



# Turismo español en Andalucía

**Año 2020**

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



## TURISMO ESPAÑOL EN ANDALUCÍA. AÑO 2020

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

### COLECCIÓN

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos

### EDITA

Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

Plaza Nueva, nº 4

41001 Sevilla

Formulario de contacto:

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

### ELABORA

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.

C/ Compañía nº 40

29008, Málaga

T. 951 299 300 Fax. 951 299 365

Correo e.: saeta@andalucia.org

Publicación electrónica semestral disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones

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

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

# Índice de contenidos

---

- 00. Introducción.
- 01. El emisor español. Año 2020.
- 02. El emisor español en Andalucía. Año 2020
- 03. Andalucía como destino seguro para los españoles: intención de viajar, destino y comportamiento 2021.
- 04. Anexo de tablas.

## 00. Introducción

---

En el análisis de los resultados del presente informe se han de tener en cuenta las condiciones excepcionales acontecidas en la actividad turística como consecuencia de la pandemia mundial de COVID-19. El 14 de marzo se declaró el Estado de Alarma en España para la gestión de la situación de crisis sanitaria del coronavirus y el día 23 de marzo se cerraron las fronteras exteriores. El Estado de Alarma finalizó el 21 de junio, pero se mantuvieron las restricciones temporales de viajes no imprescindibles desde terceros países (países no UE o países Schengen) así como las fronteras interiores con Portugal hasta el 1 de julio. Desde esa fecha, se han ido sucediendo diversos niveles de restricciones de movilidad, tanto interna (entre Comunidades Autónomas) como externa, en función del impacto del Covid en cada territorio o país emisor.

Asimismo, se incluye en este informe, los resultados, para el mercado nacional, del “Diagnóstico de Andalucía como destino seguro” que SAETA ha realizado a lo largo de 2020, con el objetivo de investigar sobre la intención de viajar a lo largo de 2021 de sus principales emisores, incluso en la actual situación de pandemia, y averiguar cuáles son los destinos preferidos. También se evalúa el conocimiento de los protocolos de protección implantados.

# 01. El emisor español. Año 2020

Según la [Encuesta de turismo de residentes](#) realizada por el Instituto Nacional de Estadística, en el año 2020 los residentes en España han realizado un total de 101,5 millones de viajes, lo que supone un descenso del -47,6% respecto a los viajes registrados en 2019. Según destino, y dada las excepcionales condiciones para viajar donde la movilidad, tanto interna, pero sobre todo externa se ha visto tan afectada, la reducción de los viajes de los españoles con destino foráneo ha sido muy superior (5,1 millones de viajes; un -74,8%) que la de los viajes dentro del territorio nacional (96,4 millones de viajes; un -44,5%).

Andalucía continúa manteniendo el liderazgo en lo que a turismo nacional se refiere, captando el 19,6% del total de viajes que éstos realizan en España, cuota que se sitúa +0,8 puntos porcentuales por encima de la registrada en 2019. Cataluña y la C. Valenciana le siguen en orden de importancia con cuotas superiores al 12%.

En este contexto, cabe destacar el gran papel del emisor andaluz dentro del mercado nacional en Andalucía. El turista andaluz es el mejor prescriptor de su propia tierra, los datos así lo reflejan. Así, en 2019, año sin restricciones de movilidad entre Comunidades, el 66,8% del total de viajes de los turistas españoles a nuestra Comunidad pertenecen a los propios andaluces. Este año, lógicamente favorecido por la pandemia de la Covid-19, ese porcentaje se eleva a un 74,3%.

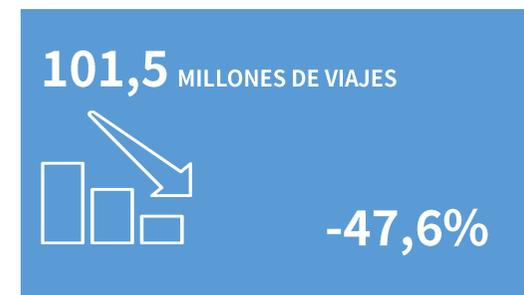
## Ranking según CC. AA. Receptora. Total viajes internos. Año 2020

Posición	Comunidad receptora	Cuota 2020	Cuota 2019	Dif. 20/19
1	<b>Andalucía</b>	19.6%	18.8%	0.8
2	Cataluña	13.9%	14.5%	-0.6
3	C.Valenciana	12.0%	11.4%	0.6
4	Castilla y León	9.9%	10.1%	-0.2
5	Castilla - La Mancha	6.5%	6.3%	0.2
6	Madrid, C. de	6.3%	7.9%	-1.6

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos la Encuesta de Turismo de Residentes (INE)

## Puntos clave

- La caída de los viajes de los españoles ha sido generalizada en los destinos nacionales: la totalidad de las principales CC.AA. turísticas, incluida Andalucía, han registrado mínimos históricos
- Descenso generalizado en todos los tipos de viaje, siendo los relacionados con el turismo de naturaleza los que registran menor caída (-28%). A su vez, descienden los viajes en todas las tipologías de alojamiento, siendo en este caso, las viviendas en alquiler, de amigos y familiares y las casas rurales las que presentan menores descensos, entre -36% y -38%.
- Aumento de los viajes dentro de la propia comunidad de residencia, de cinco de cada diez del total de viajes internos en 2019 a seis de cada diez en 2020.



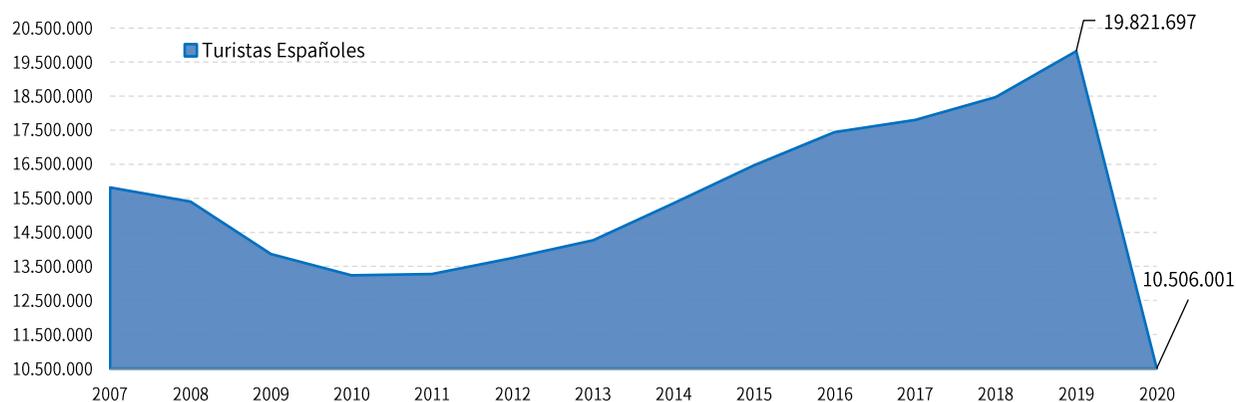
## 02. El emisor español en Andalucía. Año 2020

### ¿CUÁNTOS TURISTAS SON Y COMO HAN EVOLUCIONADO?

Los resultados negativos con los que ha cerrado el año 2020 el mercado nacional en Andalucía, suponen la ruptura de la tendencia alcista de ocho años consecutivos de crecimiento. Así, según la [Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía](#) del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, algo más de **10,5 millones de turistas españoles** la han visitado en este año, lo que ha supuesto un descenso del -47,2% respecto al año anterior. No sólo este indicador muestra la falta de actividad de este emisor: tasas del -53,0% en viajeros hoteleros, -55,7% en pernoctaciones hoteleras y -63,4% en pasajeros procedentes de aeropuertos españoles así lo indican.

De este modo, y volviendo a los datos de la ECTA (IECA), precisar que el volumen de turistas españoles alcanzado en este ejercicio en la Comunidad, se aproxima a la cifra de nivel registrada veintiún años atrás (10,3 millones en 1999).

### Turistas españoles en Andalucía. Años 2007-2020.



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

### Puntos clave

- Respecto a 2019: Mayor peso del mercado nacional (78,7%) frente al extranjero (21,3%) en el total de turismo recibido; y mejor evolución del emisor español frente al extranjero (-47,2% y -77,5%, respectivamente).
- Andaluces (55%) y residentes de otras Comunidades Autónomas españolas (45%) conforman la demanda turística nacional, ambas procedencias presentan descensos históricos, tasas del -45,5% y del -49,2% cada una. [\(Ver más información de estos perfiles\)](#)

**DEBIDO A LAS RESTRICCIONES DERIVADAS DE LA PANDEMIA DE COVID-19, LA EVOLUCIÓN DEL MERCADO NACIONAL PRESENTA UN DESCENSO SIN PRECEDENTES EN LA COMUNIDAD**

## 02. El emisor español en Andalucía. Año 2020

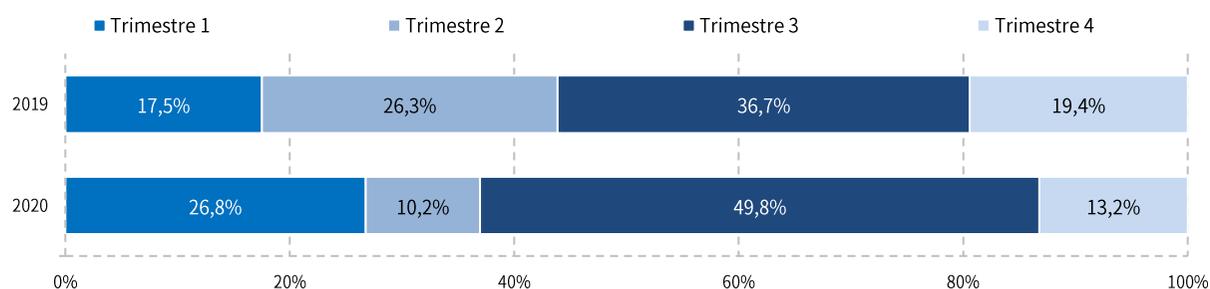
### ¿CUÁLES HAN SIDO SUS HÁBITOS DE CONSUMO TURÍSTICO? (I)

El turismo nacional registra un **alto componente estacional** ligado al período estival, circunstancia que este año se ha disparado tras la irrupción de la pandemia de la Covid-19. Así, en los meses de verano (jun-sept), período en que se relajaron las restricciones a los viajes entre territorios, se han recibido prácticamente el 50% de los turistas nacionales, cuota muy superior a la observada en 2019, un 36,7%.

Este turista ha realizado en 2020 **menos visitas a Andalucía, pero de mayor duración**. De este modo, destacar que **la estancia media** del mercado nacional se ha situado en 6,8 días, superior en +0,38 días a la registrada en 2019.

Por otro lado, el **gasto medio diario** realizado por los turistas nacionales en el destino andaluz asciende a 59,09 euros (-1,65 euros más respecto a 2019). Este gasto se sitúa algo más de cuatro euros y medio por debajo de la media del turista en Andalucía (63,02 euros).

### Distribución trimestral del número de turistas nacionales en Andalucía. Años 2019 y 2020



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

### Puntos clave:

Las pautas marcadas por las medidas sanitarias (medidas de distanciamiento social o las restricciones de movilidad) han traído consigo **cambios en los hábitos de consumo turístico**, tales como:

- En el **medio de transporte**: notable incremento en el uso del coche al ser percibido como más seguro (de un 70,2% en el año 2019 a un 80,9% en el 2020).
- En la **organización del viaje**: mayor uso de la organización particular a la hora de viajar a Andalucía (del 87,9% en 2019 al 91,9% en el año 2020).
- En el **motivo principal del viaje**: gran aumento de los viajes por ocio y vacaciones en la Comunidad (del 78,7% en 2019 al 87,2% en el año 2020).
- En los **factores de elección** del destino andaluz: aumento del número de turista atraídos por las playas andaluzas (+6,2 puntos porcentuales), al tiempo que han descendido aquellos que buscan disfrutar del clima (-5,1 puntos porcentuales).
- En el **perfil sociodemográfico**: descenso de los turistas senior (-1,4 puntos) y del segmento de edad comprendido entre 30 y 44 años (-1,6 puntos), e incremento de los turistas entre 45 y 64 años (+2,9 puntos).

## 02. El emisor español en Andalucía. Año 2020

### Puntos clave

#### ¿CUÁLES HAN SIDO SUS HÁBITOS DE CONSUMO TURÍSTICO? (II)

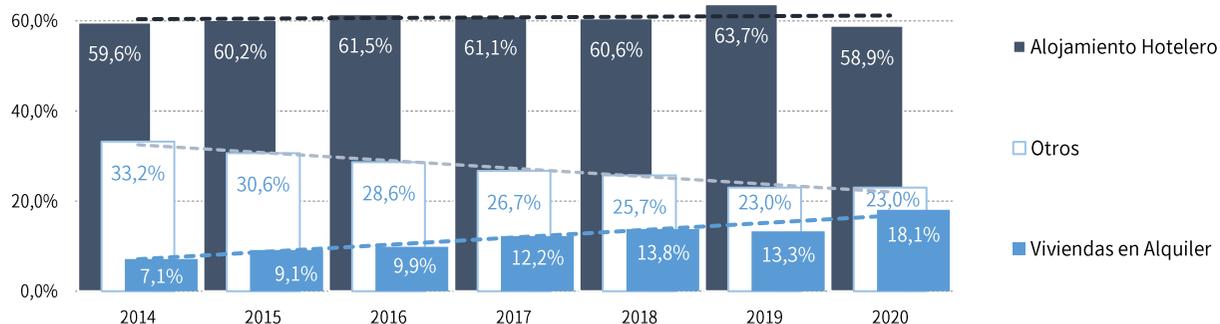
Los establecimientos hoteleros (hoteles, hoteles-apartamentos, hostales y pensiones) continúan siendo el [alojamiento](#) preferido de los turistas españoles durante su estancia en Andalucía con una participación del 58,9% en 2020. Ahora bien, han perdido cuota (-6,9 puntos porcentuales) frente al resto de tipologías de alojamientos, destacándose las viviendas en alquiler. Esta última tipología ha experimentado el mayor crecimiento de los últimos seis años, tal y como se observa en el gráfico.

Pese a la falta de dinamismo, la importancia del [movimiento hotelero](#) en Andalucía es incuestionable. Así, la Encuesta de Ocupación Hotelera cuantifica en 4,9 millones los viajeros españoles que durante 2020 se alojaron en establecimientos hoteleros andaluces y realizaron un total de 11,3 millones de pernoctaciones, lo que supone descensos del -53,0% y del -55,7%, respectivamente. En este contexto, precisar que Andalucía ha visto reducidas sus pernoctaciones hoteleras con menos intensidad que la media nacional (-57,5%) en el año 2020 y ha revalidado su liderato en el mercado nacional captando el 22,3% del total de pernoctaciones nacionales registradas, a gran distancia del resto.

- Un año más Andalucía es líder en el mercado nacional en lo que a movimiento hotelero se refiere.

¿Qué emisores lo han hecho posible?: Andaluces en gran medida (50,7%), seguidos a distancia de madrileños (17,8%), catalanes (5,4%) y valencianos (4,4%).

#### Distribución de los turistas españoles en Andalucía según tipología de alojamiento. Año 2014-2020



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

## 03. Andalucía como destino seguro para los españoles

---

En este epígrafe se presentan los resultados, para el mercado español, del informe “[Diagnóstico de Andalucía como destino seguro](#)” . Para este análisis se realizó una encuesta a 461 residentes en España mayores de 18 años, y en ella se hizo referencia exclusivamente a los viajes de ocio o vacaciones.

### 1. INTENCIÓN DE VIAJAR, DESTINO Y COMPORTAMIENTO EN 2021

- Los residentes en España muestran un elevado interés en viajar en 2021, aun existiendo la situación Covid-19: el 77,4% piensa en realizar un viaje de ocio durante 2021.
- España es elegida como posible destino para 2021 por el 58,8% de los españoles, y Andalucía es dentro del territorio nacional el destino favorito para visitar en 2021.
- La principal **motivación para viajar** en 2021 para los encuestados españoles es desconectar, relajarse, disfrutar y divertirse pasando tiempo con la familia y amigos. A esta le sigue la posibilidad de conocer nuevas culturas y como vive gente de otros países, así como conocer nuevos lugares, gentes y experiencias. Por otro lado, para los españoles el entorno, el paisaje y la naturaleza es el **factor** que prima a la hora de **elegir un destino** para viajar durante 2021.

### 2. PERCEPCIÓN DE ANDALUCÍA COMO DESTINO SEGURO

A la mayoría de los españoles, el destino andaluz les resulta un **destino seguro y atractivo** para disfrutar de su variada gastronomía, visitar espacios naturales, visitar ciudades y conocer la vida urbana y descansar en la costa, en la playa cerca del mar. Por el contrario, las actividades que consideran menos seguras es aprender o perfeccionar idiomas o hacer algún tipo de curso.

### 3. CONOCIMIENTO DE LOS PROTOCOLOS DE PROTECCIÓN FRENTE AL COVID-19

Tan solo 45,6% de los encuestados españoles saben de la existencia de protocolos de actuación implantados en los establecimientos turísticos para la protección de la salud frente a la Covid-19. Y ante la pregunta de si saben en qué consisten estos protocolos, el 42,8% de contestan que no saben en qué consisten.

## Puntos clave

---

- España se posiciona como el país más deseado, con **Andalucía como el destino preferente dentro de España**.

- La motivación a la hora de viajar no se ha visto afectada tras la pandemia, **descansar o relajarse es la principal motivación de unas vacaciones**. Ahora bien, sí ha tenido un poco más de impacto en las actividades a realizar: **se coloca en primer lugar todas las actividades en zonas rurales y en contacto con la naturaleza y se penalizan las actividades en espacios cerrados o percibidos como más masificados** (acontecimientos culturales y deportivos, visitar ciudades, cruceros organizados...).

- Andalucía es reconocida como un **destino que ofrece una amplia variedad de recursos turísticos, en la que se pueden vivir grandes experiencias y que estas pueden realizarse de forma segura**.

- El **uso de mascarillas** y reducir al 50% la ocupación del aforo son los protocolos de actuación que les hace sentir más seguros en el **transporte y actividades de ocio**. Desinfección de habitaciones, uso de geles y de nuevo **el uso de mascarillas** son las medidas más señaladas en el caso del **alojamiento**.

## 04. Anexo de tablas

INDICADORES BÁSICOS	2020	2019	% Var./Dif.
<b>Número de turistas (millones)</b>	10,5	19,9	-47,2%
<b>Distribución porcentual por trimestres:</b>			
Trimestre 1	26,8%	17,5%	9,3
Trimestre 2	10,2%	26,3%	-16,2
Trimestre 3	49,8%	36,7%	13,1
Trimestre 4	13,2%	19,4%	-6,2
<b>Gasto medio diario (en euros):</b>			
	59,09	60,75	-1,65
<b>Gasto en destino por conceptos:</b>			
Transporte	9,6%	9,9%	-0,3
Alojamiento	33,6%	27,3%	6,2
Compras alimentación	11,2%	10,1%	1,1
Compras no alimentación	5,0%	7,3%	-2,4
Visitas organizadas, ocio, otros...	4,0%	6,1%	-2,1
Alquiler de coches	0,3%	0,7%	-0,4
Comidas (bares, restaurantes, cafeterías)	36,4%	38,6%	-2,2
<b>Estancia media (nº de días):</b>			
	6,8	6,4	0,4

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Dif.
<b>Medio de Transporte:</b>			
Coche (particular, alquilado, autocaravana)	80,9%	70,2%	10,7
Avión	4,5%	9,2%	-4,7
Resto	14,7%	20,7%	-6,0
<b>Tipo de Alojamiento (sin peso):</b>			
Alojamientos Hoteleros	56,8%	63,7%	-6,9
Apartamentos, casa o chalet	36,8%	31,9%	4,8
Otros	6,5%	4,3%	2,1
<b>Organización del viaje:</b>			
De forma particular	91,8%	87,9%	3,9
Lo organizó un club, asociación, empresa...	3,7%	5,6%	-2,0
Adquirió un paquete turístico o viaje combinado	4,6%	6,5%	-2,0
<b>Motivo principal del viaje:</b>			
Trabajo (motivos profesionales) o Negocios	1,7%	4,4%	-2,7
Vacaciones / Ocio	87,2%	78,7%	8,5
Visitas a familiares y amigos	10,0%	13,5%	-3,5
Estudios (Educación y Formación)	0,4%	1,2%	-0,7
Otros motivos (Tratamientos de salud, religiosos, etc...)	0,7%	2,2%	-1,5
<b>Principales factores para elegir el destino andaluz:</b>			
Precios	10,9%	7,8%	3,0
Clima	21,9%	27,0%	-5,1
Playa	25,9%	19,7%	6,2
Visitas a monumentos	24,8%	25,4%	-0,6
Turistas de naturaleza y rural	6,6%	5,3%	1,4
Fiestas populares / Folklore	0,6%	1,6%	-1,1
Gastronomía	3,9%	4,1%	-0,2
Calidad de vida / Hospitalidad	2,6%	3,0%	-0,4
Excursiones	0,2%	0,5%	-0,3
Practicar deportes	0,8%	1,9%	-1,1
Otros	1,8%	3,7%	-1,8
<b>Canales de información del destino:</b>			
Por experiencia propia	74,8%	73,4%	1,4
Por recomendación de agencias de viajes (oficinas)	1,8%	1,9%	-0,2
Por recomendación de amigos o familiares	17,2%	18,4%	-1,2
Por redes sociales, web especializadas de viajes, blogs	3,6%	2,4%	1,2
Por página Web oficial del destino	0,8%	1,0%	-0,3
Por publicidad en prensa, radio y TV	0,9%	1,2%	-0,3
Por otros medios	1,0%	1,6%	-0,6

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Dif.
<b>Valoración al destino turístico andaluz (de 1 a 10 puntos):</b>			
Alojamiento	8,7	8,5	8,7
Restauración	8,6	8,4	8,6
Ocio/Diversión	8,4	8,4	8,4
Seguridad ciudadana	8,5	8,6	8,5
Asistencia sanitaria	8,4	8,2	8,4
Atención y trato recibido	8,8	8,8	8,8
Relación calidad/precio	8,5	8,4	8,5
Red de comunicaciones	8,4	8,2	8,4
Limpieza	8,4	8,1	8,4
Nivel de tráfico	8,2	7,9	8,2
Señalización turística	8,3	8,1	8,3
Información turística	8,6	8,4	8,6
Patrimonio cultural	8,9	8,7	8,9
Autobuses	8,2	8,3	8,2
Alquiler de coches	7,0	8,4	-1,4
Calidad de las playas y de los servicios	8,7	8,4	0,4
Paisajes y parques naturales	9,0	8,7	0,3
Entornos urbanos	8,8	8,3	0,5
Valoración global (Índice sintético de percepción)	8,3	8,3	0,0
<b>Actividades realizadas durante la estancia en Andalucía:</b>			
(NOTA: pregunta multirrespuesta, los % no suman 100)			
Compras (excluidas regulares)	25,2%	23,4%	1,8
Disfrute y uso de la playa	48,9%	44,4%	4,4
Observación de la naturaleza	17,9%	23,1%	-5,2
Asistencia a eventos deportivos	0,3%	0,8%	-0,5
Asistencia a eventos culturales	0,6%	3,6%	-3,0
Visitas a monumentos y museos	32,8%	33,7%	-0,9
Otras actividades culturales	0,5%	1,7%	-1,2
Juegos de azar	0,1%	0,2%	-0,1
Educación/formación y estudios de idiomas	0,1%	0,8%	-0,7
Actividades profesionales o de negocios/congresos y reuniones	0,5%	1,7%	-1,2
Prácticas de otros deportes	8,1%	7,7%	0,4
Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc...)	2,7%	5,8%	-3,1
Otros	1,8%	5,6%	-3,9

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
<b>Usó internet para consultas, reservas o compras:</b>			
Si	61,1%	56,8%	4,3
No	38,9%	43,2%	-4,3
<b>Para qué utilizó internet:</b>			
Consulta	100,0%	100,0%	0,0
Reserva	81,5%	88,6%	-7,1
Compra	48,9%	64,5%	-15,6
<b>Grupo de viaje:</b>			
Solo			
Con su pareja	6,3%	10,3%	-4,0
Con familiares	49,1%	39,5%	9,6
Con amigos	31,1%	34,4%	-3,2
Otros	13,0%	14,9%	-1,9
Tamaño medio del grupo de viaje (personas)	0,5%	1,0%	-0,5
<b>Grado de fidelidad:</b>	67,2%	61,1%	6,1

Fuente: : SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA (IECA)

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	2020	2019	% Var./Diferencias
<b>Sexo:</b>			
Hombres	48,1%	49,1%	-1,0
Mujeres	51,9%	50,9%	1,0
<b>Grupos de Edad:</b>			
Menos de 18 años			
De 18 a 29 años	7,8%	9,4%	-1,6
De 30 a 44 años	22,1%	20,4%	1,7
De 45 a 64 años	25,9%	27,5%	-1,6
Más de 65 años	32,8%	29,9%	2,9
<b>Situación Laboral:</b>			
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	64,9%	62,6%	2,3
En paro	4,4%	3,9%	0,4
Estudiante	14,2%	15,1%	-0,9
Retirado/Jubilado	13,6%	14,8%	-1,3
Labores del hogar	1,3%	2,0%	-0,6
Otras	1,7%	1,6%	0,0

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