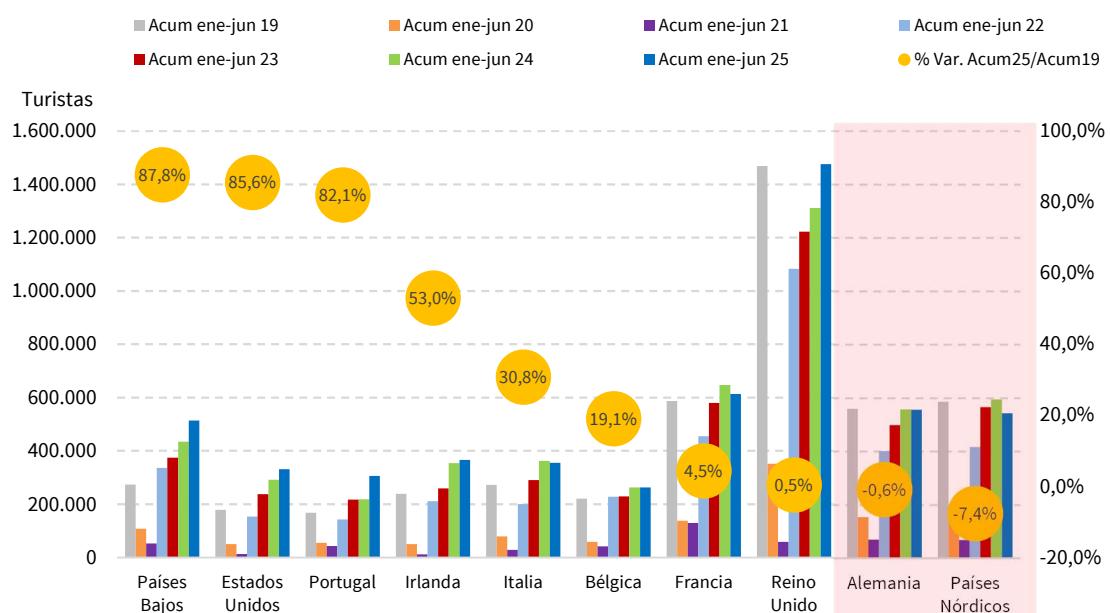
Y de los que registran descensos, son Países Nórdicos y Francia los que presentan las mayores tasas negativas (-8,6% y -5,2%, respectivamente).

Si el análisis se realiza comparando las cifras de turismo del acumulado enero-junio de 2025 con las del mismo periodo de 2019, se comprueba que aún hay emisores que no han conseguido alcanzar el nivel pre-pandemia.

El siguiente gráfico muestra la comparativa con el acumulado enero-junio de 2019, y se han ordenado los emisores de mayor a menor tasa de variación. Así, en el margen izquierdo, se encuentran **Países Bajos, Estados Unidos, Portugal e Irlanda**, los **emisores extranjeros para Andalucía que registran los mayores crecimientos respecto al primer semestre de 2019, con tasas de variación que superan el +50%**. Este grupo de emisores suponen en conjunto el 22,3% del total de la demanda internacional de Andalucía en el primer semestre de 2025 y su excelente evolución les ha permitido un incremento de cuota conjunta respecto a las cifras pre-pandemia de +7,1 puntos porcentuales. La parte central del gráfico la ocupan **países que también han superado las cifras pre-covid**, algunos de ellos con crecimientos importantes, como **Italia y Bélgica**, cuyas tasas de variación positivas van del +30,0% al +20,0%. Más discreta, aunque positiva, ha sido la evolución de **Francia y Reino Unido**.

Mientras que en la parte del gráfico más a la derecha, área sombreada en rojo, se encuentran **los emisores con tasas negativas: Alemania y Países Nórdicos**.

Turismo extranjero en Andalucía por procedencia. Enero-junio 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.





La cifra de **turistas alemanes** en Andalucía para el primer semestre de 2025 se encuentra cerca de la registrada en 2019, con una tasa de descenso respecto al nivel pre-pandemia de tan solo un -0,6%. De hecho, este emisor ya recuperó su presencia en Andalucía y superó el nivel pre-pandemia en el año 2024 (+2,5% superior a la cifra de turistas registrada en 2019). Pero a lo largo de 2025, las condiciones económicas y sociales del país se han vuelto más complejas, derivadas de una situación política inestable y de la creciente incertidumbre por la guerra arancelaria iniciada por la administración Trump. Ante estas condiciones adversas, el consumidor alemán se vuelve más cauto a la hora de dedicar recursos a actividades como los viajes internacionales y/o adopta medidas para controlar mejor sus gastos en viajes, lo que puede inclinar la demanda hacia destinos más baratos o con "todo incluido".

Aunque para los **Países Nórdicos** la situación económica mejoró 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. Para la primera mitad de 2025, la percepción económica de los emisores nórdicos mejora paulatinamente, aunque aún prevalece cierta cautela. Además, los destinos competidores del mediterráneo (Grecia, Turquía, Italia, y Francia) y Portugal muestran para este periodo tasas interanuales positivas en las cuotas de búsquedas de vuelo y de alojamiento de los emisores nórdicos, mientras que España registra mantenimiento o moderados descensos.

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

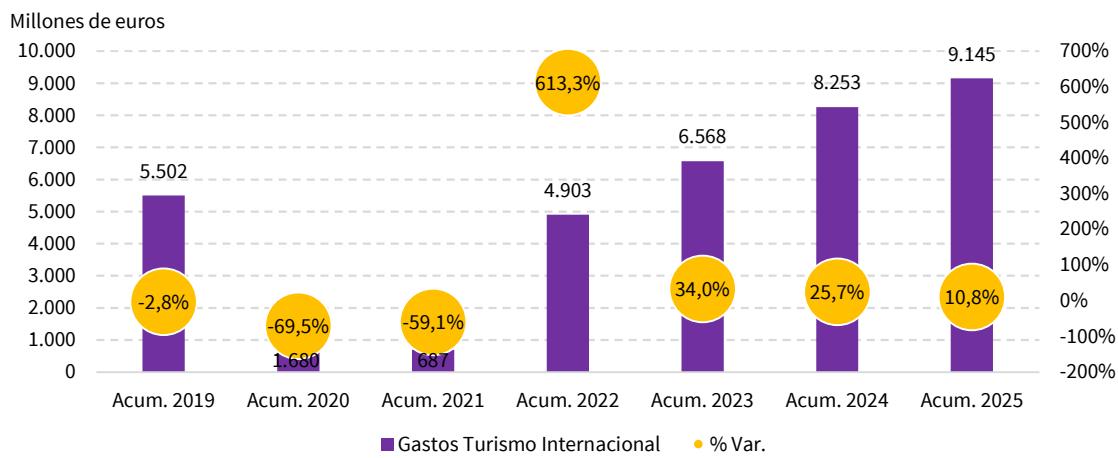
Para **el primer semestre de 2025**, y de acuerdo con los datos de Egatur (INE), Andalucía ha contabilizado un total de **9.145 millones de euros en gastos por turismo internacional**. Esta cifra representa el 15,3% de todos los gastos por turismo extranjero en España en dicho periodo y supone un **crecimiento del +10,8% respecto al primer semestre de 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 primer semestre del 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.





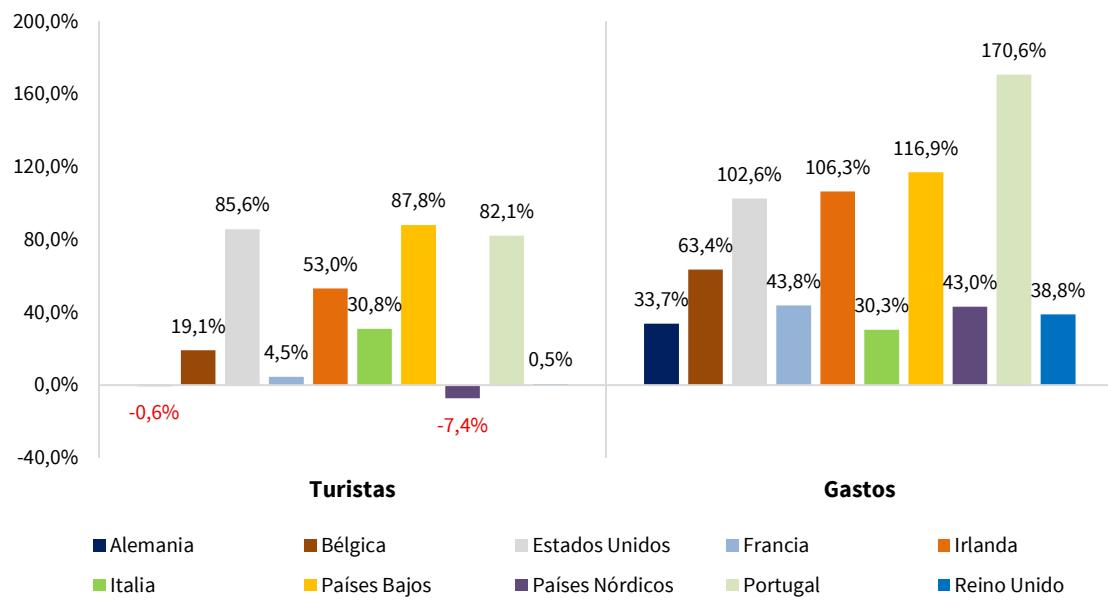
Gasto por turismo extranjero en Andalucía. Enero-junio años 2019 a 2025 y evolución



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 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, Países Bajos, Irlanda y Estados Unidos, que duplican las cifras de gastos turísticos efectuados en el mismo periodo de 2019, y notables en el resto de mercados, con crecimientos que superan el +30% en todos los casos, tal y como se aprecia en el siguiente gráfico.

Turistas extranjeros y el Gasto turístico efectuado por procedencia. Evolución enero-junio 2025/2019



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.



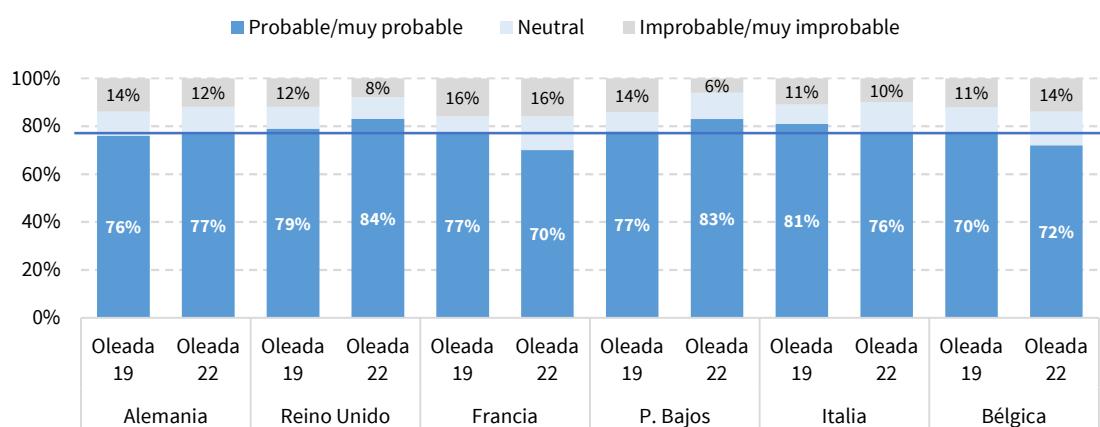


4. Las intenciones de viaje a corto plazo

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 diecinueve oleadas de este estudio, la oleada nº diecinueve en mayo de 2024 y la oleada nº veintidós en mayo 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 77% de los encuestados de estos seis emisores europeos planea viajar entre junio y noviembre de 2025), siendo **ligeramente más elevadas que hace un año** (aumento en las intenciones de viaje de +0,3 puntos porcentuales). Mientras que **Países Bajos y Reino Unido** son los **emisores en los que más ha subido la probabilidad de viajar** en los próximos seis meses (+6 y +5 puntos porcentuales, respectivamente), solo Francia e Italia han descendido al ser preguntados en la vigesimosegunda oleada (-7 y -5 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 19 & 22, 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 junio y noviembre de 2025**. La posición de España se mantiene en comparación con los resultados de la encuesta realizada en el mismo periodo del año anterior, con un aumento

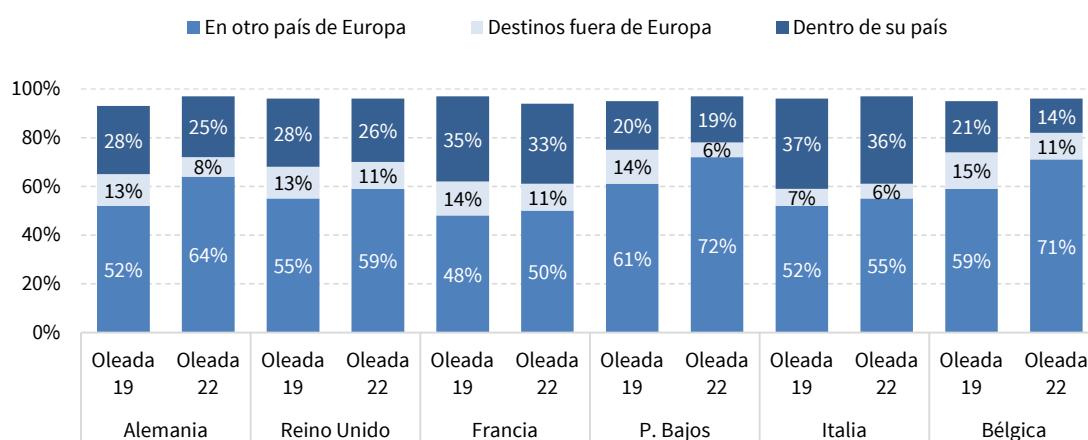




considerable del porcentaje de encuestados que lo escogen (+5 puntos porcentuales vs oleada 2024).

También en los resultados de la vigesimosegunda oleada respecto a la oleada decimonovena, los seis emisores analizados han aumentado la perspectiva de viajar a otro país europeo, siendo Bélgica, Alemania y Países Bajos los que presentan los mayores incrementos, mientras que, complementariamente, en todos los países europeos ha disminuido la perspectiva de viajes dentro del propio país o fuera de Europa.

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 19 & 22, European Travel Commision (ETC).

Más resultados de interés:

- **Los viajes siguen siendo una de las principales prioridades para los europeos:** el 77% planea realizar al menos un viaje entre junio y noviembre de 2025, unas intenciones de viaje que aumentan ligeramente en comparación con hace un año, observándose un **incremento de las vacaciones de ocio/placer** mientras que baja la proporción de los que planean un viaje de negocio y se mantienen las visitas a familiares.
- A pesar de las presiones económicas actuales, **la mayoría tiene la intención de mantener o incluso aumentar sus presupuestos de vacaciones** en los próximos meses, priorizando los gastos en destino que aumentan el valor y la comodidad del viaje.
- Julio y agosto siguen siendo los meses más populares para las vacaciones de verano, pero septiembre poco a poco gana protagonismo. Esta preferencia sugiere que **una proporción significativa de viajeros está abierta a opciones fuera de la temporada alta**, motivada por un clima más templado, menos multitudes y una mejor relación calidad-precio.
- Entre los europeos **disminuye la intención de viajar fuera del continente** en los próximos meses, una decisión probablemente vinculada a los mayores costes





asociados a viajes en el extranjero y a las actuales incertidumbres geopolíticas. Sin embargo, para los viajes dentro de Europa, **aumenta la intención de visitar países más alejados dentro del continente**. Este cambio podría estar motivado por un creciente apetito por experiencias culturalmente distintas que aún ofrezcan la familiaridad, la seguridad y la facilidad de los viajes dentro de Europa.

- **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 2025 en destinos menos populares o fuera de lo común, mientras disminuye en proporción el interés en los puntos turísticos tradicionales.
- Al seleccionar un lugar de vacaciones, **priorizar la seguridad sigue siendo primordial:** la seguridad percibida del destino (19%) es el criterio número uno, seguido del clima agradable (15%) y de las ofertas atractivas (14%).
- **A pesar de que el deseo de viajar en los próximos seis meses es elevado, se planifican un menor nº de viajes:** aumentan los encuestados europeos que planifican un solo viaje para esta temporada, lo que quizás indique que las presiones financieras continúan afectando el comportamiento de los viajeros.

Como resumen, y usando los comentarios del presidente de ETC ante los hallazgos de la última oleada de este informe: “*Nuestros últimos datos muestran que, incluso en medio de realidades económicas y sociales cambiantes, los europeos no están dispuestos a hacer concesiones en materia de viajes y prefieren cada vez más destinos más tranquilos y viajes fuera de las temporadas altas*”.

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 que favorecen:

1. A pesar de las incertidumbres económicas que atraviesan muchos emisores europeos, **el deseo de viajar sigue siendo fuerte y los viajes turísticos continúan siendo una prioridad** de consumo, posicionándose por delante de otros bienes y servicios. Así lo demuestran las cifras de gasto turístico internacional, que presentan una tendencia de crecimiento sostenido, aunque las tasas se hayan ido moderado, tras años de intensa recuperación.
2. **España sigue destacando como destino preferente para la temporada otoño-invierno de 2025** para la mayoría de los emisores europeos: mantiene una imagen sólida y atractiva, al permanecer en los primeros puestos tanto en consideración





como en intención de viaje frente a sus principales competidores, y también mantiene niveles altos en el índice de satisfacción. Sin embargo, mientras que España presenta un mantenimiento o un leve deterioro interanual en estas tres dimensiones, sus competidores registran crecimientos, acortando las distancias con España.

3. España es un destino seguro, conocido y valorado. **A favor de España también cuenta su proximidad geográfica** para varios emisores europeos vecinos (Portugal, Francia e Italia), que dispone de una **excelente conectividad aérea** (lo que eleva el número de posibles destinos españoles a visitar), de una **buena relación calidad-precio**, y de una particular **riqueza cultural, gastronómica y paisajística**.
4. **El clima suave de España durante el invierno propicia las visitas en los meses fuera de la temporada alta.** Esta es una buena oportunidad para el destino pues le permite desestacionalizar los flujos turísticos que recibe, y para los turistas que lo visitan, al permitirles obviar los inconvenientes de las altas temperaturas y los problemas de saturación, así como acceder a los mismos servicios a unos precios más económicos.

Factores que desalientan:

1. **La temporada de otoño-invierno de 2025 va a venir muy condicionada por la situación económica que atraviesen los países emisores europeos:** la evolución de la inflación, de los tipos de interés, de las tasas de desempleo, impuestos, etc... van a seguir ejerciendo su influencia en los niveles de confianza de las familias, volviéndolas más cautas y modelando su comportamiento viajero.
2. También hay que tener presente la **evolución de los tipos de cambio** de las monedas de ciertos emisores (libra esterlina, dólar y coronas sueca, danesa y noruega). Las depreciaciones de estas monedas frente al euro podrían frenar la buena tendencia observada a lo largo de 2025 y desviar flujos turísticos hacia destinos competidores donde exista una ventaja por la cotización de sus monedas.
3. Otro factor que considerar es **el incremento continuado de los precios de los servicios turísticos** (transporte aéreo, alojamiento, paquetes turísticos, restauración, tasas turísticas, etc.), que hace que los consumidores con menos ingresos deban renunciar a viajar al extranjero y/o viajar dentro del propio país, a decantarse por destinos más baratos, acortar la duración de sus viajes o a reducir el gasto adicional en el destino, todo un conjunto de **estrategias para controlar los gastos**.
4. Los fenómenos climáticos extremos (lluvias torrenciales, olas de calor, incendios, etc...) y 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 economía de Estados Unidos mantiene un crecimiento moderado, con expectativas de que el PIB real se desacelere, pasando del +2,9% en 2024 al +1,7% en 2025. No obstante, los consumidores muestran, según las últimas encuestas, cierta confianza y predisposición a viajar. Así, el turismo internacional sostiene un adecuado nivel de gasto, lo que podría seguir beneficiando a España, que consolida poco a poco su posición como uno de los destinos europeos mejor valorados. 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.

Las previsiones en conectividad aérea para España también son optimistas. En la temporada primavera/verano de 2025, un total de 12 ciudades estadounidenses han conectado de forma directa con 6 ciudades españolas, entre las que se encuentra Málaga, alcanzando niveles históricos de conectividad aérea. Para la temporada de otoño/invierno de 2025-2026 se contabilizan 22 conexiones directas que unen 12 ciudades estadounidenses con tres ciudades españolas: Madrid, Barcelona y Palma de Mallorca.

Todas estas consideraciones, unidas 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.

Fuente: Informes de tendencias de mercado. Temporada otoño/invierno 2025-2026. TURESPAÑA





Andalucía
NEXUS |

+data

+data

Acumulado enero-junio 2025

Principales cifras mercados turísticos extranjeros en Andalucía

Infografías

nexus.andalucia.org



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos



Junta
de Andalucía



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-1-10-250048-PDF

Formulario de contacto:

https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoyandaluciaexterior/servicios/app/cs-upeticion.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 ; salta@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

Acumulado enero-junio 2025

CUÁNTOS SON:



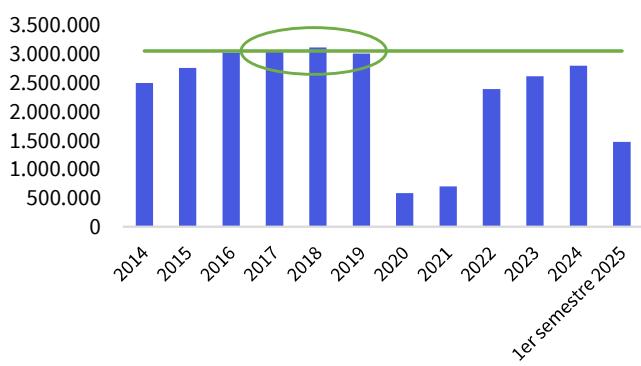
Tamaño: **1,5 millones de turistas**



+12,5% vs. 1^{er} semestre 2024

+0,5% vs. 1^{er} semestre 2019

Nivel pre-COVID: 3 millones de turistas



Cuota de participación: **representa el 21,7%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



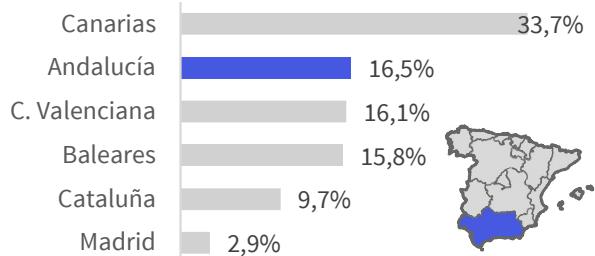
+0,8 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2024

-4,4 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2019

Cuota pre-COVID: 26,1%

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

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



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

CÓMO VIAJAN:



Gasto medio diario: **162 euros**



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



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



Los hoteles andaluces registraron:

791.300 viajeros/as de Reino Unido

+2,9% vs. 1^{er} semestre 2024

3,4 millones de pernoctaciones

+3,6% vs. 1^{er} semestre 2024



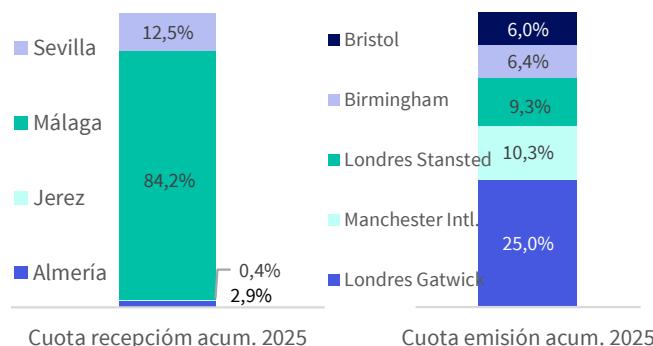
Vía de acceso: **94,7% usó un aeropuerto**



Llegadas a aeropuertos andaluces:

1,7 millones pasajeros/as de aerop. británicos

+8,9% vs. 1^{er} semestre 2024



Cuota recepción acum. 2025

Cuota emisión acum. 2025

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

Fuentes: Smartdata-Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA, de las Estadísticas Frontur y Egatur (INE) y de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).



PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO FRANCÉS EN ANDALUCÍA

Acumulado enero-junio 2025

CUÁNTOS SON:

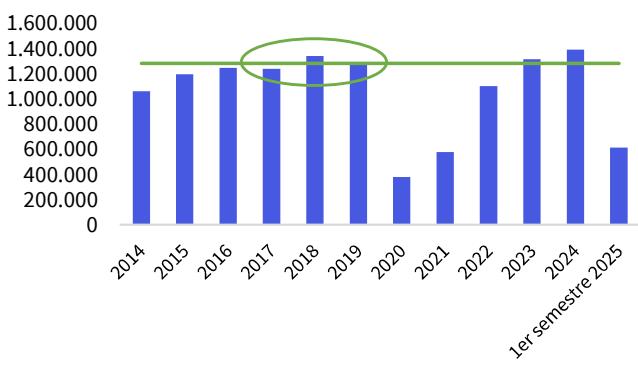


Tamaño: **612.600 turistas**



-5,2% vs. 1^{er} semestre 2024
+4,5% vs. 1^{er} semestre 2019

Nivel pre-COVID: 1,3 millones de turistas



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

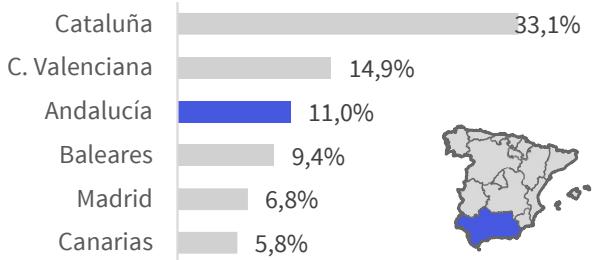


-1,3 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2024
-1,4 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2019

Cuota pre-COVID: 10,4%

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

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



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

CÓMO VIAJAN:



Gasto medio diario: **126 euros**



Estancia media en Andalucía: **8,5 días**



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



Tipo de alojamiento: **46,9% usó hoteles y similares**

Los hoteles andaluces registraron:

391.500 viajeros/as de Francia

-8,9% vs. 1^{er} semestre 2024

1 millón de pernoctaciones

-8,1% vs. 1^{er} semestre 2024

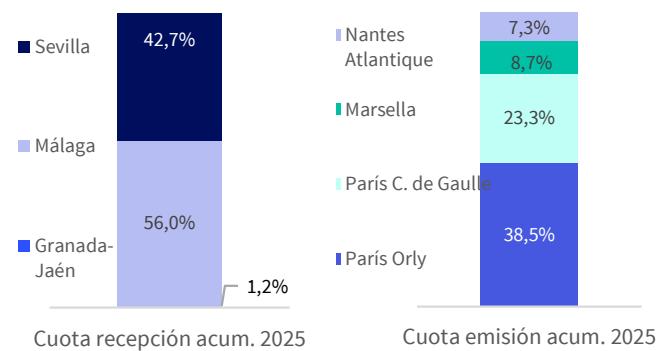


Vía de acceso: **54,9% usó un aeropuerto**

Llegadas a aeropuertos andaluces:

1,7 millones pasajeros/as de aerop. franceses

+8,9% vs. 1^{er} semestre 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

Fuentes: Smartdata-Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA, de las Estadísticas Frontur y Egatur (INE) y de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).



PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ALEMÁN EN ANDALUCÍA

Acumulado enero-junio 2025

CUÁNTOS SON:

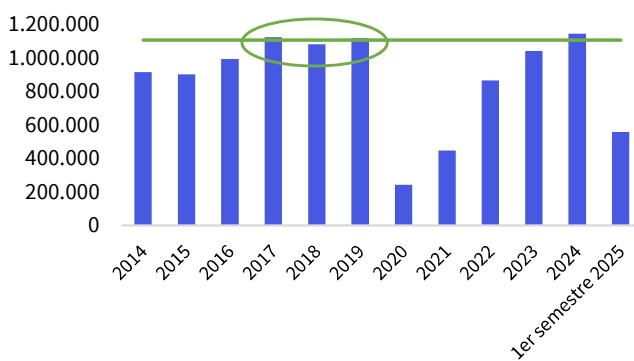


Tamaño: **556.100 turistas**

-0,2% vs. 1^{er} semestre 2024

-0,6% vs. 1^{er} semestre 2019

Nivel pre-COVID: 1,1 millones de turistas



Cuota de participación: **representa el 8,2%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



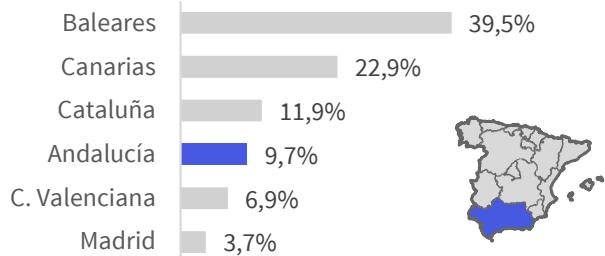
-0,7 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2024

-1,8 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2019

Cuota pre-COVID: 10,0%

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

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



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

CÓMO VIAJAN:



Gasto medio diario: **153 euros**



Estancia media en Andalucía: **8,9 días**



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



Tipo de alojamiento: **68,8% usó hoteles y similares**

Los hoteles andaluces registraron:

396.800 viajeros/as de Alemania

-2,4% vs. 1^{er} semestre 2024

1,6 millones de pernoctaciones

-3,9% vs. 1^{er} semestre 2024

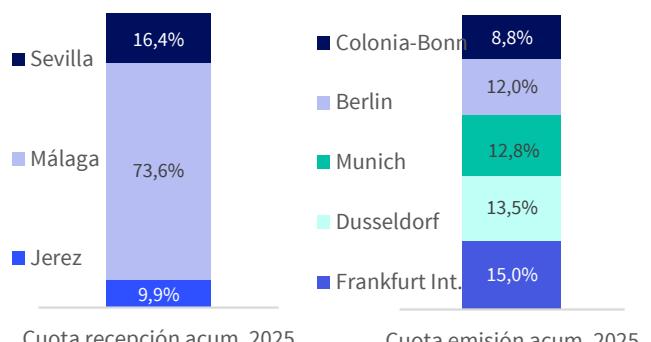


Vía de acceso: **84,6% usó un aeropuerto**

Llegadas a aeropuertos andaluces:

631.900 pasajeros/as de aerop. alemanes

+8,2% vs. 1^{er} semestre 2024



Cuota recepción acum. 2025

Cuota emisión acum. 2025

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

Fuentes: Smartdata-Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA, de las Estadísticas Frontur y Egatur (INE) y de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).



PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO NÓRDICO EN ANDALUCÍA

Acumulado enero-junio 2025

CUÁNTOS SON:

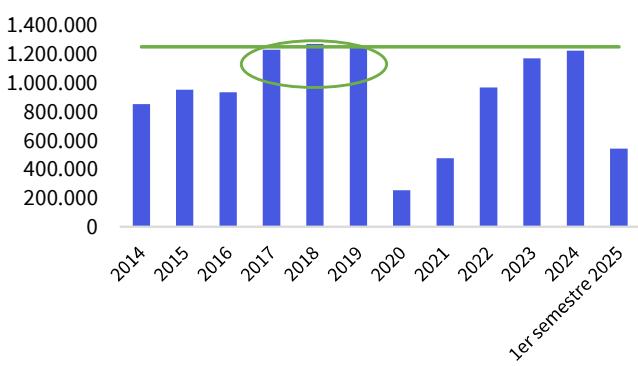


Tamaño: **543.600 turistas**



-8,6% vs. 1^{er} semestre 2024
-7,4% vs. 1^{er} semestre 2019

Nivel pre-COVID: 1,25 millones de turistas



Cuota de participación: **representa el 8,0%** del total de la demanda extranjera en Andalucía

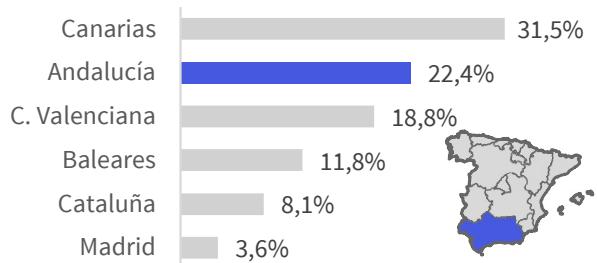


-1,5 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2024
-2,4 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2019

Cuota pre-COVID: 10,4%

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

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



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

CÓMO VIAJAN:



Gasto medio diario: **158 euros**



Estancia media en Andalucía: **10,8 días**
Julio y octubre suelen ser los **meses preferidos** para visitar la región



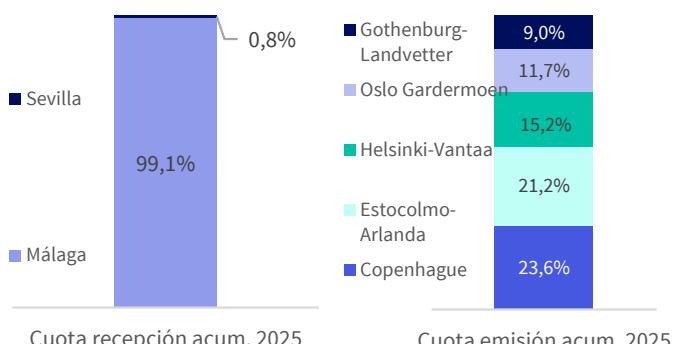
Tipo de alojamiento: **49,9% usó hoteles y similares**

Los hoteles andaluces registraron:
212.000 viajeros/as de P. Nórdicos
-1,2% vs. 1^{er} semestre 2024
1 millón de pernoctaciones
-2,1% vs. 1^{er} semestre 2024



Vía de acceso: **98,6% usó un aeropuerto**

Llegadas a aeropuertos andaluces:
609.300 pasajeros/as de aerop. nórdicos
+0,6% vs. 1^{er} semestre 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

Fuentes: Smartdata-Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA, de las Estadísticas Frontur y Egatur (INE) y de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).



PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO NEERLANDÉS EN ANDALUCÍA

Acumulado enero-junio 2025

CUÁNTOS SON:

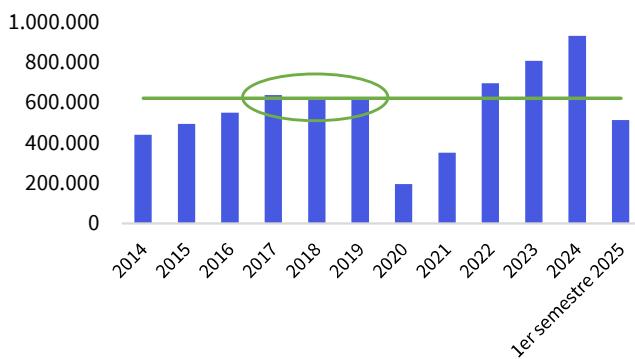


Tamaño: **513.200 turistas**

+18,3% vs. 1^{er} semestre 2024

+87,8% vs. 1^{er} semestre 2019

Nivel pre-COVID: 1,1 millones de turistas



Cuota de participación: **representa el 7,6%** del total de la demanda extranjera en Andalucía



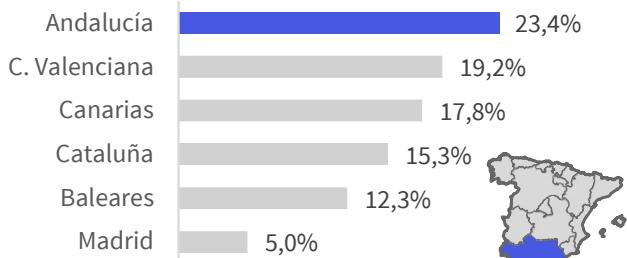
+0,6 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2024

+2,7 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2019

Cuota pre-COVID: 4,9%

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

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



En el acumulado de 2025, Andalucía continúa como **primer receptor de turismo neerlandés** en España, tras adelantar a Canarias y a la C. Valenciana

CÓMO VIAJAN:



Gasto medio diario: **181 euros**



Estancia media en Andalucía: **7,3 días**



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

Tipo de alojamiento: **58,2% usó hoteles y similares**



Los hoteles andaluces registraron:

233.800 viajeros/as de Países Bajos

-0,9% vs. 1^{er} semestre 2024

849.700 pernoctaciones

-0,8% vs. 1^{er} semestre 2024

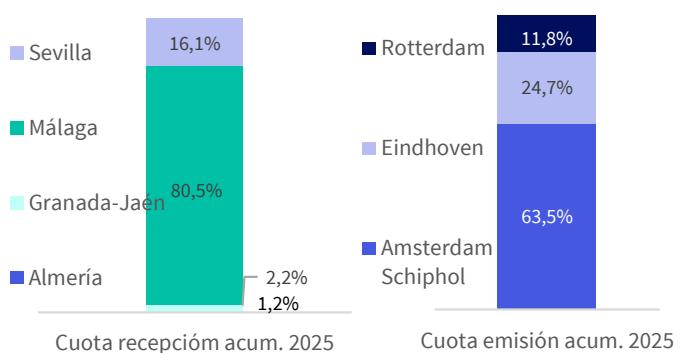
Vía de acceso: **94,5% usó un aeropuerto**



Llegadas a aeropuertos andaluces:

480.700 pasajeros/as de aerop. neerlandeses

+9,2% vs. 1^{er} semestre 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

Fuentes: Smartdata-Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA, de las Estadísticas Frontur y Egatur (INE) y de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).



PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO ITALIANO EN ANDALUCÍA

Acumulado enero-junio 2025

CUÁNTOS SON:

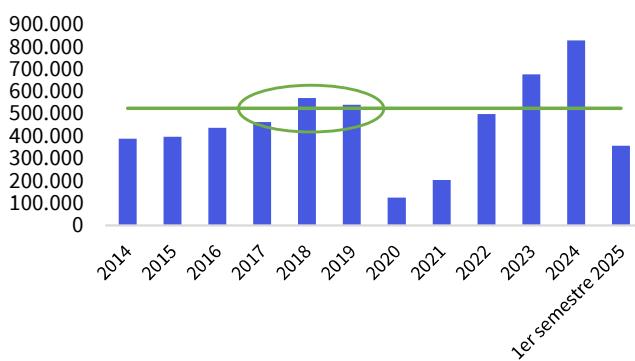


Tamaño: **355.100 turistas**

-1,8% vs. 1^{er} semestre 2024

+30,8% vs. 1^{er} semestre 2019

Nivel pre-COVID: 523.000 turistas



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



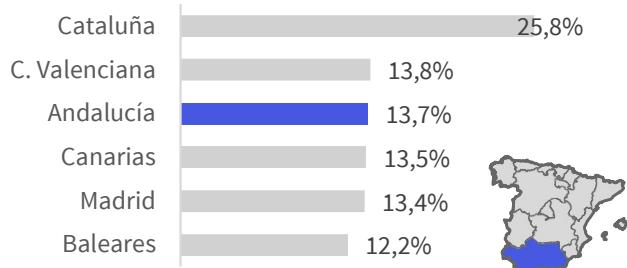
-0,5 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2024

+0,4 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2019

Cuota pre-COVID: 4,8%

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

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



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



Fuentes: Smartdata-Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA, de las Estadísticas Frontur y Egatur (INE) y de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

CÓMO VIAJAN:



Gasto medio diario: **138 euros**



Estancia media en Andalucía: **5,7 días**



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



Tipo de alojamiento: **65,2% usó hoteles y similares**



Los hoteles andaluces registraron:

279.500 viajeros/as de Italia

-7,4% vs. 1^{er} semestre 2024

623.000 pernoctaciones

-5,1% vs. 1^{er} semestre 2024

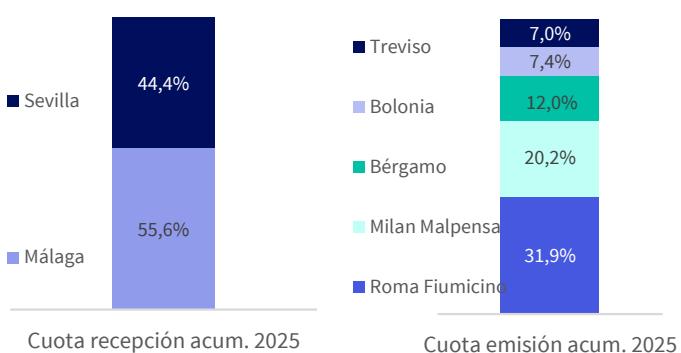


Vía de acceso: **97,6% usó un aeropuerto**

Llegadas a aeropuertos andaluces:

606.800 pasajeros/as de aerop. italianos

+16,7% vs. 1^{er} semestre 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

Acumulado enero-junio 2025

CUÁNTOS SON:

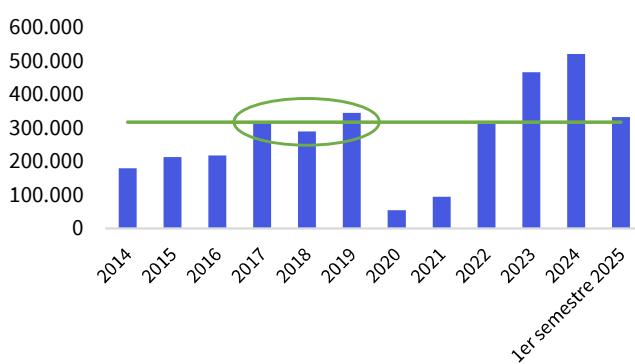


Tamaño: **331.100 turistas**

+14,0% vs. 1^{er} semestre 2024

+85,6% vs. 1^{er} semestre 2019

Nivel pre-COVID: 316.900 turistas



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



+0,2 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2024

+1,7 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2019

Cuota pre-COVID: 3,2%

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

Ranking de las principales CC. AA. de destino:

| | |
|---------------|-------|
| Cataluña | 38,6% |
| Madrid | 27,5% |
| Andalucía | 15,6% |
| Baleares | 5,0% |
| C. Valenciana | 4,2% |
| Canarias | 1,3% |



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

Fuentes: Smartdata-Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA, de las Estadísticas Frontur y Egatur (INE) y de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).

CÓMO VIAJAN:



Gasto medio diario: **276 euros**



Estancia media en Andalucía: **8,3 días**



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

Tipo de alojamiento: **75,3% usó hoteles y similares**



Los hoteles andaluces registraron:

369.600 viajeros/as de EE.UU.

-2,7% vs. 1^{er} semestre 2024

839.500 pernoctaciones

-0,9% vs. 1^{er} semestre 2024



Vía de acceso: **95,1% usó un aeropuerto**

Es decir, el 95,1% de turistas estadounidenses con destino principal la CC. AA. de Andalucía en el 1^{er} semestre de 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.



9.200 pasajeros/as de EE.UU.

-1,8% vs. 1^{er} semestre 2024

Siendo el aeropuerto de Málaga el que recibió el 99,1% 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 97,7%.





PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO PORTUGUÉS EN ANDALUCÍA

Acumulado enero-junio 2025

CUÁNTOS SON:

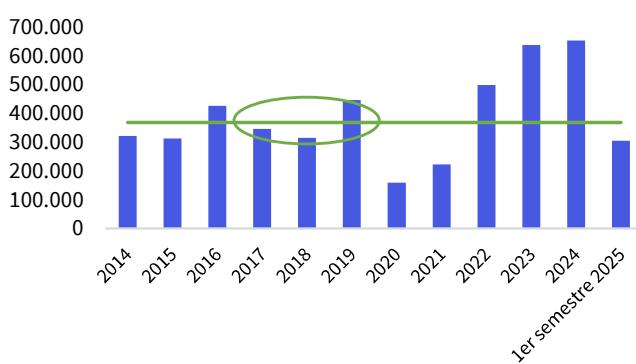


Tamaño: **304.800 turistas**

+40,1% vs. 1^{er} semestre 2024

+82,1% vs. 1^{er} semestre 2019

Nivel pre-COVID: 368.700 turistas



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



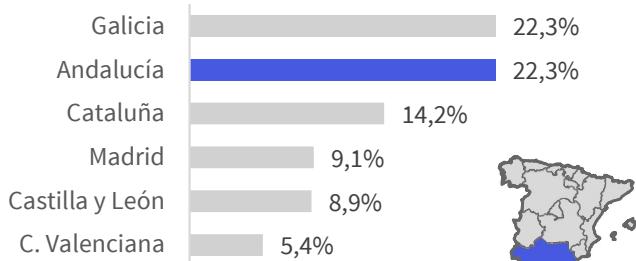
+1,0 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2024

+1,5 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2019

Cuota pre-COVID: 3,0%

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

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



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

CÓMO VIAJAN:



Gasto medio diario: **156 euros**



Estancia media en Andalucía: **3,3 días**



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



Tipo de alojamiento: **61,8% usó hoteles y similares**



Los hoteles andaluces registraron:

202.300 viajeros/as de Portugal

+12,3% vs. 1^{er} semestre 2024

552.400 pernoctaciones

+17,1% vs. 1^{er} semestre 2024



Vía de acceso:

82,7% usó carretera

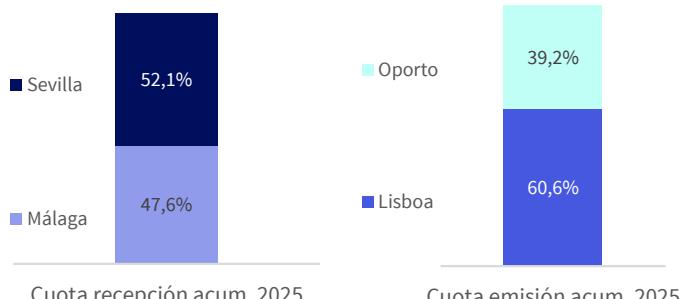
17,0 usó avión



Llegadas a aeropuertos andaluces:

149.200 pasajeros/as de aerop. portugueses

+10,7% vs. 1^{er} semestre 2024



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

Fuentes: Smartdata-Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA, de las Estadísticas Frontur y Egatur (INE) y de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).





PRINCIPALES CIFRAS DEL TURISMO BELGA EN ANDALUCÍA

Acumulado enero-junio 2025

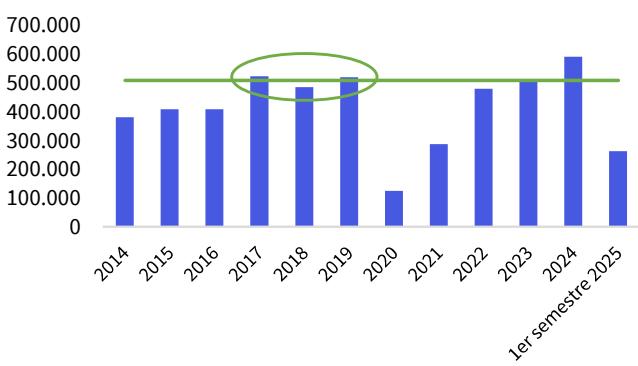
CUÁNTOS SON:



Tamaño: **262.600 turistas**

+0,1% vs. 1^{er} semestre 2024
+19,1% vs. 1^{er} semestre 2019

Nivel pre-COVID: 509.400 turistas



Cuota de participación: **representa el 3,9%** del total de la demanda extranjera en Andalucía

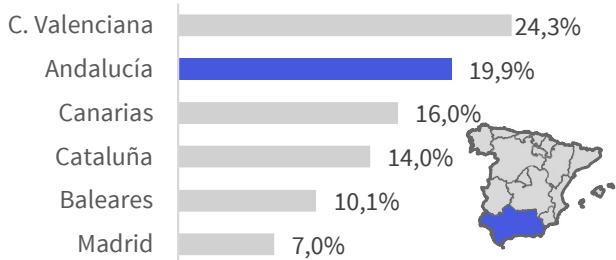


-0,3 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2024
-0,1 p. porcent. vs. 1^{er} semestre 2019

Cuota pre-COVID: 3,9%

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

Ranking de las principales CC. AA. de destino:



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

CÓMO VIAJAN:



Gasto medio diario: **170 euros**



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



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



Tipo de alojamiento: **61,0% usó hoteles y similares**



Los hoteles andaluces registraron:

129.400 viajeros/as de Bélgica

+4,3% vs. 1^{er} semestre 2024

518.000 pernoctaciones

+5,5% vs. 1^{er} semestre 2024

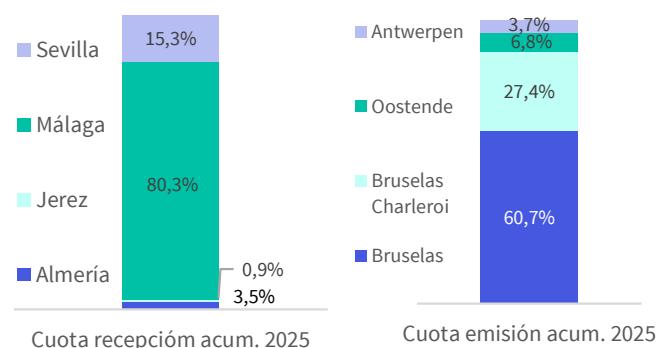


Vía de acceso: **91,8% usó un aeropuerto**

Llegadas a aeropuertos andaluces:

287.300 pasajeros/as de aerop. belgas

+5,2% vs. 1^{er} semestre 2024



Cuota recepción acum. 2025

Cuota emisión acum. 2025

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

Fuentes: Smartdata-Oficina del Dato. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA, de las Estadísticas Frontur y Egatur (INE) y de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE).





Andalucía
NEXUS |

+data