



Balance del año turístico en Andalucía

Año 2020

Otras publicaciones



BALANCE DEL AÑO TURÍSTICO EN ANDALUCÍA. AÑO 2020

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

COLECCIÓN

Otras publicaciones

EDITA

Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

Plaza Nueva, nº 4

41001 Sevilla

NPU-1-10-210079-PDF

Formulario de contacto:

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

Autora: Inmaculada Gallego Galán

Publicación electrónica anual 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

ENTORNO ECONÓMICO Y TURÍSTICO DE ANDALUCÍA

EMPLEO DEL SECTOR TURÍSTICO EN ANDALUCÍA

- Población ocupada en Turismo
- Ramas de Actividad de la Industria Turística de Andalucía
- Características personales de los ocupados
- Características de los puestos de trabajo de los ocupados

DEMANDA TURÍSTICA EN ANDALUCÍA

- Aspectos generales
- El turismo español en Andalucía
- El turismo andaluz en Andalucía
- El turismo extranjero en Andalucía
- El turismo británico en Andalucía
- El turismo alemán en Andalucía

ANÁLISIS TERRITORIAL DEL TURISMO EN ANDALUCÍA LITORAL-INTERIOR

- Análisis de la demanda de turismo de litoral en Andalucía
- Análisis de la demanda de turismo de interior en Andalucía

MOVIMIENTO TURÍSTICO EN ALOJAMIENTOS HOTELEROS DE ANDALUCÍA

- Visión general, evolución y comparativa
- Ajuste de oferta y estacionalidad
- Análisis por categoría de establecimiento
- Análisis por país de origen
- Análisis por provincias y costas andaluzas

MOVIMIENTO AEROPORTUARIO EN ANDALUCÍA

- Análisis del movimiento aeroportuario en Andalucía
- Análisis por país de procedencia
- Análisis por compañía aérea

OFERTA TURÍSTICA EN ANDALUCÍA

- Contexto nacional
- Oferta turística en Andalucía
- Análisis provincial/territorial
- Análisis por tipología de alojamiento

EMPRESAS EN EL SECTOR TURÍSTICO DE ANDALUCÍA

- Contexto y evolución
- Las Pymes en Andalucía
- La estructura empresarial en Andalucía
- Distribución territorial de las empresas turísticas de Andalucía
- Principales indicadores y cifras más relevantes

INTERNET Y TURISMO

- Uso de las TIC por las empresas de alojamiento
- Uso del comercio electrónico en establecimientos hoteleros
- Perfil del turista que reserva/compra por Internet

ÍNDICE DE SIGLAS



La economía del turismo en Andalucía

Año 2020

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



Índice de contenidos

- 00. Introducción.
- 01. Entorno económico de Andalucía 2020.
- 02. Impacto del turismo en la economía andaluza.

00. Introducción

La crisis sanitaria que ha provocado la COVID-19 ha tenido un fuerte impacto en la actividad turística global y ha supuesto cambios significativos que han marcado el año turístico 2020. La evolución económica global continúa viéndose muy condicionada por los desarrollos en torno al COVID-19. El mundo se encuentra en transición, si bien se está controlando la crisis sanitaria, la economía mundial sigue inmersa en una coyuntura crítica.

Las últimas proyecciones macroeconómicas del Banco Central Europeo (BCE) contemplan un fortalecimiento de la actividad del Área del Euro en el transcurso del año 2021. Estas expectativas se sustentan en el apoyo de las políticas monetaria y fiscal y, sobre todo, en la aceleración del proceso de vacunación. Durante la segunda mitad del año podría alcanzarse un nivel elevado de inmunización colectiva que permitiera aligerar las medidas de contención. Esto llevaría a reducir la incertidumbre y a una recuperación significativa de la demanda impulsando el consumo privado y la recuperación gradual de los flujos de turismo internacional.

01. Entorno económico de Andalucía 2020

Gran parte del impacto de la crisis sanitaria en el PIB Europeo y en el español es debido al descenso del turismo. La Unión Europea es la región más grande del mundo en términos de ingresos por turismo internacional. En 2020 el número de turistas internacionales que visitaron Europa se redujeron en un -68,9%, en España la tasa fue de -77,3%, el impacto de la Covid19 se ha sentido intensamente sobre una de las principales actividades económicas.

En España, la evolución de la actividad económica sigue estando igualmente muy condicionada por los desarrollos epidemiológicos. Conseguir un equilibrio entre la protección de la salud pública y el mantenimiento de la actividad económica en las ramas con mayor grado de interacción social es muy complicado. Conforme se vaya completando el proceso de vacunación y se levanten las restricciones se reducirá la incertidumbre dotando de mayor dinamismo al gasto doméstico.

Durante 2020 la economía española se contrajo un -11,1%. Tan solo el sector primario junto con los servicios financieros y de seguros y el de los servicios de las Administraciones Públicas resistieron a los envites de la pandemia. La construcción y los servicios han sido los sectores más castigados, y dentro de estos la hostelería y el ocio. Los ingresos por turismo retrocedieron un -76,9%.

En el caso de la Comunidad Autónoma de Andalucía se da una situación similar, son los mismos sectores que para la economía española, los que consiguen salvar el ejercicio, mientras que los servicios y la construcción son los que retroceden bruscamente. Los servicios arrastrados, en mayor parte, por la caída de la actividad de la hostelería y del ocio, como ocurre en el conjunto de España. La economía andaluza en su conjunto ha registrado un descenso del -10,3%.

La pandemia ha traído consigo el cese de actividad en algunos sectores económicos durante algunos períodos y las restricciones de horarios de apertura en muchos negocios, lo que se traduce en menores ingresos y en un debilitamiento del empleo. La demanda interna se ha retraído influenciada principalmente por el menor consumo de los hogares que ha retrocedido un -11,8% y de la inversión -8,1%. Ante situaciones de crisis prolongadas como la actual suele observarse una reticencia de los hogares a gastar.

Puntos clave

- La economía mundial se resiente como consecuencia de la pandemia de Covid-19. Las restricciones a la movilidad influyen en el turismo internacional que cae a tasas sin precedentes -68,9% para el caso de Europa y -77,3% en España.
- La economía española sufre un retroceso del -11,1% influenciado principalmente por la construcción y los servicios, principalmente la hostelería y el ocio son las actividades más afectadas.
- En Andalucía, el panorama es similar al conjunto de la nación. El Producto Interior Bruto cae al -10,25% debido a la falta de actividad en los servicios y la construcción.
- El turismo y el ocio son los servicios más castigados, lo que influye en la pérdida de participación de los ingresos por turismo en el PIB de Andalucía, que pasa de representar el 13,0% al 5,4%.

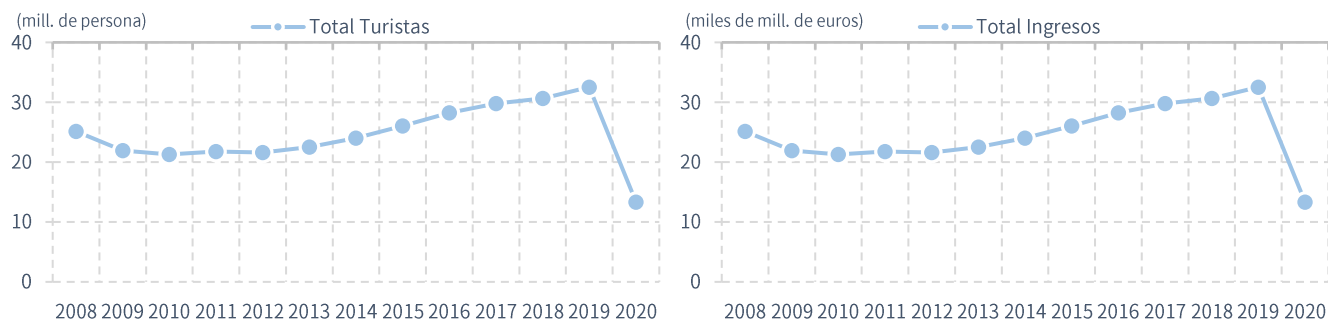
01. Entorno económico de Andalucía 2020

En la actividad turística, se observa una retracción considerable de los flujos turísticos, estimados para 2020 en 13,3 millones de turistas, lo que ha provocado una pérdida para el destino andaluz de más de la mitad de los mismos (-59,0%) y del -63,0% de los ingresos por turismo, que se han estimado para este año en 8,5 mil millones de euros, lo que en términos absolutos significa -14 mil millones de euros menos que en 2019. La gran pérdida ocasionada por el freno de la actividad turística ha influido en la bajada drástica de la participación de los ingresos por turismo en el PIB andaluz, que ha supuesto pasar del 13,0% en 2019 al 5,4%, así como en el empleo que ha sido un -16,7% inferior al registrado en el año 2019.

Puntos clave

- El número de llegadas turísticas a Andalucía se han estimado en 13,3 millones de turistas y los ingresos por turismo en 8,5 mil millones de euros, con descensos del -59,9% y -63,0% respectivamente.

Evolución de turistas e ingresos por turismo en Andalucía. Años 2008-2020



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

La menor actividad turística incide directamente en la economía andaluza que pasa a producir menos como consecuencia del descenso de la demanda e incide de forma indirecta en aquellas otras ramas de actividad que son proveedoras de las ramas turísticas.

02. Impacto del turismo en la economía andaluza

Es decir, el turista cuando demanda una plaza hotelera genera un efecto directo que es el que recae sobre el sector de la hostelería y uno indirecto que es el que, por ejemplo, se origina en el sector de la electricidad que debe producir energía para poder abastecer al sector hotelero como consecuencia de la demanda del turista.

En 2020, la economía andaluza ha necesitado producir de forma directa para satisfacer la demanda turística por valor de 11.015 millones de euros, de los cuales 7.356 han ido dirigidos a satisfacer directamente las necesidades de los turistas, y 3.658 son los que se han tenido que producir por la economía andaluza de forma indirecta y que han abastecido a las distintas ramas de actividad para que estas pudieran ofrecer los bienes y servicios turísticos requeridos.

Año 2020 (miles de euros)	Efectos totales	Efectos directos	Efectos indirectos
Agricultura, productos forestales y de pesca	467.891	205.288	262.603
Extractivas, energía eléctrica, agua y gas	602.727	209.156	393.571
Industria de bienes intermedios	707.879	406.605	301.274
Alimentación y bebidas	1.057.281	659.837	397.445
Textil, confección, cuero y calzado	208.286	188.273	20.013
Manufacturas	306.550	259.346	47.204
Comercio	2.254.537	1.898.671	355.866
Hoteles	1.283.280	1.211.268	72.011
Actividades inmobiliarias	968.857	588.513	380.344
Restaurantes	1.460.990	1.452.012	8.978
Trasporte	486.687	131.539	355.148
Alquiler de vehículos, efectos personales y enseres domésticos	82.775	26.855	55.920
Actividades recreativas, culturales y deportivas	24.262	4.912	19.350
Otros servicios	1.102.975	114.587	988.388
TOTAL	11.014.976	7.356.861	3.658.115

Fuente SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Puntos clave

- El menor flujo turístico ha contribuido a una menor producción de bienes y servicios, tanto directa como indirectamente. Durante 2020, la economía andaluza ha dejado de producir -19,3 mil millones de euros menos que en 2019. De los cuales son efectos directos -12,8 mil millones e indirectos -6,5 mil millones de euros.

02. Impacto del turismo en la economía andaluza

Esto indica que el turismo tiene un **efecto multiplicador** de 1,5, lo que quiere decir que por cada euro que consume un turista, la economía produce por valor de un euro y 50 céntimos.

Como es lógico, la disminución de los ingresos por turismo ha afectado a la actividad productiva de Andalucía provocando un retroceso directo de la misma de casi **-12,8 mil millones de euros** lo que a su vez ha provocado un efecto arrastre sobre el resto de los sectores de -6,5 miles de millones de euros, dando como resultado un **impacto total de -19,3 mil millones de euros**.

La estimación de estos efectos se realiza a través del Modelo de Demanda de Leontief, para el que se utiliza la última tabla input-output disponible en Andalucía¹ elaborada por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA). Mediante el producto de la matriz inversa de coeficientes regionales $[I-A]^{-1}$ y el vector de consumo turístico, que se obtiene a través de estimaciones del Marco I-O¹ y la Cuenta Satélite de Turismo de Andalucía, elaborada por el Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA).

Puntos clave

- El turismo tiene un efecto multiplicador de 1,50, lo que quiere decir que por cada euro que consume un turista, la economía produce por valor de un euro y 50 céntimos.

¹ La última tabla disponible en Andalucía se corresponde con el ejercicio 2015 ya que debido a la laboriosidad de la obtención de las mismas las tablas Input-Output se realizan cada 5 años. Aunque la validez de estas estimaciones descansa en la hipótesis de estabilidad de la estructura productiva en el tiempo.



Empleo del sector turístico en Andalucía

Año 2020

Economía del turismo en Andalucía



Índice de contenidos

- 00. Introducción.
- 01. Población ocupada del sector turístico en Andalucía.
- 02. Población ocupada del sector turístico en Andalucía según ramas de actividad.
- 03. Población ocupada del sector turístico en Andalucía según sus características personales.
- 04. Población ocupada del sector turístico en Andalucía según las características de los puestos de trabajo.
- 05. El comportamiento mensual del empleo del sector turístico en Andalucía a partir de la contratación registrada.
- 06. Anexo metodológico.

00. Introducción

Con el fin de establecer un sistema de información estadística que permita el análisis y seguimiento mediante indicadores del mercado laboral en las principales actividades económicas que conforman el sector turístico y su contribución al mercado laboral andaluz, la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local, a través del Área de Estadística e Investigación (SAETA), viene desarrollando, entre sus líneas de trabajo, un análisis del empleo turístico en la región.

Siguiendo las recomendaciones internacionales, se ha optado por una perspectiva desde el lado de la oferta, es decir, teniendo en cuenta el empleo en una serie seleccionada de actividades características del turismo. Y de las diversas fuentes existentes, se ha venido realizando una explotación de los microdatos de la Encuesta de Población Activa (EPA) del INE, la principal fuente estadística para el estudio del mercado de trabajo. Esta encuesta recoge trimestralmente información sobre la actividad del establecimiento donde trabajan las personas ocupadas, codificando estas variables de actividad a nivel de grupos (tres dígitos) de la CNAE-2009.

La EPA tiene como principal inconveniente que no es capaz de suministrar datos sobre empleo turístico desagregados para las provincias andaluzas, porque al tratarse de una encuesta no se puede descender a un mayor detalle si se quiere mantener la representatividad de la información. Y solo ofrece información por trimestres. Sin embargo, la demanda de información desagregada geográfica y temporalmente sobre el empleo turístico es cada vez más reiterada por todos los agentes del sector, tanto públicos como privados. Para satisfacerla es necesario recurrir a otras fuentes de información, como las derivadas de procedimientos administrativos.

En este sentido, para completar el análisis del empleo del sector turístico andaluz del año 2020 se va a utilizar información procedente de dos registros administrativos:

1. El registro de los contratos de trabajo que los empresarios tienen la obligación de comunicar a los Servicios Públicos de Empleo, una información valiosa sobre los procesos de acceso o entrada al empleo por cuenta ajena con una desagregación temporal mes a mes. Esta información se incorpora al informe actual como aproximación al comportamiento mensual del empleo turístico.
2. La afiliación de los trabajadores al Sistema de la Seguridad Social, ya que esta fuente permite aproximar el volumen de empleo del sector turístico con un mayor nivel de desagregación geográfica (provincias y zonas). Dada su extensión y detalle, el análisis del empleo turístico por provincias y zonas a partir de esta fuente se consigna en un informe separado.

01. Población ocupada del sector turístico en Andalucía

Para el año 2020 se cifra en 353,6 mil la media de ocupados y ocupadas en actividades turísticas en Andalucía¹, un -16,7% menos que en el año anterior (-70,9 mil ocupados menos en términos absolutos), lo que supone retroceder al nivel que se tenía en 2008. Esta población ocupada representa el 11,7% de los 3,02 millones de ocupados y ocupadas de la región (-1,9 puntos porcentuales menos que en 2019).

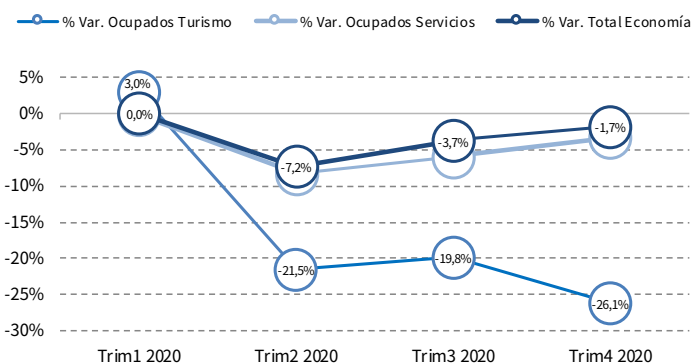
En la valoración de esta cifra hay que tener en cuenta que todos los trabajadores afectados en 2020 por un Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) por causa COVID-19 con suspensión de empleo, se consideran ocupados a efectos de su clasificación en la EPA, siguiendo así las recomendaciones metodológicas de Eurostat y de la Organización Internacional del Trabajo.

El impacto de la pandemia COVID-19 sobre el empleo de la Industria Turística ha sido mucho mayor que sobre otros sectores económicos: los descensos sin precedentes de la ocupación en la Industria Turística registrados a partir del segundo trimestre del año han sido muy superiores a los registrados en la ocupación del Sector Servicios y en la del total de ocupados y ocupadas de Andalucía (con tasas respectivas del -4,4% y -3,2% para el conjunto de 2020).

Población ocupada de Andalucía por sectores económicos y variación interanual. Año 2020

	Ocupados (miles)	Cuota %	Var. 20/19 %	Diferencias 20/19 (miles)
Agricultura y Pesca	264,8	8,8%	3,7%	9,4
Industria	299,4	9,9%	1,9%	5,6
Construcción	197,2	6,5%	-4,5%	-9,4
Ind. Turística	353,6	11,7%	-16,7%	-70,9
Resto de Servicios	1.906,0	63,1%	-1,7%	-33,4
Servicios	2.259,7	74,8%	-4,4%	-104,3
Total Economía	3.021,1	100,0%	-3,2%	-98,6

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte a partir de EPA, INE.



Puntos clave

- La Industria Turística han sido de las actividades económicas más perjudicadas por las medidas impuestas para el control de la pandemia de COVID-19: confinamientos de la población, cierre de fronteras, cierres perimetrales y restricciones generalizadas de los viajes, medidas de distanciamiento social, cuarentenas, etc... han provocado un descenso sin precedentes en la demanda de servicios turísticos en Andalucía.
- Por ello, y a pesar del alivio que han supuesto los esquemas de protección temporal del empleo (ERTE), la ocupación del sector turístico ha descendido en respuesta al desplome de la demanda (Andalucía recibió 13,3 millones de turistas en 2020, un -59,0% menos que el año anterior).

DEBIDO A LAS RESTRICCIONES DERIVADAS DE LA PANDEMIA DE COVID-19, LA ACTIVIDAD TURÍSTICA SE DESPLOMA Y ELLO SE REFLEJA EN LA EVOLUCIÓN DEL EMPLEO DEL SECTOR

¹ Véase en el anexo [el listado de actividades características del turismo](#) que se ha tenido en cuenta para la determinación de la ocupación la Industria Turística de Andalucía. Todas las cifras del año 2020 se han obtenido como media aritmética simple de los datos trimestrales.

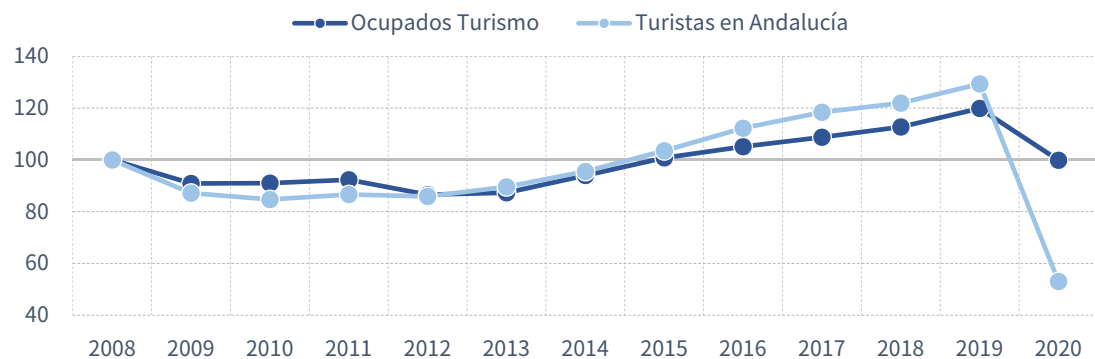
01. Población ocupada del sector turístico en Andalucía

La evolución del empleo turístico ha ido de la mano de la evolución del turismo recibido en Andalucía. En el gráfico se aprecia claramente como las dos líneas que representan dicha evolución desde 2008 se acompañan a lo largo del tiempo, creciendo y decreciendo a un ritmo similar, excepto en el año 2020, un año atípico para la actividad turística.

Si el empleo turístico no ha registrado en 2020 una caída mayor, ello se ha debido al efecto amortiguador de los ERTE. Así, y según los últimos datos publicados por la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo, a lo largo del año 2020 un total de 159.348 trabajadores de la rama de Hostelería se han visto afectados por un procedimiento de regulación temporal de empleo con suspensión de contrato o reducción de jornada². Si tenemos en cuenta que la cifra estimada de ocupados en esta rama según la explotación que se realiza de la EPA es de 256.700, entonces el 62,1% de los trabajadores de esta rama se han visto afectados por un ERTE.

Evolución de los turistas y de la ocupación en la Industria Turística de Andalucía. Años 2008-2020

(Índice = 100 en el año 2008)



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la EPA, INE

² La información publicada por la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo para el año 2020 corresponde, únicamente, a los procedimientos de regulación de empleo comunicados a las autoridades laborales provinciales y la autonómica, e incluyen únicamente trabajadores afectados por procedimientos de estos ámbitos. Es importante tener en cuenta que no están incluidos en estos datos los afectados por procedimientos de ámbito nacional, ya que la Subdirección General de Estadística y Análisis Sociolaboral del Ministerio de Trabajo y Economía Social no ha podido publicar la “Estadística de Regulación de Empleo” con su desglose habitual, al no haber recibido toda la información de las autoridades laborales autonómicas debido a la sobrecarga de expedientes de regulación que ha provocado la pandemia de COVID-19.

Puntos clave

- La **Hostelería**, que comprende las actividades de *alojamiento y restauración*, con **256,7 mil ocupados**, es la rama que da empleo a un mayor número de trabajadores del sector, pues **representa el 72,6% de toda la población ocupada en actividades turísticas de Andalucía del año 2020**.

- **Prácticamente 6 de cada 10 trabajadores de la hostelería de Andalucía se han visto afectados por un ERTE en 2020.**

- **No se dispone de información sobre el impacto de los ERTE en la ocupación del resto de ramas turísticas (*transporte turístico y otras actividades turísticas*),** porque los datos publicados sobre el nº de trabajadores afectados por estos expedientes no llegan al desglose por grupos de CNAE (códigos de actividad a tres dígitos) que se necesitaría para ello.

01. Población ocupada del sector turístico en Andalucía

DISTRIBUCIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

En 2020, todas las principales CC. AA. turísticas han registrado caídas de empleo, por lo que se han producido pocos cambios en el ranking de regiones turísticas con mayor ocupación en actividades características del turismo: Cataluña se mantiene un año más en el primer puesto, pues con 376,8 mil empleos supone el 17,3% del total de ocupación en el sector turístico español del año 2020; Andalucía también permanece en la segunda posición, con una cuota del 16,2% (353,6 mil empleos), seguida por la Comunidad de Madrid (15,9%).

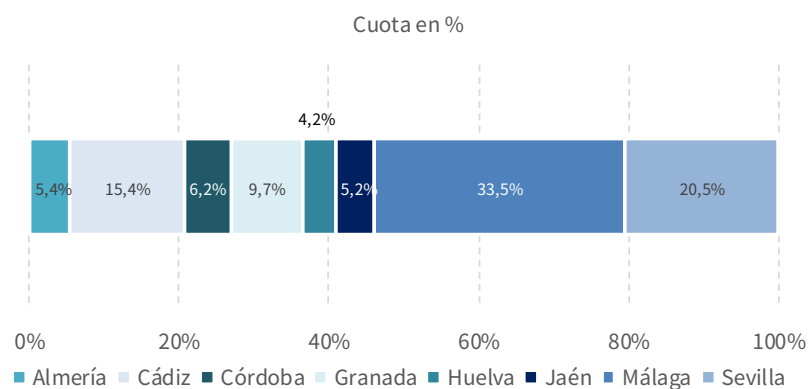
DISTRIBUCIÓN POR PROVINCIAS

Málaga y Sevilla son las provincias andaluzas que concentran la mayor proporción de población ocupada en actividades turísticas de la región en 2020, con cuotas respectivas del 33,5% y del 20,5%. El empleo turístico ha descendido³ en 2020 en todas las provincias andaluzas.

Población ocupada en la Industria Turística por CC. AA. y provincias. Año 2020

	Ocupados (miles)	Cuota %	Var. 20/19 %
Cataluña	376,8	17,3%	-11,8%
Andalucía	353,6	16,2%	-16,7%
Madrid	347,1	15,9%	-9,1%
C. Valenciana	225,6	10,3%	-10,7%
Canarias	205,0	9,4%	-20,2%
Baleares	112,3	5,1%	-20,1%
Resto CC.AA.	561,0	25,7%	-13,4%
España	2.181,5	100,0%	-13,8%

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de EPA, INE.



Puntos clave

- Aunque los descensos de empleo han sido generalizados, no todas las CC. AA. turísticas se han visto afectadas de igual forma: **los destinos insulares**, muy dependientes del turismo internacional, **han experimentado los retrocesos más importantes en el empleo turístico en 2020**, con tasas del -20%.

- Seguidamente se posiciona **Andalucía, con una caída del -16,7%, mayor que la de la media nacional (-13,8%)**.

- En Málaga y Cádiz es donde el empleo turístico tiene un mayor peso en el total de ocupados de estas provincias pues el 18,8% y el 15,6%, respectivamente, de todos los ocupados de estas provincias lo son en actividades turísticas. Además, estas dos provincias son las únicas que sobresalen de la media andaluza ([que alcanzó el 11,7% en 2020](#)).

³ Se analiza la tendencia, pero no se especifican las tasas de variación de la ocupación del sector turístico de las provincias andaluzas, porque el número de registros disponible es bajo, lo que eleva el nivel de error de estas estimaciones y su variabilidad.

02. Pobl. ocupada del sector turístico según ramas de actividad

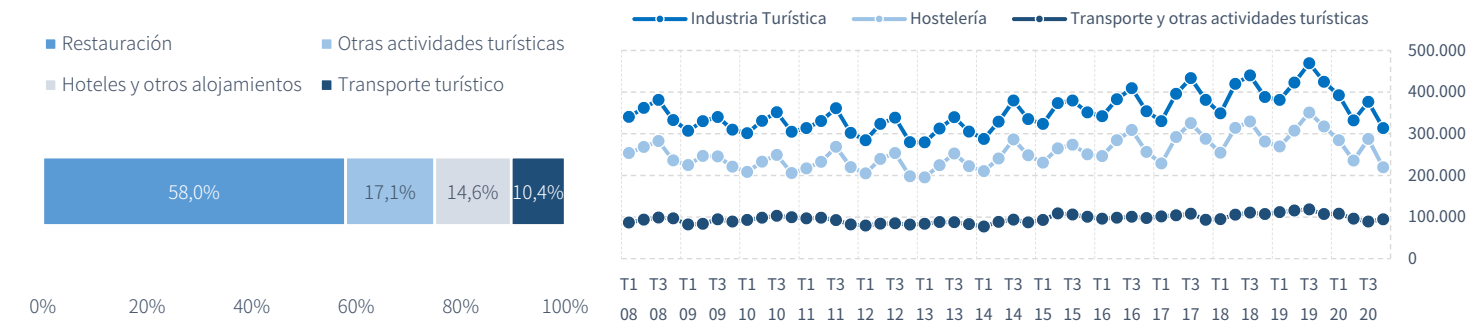
Las actividades características del turismo se pueden agrupar en **cuatro grandes ramas**: *Hoteles y otros alojamientos*, *Restauración*, *Transporte turístico* y *Otras actividades turísticas*. La rama que da empleo a un mayor número de trabajadores y trabajadoras en Andalucía es, un año más, la *Restauración*, ya que esta rama representa el 58,0% de toda la población ocupada en actividades turísticas de Andalucía del año 2020.

Respecto al año anterior, la *Hostelería*, que comprende las actividades de *alojamiento y restauración*, ha registrado un decremento en su población ocupada del -17,5%, disminuyendo también en un -14,4% la ocupación en el resto de las ramas (conjunto de *Transporte turístico* y *Otras actividades turísticas*)⁴.

Se observa en los datos trimestrales que el mayor volumen de ocupación se alcanza en el tercer trimestre de cada año, es decir, en los meses de verano, reflejo de la fuerte componente estacional que caracteriza a la actividad turística, excepto **en 2020**, ya que **debido a por las excepcionales circunstancias acaecidas en este año**, el mayor volumen de ocupados se alcanza en el primer trimestre.

Población ocupada en ramas de actividad de la Industria Turística de Andalucía.

Distribución porcentual para el año 2020 y evolución 2008-2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la EPA, INE

⁴No se especifican las tasas de variación de la ocupación de cada una de las ramas de actividad del sector turístico por separado, porque el número de registros disponible es bajo, lo que eleva el nivel de error de estas estimaciones y su variabilidad.

Puntos clave

- La *Hostelería*, no solo da empleo a un mayor número de trabajadores del sector, también es la rama que define cómo se distribuye dentro de cada año la población ocupada en la Industria Turística de la región.
- El empleo en *Transporte turístico* y *Otras actividades turísticas* se ve bastante menos afectado por la estacionalidad del turismo y se ha mantenido, sin grandes oscilaciones, en torno a los 100 mil ocupados desde los inicios de la serie, incluso en el año 2020.

03. Población ocupada del sector turístico según caract. personales

DISTRIBUCIÓN SEGÚN SEXO

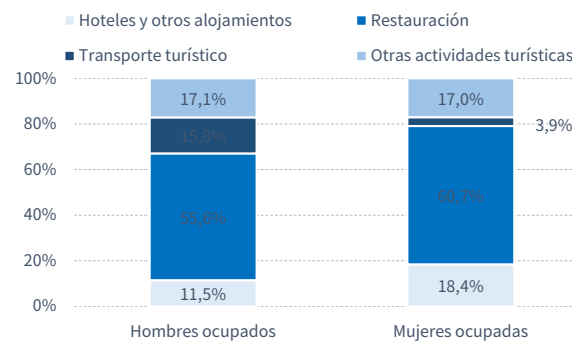
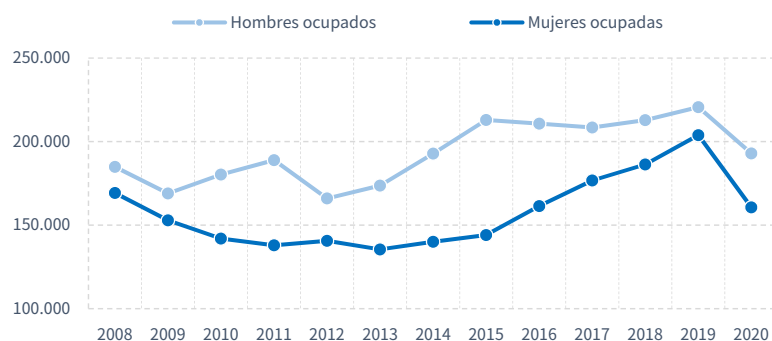
La ocupación en la Industria Turística de Andalucía del año 2020 se compone de un **54,6% de hombres (193,0 mil ocupados)** frente a un **45,4% de mujeres (160,7 mil ocupadas)**. Las mujeres ocupadas han registrado respecto al año pasado un descenso del -21,2%, caída que supera a la de los hombres ocupados (-12,5%).

La crisis económica y financiera que se inició en 2008 afectó, en los primeros años, de forma más acusada al empleo femenino. Así, en el intervalo 2009-2015, con la salvedad del año 2012, la ocupación femenina evolucionó peor que la masculina. La situación cambió en el intervalo 2016-2019, registrando el empleo femenino crecimientos más intensos, lo que les permitió, no ya recuperar, sino incluso incrementar su presencia en la mano de obra del sector, equilibrándose las cuotas de hombres y mujeres en el total de ocupados (52% ocupados y 48% ocupadas en 2019). La crisis del coronavirus de 2020 vuelve a aumentar la brecha entre ocupados y ocupadas del sector.

En 2020, el número de hombres ocupados supera al de mujeres ocupadas en la mayoría de las ramas, con la única excepción de la rama de *Hoteles y otros alojamientos*. Esta es una característica estructural del sector turístico andaluz.

Población ocupada en la Industria Turística de Andalucía según sexo. Evolución 2008-2020

Distribución porcentual según sexo y ramas de actividad turística. Año 2020



Hombres ocupados 54,6% Mujeres ocupadas 45,4%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la EPA, INE

Puntos clave

- La pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto mayor en el empleo femenino: el descenso de ocupación ha sido más intenso para las mujeres que para los hombres, provocando que el empleo masculino aumente su cuota de participación en +2,6 puntos porcentuales, y crezca el desequilibrio de ocupación entre hombres y mujeres en 2020.

- También se observa un reparto desigual de ocupados y ocupadas por ramas de actividad turística: es muy elevada la presencia de mujeres en las ramas de *Restauración* o en *Hoteles y otros alojamientos*, y muy baja en la rama del *Transporte turístico*.

- Para los hombres ocupados, aunque la *Restauración* también es la rama más importante, el resto se distribuyen más uniformemente entre las restantes ramas.

- Este reparto desigual por ramas forma parte de la estructura del empleo del sector y ha permanecido sin cambios considerables en los últimos años.

03. Pob. ocupada del sector turístico según caract. personales

DISTRIBUCIÓN SEGÚN EDAD

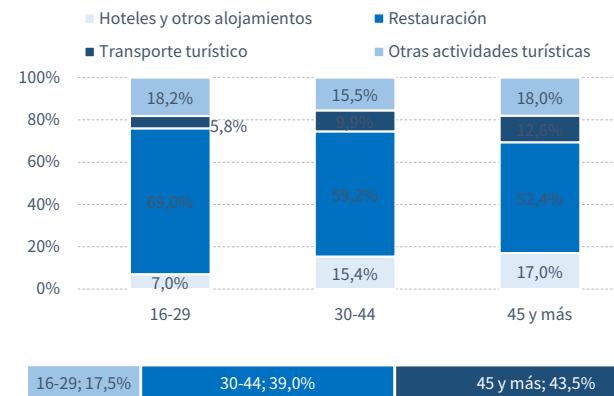
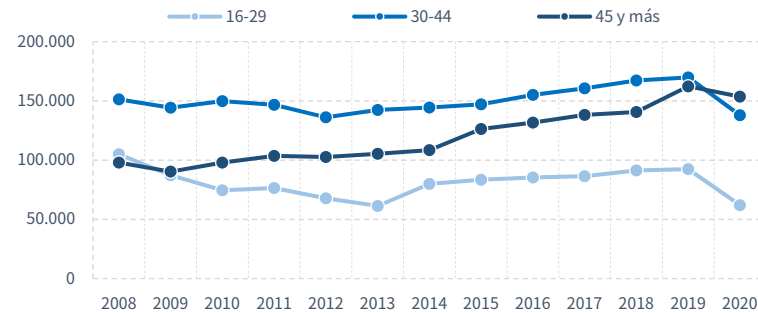
La distribución por edad de la población ocupada en la Industria Turística andaluza en 2020 se compone de un 17,5% de ocupados y ocupadas jóvenes (con edades entre los 16 y los 29 años), un 39,0% con edades de entre 30 y 44 años, y un 43,5% de mayores de 44 años. Respecto al año anterior, ha disminuido la población ocupada en todos los grupos de edad, pero ha sido el grupo de trabajadores y trabajadoras de 45 y más años el que ha registrado el menor descenso en 2020 (-5,3%), mientras que el grupo de jóvenes ha sido el que más ha descendido este año (-32,8%). Por su parte, el grupo de edades intermedias (30-44 años) ha registrado una tasa del -18,8%.

El gráfico muestra que **los trabajadores jóvenes son el grupo más penalizado en situaciones de crisis**: el cruce de las series de jóvenes y mayores se produce tras el primer año de la crisis económica (año 2009), abriendo una brecha que no ha parado de crecer, **provocando un envejecimiento de la población ocupada del sector**. La crisis del coronavirus de 2020 no ha hecho sino intensificar este proceso.

Con independencia del grupo de edad al que se pertenezca, es *Restauración* la rama que ocupa a un mayor número de trabajadores. Son los ocupados jóvenes los que se distribuyen más desequilibradamente entre las distintas ramas del sector.

Población ocupada en la Industria Turística de Andalucía según edad. Evolución 2008-2020

Distribución porcentual según edad y ramas de actividad turística. Año 2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la EPA, INE

Puntos clave

- Desde el año 2009, la población ocupada en la Industria Turística andaluza de 45 y más años ha crecido prácticamente de forma continua hasta 2019, y se encuentran ya en un nivel bastante superior al que tenía en 2008.

- En 2020, también es el grupo de edad menos afectado por los recortes de empleo derivados de la pandemia de COVID-19. Como resultado, pasa a ser el grupo con más efectivos. La mejor evolución de los trabajadores de 45 y más años está siendo de tal magnitud que, en 2020, han llegado incluso a superar a los del intervalo 30-44 años.

- Hay que destacar que los ocupados de 45 y más años también es el grupo de edad que presenta un reparto más equilibrado de sus efectivos entre las distintas ramas del sector, mientras que el grupo de los ocupados jóvenes presentan la distribución más desequilibrada. Esta es una característica del empleo de la Industria Turística andaluza que no obedece a exclusivamente a las especiales circunstancias del año 2020, sino que viene produciéndose a lo largo de los años con pocos cambios.

03. Pob. ocupada del sector turístico según caract. personales

Puntos clave

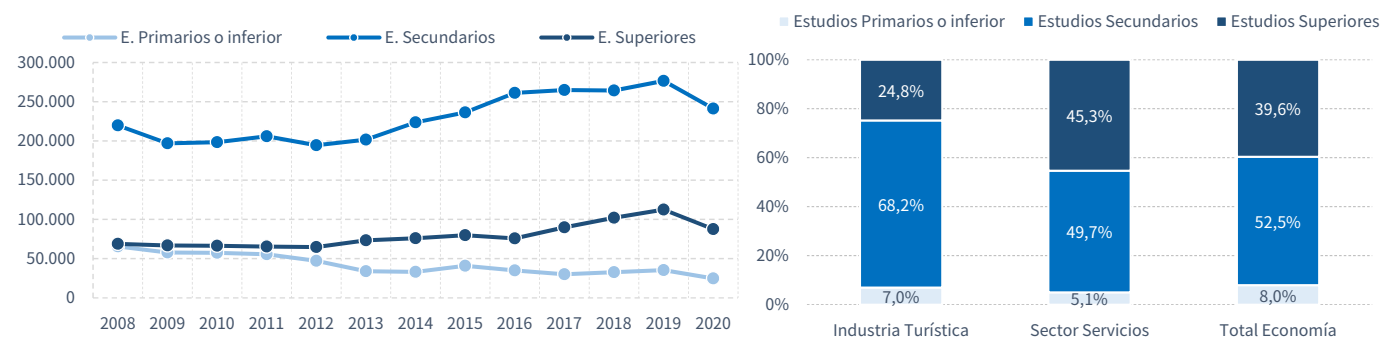
DISTRIBUCIÓN SEGÚN NIVEL EDUCATIVO⁵

En el año 2020, la población ocupada en la Industria Turística de Andalucía se compone de un 68,2% de ocupados y ocupadas con un nivel de estudios secundarios. Un 7,0% poseía un nivel educativo más bajo (estudios primarios o inferior) y el 24,8% restante disponían de una educación superior. Respecto al año anterior, la población ocupada desciende en todos los niveles educativos, con más intensidad en aquellos con estudios primarios o inferior (-30,1%) y con estudios superiores (-22,2%), y a un menor ritmo en los que poseen estudios secundarios (-12,8%).

Tanto el colectivo de trabajadores con estudios superiores como el de estudios secundarios, hace ya varios años que recuperaron el nivel que tenían en el año 2008, cuando se inició la crisis económica y financiera. Son los ocupados con el nivel educativo más bajo el grupo que ha perdido trabajadores desde ese año y la nueva crisis del coronavirus de 2020 ha acentuado su tendencia descendente.

En 2020 y en comparación con el sector Servicios o con el total de la economía andaluza, la Industria Turística de Andalucía destaca por su alta proporción de población ocupada con estudios secundarios en detrimento del grupo que posee una formación universitaria.

Población ocupada en la Industria Turística de Andalucía según nivel educativo. Evolución 2008-2020 Distribución porcentual según nivel educativo y sectores económicos. Año 2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la EPA, INE

⁵ En el anexo puede encontrarse una descripción de los estudios considerados en las distintas categorías de la variable "nivel educativo".

• No solo ocurre en 2020, sino que el porcentaje de población ocupada con estudios medios del sector turístico suele ser cada año entre 10 y 15 puntos porcentuales superior al porcentaje que este mismo nivel formativo alcanza en la ocupación del sector Servicios o en el conjunto de la economía andaluza. La pandemia lo que sí ha hecho es profundizar esas distancias.

• Esta particularidad del sector turístico está relacionada con su especial estructura en cuanto al tipo de ocupaciones o categorías de ocupaciones que lo conforman y que dependen a su vez de las diferentes necesidades de especialización y profesionalización que demandan las distintas ramas de actividad del sector.

03. Pob. ocupada del sector turístico según caract. personales

Puntos clave

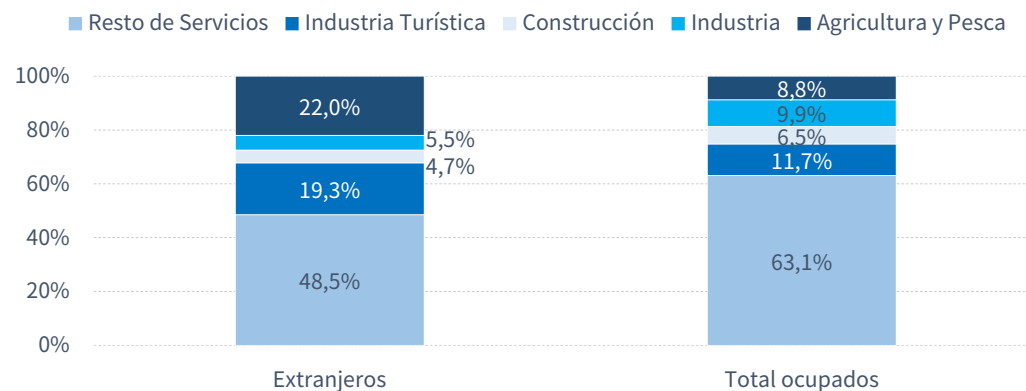
DISTRIBUCIÓN SEGÚN NACIONALIDAD⁶

La población ocupada en la Industria Turística de Andalucía se compone en el año 2020 de un 84,4% de ocupados y ocupadas de nacionalidad española y de un 15,6% de nacionalidad extranjera. Ambos colectivos han registrado caídas respecto al año anterior, aunque el descenso ha sido algo menos intenso para los trabajadores y trabajadoras de nacionalidad extranjera, por lo que su cuota ha aumentado ligeramente (es +0,2 puntos porcentuales superior a la del año 2019).

El número de ocupados y ocupadas de nacionalidad extranjera en el mercado de trabajo andaluz ascendió a un total de 285,2 mil en el año 2020, y de ellos, el 19,3% se dedicó a actividades características del turismo. En el siguiente gráfico se aprecia claramente que la actividad turística junto con la actividad agrícola, son los sectores de actividad que en comparación absorben una mayor cantidad de mano de obra extranjera.

- El porcentaje de población ocupada de nacionalidad extranjera es muy elevado en el sector turístico de Andalucía (15,6%) en comparación con lo que este colectivo de trabajadores representa en la población ocupada del sector servicios (8,6%) o en el total de ocupados de la Comunidad (9,4%).

Distribución porcentual de la población ocupada según sectores económicos y nacionalidad. Año 2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la EPA, INE

⁶ La Encuesta de Población Activa considera hasta tres categorías en la variable nacionalidad: Española, Española y doble nacionalidad y Extranjera. En este informe todos los individuos de la categoría Española y doble nacionalidad se han sumado a la categoría Española.

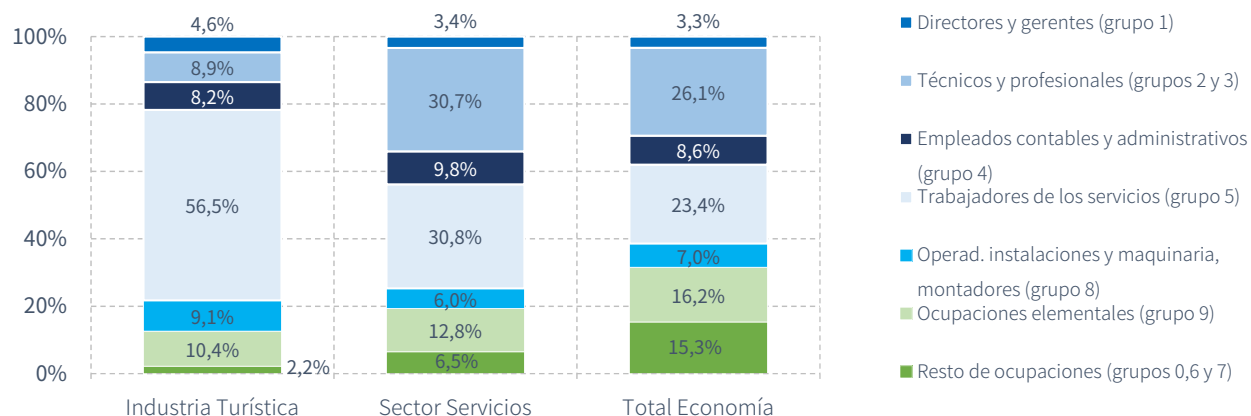
04. Pob. ocupada sector turístico según caract. puestos de trabajo

CATEGORÍAS DE OCUPACIONES⁷

El examen de la distribución por categorías de ocupaciones de la mano de obra del sector turístico andaluz permite dar una explicación a su peculiar estructura por niveles educativos, ya que el puesto que cada trabajador y trabajadora desempeña le exige un determinado nivel de formación que le capacitará para el ejercicio de esa ocupación.

A simple vista se observa lo diferente que es la estructura de la ocupación **en el sector turístico andaluz** por tipos de ocupaciones en comparación con otros sectores. Destaca el **menor peso de la agrupación *Técnicos y profesionales (científicos e intelectuales y de apoyo)***. Para desempeñar un puesto dentro de esta agrupación son necesarios, en la mayoría de los casos, una educación superior. Sin embargo, se ve claramente que la categoría ocupacional ***Trabajadores de los servicios (de restauración, personales, protección y vendedores)*** es la **más importante para el sector turístico andaluz**, pues recoge al 56,5% de los trabajadores del sector.

Distribución porcentual de la población ocupada según sectores económicos y agrupaciones de categorías de ocupaciones. Año 2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la EPA, INE

⁷ Para clasificar las categorías ocupacionales se ha utilizado la Clasificación Nacional de Ocupaciones de 2011 (CNO-11). Esta clasificación considera en su primer nivel (el más agregado) diez grandes grupos de ocupaciones codificados del 0 al 9 ([más detalle en anexo](#)). Para facilitar las comparaciones entre la Industria Turística y otros sectores se han considerado individualmente las categorías más importantes de la CNO-11 y se han agrupado el resto.

Puntos clave

- Un examen más detallado de los ocupados en la categoría *Trabajadores de los servicios* revela que el 89,4% de los mismos son camareros y cocineros (ya sean propietarios o asalariados).
- Para llevar a cabo estas tareas no es necesario que el trabajador posea estudios superiores, al contrario, es más adecuada una formación profesional específica de grado medio (educación secundaria).
- Sin duda, el gran peso que [la rama Restauración \(58,0%\)](#) tiene en la ocupación de la Industria Turística de Andalucía está determinando las características del empleo del sector en su conjunto.

04. Pob. ocupada sector turístico según caract. puestos de trabajo

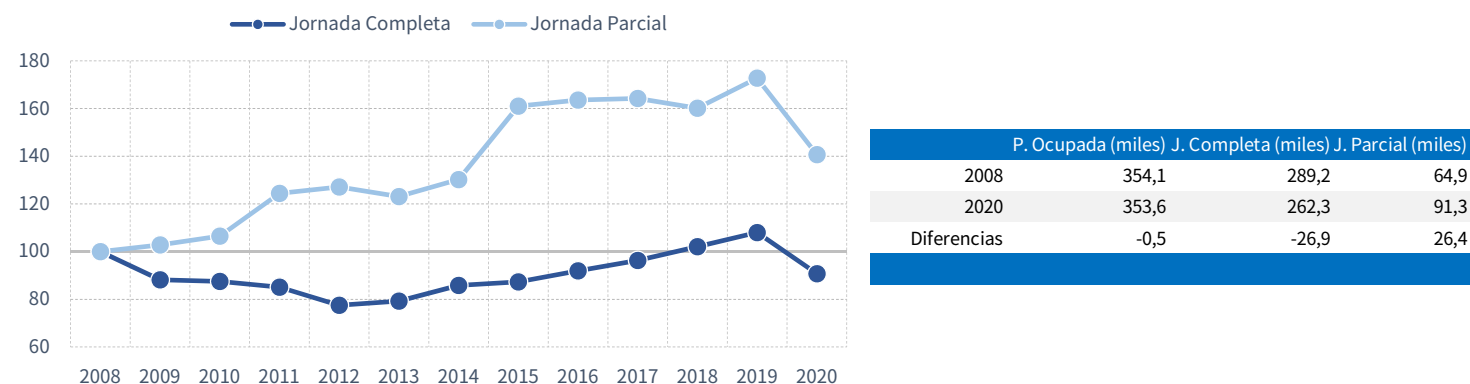
TIPO DE JORNADA DE TRABAJO⁸

En 2020, el 74,2% de la mano de obra de la Industria Turística de Andalucía trabajó a jornada completa (262,3 mil efectivos) y el 25,8% restante a jornada parcial (91,3 mil efectivos). Se han registrado descensos en la población ocupada con ambos tipos de jornada respecto a 2019, siendo algo mayor el descenso de los trabajadores y trabajadoras con jornada parcial (-18,6%) que el registrado en la población ocupada con jornada completa (-16,0%).

No obstante, en el gráfico se aprecia con claridad que, **desde** el inicio de la crisis económica y financiera de **2008**, el colectivo de ocupados y ocupadas con **jornada parcial ha evolucionado mejor que el colectivo de jornada completa**, por lo que ha **ganado cuota**, pasando de representar el 18,3% del total de ocupados del sector turístico andaluz en 2008 a la actual 25,8% en 2020 (un incremento de +7,5 puntos porcentuales). Igualmente se observa en la tabla que, en 2020 el sector turístico tiene un nivel de empleo similar al que registraba en 2008, pero en este intervalo de tiempo se ha producido un trasvase de efectivos de un tipo de jornada a otro (más de 26 mil).

Población ocupada en la Industria Turística de Andalucía según tipo de jornada. Evolución 2008-2020

(Índice = 100 en el año 2008)



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la EPA, INE

⁸ La jornada de trabajo o jornada laboral es el tiempo que cada trabajador o trabajadora dedica a la ejecución del trabajo encomendado. Se contabiliza por el número de horas en las que desarrolla su actividad laboral, en principio en el día o jornada laboral, si bien, por extensión, también repercute en el cómputo de la semana laboral, mes laboral y el año laboral. Se suele distinguir si la jornada de trabajo es a tiempo completo o a tiempo parcial.

Puntos clave

- Otro aspecto destacable es **lo elevada que es la proporción de población ocupada con jornada parcial en el sector turístico andaluz en comparación con las que presenta en el sector Servicios o en la totalidad de sectores de actividad de la economía andaluza.**

- Concretamente, su cuota es del 25,8% frente al 17,7% del sector Servicios o el 14,7% del total de la Economía. **Estas diferencias** entre la Industria Turística y otros sectores de la economía **se vienen produciéndose a lo largo de la serie 2008-2020**, y se han incrementado con el paso de los años.

- El trabajo a jornada parcial es positivo si se trata de una elección personal. Pero cuando se tiene un empleo con jornada parcial porque no se ha podido encontrar un empleo con una jornada más amplia, se produce una situación de **subempleo por insuficiencia de horas**. En esta situación se encuentra el 70,6% de los trabajadores con jornada parcial del sector turístico andaluz de 2020, porcentaje muy elevado si se tiene en cuenta que en el año 2008 no llegaban al 50%.

04. Pob. ocupada sector turístico según caract. puestos de trabajo

Puntos clave

SITUACIÓN PROFESIONAL⁹

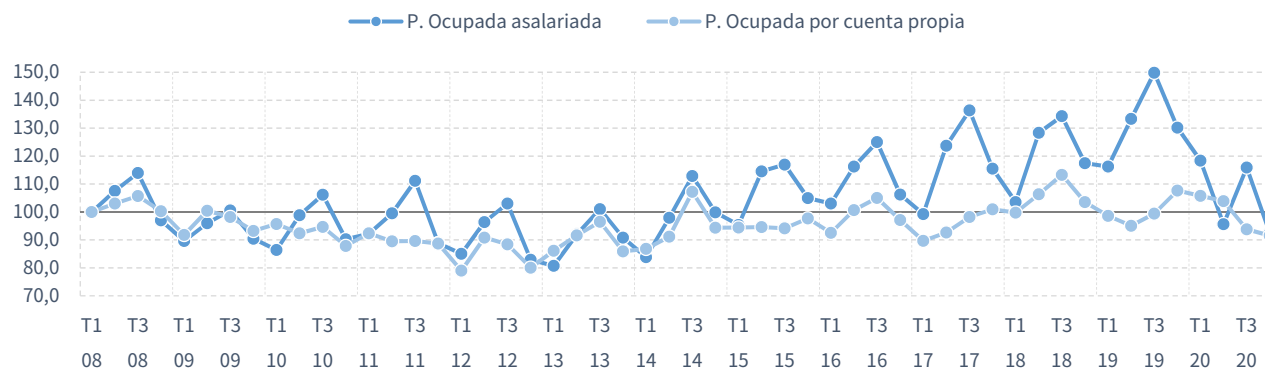
La población ocupada en actividades del turismo de Andalucía según la situación profesional del trabajador, se compone en 2020 de un 77,7% de asalariados (274,7 mil trabajadores) y un 22,3% de trabajadores por cuenta propia o autónomos (78,9 mil trabajadores). Mientras que **los asalariados y asalariadas han registrado en este año un importante decremento del -20,2%**, los ocupados y ocupadas por cuenta propia también han disminuido, pero con bastante menos intensidad (-1,4%).

En el gráfico de evolución se puede observar la característica línea en forma de dientes de sierra que evidencia una fuerte fluctuación de la población ocupada a lo largo de cada año debido a la estacionalidad, que esta fluctuación es más evidente para los empleos asalariados, y que se ha intensificado en los últimos años. También se aprecia con claridad el importante descenso que la población ocupada asalariada ha registrado a partir del segundo trimestre de 2020, lo que la hace retroceder al nivel que tenía en 2015.

Población ocupada en la Industria Turística de Andalucía según situación profesional.

Datos trimestrales. Evolución 2008-2020.

(Índice = 100 en el primer trimestre de 2008)



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la EPA, INE

⁹ La suma del porcentaje de población ocupada asalariada y del de población ocupada que trabaja por cuenta propia puede darse el caso de que no sea 100, porque existen trabajadores y trabajadoras que se encuentran en una situación profesional tal que no pueden ser clasificados en alguna de estas dos categorías, aunque el número de no clasificables es tan pequeño que no merece la pena crear una tercera categoría en la variable para hacer referencia a los mismos. En la categoría "por cuenta propia" se incluyen los siguientes grupos: empresarios, trabajadores independientes, miembros de cooperativas que trabajan en las mismas, y trabajadores familiares no remunerados (ayudas familiares).

• En la Industria Turística andaluza la **proporción de población ocupada por cuenta propia supera a las que presenta en el sector Servicios o en la totalidad de sectores** de actividad de la economía andaluza.

• Así, en 2020 su cuota es del 22,3% frente al 17,9% del sector Servicios o el 18,2% del total de la Economía. **Esta es otra característica estructural del empleo de la Industria Turística andaluza** que viene produciéndose a lo largo de los años con pocos cambios.

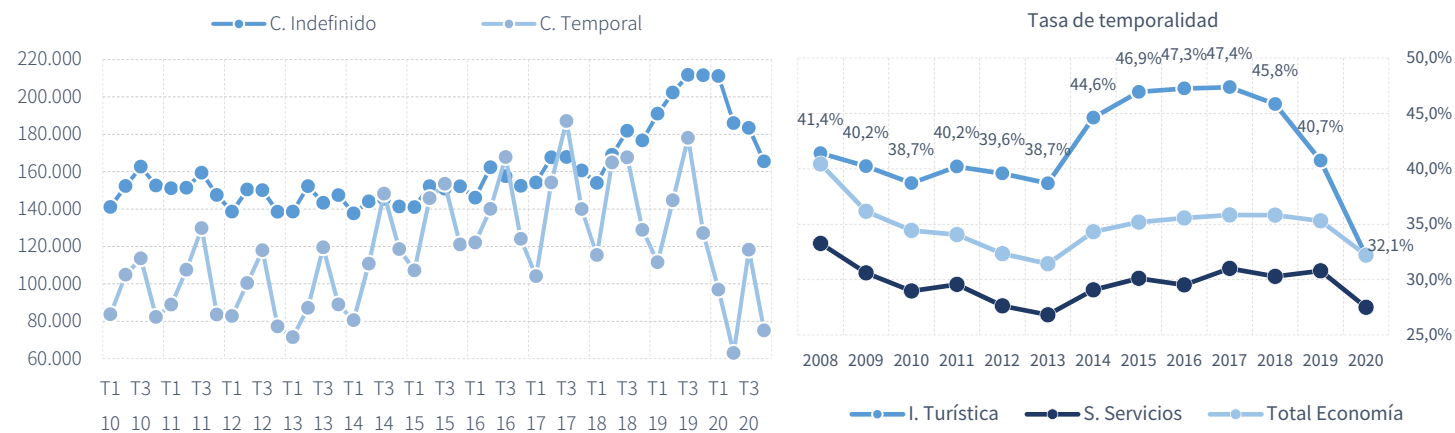
04. Pob. ocupada sector turístico según caract. puestos de trabajo

TIPO DE CONTRATO O RELACIÓN LABORAL DE LA POBLACIÓN OCUPADA ASALARIADA

En el año 2020, los asalariados dispusieron en su mayoría de un contrato indefinido (67,9%; 186,5 mil asalariados y asalariadas), mientras que el 32,1% restante tuvieron contratos de duración temporal (88,3 mil asalariados y asalariadas). Respecto al año anterior, se aprecia un fuerte retroceso de la contratación temporal (-37,1%) mientras que la contratación indefinida se contrajo un -8,7%.

Los contratos temporales se ven más afectados por la estacionalidad de la actividad turística, con un perfil de ascensos más acusados en el tercer trimestre de cada año que los que se observan en los contratos indefinidos, pero también presentan caídas bruscas en el resto de los trimestres. En los gráficos se ve claramente que **el efecto negativo de la crisis sanitaria sobre el empleo asalariado se ha sentido con bastante más fuerza en la contratación temporal**, lo que ha reducido la tasa de temporalidad¹⁰ en el año 2020 al 32,1%.

Población asalariada en la Industria Turística de Andalucía según tipo de contrato. Trimestres 2008-2020 Tasa de temporalidad por sectores económicos. Evolución 2008-2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la EPA, INE

¹⁰ Tasa de temporalidad: porcentaje que representan los asalariados y asalariadas con contrato temporal sobre el total de asalariados y asalariadas.

Puntos clave

- La tasa de temporalidad de la Industria Turística andaluza se ha mantenido en torno al 40% entre los años 2008 y 2013. Le siguen cuatro años de crecimientos sucesivos elevándola a su nivel más alto desde el inicio de esta serie (47,4% en 2017). **En 2020 la contratación temporal registra su mayor retroceso**, si bien ya venía reduciéndose en los dos años precedentes, **situando la tasa de temporalidad en su nivel más bajo.**

- En el gráfico también se aprecia que **la tasa de temporalidad en las actividades turísticas en este intervalo de tiempo se sitúa siempre por encima de las registradas en el sector Servicios o en el total de la economía andaluza.** La única excepción es el año 2020.

05. Comportamiento mensual según la contratación registrada

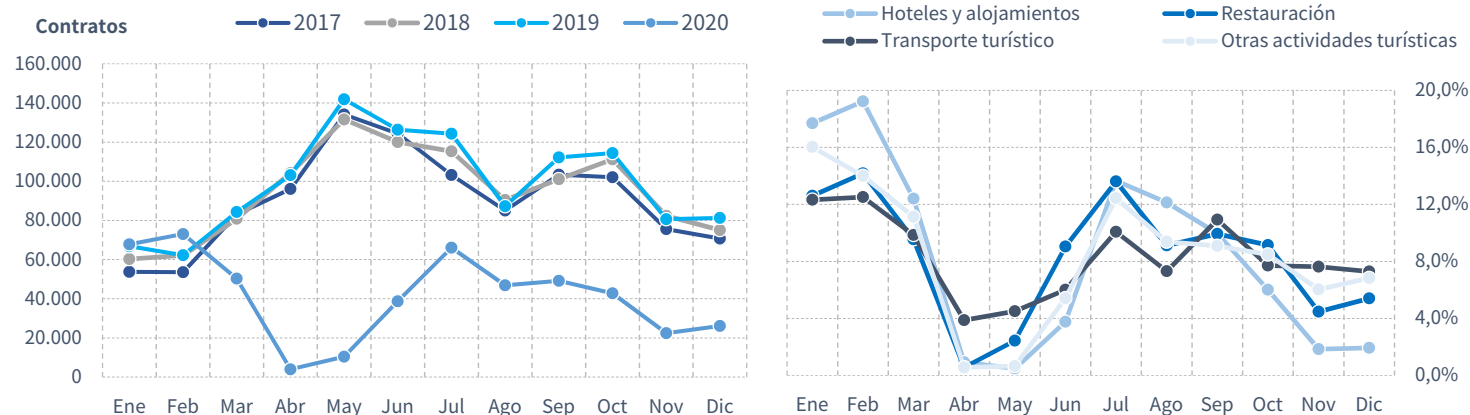
Se calcula¹¹ que a lo largo del año 2020 se han registrado en el Servicio Andaluz de Empleo un total de **497.726 contratos atribuibles a la Industria Turística de Andalucía, un -58,0% menos que el año anterior**. Estos contratos representan el 12,6% del total de contratos registrados en la región, y el 26,0% de los contratos del sector servicios.

El año 2020 comenzó con unas cifras muy prometedoras: en los meses de enero y febrero se registraron más contratos en la Industria Turística que en esos mismos meses del año 2019, pero el cese de la actividad turística desde mitad del mes de marzo, como consecuencia de las medidas adoptadas para frenar la expansión de la pandemia de COVID-19, han dado como resultado una evolución de la contratación para el resto del año bien distinta a la de años precedentes.

La rama turística que ha registrado más contratos es la **Restauración**, pues supone 69,8% del total de contratos registrados en el sector turístico de la Comunidad del año 2020. El resto se reparte entre *Hoteles y alojamientos* (12,4%), *Transporte turístico* (5,7%) y *Otras actividades turísticas* (12,0%). Todas las ramas turísticas han reducido el número de contratos registrados respecto al año 2019.

Contratos registrados en la Industria Turística de Andalucía por meses. Años 2017-2020

Distribución porcentual de contratos registrados por ramas de actividad turística y meses. Año 2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Observatorio Argos, del Servicio Andaluz de Empleo.

Puntos clave

- Se aprecia en el gráfico que, en los años “normales” (de 2017 a 2019), los meses de mayo a julio, así como los meses de septiembre y octubre, son en los que se registra el mayor número de contratos del año, reflejando la fuerte componente estacional que caracteriza a la actividad turística.
- En el año 2020, la actividad turística se reanuda tardíamente en julio, y a partir de esos meses, la contratación se reactiva y presenta un perfil evolutivo similar al de años anteriores, pero en unos niveles mucho más bajos.
- Por ramas o grupos de actividades turísticas, destaca el descenso de contratos en *Hoteles y alojamientos* (un -67,8%), mientras que la rama que menos ha caído ha sido la de *Transporte turístico* (-42,7%).
- En el gráfico se observa igualmente que el *Transporte turístico* acusa menos la estacionalidad de la demanda y los contratos registrados en esta rama se reparten más homogéneamente a lo largo del año, incluso en este atípico año 2020. Lo contrario en *Hoteles y alojamientos*.

¹¹ Véase [en el anexo](#) las consideraciones que se han tenido en cuenta para la determinación de los contratos registrados atribuibles a la Industria Turística de Andalucía.

06. Anexo metodológico

1. LISTADO DE ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO

Para determinar de la estadística “Encuesta de Población Activa” , del Instituto Nacional de Estadística (INE), cuáles son los empleos atribuibles a la Industria Turística, se utiliza la información sobre la actividad económica del establecimiento donde trabajan las personas ocupadas y que se recoge a nivel de grupos (tres dígitos) de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas 2009 (CNAE-09).

Código CNAE-09 a tres dígitos	Actividades	Agrupaciones realizadas en el estudio
551	Hoteles y alojamientos similares	Hoteles y otros alojamientos
552	Alojamientos turísticos y otros alojamientos de corta estancia	
553	Campings y aparcamientos para caravanas	
559	Otros alojamientos	
561	Restaurantes y puestos de comidas	Restauración
562	Provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas	
563	Establecimientos de bebidas	
491	Transporte interurbano de pasajeros por ferrocarril	Transporte turístico
493	Otro transporte terrestre de pasajeros	
501	Transporte marítimo de pasajeros	
503	Transporte de pasajeros por vías navegables interiores	
511	Transporte aéreo de pasajeros	
791	Actividades de las agencias de viajes y de los operadores turísticos	Otras actividades turísticas
799	Otros servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos	
771	Alquiler de vehículos de motor	
900	Actividades de creación, artística y espectáculos	
910	Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales	
920	Actividades de juegos de azar y apuestas	
931	Actividades deportivas	
932	Otras actividades recreativas y de entretenimiento	

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de INE y OMT

Para una descripción más detallada de las actividades, véanse las notas explicativas de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas 2009, en el siguiente enlace:

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177032&menu=ultiDatos&idp=1254735976614

2. NIVELES EDUCATIVOS DE LA POBLACIÓN OCUPADA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA

A partir del año 2014 la Encuesta de Población Activa utiliza la Clasificación Nacional de la Educación de 2014 (CNED-2014) para codificar la información relativa al máximo nivel educativo alcanzado por los entrevistados, clasificación que sustituye a la antigua CNED-2000. Sin embargo, como el nivel educativo es una variable que se utiliza de forma muy agregada en los informes sobre el empleo turístico en Andalucía, este cambio no ha supuesto ningún impacto.

A continuación, se detalla la agrupación de estudios realizada en base a CNED-2014.

Código CNED-14 a un dígito	Nivel de Estudios	Agrupaciones realizadas en el estudio
0	Menos que primaria	Estudios primarios o inferior
1	Educación primaria	
2	Primera etapa de educación secundaria y similar	Estudios secundarios
3	Segunda etapa de educación secundaria y similar	
4	Educación postsecundaria no superior	
5	Enseñanzas de formación profesional, artes plásticas y diseño y deportivas de grado superior y equivalentes; títulos propios universitarios que precisan del título de bachiller, de duración igual o superior a 2 años	Estudios superiores
6	Grados universitarios de 240 créditos ECTS, diplomados universitarios, títulos propios universitarios de experto o especialista y similares	
7	Grados universitarios de más de 240 créditos ECTS, licenciados, másteres y especialistas en Ciencias de la Salud por el sistema de residencia, y similares	
8	Enseñanzas de doctorado	

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de EPA, INE

Para una descripción más detallada de los niveles educativos considerados en los ocho grandes grupos de la Clasificación Nacional de la Educación de 2014 (CNED-2014), véanse las notas explicativas en el siguiente enlace:

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177034&menu=ultiDatos&idp=1254735976614

3. CATEGORÍAS DE OCUPACIONES DE LA POBLACIÓN OCUPADA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA

A continuación, se relacionan los grandes grupos de categorías de ocupaciones (primer nivel) considerados en la Clasificación Nacional de Ocupaciones de 2011 (CNO-11).

Código CNO-11 a un dígito	Gran Grupo de Ocupaciones
0	Ocupaciones militares
1	Directores y gerentes
2	Técnicos y profesionales científicos e intelectuales
3	Técnicos; profesionales de apoyo
4	Empleados contables, administrativos y otros empleados de oficina
5	Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores
6	Trabajadores cualificados en el sector agrícola, ganadero, forestal y pesquero
7	Artesanos y trabajadores cualificados de las industrias manufactureras y la construcción (excepto operadores de instalaciones y maquinaria)
8	Operadores de instalaciones y maquinaria, y montadores
9	Ocupaciones elementales

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de EPA, INE

Para una descripción más detallada de las categorías de ocupaciones considerados en los diez grandes grupos de la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO-11), véanse las notas explicativas en el siguiente enlace:

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177033&menu=ultiDatos&idp=1254735976614

4. CONSIDERACIONES PARA LA DETERMINACIÓN DE LOS CONTRATOS REGISTRADOS EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA

Para determinar del registro de los contratos de trabajo que los empresarios tienen la obligación de comunicar a los Servicios Públicos de Empleo cuáles son los contratos atribuibles a la Industria Turística, se utiliza la información sobre la actividad económica del empleador y que en este registro se recoge a dos dígitos (divisiones) de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas 2009 (CNAE09). En un primer paso sólo se consideran los contratos registrados que se dedican a las siguientes divisiones de actividad económica:

División 49: Transporte terrestre y por tubería

División 50: Transporte marítimo y por vías navegables interiores

División 51: Transporte aéreo

División 55: Servicios de alojamiento

División 56: Servicios de comidas y bebidas

División 79: Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos

División 90: Actividades de creación, artísticas y espectáculos

División 91: Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales

División 92: Actividades de juegos de azar y apuestas

División 93: Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento

Pero como la actividad económica del empleador no está codificada con el suficiente detalle para delimitar con precisión el sector turístico, pues en las anteriores divisiones se recogen un abanico muy amplio de actividades y no todas ellas pueden considerarse características del turismo, en un segundo paso se restringen los contratos a aquellos en los que la ocupación del trabajador pertenezca a un conjunto de ocupaciones propias de la familia profesional de hostelería y turismo. En el registro de contratos la ocupación o profesión a desempeñar por el trabajador contratado viene recogida a nivel de grupo primario de ocupación, esto es, a cuatro dígitos de la Clasificación Nacional de Ocupaciones 2011 (CNO-11). El listado de ocupaciones consideradas ha sido el siguiente:

- 141 Directores y gerentes de empresas de alojamiento**
 - 1411 Directores y gerentes de hoteles
 - 1419 Directores y gerentes de otras empresas de servicios de alojamiento
- 142 Directores y gerentes de empresas de restauración**
 - 1421 Directores y gerentes de restaurantes
 - 1422 Directores y gerentes de bares, cafeterías y similares
 - 1429 Directores y gerentes de empresas de catering y otras empresas de restauración
- 150 Directores y gerentes de otras empresas de servicios no clasificados bajo otros epígrafes**

	1501	Directores y gerentes de empresas de actividades recreativas, culturales y deportivas
263		Técnicos de empresas y actividades turísticas
	2630	Técnicos de empresas y actividades turísticas
291		Archivistas, bibliotecarios, conservadores y afines
	2911	Archivistas y conservadores de museos
293		Artistas creativos e interpretativos
	2931	Artistas de artes plásticas y visuales
	2932	Compositores, músicos y cantantes
	2933	Coreógrafos y bailarines
	2934	Directores de cine, de teatro y afines
	2935	Actores
	2936	Locutores de radio, televisión y otros presentadores
	2937	Profesionales de espectáculos taurinos
	2939	Artistas creativos e interpretativos no clasificados bajo otros epígrafes
315		Profesionales en navegación marítima y aeronáutica
	3151	Jefes y oficiales de máquinas
	3152	Capitanes y oficiales de puente
	3153	Pilotos de aviación y profesionales afines
	3154	Controladores de tráfico aéreo
	3155	Técnicos en seguridad aeronáutica
371		Profesionales de apoyo de servicios jurídicos y sociales
	3715	Animadores comunitarios
372		Deportistas, entrenadores, instructores de actividades deportivas; monitores de actividades recreativas
	3724	Monitores de actividades recreativas y de entretenimiento
373		Técnicos y profesionales de apoyo de actividades culturales, artísticas y culinarias
	3733	Técnicos en galerías de arte, museos y bibliotecas
	3734	Chefs
	3739	Otros técnicos y profesionales de apoyo de actividades culturales y artísticas
441		Empleados de información y recepcionistas (excepto de hoteles)
	4411	Empleados de información al usuario
	4412	Recepcionistas (excepto de hoteles)
442		Empleados de agencias de viajes, recepcionistas de hoteles y telefonistas

	4421	Empleados de agencias de viajes
	4422	Recepcionistas de hoteles
444		Empleados de ventanilla y afines (excepto taquilleros)
	4442	Empleados de venta de apuestas
	4443	Empleados de sala de juegos y afines
450		Empleados administrativos con tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes
	4500	Empleados administrativos con tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes
500		Camareros y cocineros propietarios
	5000	Camareros y cocineros propietarios
511		Cocineros asalariados
	5110	Cocineros asalariados
512		Camareros asalariados
	5120	Camareros asalariados
572		Cuidadores de niños
	5721	Cuidadores de niños en guarderías y centros educativos
582		Trabajadores que atienden a viajeros, guías turísticos y afines
	5821	Auxiliares de vuelo y camareros de avión, barco y tren
	5822	Revisores y cobradores de transporte terrestre
	5823	Acompañantes turísticos
	5824	Azafatos de tierra
	5825	Guías de turismo
583		Supervisores de mantenimiento y limpieza de edificios, conserjes y mayordomos domésticos
	5831	Supervisores de mantenimiento y limpieza en oficinas, hoteles y otros establecimientos
584		Trabajadores propietarios de pequeños alojamientos
	5840	Trabajadores propietarios de pequeños alojamientos
589		Otros trabajadores de servicios personales
	5899	Trabajadores de servicios personales no clasificados bajo otros epígrafes
594		Personal de seguridad privado
	5941	Vigilantes de seguridad y similares habilitados para ir armados
	5942	Auxiliares de vigilante de seguridad y similares no habilitados para ir armados
599		Otros trabajadores de los servicios de protección y seguridad
	5992	Bañistas-socorristas

612	Trabajadores cualificados en huertas, invernaderos, viveros y jardines
6120	Trabajadores cualificados en huertas, invernaderos, viveros y jardines
831	Maquinistas de locomotoras y afines
8311	Maquinistas de locomotoras
8312	Agentes de maniobras ferroviarias
841	Conductores de automóviles, taxis y furgonetas
8411	Conductores propietarios de automóviles, taxis y furgonetas
8412	Conductores asalariados de automóviles, taxis y furgonetas
842	Conductores de autobuses y tranvías
8420	Conductores de autobuses y tranvías
844	Conductores de motocicletas y ciclomotores
8440	Conductores de motocicletas y ciclomotores
921	Personal de limpieza de oficinas, hoteles y otros establecimientos similares
9210	Personal de limpieza de oficinas, hoteles y otros establecimientos similares
922	Limpiadores de vehículos, ventanas y personal de limpieza a mano
9221	Limpiadores en seco a mano y afines
9223	Limpiadores de ventanas
9229	Otro personal de limpieza
931	Ayudantes de cocina
9310	Ayudantes de cocina
932	Preparadores de comidas rápidas
9320	Preparadores de comidas rápidas
943	Ordenanzas, mozos de equipaje, repartidores a pie y afines
9432	Mozos de equipaje y afines



Demanda turística en Andalucía

Año 2020

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



Índice de contenidos

- 00. Introducción.
- 01. Balance del año 2020 y evolución.
- 02. Procedencia de los turistas.
- 03. Hábitos de consumo turístico.
- 04. Perfil sociodemográfico.
- 05. Valoración del destino andaluz.
- 06. Anexo de tablas.

00. Introducción

La crisis sanitaria que ha provocado la COVID-19 ha tenido un fuerte impacto en la actividad turística global y ha supuesto cambios significativos que han marcado el año turístico 2020. En este balance se pretende no sólo cuantificar la pérdida de turistas sino también identificar cuáles han sido los principales cambios en sus hábitos de consumo que ayuden al sector turístico andaluz a comprender cómo se han comportado los turistas en una situación de elevada incertidumbre como la provocada por la COVID-19 durante el año 2020.

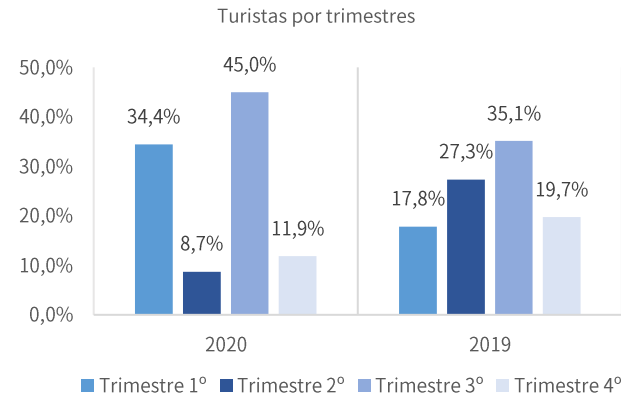
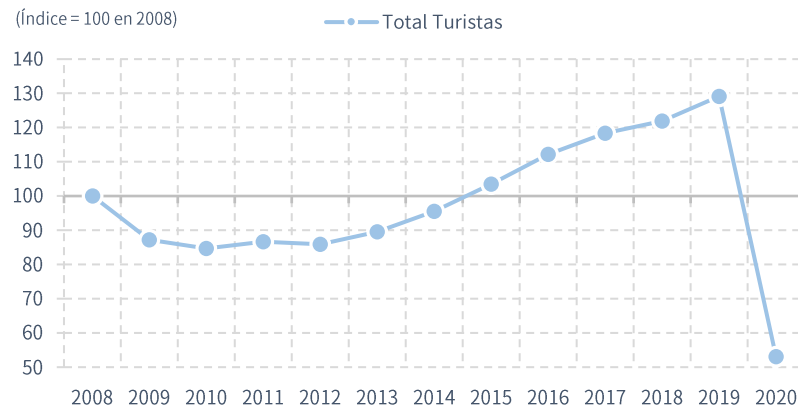
Este análisis se realiza a través de una explotación a medida de la [Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía](#) (ECTA) elaborada por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) que proporciona información sobre variables tanto cualitativas como cuantitativas que permiten realizar estimaciones sobre el gasto, la estancia, perfil del turista, calificación del destino, etc. Esta información se complementa con otras fuentes secundarias como la [Encuesta de Ocupación Hotelera](#) (EOH) del Instituto Nacional de Estadística (INE) o el [movimiento aeroportuario de AENA](#).

01. Balance del año 2020 y evolución

La demanda turística en Andalucía llevaba creciendo de forma ininterrumpida desde el año 2012 hasta alcanzar la cifra histórica en 2019 de 32,5 millones de turistas. El año 2020 arrancó de manera positiva hasta la interrupción total de la actividad turística en la segunda mitad del mes de marzo, esto supuso un punto de inflexión y aunque la actividad se reanudó en el tercer trimestre, las diferentes restricciones y medidas impuestas a la movilidad como consecuencia de la evolución de la pandemia, tanto en el destino andaluz como en los principales mercados emisores, han afectado al desarrollo de la actividad turística y han provocado que el año 2020 se haya cerrado con un total de 13,3 millones de turistas (-59% respecto a 2019), cifra sin precedentes desde que se disponen de datos.

En el gráfico se observa como la irrupción de la **pandemia de COVID-19** y las medidas impuestas para su contención han alterado la **distribución trimestral** del turismo significativamente.

Evolución de los turistas en Andalucía. Años 2008-2020



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

Puntos clave

- Para el total de turistas recibidos en Andalucía en el año 2020, el turismo extranjero ha registrado un fuerte descenso del -77,5%, superando a la caída registrada en el turismo de procedencia nacional (-47,2%).

- Pese a ser una crisis global, la pérdida registrada en Andalucía ha sido algo menor en relación a las principales regiones españolas competidoras gracias a su posición de líder en el mercado nacional. Concretamente, Andalucía ha visto reducidas sus pernoctaciones hoteleras con menos intensidad (-69,4%) que la media nacional (-73,3%) en el año 2020 y ha revalidado su liderato en el mercado nacional captando el 22,3% del total de pernoctaciones registradas, a gran distancia del resto.

02. Procedencia de los turistas

A pesar de que todos los mercados emisores se han visto afectados y los descensos han sido generalizados, el mercado nacional ha presentado una menor caída en Andalucía (-47,2% respecto al año anterior) que el turismo extranjero (-77,5% respecto al año anterior). Los desplazamientos y las estancias en el propio país han sido percibidos como más seguros, lo que ha incentivado que, entre los que finalmente han viajado en 2020 para hacer turismo, se haya optado por destinos domésticos, convirtiéndose así en un mercado clave para la recuperación del turismo en Andalucía.

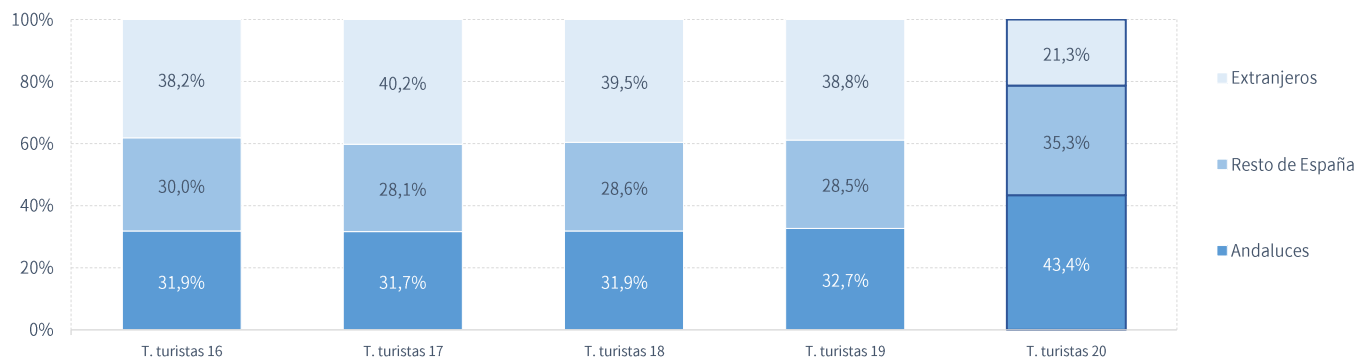
En el gráfico se aprecia claramente que las distribuciones de turistas por procedencia registran un importante cambio en 2020 como consecuencia de la crisis sanitaria provocada por el coronavirus, disminuyendo la participación del turismo internacional de forma notable a favor de los mercados de proximidad (andaluces y resto de españoles).

Puntos clave

- El turista internacional se ha visto más afectado por las restricciones impuestas para el control de la pandemia en 2020 (cierres de fronteras, cuarentenas, recomendaciones de no viajar si no es absolutamente necesario, etc.) y ha realizado menos visitas a Andalucía.

- Esta fuerte reducción del mercado extranjero en 2020 ha desequilibrado las cuotas o pesos que cada procedencia presentaba de forma habitual.

Distribución porcentual de los turistas por procedencia. Años 2016-2020



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

03. Hábitos de consumo turístico

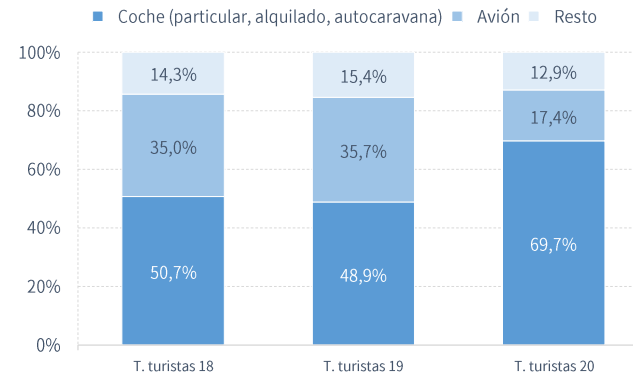
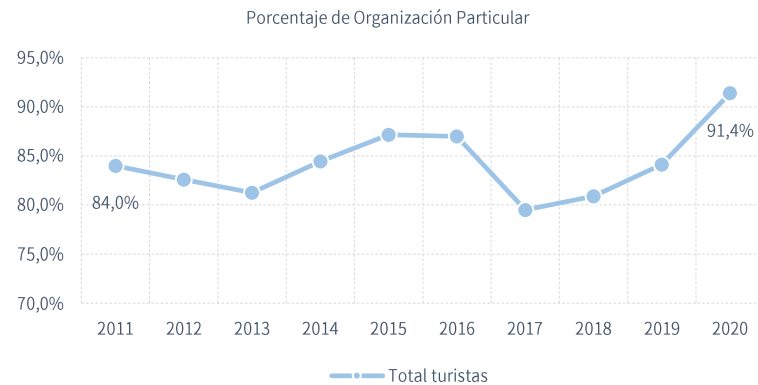
1. ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

La incertidumbre, no saber si se iba a poder acceder a un determinado destino, o cuándo se iba a poder acceder, junto con la preferencia por destinos próximos y conocidos, ha provocado que los turistas no requieran de intermediarios a la hora de planificar sus viajes en el año 2020, alcanzando la organización particular de viaje un peso del 91,4% entre el total de turistas, lo que supone alcanzar el nivel más elevado de los últimos 10 años.

2. MEDIO DE TRANSPORTE

En 2020 se ha incrementado fuertemente el uso del coche (propio, alquilado o autocaravana) en detrimento principalmente del uso del avión, propiciado por el turismo de proximidad y ser percibido como un medio de transporte más seguro ante el posible riesgo de contagio o transmisión de la COVID-19.

Organización particular del viaje y medio de transporte. Años 2011-2020



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

Puntos clave

- Tanto la forma de organización del viaje, como el medio de transporte que se utiliza para acceder a Andalucía, son variables que se ven muy influenciadas por la procedencia de los turistas.

- La alta presencia de turistas nacionales, y sobre todo de andaluces, entre los turistas que visitan Andalucía, ha propiciado el mayor uso del coche, así como la organización particular del viaje a Andalucía.

- El descenso de turistas extranjeros, que son los que tradicionalmente más utilizan el avión para acceder a Andalucía, ha contribuido al desplome del [movimiento aeroportuario](#). Concretamente, los aeropuertos andaluces han recibido un total de 4 millones pasajeros durante el año 2020, lo que supone un descenso del -73,5% respecto al año anterior.

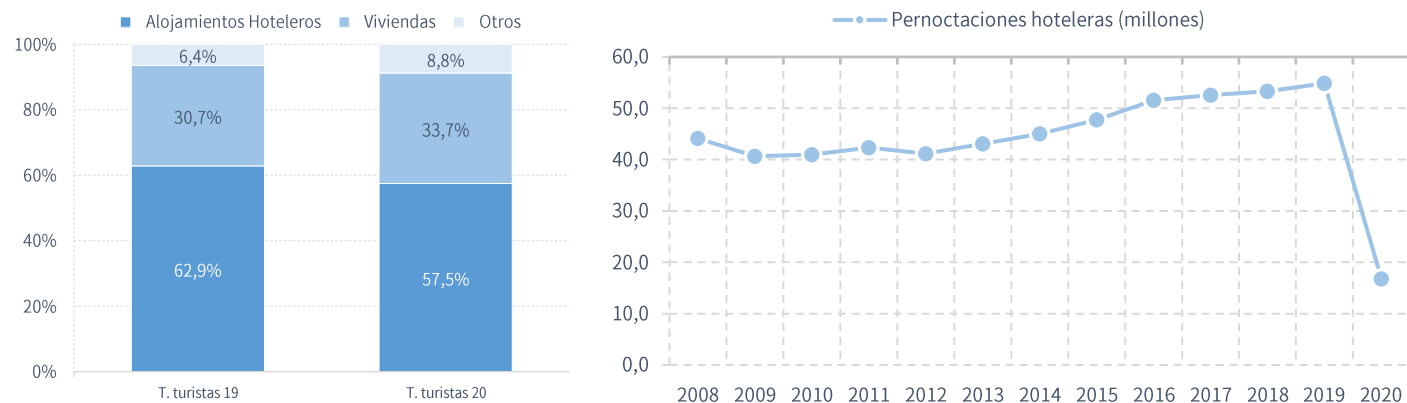
03. Hábitos de consumo turístico

3. TIPO DE ALOJAMIENTO

Los establecimientos hoteleros siguen siendo el alojamiento preferido de los turistas durante su estancia en Andalucía con una participación del 57,5% en 2020. Sin embargo, cabe destacar que ha reducido significativamente su cuota (-5,4 puntos) a favor del resto de alojamientos.

El balance del [movimiento hotelero](#) en Andalucía se ha cerrado en el año 2020 con 6,8 millones de viajeros que han realizado un total de 16,8 millones de pernoctaciones en el año 2020, lo que supone un decremento del -65,5% y -69,4% respectivamente respecto al año anterior. Los descensos registrados a partir del mes de marzo, junto con la nula actividad hotelera en el mes de abril, han neutralizado los crecimientos registrados en los dos primeros meses del año, arrojando una tasa de descenso sin precedentes en la serie histórica, y reduciendo el volumen de pernoctaciones del año 2020 a menos de la tercera parte del registrado en 2019.

Distribución porcentual de los turistas por tipo de alojamiento. Años 2008-2020



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

Puntos clave

- En el año 2020 se ha incrementado el uso de la vivienda, especialmente la alquilada y en propiedad (del 19,9% en 2019 al 25,1% en el 2020), y los campings (de un 3,1% en 2019 a un 4,4% en 2020).

- Las restricciones relativas al número de personas en reuniones sociales y la recomendación de mantener los grupos de convivencia ha influido a que durante la pandemia la visitas a amigos y familiares se hayan visto reducidas. En 2020, el 9,2% de los turistas declararon que el [motivo principal](#) de su viaje a Andalucía fue la visita a familiares y amigos, lo que supone -2,4 puntos porcentuales menos que en 2019. Esto también se ha visto reflejado en el uso de las viviendas de amigos y familiares como tipo de alojamiento (-2,2 puntos porcentuales respecto al año 2019).

03. Hábitos de consumo turístico

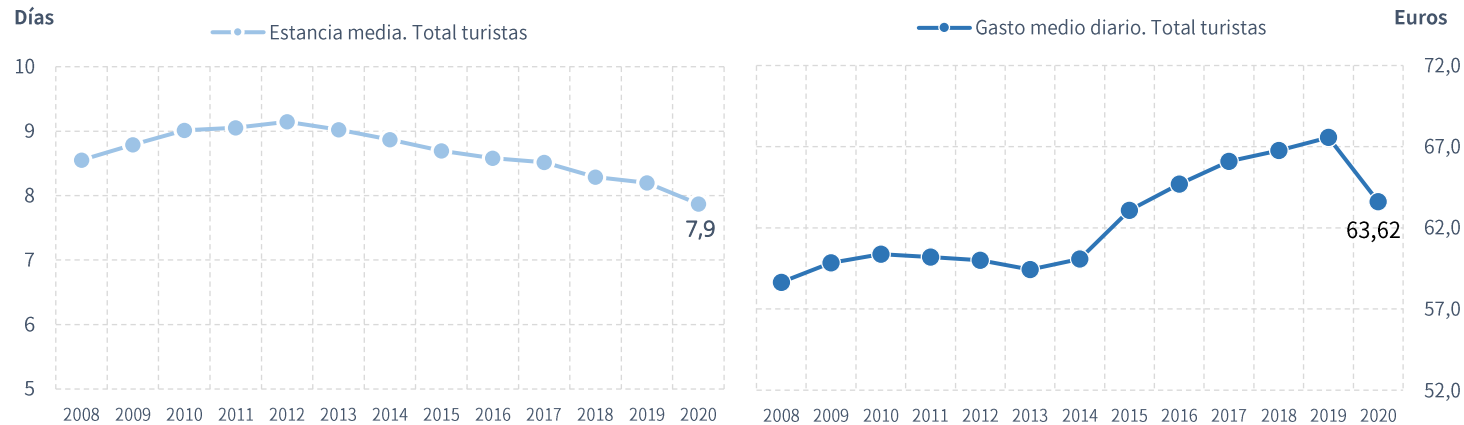
5. ESTANCIA MEDIA

Ya se venía observando una tendencia de la demanda a reducir el número medio de días de permanencia en el destino andaluz y esto en 2020 se ha acentuado al situarse en **7,9 días** la estancia media para Andalucía, lo que supone **-0,3 días inferior a la registrada en 2019**.

6. GASTO MEDIO DIARIO

El gasto medio diario que realizan los turistas en destino se cifra para el año 2020 en **63,62 euros (casi 4 euros menos que en 2019)**. Tradicionalmente, esta variable presenta una diferencia por procedencias, siendo siempre el gasto más elevado en extranjeros que en españoles y dada la preponderancia del mercado español en el 2020 ha podido afectar a la cifra global de gasto y a su reducción.

Estancia media y Gasto medio diario. Años 2008-2020



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

Puntos clave

- La reducción de la estancia media (-0,3 días) y del gasto medio diario en destino (-3,95 puntos) en el año 2020 ha provocado que el gasto total de la estancia se sitúe en 500 euros, lo que supone una reducción del -9,6% respecto al año anterior.

- Los turistas dedican la mayor parte de su presupuesto en destino a la restauración (36,4%) y al alojamiento (30,9%). El resto del gasto se centran principalmente en compras (17,1%) y en el transporte en destino (10,6%).

04. Perfil sociodemográfico

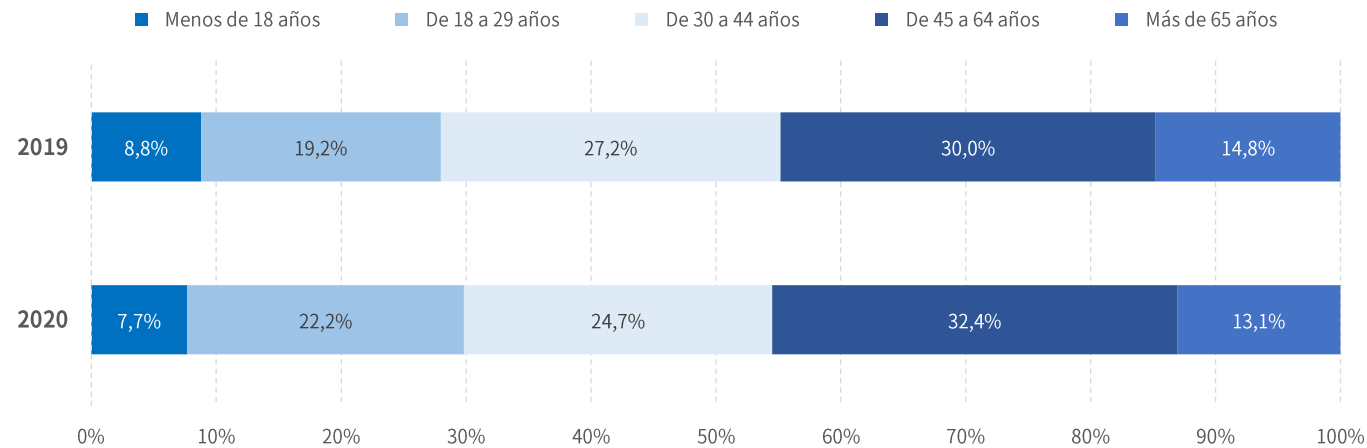
La población senior ha sido especialmente vulnerable a la epidemia y esto ha provocado que hayan reducido significativamente sus viajes, perdiendo -1,7 puntos porcentuales de cuota durante el año 2020. A este segmento de edad se le unen los turistas con edades comprendidas entre los 30 y 44 años, así como los menores de 18 años, que también descienden significativamente sus cuotas respecto al año 2019 (-2,5 puntos y -1,1 punto, respectivamente).

Este cambio de estructura en la edad de los turistas también tiene su reflejo en la situación laboral, han perdido protagonismo en Andalucía durante el año 2020 en relación al año anterior los estudiantes, retirados o jubilados y labores del hogar.

Puntos clave

- En el [perfil sociodemográfico](#) del turista que ha visitado Andalucía en 2020 se caracteriza por un porcentaje algo más elevado de mujeres (51,5%), en el 63,7% de los casos disponen de trabajo remunerado, ya sea por cuenta ajena o propia y la edad más frecuente se encuentra en el intervalo de 45 a 64 años.

Distribución porcentual de los turistas según edad. Años 2019 y 2020



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

05. Valoración del destino andaluz

Los turistas que visitaron el destino andaluz durante el año 2020, le otorgan una **valoración media de 8,54 puntos** (en una escala de 1 a 10) y todos los conceptos valorados alcanzan puntuaciones superiores a 8 puntos, destacando como más valorados la atención y trato recibido, los paisajes, parques naturales y patrimonio cultural andaluz.

Andalucía ha sido considerada como destino seguro en general y es atractiva para realizar diversas actividades turísticas. La siguiente tabla muestra en qué medida los principales mercados emisores consideran [la comunidad andaluza como un lugar seguro para realizar determinadas actividades](#). En el caso de los españoles destaca la seguridad que les ofrece las actividades relacionadas con el disfrute de la gastronomía mientras que para británicos y alemanes la actividad de visitar espacios naturales es la que les da mayor garantía.

¿En qué medida le resulta atractivo realizar las siguientes actividades en Andalucía según su percepción de destino seguro de vacaciones ante la COVID-19?

Actividades	Espanoles	Británicos	Alemanes	Actividades	Espanoles	Británicos	Alemanes
Disfrutar de la gastronomía	80,3%	66,4%	54,4%	Ir de compras	48,0%	54,0%	37,5%
Visitar espacios naturales	76,0%	76,6%	70,0%	Cuidar la salud, belleza, mimarse	46,7%	46,7%	38,1%
Visitar ciudades y conocer la vida urbana	74,7%	65,0%	51,9%	Ir de camping o en caravana	38,8%	32,8%	31,9%
Descansar en la costa en la playa, cerca del mar,...	72,0%	74,5%	64,4%	Practicar deportes	32,2%	26,3%	31,9%
Visitar zonas rurales hacer actividades típicas de la zona	71,1%	63,5%	64,4%	Ir de crucero organizado	29,3%	32,1%	16,3%
Conocer el arte y la cultura	70,7%	62,0%	47,5%	Acontecimientos deportivos	28,4%	27,0%	29,4%
Hacer rutas, excursiones e itinerarios en distintos lugares	69,1%	62,8%	60,6%	Aprender o perfeccionar idiomas o hacer algún tipo de curso	25,7%	38,0%	33,1%
Asistir a acontecimientos culturales	58,2%	54,7%	57,5%				

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

06. Anexo tablas

INDICADORES BÁSICOS	2020	2019	% Var./Diferencias
Número de turistas (millones)	13,35	32,53	-59,0%
Distribución porcentual por trimestres:			
Trimestre 1	34,4%	17,8%	16,6
Trimestre 2	8,7%	27,3%	-18,6
Trimestre 3	45,0%	35,1%	9,8
Trimestre 4	11,9%	19,7%	-7,8
Gasto medio diario (en euros):	63,62	67,57	-3,95
Gasto en destino por conceptos:			
Transporte	10,6%	11,5%	-0,9
Alojamiento	30,9%	25,6%	5,4
Compras alimentación	11,8%	10,5%	1,4
Compras no alimentación	5,3%	7,8%	-2,5
Visitas organizadas, ocio, otros...	4,0%	5,9%	-1,8
Alquiler de coches	0,8%	2,1%	-1,4
Comidas (bares, restaurantes, cafeterías)	36,4%	36,6%	-0,2
Estancia media (nº de días):	7,9	8,2	-0,3
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)			

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
Medio de Transporte:			
Coche (particular, alquilado, autocaravana)	69,7%	48,9%	20,9
Avión	17,4%	35,7%	-18,3
Resto	12,9%	15,4%	-2,5
Tipo de Alojamiento (sin peso):			
Alojamientos Hoteleros	57,5%	62,9%	-5,4
Apartamentos, casa o chalet	33,7%	30,7%	3,0
Otros	8,8%	6,4%	2,4
Organización del viaje:			
De forma particular	91,4%	84,1%	7,2
Lo organizó un club, asociación, empresa...	3,3%	6,4%	-3,0
Adquirió un paquete turístico o viaje combinado	5,3%	9,5%	-4,2
Motivo principal del viaje:			
Trabajo (motivos profesionales) o Negocios	1,6%	4,8%	-3,2
Vacaciones / Ocio	87,8%	80,3%	7,5
Visitas a familiares y amigos	9,2%	11,6%	-2,4
Estudios (Educación y Formación)	0,6%	1,6%	-1,0
Otros motivos (Tratamientos de salud, religiosos, etc...)	0,7%	1,7%	-1,0
Principales factores para elegir el destino andaluz:			
Precios	9,6%	8,1%	1,4
Clima	24,3%	31,3%	-7,0
Playa	24,5%	18,2%	6,3
Visitas a monumentos	25,8%	24,3%	1,5
Turistas de naturaleza y rural	5,8%	4,8%	0,9
Fiestas populares / Folklore	0,5%	1,3%	-0,7
Gastronomía	4,3%	3,5%	0,8
Calidad de vida / Hospitalidad	2,2%	2,7%	-0,5
Excursiones	0,4%	0,3%	0,0
Practicar deportes	0,7%	2,0%	-1,3
Otros	1,9%	3,4%	-1,5
Canales de información del destino:			
Por experiencia propia	69,8%	64,8%	5,0
Por recomendación de agencias de viajes (oficinas)	2,0%	3,7%	-1,7
Por recomendación de amigos o familiares	20,0%	20,6%	-0,7
Por redes sociales, web especializadas de viajes, blogs	5,5%	5,6%	-0,1
Por página Web oficial del destino	0,8%	1,8%	-1,0
Por publicidad en prensa, radio y TV	0,9%	1,8%	-0,9
Por otros medios	1,1%	1,8%	-0,7

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
Valoración al destino turístico andaluz (de 1 a 10 puntos):			
Alojamiento	8,7	8,5	0,1
Restauración	8,6	8,4	0,2
Ocio/Diversión	8,4	8,4	0,1
Seguridad ciudadana	8,6	8,6	0,0
Asistencia sanitaria	8,5	8,3	0,1
Atención y trato recibido	8,9	8,8	0,1
Relación calidad/precio	8,6	8,5	0,1
Red de comunicaciones	8,4	8,3	0,1
Limpieza	8,5	8,1	0,3
Nivel de tráfico	8,3	8,0	0,3
Señalización turística	8,4	8,2	0,2
Información turística	8,6	8,5	0,2
Patrimonio cultural	8,9	8,7	0,1
Transporte público	8,3	8,2	0,1
Alquiler de coches	8,5	8,3	0,2
Calidad de las playas y de los servicios	8,6	8,4	0,2
Paisajes y parques naturales	9,0	8,8	0,2
Entornos urbanos	8,8	8,4	0,4
Valoración global (Índice sintético de percepción)	8,5	8,4	0,2
Actividades realizadas durante la estancia en Andalucía:			
(NOTA: pregunta multirrespuesta, los % no suman 100)			
Compras (excluidas regulares)	25,8%	24,7%	1,2
Disfrute y uso de la playa	48,3%	47,7%	0,5
Observación de la naturaleza	18,6%	24,1%	-5,5
Asistencia a eventos deportivos	0,3%	0,8%	-0,5
Asistencia a eventos culturales	0,8%	3,5%	-2,7
Visitas a monumentos y museos	33,9%	36,8%	-2,9
Otras actividades culturales	0,6%	1,8%	-1,2
Juegos de azar	0,1%	0,2%	-0,1
Educación/formación y estudios de idiomas	0,2%	1,0%	-0,7
Actividades profesionales o de negocios/congresos y reuniones	0,5%	1,4%	-0,9
Prácticas de otros deportes	8,7%	9,1%	-0,3
Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc...)	2,6%	5,4%	-2,7
Otros	1,5%	4,9%	-3,4

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
Usó internet para consultas, reservas o compras:			
Si	64,4%	62,7%	1,7
No	35,6%	37,3%	-1,7
Para qué utilizó internet:			
Consulta	100,0%	100,0%	0,0
Reserva	83,6%	89,6%	-6,0
Compra	53,2%	69,2%	-15,9
Grupo de viaje:			
Solo	6,6%	11,0%	-4,4
Con su pareja	49,4%	41,6%	7,8
Con familiares	31,0%	32,3%	-1,3
Con amigos	12,6%	13,9%	-1,3
Otros	0,5%	1,3%	-0,8
Tamaño medio del grupo de viaje (personas)	2,3	2,3	0,0
Grado de fidelidad:	62,0%	51,5%	10,5

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

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	2020	2019	% Var./Diferencias
Sexo:			
Hombres	48,5%	49,3%	-0,7
Mujeres	51,5%	50,7%	0,7
Grupos de Edad:			
Menos de 18 años	7,7%	8,8%	-1,1
De 18 a 29 años	22,2%	19,2%	3,0
De 30 a 44 años	24,7%	27,2%	-2,5
De 45 a 64 años	32,4%	30,0%	2,4
Más de 65 años	13,1%	14,8%	-1,7
Situación Laboral:			
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	63,7%	62,7%	1,0
En paro	4,0%	3,4%	0,6
Estudiante	14,1%	14,4%	-0,4
Retirado/Jubilado	15,5%	16,4%	-1,0
Labores del hogar	1,2%	1,5%	-0,3
Otras	1,6%	1,5%	0,1

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



Turismo español en Andalucía

Año 2020

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



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%.

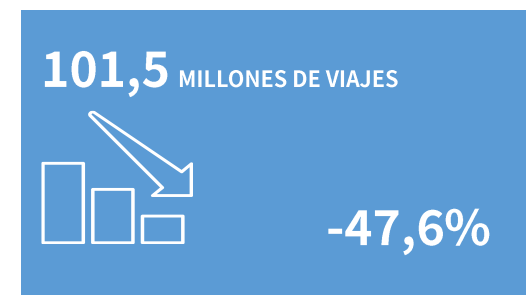
Ranking según CC. AA. Receptora. Total viajes internos. Año 2020

Posición	Comunidad receptora	Cuota 2020	Cuota 2019	Dif. 20/19
1	Andalucía	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.



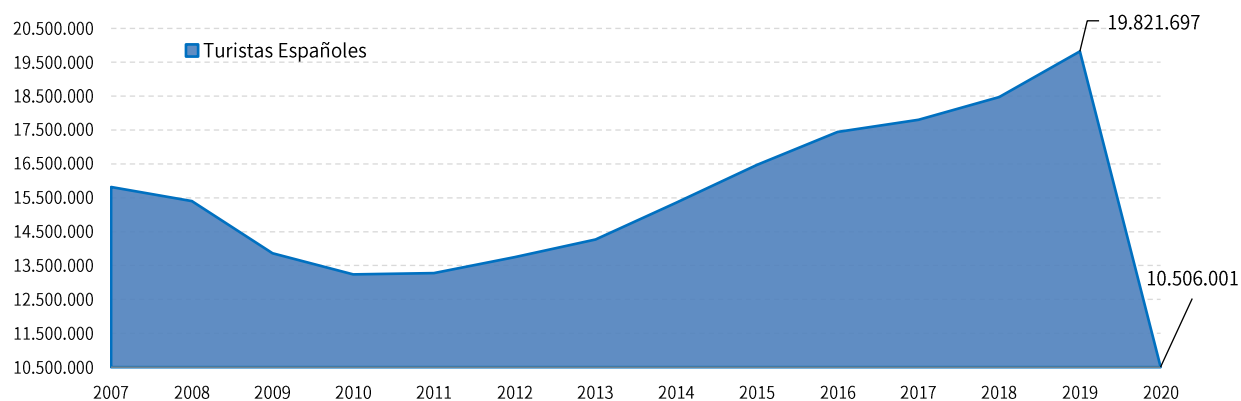
02. El emisor español en Andalucía. Año 2020

¿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

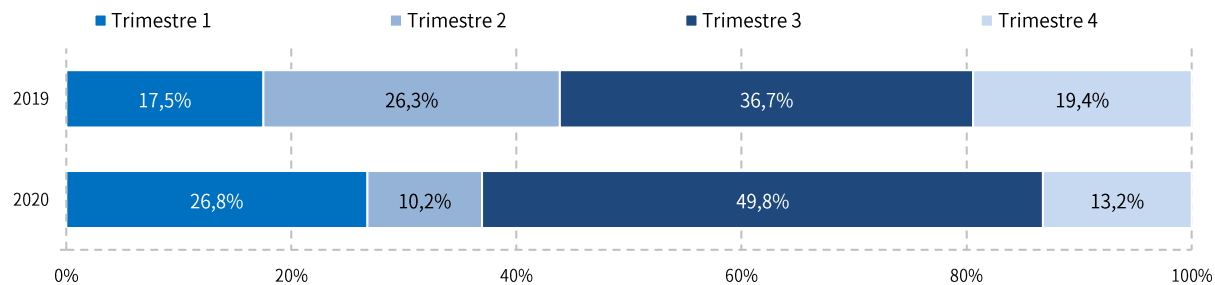
¿CUÁLES HAN SIDO SUS HÁBITOS DE CONSUMO TURÍSTICO? (I)

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)

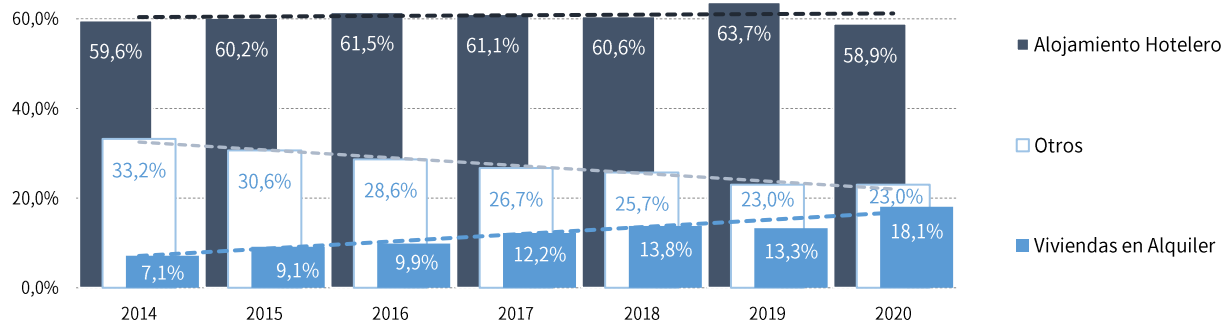
Los establecimientos hoteleros (hoteles, hoteles-apartamentos, hostales y pensiones) continúan siendo el [alojamiento](#) preferido de los turistas españoles durante su estancia en Andalucía con una participación del 58,9% en 2020. Ahora bien, han perdido cuota (-6,9 puntos porcentuales) frente al resto 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.
Número de turistas (millones)	10,5	19,9	-47,2%
Distribución porcentual por trimestres:			
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
Gasto medio diario (en euros):			
	59,09	60,75	-1,65
Gasto en destino por conceptos:			
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
Estancia media (nº de días):			
	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.
Medio de Transporte:			
Coche (particular, alquilado, autocaravana)	80,9%	70,2%	10,7
Avión	4,5%	9,2%	-4,7
Resto	14,7%	20,7%	-6,0
Tipo de Alojamiento (sin peso):			
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
Organización del viaje:			
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
Motivo principal del viaje:			
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
Principales factores para elegir el destino andaluz:			
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
Canales de información del destino:			
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.
Valoración al destino turístico andaluz (de 1 a 10 puntos):			
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
Actividades realizadas durante la estancia en Andalucía:			
(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
Usó internet para consultas, reservas o compras:			
Si	61,1%	56,8%	4,3
No	38,9%	43,2%	-4,3
Para qué utilizó internet:			
Consulta	100,0%	100,0%	0,0
Reserva	81,5%	88,6%	-7,1
Compra	48,9%	64,5%	-15,6
Grupo de viaje:			
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
Grado de fidelidad:	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
Sexo:			
Hombres	48,1%	49,1%	-1,0
Mujeres	51,9%	50,9%	1,0
Grupos de Edad:			
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
Situación Laboral:			
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.



Turismo andaluz en Andalucía

Año 2020

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



Índice de contenidos

- 00. Introducción
- 01. Balance del año 2020 y evolución
- 02. Hábitos de consumo turístico (I)
- 03. Hábitos de consumo turístico (II)
- 04. El impacto de la pandemia COVID-19 en los hábitos turísticos de los andaluces | Verano 2020
- 05. Anexo de tablas

00. Introducción

La crisis sanitaria que ha provocado la COVID-19 ha tenido un fuerte impacto en la actividad turística global y ha supuesto cambios significativos que han marcado el año turístico 2020. En este balance del emisor andaluz se pretende no sólo cuantificar la pérdida de turistas, sino también identificar, cuáles han sido los principales cambios en sus hábitos de consumo, que ayuden al sector turístico andaluz a comprender cómo se han comportado estos turistas en una situación de elevada incertidumbre como la provocada por la COVID-19 durante el año 2020.

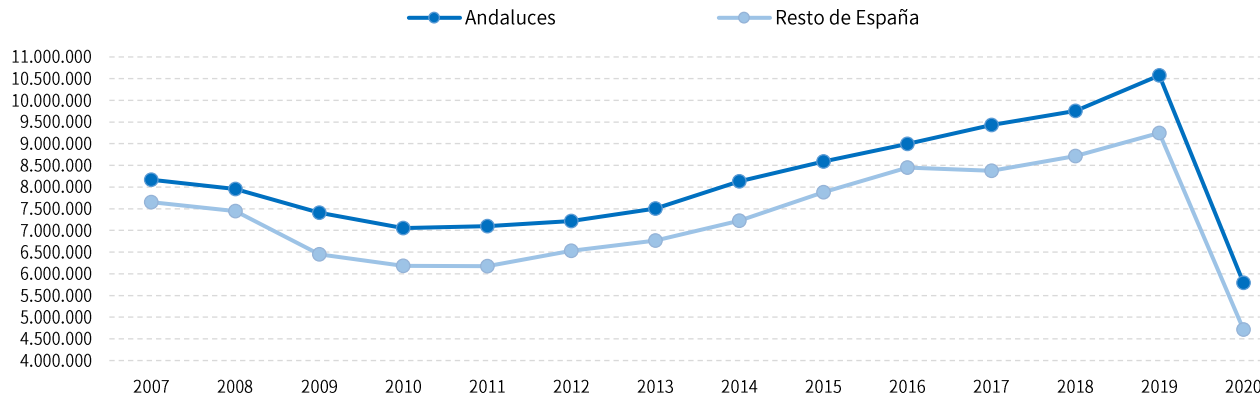
Este análisis se realiza a través de una explotación a medida de la [Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía](#) (ECTA) elaborada por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) que proporciona información sobre variables tanto cualitativas como cuantitativas que permiten realizar estimaciones sobre el gasto, la estancia, perfil del turista, calificación del destino, etc. Esta información se complementa con otras fuentes secundarias como o la [Encuesta Social 2020. Hábitos Turísticos de la población andaluza](#) del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

01. Balance del año 2020 y evolución.

En el año 2020, Andalucía ha recibido un total de 10,5 millones de turistas nacionales, de los cuales 5,8 millones proceden de Andalucía y 4,7 millones del resto de España. Ambas cifras, no sólo suponen una caída respecto al pasado año del -45,5% y -49,2%, respectivamente, sino también un descenso sin precedentes de estas visitas en la Comunidad desde que se tienen datos.

El tercer trimestre es el preferido para visitar Andalucía tanto para andaluces como para los procedente del resto del España. No obstante, la irrupción de la pandemia de la Covid-19 ha alterado la [distribución trimestral](#) de estos turistas, concentrándose aún más las llegadas a la Comunidad en la temporada estival (jul-sept), período en el que se relajaron las restricciones a la movilidad.

Turistas andaluces y del resto de España en Andalucía. Años 2007-2020.

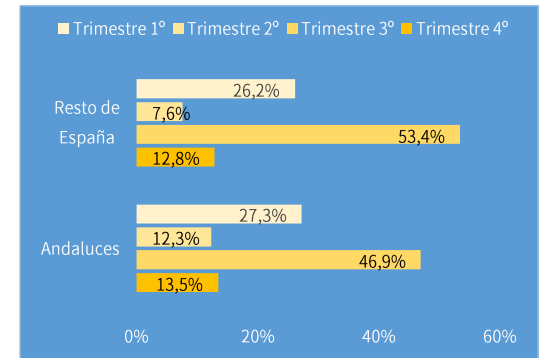


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)

Puntos clave

- Respecto a 2019: mejor evolución del emisor andaluz (-45,5%) y resto de España (-49,2%) frente a los mercados extranjeros, Unión Europea (-76,8%) y resto del mundo (-79,4%).

- Esta fuerte reducción del mercado extranjero en 2020 ha desequilibrado las cuotas o pesos que cada procedencia presentaba de forma habitual. Así, el mercado extranjero del 38,8% en 2019 ha pasado al 21,3% en 2020, el resto de España del 28,5% en 2019 al 35,3% en 2020 y el andaluz del 32,7% en 2019 al 43,4% en 2020.



02. Hábitos de consumo turístico (I)

La alta presencia de turistas nacionales, y sobre todo de andaluces (43,4%), entre los turistas que visitan Andalucía, ha propiciado el mayor uso del coche, así como la organización particular del viaje a Andalucía.

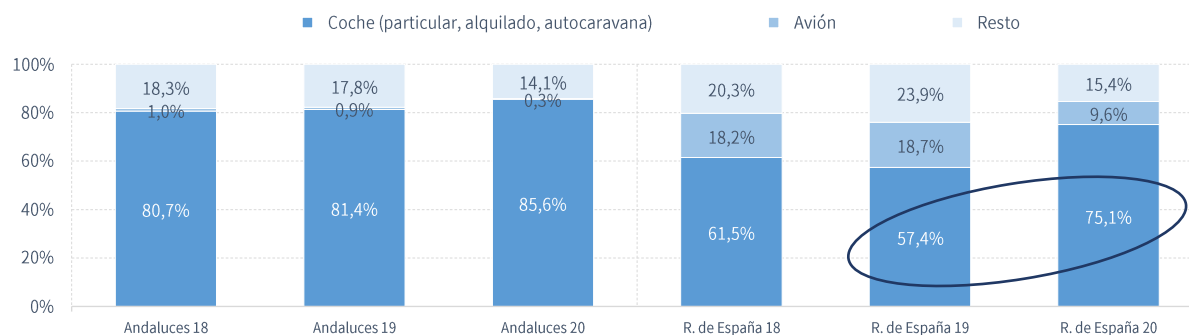
ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

EL 93,2% de los turistas andaluces que organizan su viaje a Andalucía lo hace de manera particular, siendo este porcentaje superior en +2,6 puntos porcentuales al registrado en el año anterior. Para el resto de turistas nacionales que visitan el destino andaluz, si bien esta participación es algo más comedida (90%), ha aumentado +5,3 puntos respecto a 2019, lo que supone el nivel más elevado de los últimos años.

MEDIO DE TRANSPORTE

En 2020 se ha incrementado el uso del coche (propio, alquilado o autocaravana) en detrimento principalmente del uso del avión, propiciado por el turismo de proximidad y ser percibido como un medio de transporte más seguro ante el posible riesgo de contagio o transmisión de la COVID-19. Esta situación se acentúa sobre todo en el caso de los turistas procedentes del resto de España, tal y como se observa en el siguiente gráfico.

Medio de transporte. Turistas andaluces y resto de España. Año 2018-2020



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 del turista andaluz, tales como:

- En el [tipo de alojamiento](#) incremento en el uso de la vivienda alquilada y en propiedad (del 20,6% en 2019 al 27,9% en el 2020) y notable disminución en el uso del alojamiento hotelero (de un 61,9% en 2019 a un 55,3% en 2020).

- En el [motivo principal del viaje](#): gran aumento de los viajes por ocio y vacaciones en la Comunidad (del 77,9% en 2019 al 86,4% en el año 2020). Las restricciones relativas al número de personas en reuniones sociales y la recomendación de mantener los grupos de convivencia ha influido a que durante la pandemia la visitas a amigos y familiares se hayan visto reducidas (del 14,3% en 2019 al 10,7% en el año 2020).

- En el [perfil sociodemográfico](#): descenso de los turistas senior (-0,7 puntos) y del segmento de edad comprendido entre 30 y 44 años (-2,7 puntos), e incremento de los turistas entre 45 y 64 años (+3,2 puntos).

03. Hábitos de consumo turístico (II)

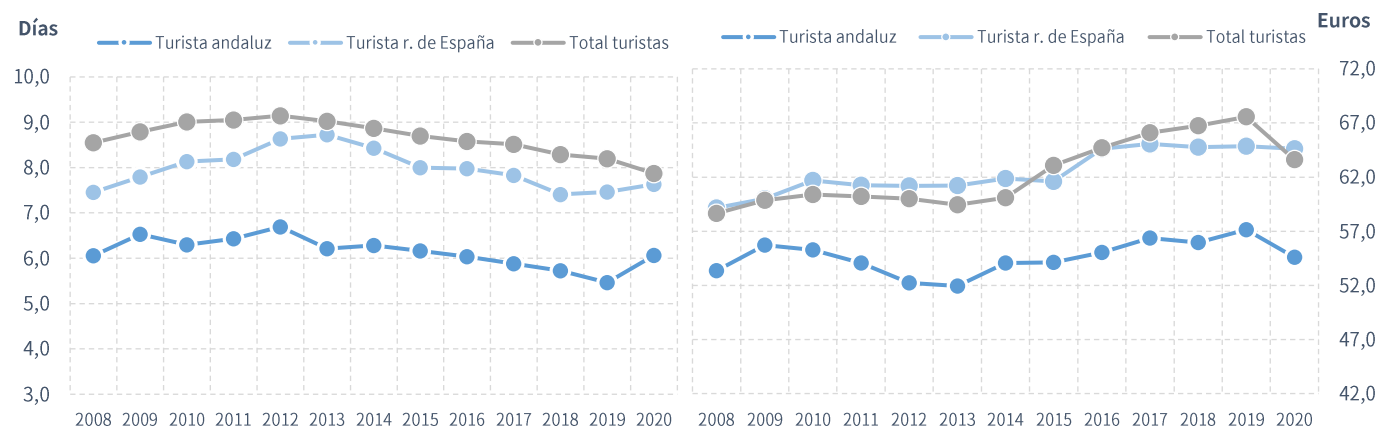
ESTANCIA MEDIA

La estancia media en la Comunidad de los andaluces que visitan Andalucía se sitúa en 6,1 días, un día y medio por debajo de la registrada por aquellos que proceden del resto de España (7,6 días). Esta diferencia se hace algo más acusada en su comparativa con la estancia registrada por el total de turistas (7,9 días). Respecto a 2019, destacar que ambas permanencias presentan aumentos, siendo más acusado el de los andaluces que el observado por el emisor del resto de España, +0,60 días y +0,17 días, respectivamente.

GASTO MEDIO DIARIO

En cuanto al gasto realizado en el destino andaluz, continúa siendo más comedido en el caso de los turistas andaluces, cifrándose el de los turistas procedentes del resto de España más de 10 euros por encima, se cifran en 54,59 euros y 64,62 euros, cada uno.

Gasto medio diario. Total turistas, andaluces y resto de España. Año 2018-2020



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

Puntos clave

- La permanencia en Andalucía del turista de andaluz es inferior a la del turista que visita la región desde otras Comunidades autónomas. Esta característica distintiva no se ha alterado en 2020 por efecto de la pandemia.

- Sin embargo, la crisis sanitaria sí parece haber ejercido un efecto diferencial en el gasto medio diario del turista. Así, el mercado del resto de España ha disminuido su gasto medio diario en -0,23 euros respecto a 2019, cantidad inferior a la registrada tanto por el andaluz (-2,56 euros) como por el total de turistas (-3,95 euros). De este modo, el nivel del gasto del turista del resto de España (64,62 euros) se sitúa por encima de la media andaluza (63,62 euros), situación que no se observaba desde el año 2014.

03. El impacto de la pandemia COVID-19 en los hábitos turísticos de los andaluces | Verano 2020

En este apartado se recogen las principales conclusiones de la [Encuesta Social 2020. Hábitos turísticos de la población andaluza](#) realizada por el IECA, cuyo objetivo principal es entender las **transformaciones de los hábitos turísticos de la población que reside en Andalucía durante el verano de 2020** como consecuencia de la pandemia de la COVID-19. A continuación, se detallan:

1. La pandemia ha hecho que **se viaje menos**: en el verano de 2020 el 38,4% de la población realizó un viaje por motivos personales, **10 puntos menos** que los que viajaron en el verano 2019 o 2018 (48,2%).
2. **Entre los que no han viajado** en verano por motivos relacionados con la COVID, el **principal motivo** ha sido el **miedo al contagio** (67,4%). La situación económica ha afectado al 25,6%. **Las normas de seguridad para evitar el contagio** (medidas de distanciamiento social o las restricciones de movilidad) **han tenido un peso menor** en las decisiones de la población andaluza (18,7% y 12,8%, respectivamente).
3. **Entre los que sí han viajado** en el verano de 2020, se observan cambios respecto al verano de 2019 o 2018 en **todas las decisiones que rodean el desplazamiento y las estancias**, los principales son:
 - En la duración del viaje: **han aumentado los viajes cortos** (de 1 o 2 noches, en +12,2 puntos) y han disminuido en esa proporción los viajes de duración intermedia (de 3 a 15 noches).
 - En la ubicación del destino: han crecido los viajes a entornos más cercanos (misma provincia u otra provincia de Andalucía) y **han descendido los viajes a otra comunidad autónoma** (-8,4 puntos) y **especialmente los viajes al extranjero** (-15 puntos).
 - En la motivación para efectuar viajes de ocio: **aumenta el turismo de sol y playa, así como el turismo de naturaleza (asociados a espacios abiertos)** y disminuye el turismo cultural, muchas veces asociado a un turismo en grandes ciudades, con mayores aglomeraciones de personas (de un 18,6% en el verano 2019 o 2018 a un 6,8% en el verano de 2020).
 - En el medio de transporte: **se incrementa el uso de vehículos particulares** (de un 73,7% en el verano de 2019 o 2018, a un 90,1% en el verano de 2020. Por el contrario, **han descendido los viajes en avión** (de un 16,9% a un 5,4% en el verano de 2020).
 - En el tipo de alojamiento: **ha disminuido significativamente la pernoctación en alojamientos hoteleros** (de un 43,6% en el verano 2019 o 2018 un 29,5% en el verano de 2020), incrementándose el uso de la vivienda cedida por familiares y amigos y la segunda residencia.

4. En cuanto a las expectativas de viaje para el año 2021:

- El 52,0% de la población andaluza afirma que piensa viajar en algún momento de 2021, un 28,8% piensa que no viajará y el 18,9% aún no lo tiene claro.
- Para aquellos que piensan que van a viajar en 2021, el 62,8% realizará su viaje principal en los meses de verano de 2021 (desde junio a septiembre), volviendo así a la estacionalidad de años anteriores, aunque con un número de viajeros inferior a la normalidad.
- La persistencia de los inconvenientes causados por la COVID (59,8%) y las razones económicas (29,6%) son los motivos principales por los que los andaluces afirman que no viajarán en 2021.

Anexo tablas

INDICADORES BÁSICOS	Andaluz	Resto de España
Número de turistas (millones)	5,79	4,71
Distribución porcentual por trimestres:		
Trimestre 1	27,3%	26,2%
Trimestre 2	12,3%	7,6%
Trimestre 3	46,9%	53,4%
Trimestre 4	13,5%	12,8%
Gasto medio diario (en euros):		
	54,59	64,62
Gasto en destino por conceptos:		
Transporte	9,5%	9,8%
Alojamiento	33,4%	33,7%
Compras alimentación	12,4%	9,7%
Compras no alimentación	4,7%	5,3%
Visitas organizadas, ocio, otros...	3,7%	4,4%
Alquiler de coches	0,3%	0,3%
Comidas (bares, restaurantes, cafeterías)	36,0%	36,8%
Estancia media (nº de días):		
	6,07	7,63

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

HÁBITOS DE CONSUMO	Andaluz	Resto de España
Medio de Transporte:		
Coche (particular, alquilado, autocaravana)	85,6%	75,1%
Avión	0,3%	9,6%
Resto	14,1%	15,4%
Tipo de Alojamiento:		
Alojamientos Hoteleros	55,3%	58,6%
Apartamentos, casa o chalet	37,1%	36,3%
Otros	7,6%	5,1%
Organización del viaje:		
De forma particular	93,2%	90,0%
Lo organizó un club, asociación, empresa...	2,6%	5,0%
Adquirió un paquete turístico o viaje combinado	4,2%	5,0%
Motivo principal del viaje:		
Trabajo (motivos profesionales) o Negocios	1,3%	2,1%
Vacaciones / Ocio	86,4%	88,2%
Visitas a familiares y amigos	10,7%	9,1%
Resto	1,6%	0,6%
Principales factores para elegir el destino andaluz:		
Precios	11,4%	10,3%
Clima	19,6%	24,8%
Playa	26,4%	25,3%
Visitas a monumentos	25,0%	24,5%
Turistas de naturaleza y rural	7,5%	5,6%
Fiestas populares / Folklore	0,7%	0,4%
Gastronomía	4,6%	3,1%
Calidad de vida / Hospitalidad	2,4%	2,8%
Excursiones	0,1%	0,3%
Practicar deportes	0,5%	1,1%
Otros	1,9%	1,8%
Canales de información del destino:		
Por experiencia propia	77,8%	71,1%
Por recomendación de agencias de viajes (oficinas)	1,3%	2,3%
Por recomendación de amigos o familiares	16,1%	18,5%
Por redes sociales, web especializadas de viajes, blogs	1,7%	6,0%
Por Página Web oficial del destino	0,9%	0,6%
Por Publicidad en prensa, radio y TV	1,0%	0,8%
Por otros medios	1,2%	0,7%

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

HÁBITOS DE CONSUMO	Andaluz	Resto de España
Valoración al destino turístico andaluz (de 1 a 10 puntos):		
Alojamiento	8,74	8,67
Restauración	8,61	8,60
Ocio/Diversión	8,46	8,36
Seguridad ciudadana	8,49	8,59
Asistencia sanitaria	8,40	8,46
Atención y trato recibido	8,80	8,87
Relación calidad/precio	8,49	8,56
Red de comunicaciones	8,36	8,40
Limpieza	8,33	8,40
Nivel de tráfico	8,19	8,22
Señalización turística	8,31	8,38
Información turística	8,56	8,59
Patrimonio cultural	8,88	8,87
Infraestructura Golf	7,87	8,71
Puertos y actividades náuticas	8,56	8,58
Calidad de las playas y de los servicios	8,73	8,75
Paisajes y Parques naturales	9,02	8,99
Entornos urbanos	8,81	8,75
Valoración global (Índice sintético de percepción)	8,57	8,48
Actividades realizadas durante la estancia en Andalucía:		
(NOTA: pregunta multirespuesta, los % no suman 100)		
Compras (excluidas regulares)	25,3%	25,1%
Disfrute y uso de la playa	47,6%	50,5%
Observación de la naturaleza	18,2%	17,7%
Asistencia a eventos deportivos	0,5%	0,2%
Asistencia a eventos culturales	0,6%	0,6%
Visitas a monumentos y museos	31,1%	34,9%
Otras actividades culturales	0,7%	0,4%
Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc..)	2,7%	2,7%
Práctica deportes náuticos	1,1%	1,8%
Esquí	0,7%	1,1%
Deportes de naturaleza	4,8%	4,5%
Prácticas de otros deportes	0,7%	1,3%
Otros	2,5%	2,5%
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)		

HÁBITOS DE CONSUMO	Andaluz	Resto de España
Usó internet para consultas, reservas o compras:		
Si	57,2%	65,9%
No	42,8%	34,1%
Para qué utilizó internet:		
Consulta	100,0%	100,0%
Reserva	81,9%	81,1%
Compra	48,5%	49,4%
Grupo de viaje:		
Solo	6,7%	5,8%
Con su pareja	47,8%	50,7%
Con familiares	32,2%	29,8%
Con amigos	13,0%	13,0%
Otros	0,3%	0,8%
Tamaño medio del grupo de viaje (personas)		
	2,3	2,3
Grado de fidelidad:		
	76,6%	55,7%
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)		

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	Andaluz	Resto de España
Sexo:		
Hombres	47,2%	49,2%
Mujeres	52,8%	50,8%
Grupos de Edad:		
Menos de 18 años	8,1%	7,4%
De 18 a 29 años	24,5%	19,2%
De 30 a 44 años	26,1%	25,6%
De 45 a 64 años	31,6%	34,2%
Más de 65 años	9,6%	13,6%
Situación Laboral:		
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	64,5%	65,4%
En paro	4,9%	3,8%
Estudiante	15,4%	12,7%
Retirado/Jubilado	11,6%	16,0%
Labores del hogar	1,6%	1,1%
Otras	2,1%	1,1%
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)		



Turismo extranjero en Andalucía

Año 2020

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



Índice de contenidos

- 00. Introducción
- 01. Balance del año 2020 y evolución
- 02. Procedencia de los turistas extranjeros
- 03. Hábitos de consumo turístico (I)
- 04. Hábitos de consumo turístico (II)
- 05. Anexo de tablas

00. Introducción

La crisis sanitaria que ha provocado la COVID-19 ha tenido un fuerte impacto en la actividad turística global y ha supuesto cambios significativos que han marcado el año turístico 2020. En este balance se pretende no sólo cuantificar la pérdida de turistas sino también identificar cuáles han sido los principales cambios en sus hábitos de consumo que ayuden al sector turístico andaluz a comprender cómo se han comportado los turistas en una situación de elevada incertidumbre como la provocada por la COVID-19 durante el año 2020.

Este análisis se realiza a través de una explotación a medida de la [Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía](#) (ECTA) elaborada por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) que proporciona información sobre variables tanto cualitativas como cuantitativas que permiten realizar estimaciones sobre el gasto, la estancia, perfil del turista, calificación del destino, etc. Esta información se complementa con otras fuentes secundarias como la [Encuesta de Ocupación Hotelera](#) (EOH) del Instituto Nacional de Estadística (INE) o el [movimiento aeroportuario de AENA](#).

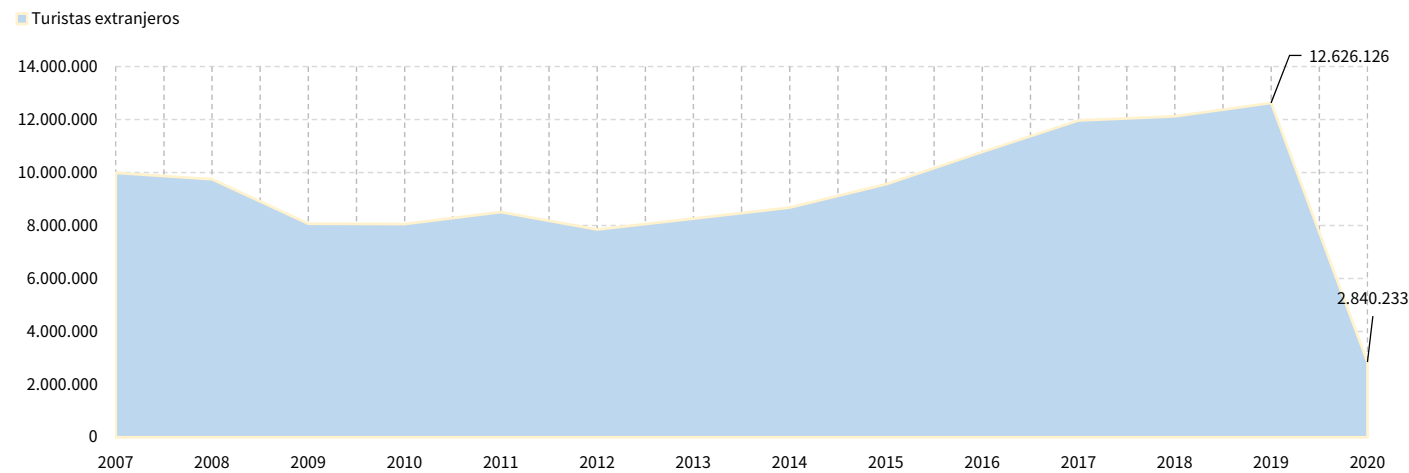
01. Balance del año 2020 y evolución

El turismo extranjero en Andalucía venía creciendo de forma ininterrumpida desde el año 2012, pero los resultados negativos con los que ha cerrado el año 2020 suponen la ruptura de esta tendencia alcista de siete años consecutivos de incrementos. Así, algo más de **2,8 millones de turistas extranjeros** la han visitado en este año, lo que supone un **fuerte descenso del -77,5%** que supera ampliamente la caída registrada en el turismo de procedencia nacional (-47,2%).

La fuerte contracción experimentada por este mercado en 2020, se deja notar igualmente en **otros indicadores clave**: descensos del -79,8% en viajeros alojados en establecimientos hoteleros, del -81,5% en pernoctaciones hoteleras y del -77,5% en llegadas de pasajeros procedentes de aeropuertos internacionales así lo corroboran.

La caída de la demanda internacional ha sido **generalizada en los destinos españoles**: la totalidad de las principales CC.AA. turísticas, incluida Andalucía, se han visto afectadas.

Evolución de los turistas extranjeros en Andalucía. Años 2007-2020



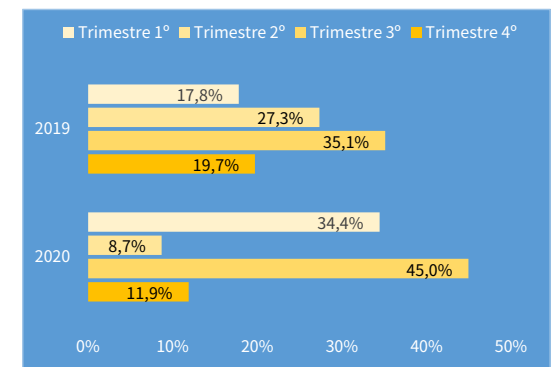
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA).

Puntos clave

- El turista internacional se ha visto más afectado por las restricciones impuestas para el control de la **pandemia en 2020** (cierres de fronteras, cuarentenas, recomendaciones de no viajar si no es absolutamente necesario, etc.) y ha realizado menos visitas a Andalucía.

- Las distribuciones de turistas por procedencia registran un importante cambio en 2020 como consecuencia de la crisis, **disminuyendo la participación del turismo internacional de forma notable** (pasando del 38,8% al 21,3%) a favor de los mercados de proximidad (andaluces y resto de españoles).

- Igualmente, la irrupción de la pandemia y las medidas impuestas para su contención han **alterado la distribución anual del turismo** significativamente:

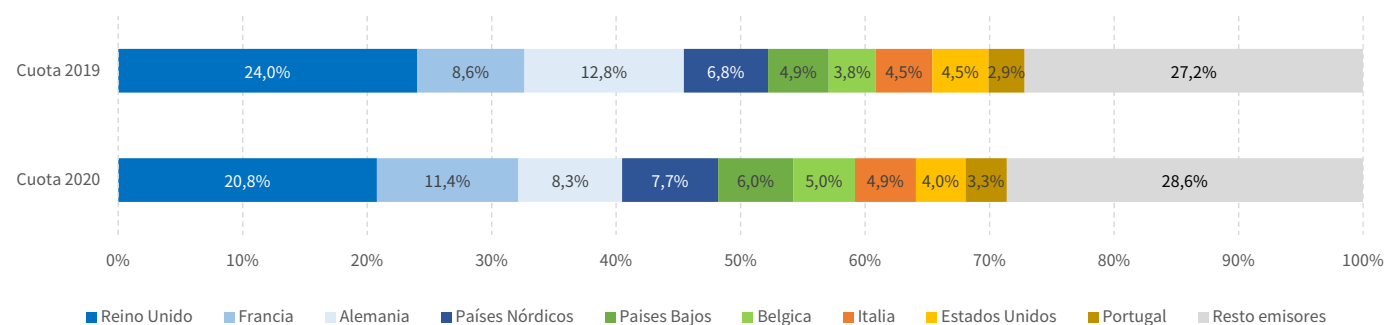


02. Procedencia de los turistas extranjeros

En el año 2020, y de acuerdo con los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE), los establecimientos hoteleros de Andalucía han recibido un total de **1,9 millones de viajeros extranjeros**, lo que en comparación con el mismo periodo del año anterior supone un **descenso del -79,9%**. Estos viajeros han registrado un total de **5,4 millones de pernoctaciones**, lo que supone un descenso en términos relativos del **-81,5%**. Esta cifra representa el 13,4% del total de turistas extranjeros recibido en España en este periodo.

El 20,8% de las pernoctaciones hoteleras internacionales procedía del **Reino Unido**, posicionándose nuevamente como **el principal 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 algo menos de la mitad de la demanda turística internacional de Andalucía. En comparación con el mismo periodo del año anterior, no ha cambiado la relación de los cuatro mercados emisores extranjeros más importantes, pero sí que se observa un cambio significativo en el orden: mientras que Alemania y Reino Unido presentan unas cuotas que se sitúan **-4,5 puntos y -3,2 puntos por debajo de la registrada en 2019**, respectivamente, **la cuota de Francia se ha incrementado en +2,7 puntos**, situándose en segunda posición del ranking, por encima de Alemania, que ocupaba este lugar en 2019.

Cuota de participación en la demanda turística de Andalucía. Años 2019 - 2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), del INE

Puntos clave

- **Todos los emisores extranjeros han registrado importantes descensos**, pero unos han evolucionado mejor que otros. **Destacan los incrementos de cuota de Francia (+2,7 puntos)**, Países Bajos, Bélgica (+1,2 puntos en ambos casos) y Países Nórdicos (+0,9 puntos).

- En el caso de **Francia y Portugal**, el hecho de ser países fronterizos con España, sin duda ha propiciado los desplazamientos turísticos en vehículos particulares, el medio de transporte percibido como más seguro durante la pandemia.

- Igualmente, **Países Bajos** ha evolucionado mejor que otros emisores porque en las primeras restricciones a la movilidad que impusieron tras la apertura de fronteras fueron diferenciadas por regiones, y no afectaron a todo el territorio español.

- Factores como la dependencia del transporte aéreo o las restricciones en origen (cuarentenas y/o test PCR de entrada y salida), explican en cierta medida las caídas de cuota experimentadas por **Alemania, Reino Unido o Irlanda**.

03. Hábitos de consumo turístico (I)

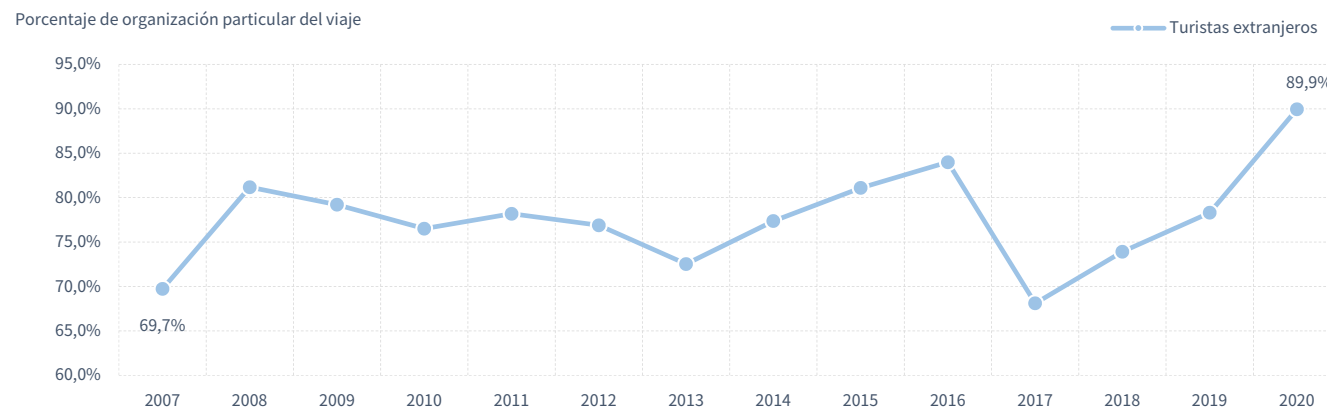
ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

La incertidumbre provocada por la situación de pandemia mundial, junto con la preferencia por destinos próximos y conocidos, ha provocado que los turistas extranjeros hayan apostado en mayor medida que otros años por la organización particular del viaje, alcanzando un peso del 89,9% entre estos turistas, lo que supone alcanzar el nivel más elevado de los últimos años, situándose casi doce puntos porcentuales por encima de la cifra de 2019.

MEDIO DE TRANSPORTE

En 2020 se ha **reducido fuertemente el uso del avión**, en favor principalmente del uso del coche (propio, alquilado o autocaravana), pasando de un 77,7% en 2019 a un 65,3% en 2020. Este cambio está claramente condicionado por factores como el incremento del turismo de proximidad y la percepción del vehículo particular como un medio de transporte más seguro ante el posible riesgo de contagio o transmisión de la COVID-19.

Organización del viaje de los turistas extranjeros en Andalucía. Años 2007-2020



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

Puntos clave

- Tanto la forma de organización del viaje, como el medio de transporte que se utiliza para acceder a Andalucía, son variables que se ven **muy influenciadas por la procedencia de los turistas**.

- La alta presencia de turistas nacionales, y por lo tanto, el menor peso del extranjero, entre los turistas que visitan Andalucía, explica en gran medida el mayor uso del coche, así como de la organización particular del viaje a Andalucía.

- El descenso de turistas extranjeros, que son los que tradicionalmente más utilizan el avión para acceder a Andalucía, ha contribuido al desplome del movimiento aeroportuario. Concretamente, los aeropuertos andaluces han recibido un total de 4 millones pasajeros durante el año 2020, lo que supone un descenso del -73,5% respecto al año anterior.

- El perfil sociodemográfico del turista extranjero que ha visitado Andalucía en 2020 se caracteriza por un reparto al 50% entre mujeres y hombres, en el 59,2% de los casos disponen de trabajo remunerado, ya sea por cuenta ajena o propia y la edad más frecuente se encuentra en el intervalo de 45 a 64 años.

04. Hábitos de consumo turístico (II)

ESTANCIA MEDIA

Tras una tendencia estable de la demanda turística extranjera en el número medio de días de permanencia en el destino andaluz, en torno a los 11 días, en 2020 se ha registrado un incremento de dichas estancias, situándose en **12 días de media**.

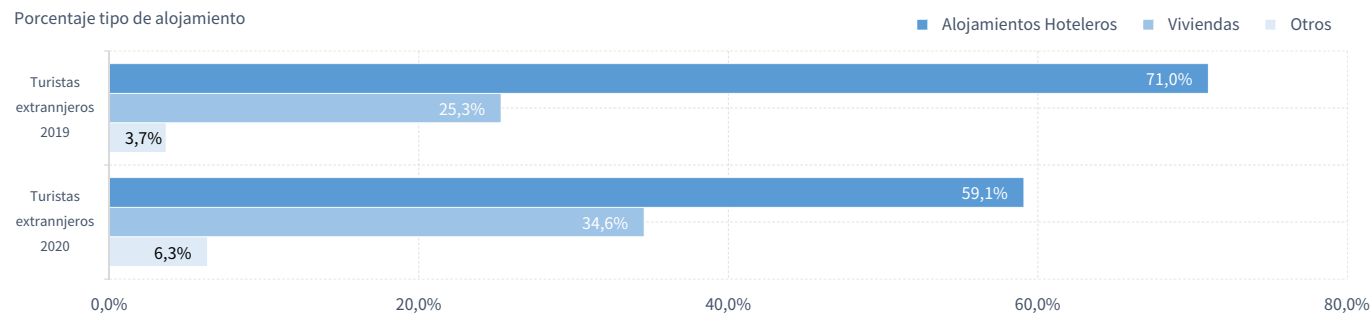
GASTO MEDIO DIARIO

El gasto medio diario que realizan los turistas extranjeros en destino se cifra para el año 2020 en **74,95 euros (3,65 euros menos que en 2019)**. Las [principales partidas de gasto](#) han sido las comidas (36,7%) y el alojamiento (21,3%), sin observarse cambios significativos respecto al año 2019.

TIPO DE ALOJAMIENTO

Pese a verse reducido notablemente su peso en 2020, los **establecimientos hoteleros siguen siendo el alojamiento preferido** de los turistas extranjeros durante su estancia en Andalucía con una participación del 59,1%, un descenso de **-11,9 puntos respecto al año 2019**, captado en gran medida por las viviendas.

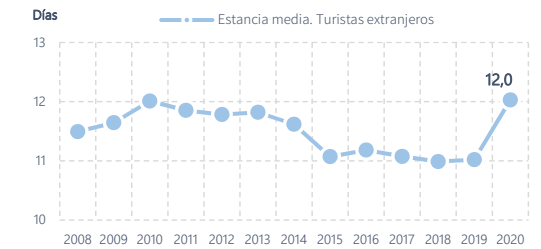
Distribución porcentual de los turistas extranjeros por tipo de alojamiento. Años 2019-2020



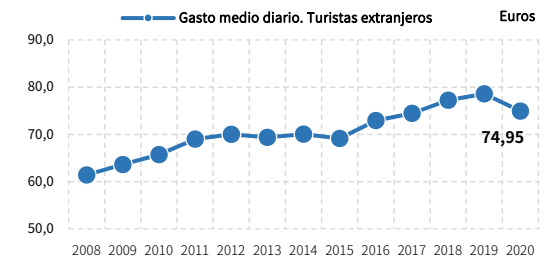
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)

Puntos clave

ESTANCIA MEDIA TURISTA EXTRANJERO



GASTO MEDIO DIARIO TURISTA EXTRANJERO



- Las restricciones relativas al número de personas en reuniones sociales y la recomendación de mantener los grupos de convivencia ha influido a que durante la pandemia **la visitas a amigos y familiares se hayan visto reducidas**. En 2020, el 6,5% de los turistas extranjeros declararon que el [motivo principal](#) de su viaje a Andalucía fue la visita a familiares y amigos, lo que supone **-2,2 puntos porcentuales menos** que en 2019.

05. Anexo tablas

INDICADORES BÁSICOS	2020	2019	% Var./Diferencias
Número de turistas (millones)	2,84	12,63	-77,51%
Distribución porcentual por trimestres:			
Trimestre 1	62,82%	18,25%	44,57
Trimestre 2	3,23%	28,94%	-25,70
Trimestre 3	26,92%	32,62%	-5,71
Trimestre 4	7,03%	20,19%	-13,16
Gasto medio diario (en euros):	74,95	78,60	-3,65
Gasto en destino por conceptos:			
Transporte	14,41%	14,15%	0,27
Alojamiento	21,27%	22,80%	-1,53
Compras alimentación	14,15%	10,96%	3,19
Compras no alimentación	6,68%	8,54%	-1,86
Visitas organizadas, ocio, otros...	4,19%	5,58%	-1,40
Alquiler de coches	2,59%	4,47%	-1,88
Comidas (bares, restaurantes, cafeterías)	36,70%	33,50%	3,20
Estancia media (nº de días):	12,03	11,02	1,01
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)			

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
Medio de Transporte:			
Coche (particular, alquilado, autocaravana)	28,55%	15,27%	13,28
Avión	65,27%	77,66%	-12,39
Resto	6,18%	7,07%	-0,89
Tipo de Alojamiento:			
Alojamientos Hoteleros	59,10%	71,02%	-11,91
Apartamentos, casa o chalet	34,56%	25,31%	9,24
Otros	6,34%	3,67%	2,67
Organización del viaje:			
De forma particular	89,95%	78,30%	11,65
Lo organizó un club, asociación, empresa...	7,95%	14,18%	-6,23
Adquirió un paquete turístico o viaje combinado	2,10%	7,52%	-5,42
Motivo principal del viaje:			
Trabajo (motivos profesionales) o Negocios	1,49%	5,45%	-3,96
Vacaciones / Ocio	90,19%	82,83%	7,35
Visitas a familiares y amigos	6,46%	8,65%	-2,19
Resto	1,85%	3,06%	-1,21
Principales factores para elegir el destino andaluz:			
Precios	4,75%	8,57%	-3,82
Clima	33,28%	38,21%	-4,93
Playa	19,05%	15,79%	3,26
Visitas a monumentos	29,67%	22,75%	6,91
Turistas de naturaleza y rural	2,68%	4,16%	-1,48
Fiestas populares / Folklore	0,47%	0,71%	-0,24
Gastronomía	5,58%	2,49%	3,10
Calidad de vida / Hospitalidad	0,98%	2,26%	-1,27
Excursiones	1,00%	0,02%	0,97
Practicar deportes	0,43%	2,15%	-1,72
Otros	2,11%	2,89%	-0,77
Canales de información del destino:			
Por recomendación de agencias de viajes (oficinas)	2,94%	6,44%	-3,50
Por recomendación de amigos o familiares	30,46%	24,21%	6,25
Por experiencia propia	51,11%	51,12%	0,00
Por redes sociales, web especializadas de viajes, blogs	12,29%	10,53%	1,76
Por Publicidad en prensa, radio y TV	0,78%	2,69%	-1,91
Por Página Web oficial del destino	0,81%	2,91%	-2,10
Por otros medios	1,62%	2,10%	-0,48

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
Valoración al destino turístico andaluz (de 1 a 10 puntos):			
Alojamiento	8,54	8,57	-0,04
Restauración	8,49	8,52	-0,02
Ocio/Diversión	8,33	8,50	-0,17
Calidad de las playas y de los servicios	8,72	8,60	0,12
Paisajes y Parques naturales	8,94	8,84	0,11
Entornos urbanos	8,78	8,56	0,22
Seguridad ciudadana	8,89	8,79	0,11
Asistencia sanitaria	8,82	8,69	0,13
Atención y trato recibido	8,98	8,81	0,17
Relación calidad/precio	8,76	8,55	0,22
Red de comunicaciones	8,56	8,43	0,13
Limpieza	8,68	8,25	0,42
Nivel de tráfico	8,48	8,18	0,30
Señalización turística	8,48	8,28	0,19
Información turística	8,64	8,54	0,10
Patrimonio cultural	8,97	8,94	0,02
Infraestructura Golf	9,06	8,55	0,51
Puertos y actividades náuticas	8,96	8,52	0,44
Valoración global (Índice sintético de percepción)	8,68	8,51	0,17
Actividades realizadas durante la estancia en Andalucía:			
(NOTA: pregunta multirespuesta, los % no suman 100)			
Disfrute y uso de la playa	46,06%	52,94%	-6,88
Visitas a monumentos y museos	37,75%	41,50%	-3,75
Compras (excluidas regulares)	28,05%	26,63%	1,42
Observación de la naturaleza	20,82%	25,61%	-4,79
Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc...)	2,27%	4,59%	-2,32
Deportes de naturaleza	2,89%	3,72%	-0,83
Asistencia a eventos culturales	1,70%	3,41%	-1,71
Prácticas de otros deportes	0,95%	2,91%	-1,96
Otras actividades culturales	0,71%	1,95%	-1,24
Práctica deportes náuticos	2,67%	1,74%	0,93
Práctica de golf	0,51%	1,49%	-0,99
Educación/formación y estudios de idiomas	0,68%	1,26%	-0,58
Otros	5,90%	7,00%	-1,10

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
Usó internet para consultas, reservas o compras:			
Si	76,68%	72,13%	4,54
No	23,32%	27,87%	-4,54
Para qué utilizó internet:			
Consulta	100,00%	100,00%	0,00
Reserva	91,08%	91,02%	0,06
Compra	69,31%	76,60%	-7,30
Grupo de viaje:			
Solo	7,72%	12,07%	-4,35
Con su pareja	50,38%	44,89%	5,49
Con familiares	30,45%	29,01%	1,43
Con amigos	11,13%	12,30%	-1,17
Otros	0,33%	1,73%	-1,40
Tamaño medio del grupo de viaje (personas)	2,28	2,23	0,05
Grado de fidelidad:	42,71%	36,31%	6,40
Fuente: : SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA (IECA)			

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	2020	2019	% Var./Diferencias
Sexo:			
Hombres	50,04%	50,11%	-0,07
Mujeres	49,96%	49,89%	0,07
Grupos de Edad:			
Menos de 18 años	7,24%	7,82%	-0,58
De 18 a 29 años	22,24%	19,38%	2,86
De 30 a 44 años	20,17%	26,10%	-5,93
De 45 a 64 años	31,05%	29,38%	1,68
Más de 65 años	19,29%	17,32%	1,97
Situación Laboral:			
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	59,22%	63,06%	-3,85
En paro	2,62%	2,47%	0,15
Estudiante	13,68%	13,36%	0,32
Retirado/Jubilado	22,46%	18,98%	3,48
Labores del hogar	0,56%	0,80%	-0,24
Otras	1,47%	1,33%	0,14
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.			



Turismo británico en Andalucía

Año 2020

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



Índice de contenidos

- 00. Introducción.
- 01. Balance turístico año 2020.
- 02. Andalucía como destino seguro para los británicos: intención de viajar, destino y comportamiento 2021.
- 03. Anexo de tablas.

00. Introducción

Debido a la crisis sanitaria* y, por ello, a la escasa llegada de turistas procedentes del extranjero, no existen suficientes unidades entrevistadas en la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) de este emisor, por lo que se utilizarán para el análisis de este mercado la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística que proviene de la “Estadística de movimientos turísticos en frontera. Frontur” y de la “Encuesta de gasto turístico. Egatur” .

Las comparaciones interanuales se realizarán utilizando las cifras de 2019 y 2020 de las fuentes mencionadas. Hay que tener en cuenta que hay diferencias metodológicas en cuanto al cálculo de las variables entre estas estadísticas y la ECTA. El gasto diario de Egatur lleva incluido el gasto en origen que repercute en Andalucía, no siendo así en el caso de la ECTA.

También se incluyen en este análisis, los resultados, para el mercado británico, 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.

* El 14 de marzo de 2020 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. A partir de este mes se han ido sucediendo diversos niveles de restricciones de movilidad tanto interna (entre Comunidades Autónomas) como externa, en función del impacto del Covid-19 en cada territorio o mercado emisor.

01. Balance turístico año 2020

TURISTAS BRITÁNICOS EN ANDALUCÍA Y ESPAÑA

Para el año 2020, y de acuerdo con los datos de Frontur (INE), se estima que **Andalucía ha recibido un total de 589 mil turistas británicos**, lo que respecto al año anterior supone **un descenso del -80,5%**, quedando el volumen de este emisor reducido a una quinta parte del que tenía en 2019, e interrumpiendo la tendencia al alza de los últimos años de este emisor en Andalucía.

Este importante descenso no es una situación exclusiva del destino andaluz: España solo ha recibido en este año a 3,2 millones de turistas británicos, frente a los 18 millones recibidos en el año 2019, una tasa de variación del -82,4%, lo que en cifras absolutas se traduce en -14,8 millones de turistas británicos menos. Los descensos de este emisor se presentan, con más o menos intensidad, en todas las principales CC. AA. turísticas.

Ranking de las principales CC. AA. de destino del turismo británico en España. Año 2020

Ranking	CC. AA. Destino	Turistas (miles)	Cuota 2020	% Var. 20/19
1	Canarias	1.149,5	36,2%	-76,4%
2	Andalucía	588,7	18,5%	-80,5%
3	C. Valenciana	586,5	18,5%	-79,3%
4	Cataluña	285,2	9,0%	-85,9%
5	Baleares	223,5	7,0%	-93,9%
6	Madrid	113,6	3,6%	-79,8%
	España	3.173,9	100,0%	-82,4%

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

Puntos clave

- La caída de la demanda británica ha sido generalizada en los destinos españoles: la totalidad de las principales CC.AA. turísticas, incluida Andalucía, han registrado mínimos históricos.
- Tradicionalmente, los destinos insulares eran los principales receptores de turismo británico, seguidos por Andalucía que venía ocupando la tercera posición. Sin embargo, en 2020 las islas Baleares han registrado el mayor retroceso en la demanda británica en España, lo que ha permitido a Andalucía escalar un puesto en el ranking de destinos.

DEBIDO A LAS RESTRICCIONES DERIVADAS DE LA PANDEMIA DE COVID-19, LA EVOLUCIÓN DEL MERCADO BRITÁNICO PRESENTA UNOS DESCENSOS SIN PRECEDENTES EN TODOS LOS DESTINOS ESPAÑOLES

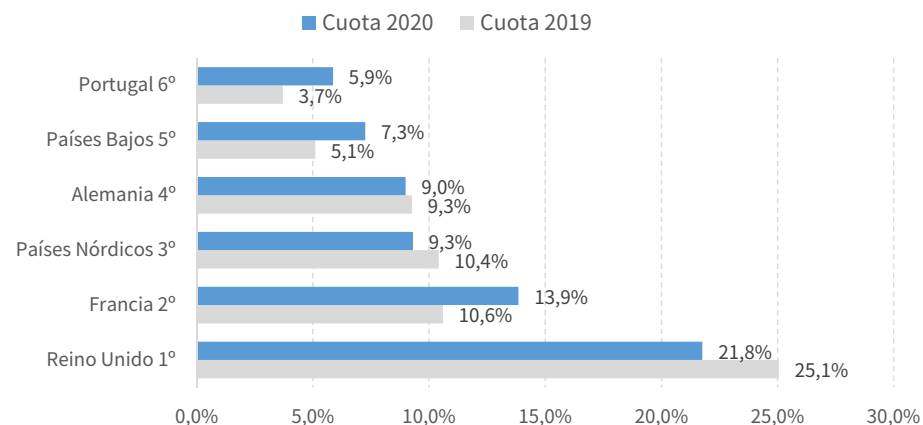
01. Balance turístico año 2020

CUOTA DE PARTICIPACIÓN EN EL TURISMO EXTRANJERO DE ANDALUCÍA

A pesar del fuerte descenso registrado, los turistas procedentes del **Reino Unido** suponen el 21,8% de los turistas internacionales recibidos en Andalucía en 2020, posicionándose un año más como **el principal emisor extranjero para Andalucía**.

Los siguientes mercados en importancia para el destino andaluz son Francia, Países Nórdicos y Alemania. En conjunto, los cuatro principales emisores suponen algo más de la mitad de la demanda turística internacional de Andalucía en 2020. En comparación con el año anterior, no ha cambiado la relación de los cuatro mercados emisores extranjeros más importantes, ni su orden, pero se observan otros cambios significativos: **mientras que Reino Unido presenta una cuota que se sitúa -3,3 puntos por debajo de la registrada en 2019, la cuota de Francia se ha incrementado en esos mismos +3,3 puntos**, ampliando su ventaja respecto a Países Nórdicos y Alemania, que también han perdido cuota en el año 2020.

Distribución de los turistas extranjeros en Andalucía según país de procedencia. Años 2019 y 2020



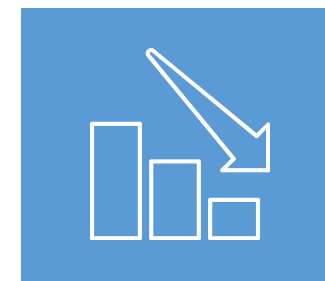
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Estadística de movimientos turísticos en frontera. Frontur, del INE

Puntos clave

- Todos los emisores extranjeros han registrado importantes descensos, pero unos han evolucionado mejor que otros: **Reino Unido ha perdido presencia en la demanda extranjera de Andalucía**, mientras que Francia, Países Bajos y Portugal, registraban incrementos de cuota iguales o superiores a los 2 puntos porcentuales.

- **Reino Unido impuso** desde finales de julio **unas limitaciones a los viajes a España muy estrictas**, estableciendo cuarentenas a la vuelta de estos viajes, lo que penalizó los flujos turísticos hacia Andalucía.

- En el caso de **Francia y Portugal**, el hecho de ser **países fronterizos** con España, sin duda ha propiciado los desplazamientos turísticos en vehículos particulares, el medio de transporte percibido como más seguro durante la pandemia.



01. Balance turístico año 2020

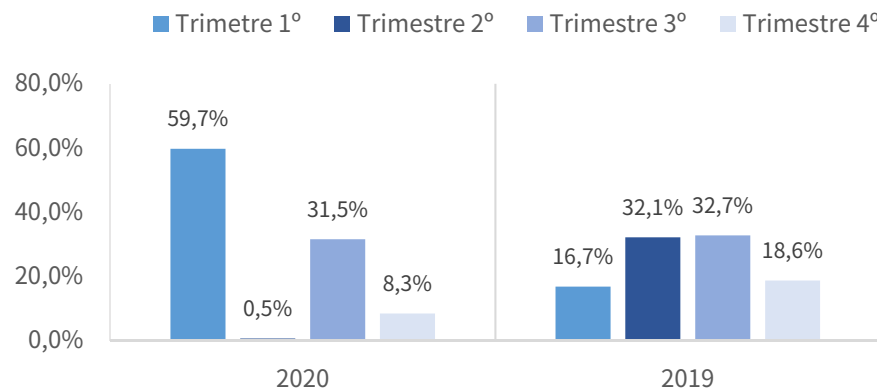
DISTRIBUCIÓN TRIMESTRAL

Tradicionalmente, los turistas británicos prefieren visitar Andalucía en los meses más cálidos, para disfrutar del buen clima de la región, concentrando sus visitas en el segundo y el tercer trimestre del año. Pero la irrupción de la **pandemia de COVID-19 y las medidas impuestas** para su contención han alterado esta distribución anual significativamente: tras un comienzo del año 2020 muy prometedor, se interrumpe la actividad turística desde mitad del mes de marzo y durante todo el segundo trimestre, con confinamientos de la población y cierres de fronteras. La temporada de verano se reanuda tardíamente en el mes de julio, pero ha sido muy corta debido a los rebrotes.

MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE

Otra consecuencia de las medidas restrictivas impuestas y de las recomendaciones del Gobierno británico a su población de no viajar a otros países si no es absolutamente necesario, es que se ha alterado la distribución del turismo británico en función de la motivación principal del viaje, dejando un 2020 con **menos viajes de ocio o vacaciones a Andalucía** (79,9% frente al 87,8% de 2019).

Distribución de los turistas británicos según trimestres. Años 2019 y 2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Estadística de movimientos turísticos en frontera. Frontur, del INE

Puntos clave

- La caída de la demanda turística británica ha sido prácticamente **total** en el **segundo trimestre del año**: este periodo acumula solo el 0,5% del total de turistas británicos recibidos en 2020.

- Tras esta interrupción, en la última semana de julio y primera de agosto, **la extensión de los rebrotes de coronavirus** llevó al emisor británico a imponer **restricciones de viajes hacia territorio español** (incluidas las islas) **y/o cuarentenas** a sus residentes cuando vuelven de pasar las vacaciones en España.

- En 2020 el emisor británico ha realizado en Andalucía **menos viajes de ocio, pero más viajes por motivos de estudio u otros motivos personales** (visitas a familiares y/o amigos, tratamientos de salud, motivos religiosos, etc.).

01. Balance turístico año 2020

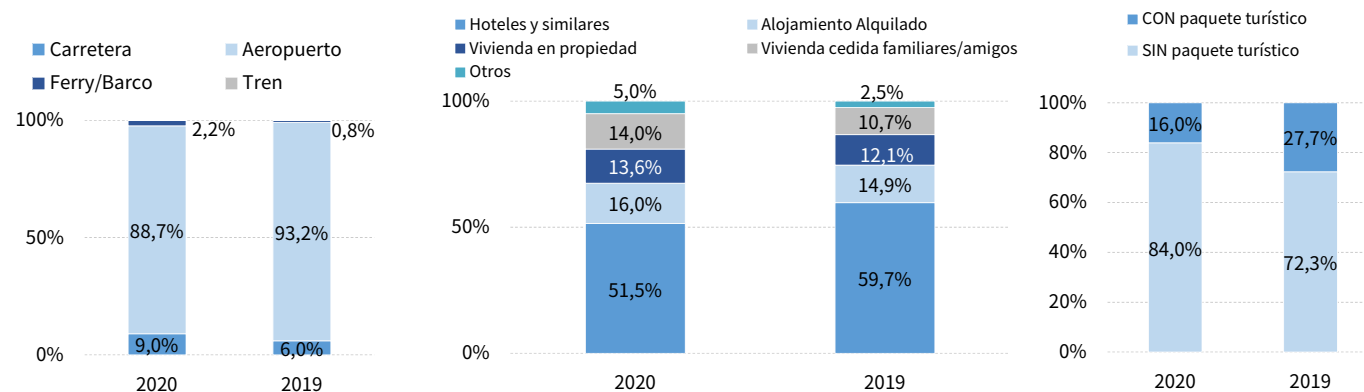
ESTANCIA Y GASTO MEDIO DIARIO

En sus visitas a Andalucía de 2020, el turista británico ha permanecido una media de 9,1 días, estancia +1,2 días superior a la registrada en el año anterior, si bien se ha situado casi medio día por debajo de la media de los extranjeros en su conjunto (9,5 días según Egatur). En cuanto al gasto medio diario, este indicador se ha estimado en 102,1 euros, lo que supone una reducción de -9,5 euros con respecto a 2019, y al igual que en la estancia, es inferior a la del turista internacional (estimado en 112,5 euros en 2020 según Egatur).

VÍA DE ACCESO, TIPO DE ALOJAMIENTO Y FORMA DE ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

El turista británico accede a Andalucía principalmente por vía aérea, aunque en 2020 ha perdido cuota a favor de otras formas de acceso minoritarias para este emisor, como son la carretera y el barco. Para alojarse prefiere los establecimientos hoteleros, que sigue siendo la opción mayoritaria (51,5%) en este atípico 2020, si bien cede terreno (-8,2 puntos porcentuales) frente al resto de tipologías de alojamiento, destacándose las viviendas cedidas por familiares y/o amigos. También se ha reducido significativamente el uso del paquete turístico como forma de la organización del viaje a Andalucía en 2020.

Distribución de los turistas británicos según vía de acceso, alojamiento y organización. Años 2019 y 2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Estadística de movimientos turísticos en frontera. Frontur, del INE

Puntos clave

- El turista internacional, y el británico no es una excepción, ha realizado **en 2020 menos visitas a Andalucía, pero de mayor duración**. Se trata de una adaptación a los estrictos protocolos de seguridad que se deben cumplir si se quiere realizar un viaje internacional (cuarentenas en origen y destino, PCR, etc.).
- Para el turista británico, **el avión es el medio de transporte por excelencia** para acceder a Andalucía, y **aunque** continúa siendo líder tras la irrupción del virus COVID-19, **ha perdido protagonismo en 2020** frente a otros tipos de transporte.
- También en el tipo de alojamiento se observa un **cambio de preferencias** significativo debido a la pandemia, **disminuyendo las pernoctaciones en hoteles** a favor del resto de alojamientos, con un claro incremento del uso de la vivienda cedida.
- Tanto el menor uso del avión como del alojamiento hotelero respecto al año anterior son dos razones de peso que justifican la **menor contratación en 2020 a través de paquetes turísticos**.

02. Andalucía como destino seguro para los británicos

En este epígrafe se presentan los resultados, para el mercado británico, del informe “Diagnóstico de Andalucía como destino seguro” . Para este análisis se realizó una encuesta a 451 residentes en Reino Unido 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

- La población británica muestra interés en viajar en 2021, aun existiendo la situación Covid-19: el 67,2% piensa en realizar un viaje de ocio durante 2021.
- España es elegida como posible destino para 2021 por el 28,5% de los británicos. Entre los posibles destinos españoles para visitar en 2021, las Islas Canarias sería el destino favorito para los residentes en Reino Unido, seguido de Andalucía y Baleares.
- La principal **motivación para viajar** en 2021 para los encuestados británicos es *Desconectar, relajarse, disfrutar y divertirse pasando tiempo con la familia y amigos*. A esta le sigue el *placer de tener sol y buen clima*, así como *conocer nuevos lugares, gentes y experiencias*.
- Entre los **factores** que tienen en cuenta a la hora de **elegir un destino** para viajar durante 2021, los británicos priman *el clima cálido*, y consideran como segundo requisito más importante *el entorno, los paisajes y la naturaleza* del destino a visitar.
- Las **actividades** que buscan realizar en el destino elegido y **a las que no renuncian a realizar en período Covid** son *visitar zonas rurales y hacer actividades típicas de la zona, visitar espacios naturales, conocer el arte y la cultura*.

2. PERCEPCIÓN DE ANDALUCÍA COMO DESTINO SEGURO

A la mayoría de los británicos, el destino andaluz les resulta un **destino seguro y atractivo** para *visitar espacios naturales, descansar en la costa, en la playa cerca del mar, disfrutar de la gastronomía, visitar ciudades y conocer la vida urbana*. Por el contrario, las actividades que consideran menos seguras es *practicar deportes o asistir a acontecimientos deportivos*.

Puntos clave

- **La pandemia de COVID-19 no ha eliminado el deseo de viajar de los británicos, ni ha alterado sus decisiones en cuanto a los destinos a visitar:** España se posiciona como el país más deseado, con las comunidades insulares y Andalucía como los destinos preferentes dentro de España.
- Tampoco ha modificado sustancialmente sus motivaciones para viajar ni los factores para elegir un destino: **tener sol y buen clima continúa en la cúspide de sus prioridades.**
- **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, playas, ...).
- Andalucía es reconocida por la mayoría de los encuestados británicos como un destino que ofrece una amplia variedad de recursos turísticos y que estos pueden disfrutarse de forma segura.

02. Andalucía como destino seguro para los británicos

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

Tan solo el 18,5% de los encuestados británicos 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 64,6% de contestan que no saben en qué consisten.

En cuanto a **los protocolos de actuación** que han sido implantados en los establecimientos turísticos para proteger la salud frente al Covid-19, los que les hacen sentir más seguros **en el transporte y en las actividades de ocio son el uso de mascarillas**, tanto por los demandantes del servicio como por los empleados, **y reducir al 50% la ocupación del aforo**.

En el caso del **alojamiento, el uso de mascarillas** tanto por los turistas como por el personal empleado, son también las medidas más importantes seguidas de la **desinfección de las habitaciones** y el uso de geles desinfectantes en la recepción.

Puntos clave

- El desconocimiento de la existencia de **protocolos** de actuación frente a la Covid-19 en la actividad turística de Andalucía **es muy elevado entre los británicos**.

03. Anexo tablas

TABLAS DEL BALANCE TURÍSTICO AÑO 2020

INDICADORES BÁSICOS	2020	2019	% Var./Diferencias
Número de turistas (miles)	588,7	3.012,8	-80,5%
Cuota de participación en la demanda extranjera:	21,8%	25,1%	-3,3
Distribución porcentual por trimestres:			
Trimestre 1	59,7%	16,7%	43,1
Trimestre 2	0,5%	32,1%	-31,6
Trimestre 3	31,5%	32,7%	-1,2
Trimestre 4	8,3%	18,6%	-10,3
Gasto medio diario (en euros):	102,1	111,6	-9,5
Estancia media (nº de días):	9,1	7,9	1,2

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Estadística de movimientos turísticos en frontera. Frontur, del INE

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
Motivo principal del viaje:			
1. Negocios y motivos profesionales	4,3%	5,7%	-1,5
2. Motivaciones personales:			
- Ocio, recreo y vacaciones	79,9%	87,8%	-7,8
- Estudios	4,2%	0,7%	3,6
- Otros motivos personales (visitas a familiares y/o amigos, motivos religiosos, tratamientos de salud, compras, etc.)	8,5%	4,1%	4,4
3. Otros motivos	3,0%	1,7%	1,3
Vía de entrada de los turistas:			
Carretera	9,0%	6,0%	3,0
Aeropuerto	88,7%	93,2%	-4,5
Ferry/Barco	2,2%	0,8%	1,5
Tren	0,1%	0,0%	0,0
Tipo de alojamiento:			
Hoteles y similares	51,5%	59,7%	-8,2
Alojamiento Alquilado	16,0%	14,9%	1,0
Vivienda en propiedad	13,6%	12,1%	1,5
Vivienda cedida familiares/amigos	14,0%	10,7%	3,3
Otros (Camping, casa rural, crucero, otros alojamientos de mercado y de no mercado)	5,0%	2,5%	2,5
Organización del viaje:			
Con paquete turístico	16,0%	27,7%	-11,7
Sin paquete turístico	84,0%	72,3%	11,7

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Estadística de movimientos turísticos en frontera. Frontur, del INE

TABLAS PARA LOS BRITÁNICOS DEL ESTUDIO “DIAGNÓSTICO DE ANDALUCÍA COMO DESTINO TURÍSTICO SEGURO”

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

¿Cuál diría que es su destino favorito, el que más le apetece?

País/destino	Cuota en %
Italia	15,3%
EEUU	11,1%
Grecia	10,0%
Francia	9,8%
España: Islas Canarias	9,1%
España: Andalucía	8,2%
Alemania	6,2%
Chipre	5,8%
España: Islas Baleares	4,2%
Países Bajos	3,1%
Turquía	3,1%
España: Cataluña	2,9%
Irlanda	2,7%
Retos de países/destinos	8,6%

Principal motivo para viajar en 2021

Motivos	Posición
Para desconectar, relajarse, disfrutar, divertirse y tener tiempo para la pareja, amigos y familia	1º
Para tener sol y buen clima	2º
Para conocer y descubrir lugares nuevos, gente nueva y nuevas experiencias	3º
Para descubrir paisajes y estar en contacto con la naturaleza	4º
Para conocer nuevas culturas y como vive gente de otros países	5º
Para visitar a parientes o amigos, y reencontrarse con la infancia, raíces.	6º
Para abrir la mente, enriquecerme a nivel personal y adquirir nuevos conocimientos	7º
Para conocer patrimonio y cultura monumentos, obras de arte,...	8º
Para hacer algo excitante, con algo de aventura o incluso riesgo	9º
Para practicar y disfrutar de los hobbies deporte, fotografía	10º
Para conocer lugares que están de moda o que son prestigiosos	11º
Para visitar lugares sagrados, por devoción religiosa	12º
Otros	13º

Principal factor por el que decide viajar a un destino concreto

Factores	Posición
Clima cálido	1º
Entorno, paisajes y naturaleza	2º
Trato recibido, ambiente agradable y hospitalario	3º
Lugares históricos y culturales	4º
Buen precio	5º
Calidad del alojamiento	6º
Tranquilidad	7º
Playas	8º
Protocolos COVID en alojamientos y restauración	9º
Variedad de servicios y actividades	10º
Calidad y variedad de la comida y las bebidas	11º
Facilidad para acceder al destino, buena comunicación, proximidad al domicilio	12º
Protocolos COVID en actividades de ocio	13º
Seguridad	14º
Organización del viaje que tenga actividades incluidas	15º
Limpieza y mantenimiento del entorno	16º
Protocolos COVID en transporte	17º
Otros	18º

¿Qué actividades ha dejado de realizar o no piensa realizar en su viaje planificado para el año 2021 en el destino turístico debido a la situación de COVID-19?

Actividades	Posición
Asistir a acontecimientos deportivos	1º
Ir de crucero organizado	2º
Practicar deportes	3º
Asistir a acontecimientos culturales	4º
Visitar ciudades y conocer la vida urbana	5º
Hacer rutas, excursiones e itinerarios en distintos lugares	7º
Descansar en la costa en la playa, cerca del mar,...	8º
Ir de camping o en caravana	9º
Aprender o perfeccionar idiomas o hacer cursos	9º
Disfrutar de la gastronomía	10º
Cuidar la salud y la belleza, mimarse	11º
Ir de compras	12º
Conocer el arte y la cultura	13º
Visitar espacios naturales	14º
Visitar zonas rurales, hacer activ. típicas de la zona	15º
Ninguna	16º
Otra actividad	17º

¿En qué medida le resulta atractiva Andalucía según su percepción como destino seguro de vacaciones para realizar las siguientes actividades en la situación actual de COVID19?

Actividades	Porcentaje
Visitar espacios naturales	76,6%
Descansar en la costa en la playa, cerca del mar,...	74,5%
Disfrutar de la gastronomía	66,4%
Visitar ciudades y conocer la vida urbana	65,0%
Visitar zonas rurales hacer actividades típicas de la zona	63,5%
Hacer rutas, excursiones e itinerarios en distintos lugares	62,8%
Conocer el arte y la cultura	62,0%
Asistir a acontecimientos culturales	54,7%
Ir de compras	54,0%
Cuidar la salud y la belleza, mimarse	46,7%
Aprender o perfeccionar idiomas o hacer algún tipo de curso	38,0%
Ir de camping o en caravana	32,8%
Ir de crucero organizado	32,1%
Asistir a acontecimientos deportivos	27,0%
Practicar deportes	26,3%

De la siguiente lista de factores, ¿en qué medida considera que Andalucía le ofrece cada uno de ellos?

Factores	Porcentaje
Trato recibido, ambiente agradable y hospitalario	86,2%
Clima cálido	85,6%
Entorno, paisajes y naturaleza	85,6%
Tranquilidad	83,3%
Calidad y variedad de la comida y las bebidas	82,8%
Lugares históricos y culturales	82,2%
Calidad del alojamiento	82,2%
Playas	81,6%
Buen precio	81,6%
Infraestructuras (transporte, accesibilidad, comunicación, ...)	79,9%
Variedad de servicios y actividades	79,3%
Limpieza y mantenimiento del entorno	77,0%
Seguridad	72,4%
Protocolos Covid-19 en alojamientos y restauración	62,6%
Organización del viaje/que tenga actividades incluidas	61,5%
Protocolos Covid-19 en transporte	61,5%
Protocolos Covid-19 en actividades de ocio	59,8%

**¿Cuáles de los siguientes protocolos le hacen sentir más seguro? EN
TRANSPORTE Y ACTIVIDADES DE OCIO**

Protocolos	Posición
Uso de mascarillas entre los pasajeros	1º
Uso de mascarillas entre los empleados	2º
Reducir al 50% la ocupación	3º
Desinfección del vehículo tras cada trayecto	4º
PCR de COVID 19 negativa a su llegada a un aeropuerto o puerto del país.	5º
Un asiento de separación entre pasajeros	6º
Uso de geles desinfectantes por los usuarios antes de entrar	7º
Controles de temperaturas al entrar	8º
Uso de guantes entre empleados	9º
Realización de Test Rápidos en transporte	10º
Controles usando código QR que garantice no se está enfermo	11º
Vigilancia cumplimiento normativa por parte de los usuarios	12º
Uso de guantes entre usuarios	13º

**¿Cuáles de los siguientes protocolos le hacen sentir más seguro? EN
ALOJAMIENTO**

Protocolos	Posición
Uso de mascarillas por parte de todos los empleados	1º
Uso de mascarillas por parte de todos los turistas	2º
Desinfección de habitaciones tras la salida de los turistas alojados	3º
Uso de geles desinfectantes en recepción	4º
PCR de COVID 19 negativa a su llegada a un aeropuerto o puerto del país.	5º
Controles de temperatura en recepción	6º
Uso de geles desinfectantes en baños	7º
Reducir el aforo de los restaurantes un 50%	8º
Disponer de un certificado "COVID FREE"	9º
Reducir un 50% la ocupación del establecimiento	10º
Test Rápidos antes de entrar en el establecimiento	11º
Cierre de servicios de buffet libre (solo comida a la carta)	12º
Uso de guantes por parte de los empleados	13º
Solo se admiten pagos electrónicos	14º
Controles usando código QR que garantice no se está enfermo	15º
No admisión de personas que formen parte de grupos de riesgo	16º
Vigilancia en la playa	17º
Cierre de ludotecas y zonas infantiles	18º
Uso de guantes por parte de todos los turistas	19º
Solamente se puede comer a través del servicio de habitaciones	20º
No admisión de niños	21º
No admisión de turistas extranjeros	22º



Turismo alemán en Andalucía

Año 2020

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



Índice de contenidos

- 00. Introducción
- 01. Balance turístico año 2020
- 02. Andalucía como destino seguro para los alemanes: intención de viajar, destino y comportamiento 2021
- 03. Anexo de tablas

00. Introducción

Debido a la crisis sanitaria y, por ello, a la escasa llegada de turistas procedentes del extranjero, no existen suficientes unidades entrevistadas en la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) de este emisor, por lo que se utilizarán para el análisis de este mercado, la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística que provienen de la Estadística de Movimientos Turísticos en Frontera, FRONTUR y de la Encuesta de Gasto Turístico, EGATUR.

Las comparaciones interanuales se realizarán utilizando las cifras de 2019 y 2020 de las fuentes mencionadas. Hay que tener en cuenta que hay diferencias metodológicas en cuanto al cálculo de las variables entre estas estadísticas y la ECTA. El gasto diario de EGATUR lleva incluido el gasto en origen que repercute en Andalucía, no siendo así en el caso de la ECTA.

También se incluye en este análisis los resultados, para el mercado alemán, 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. Balance turístico año 2020

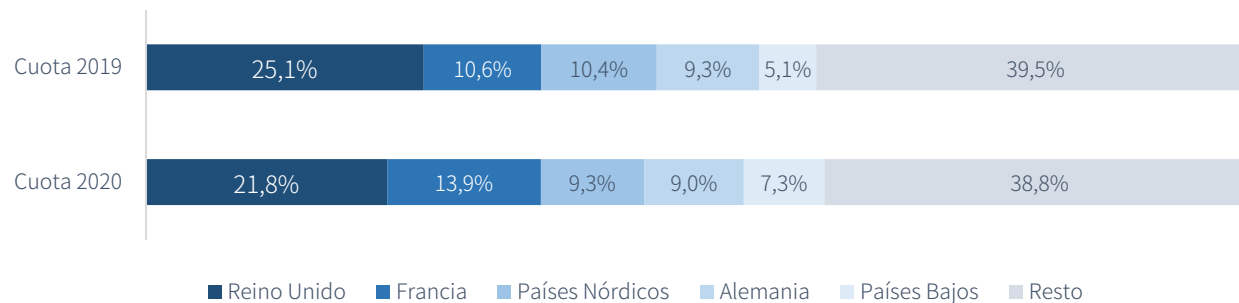
MOTIVO DEL VIAJE

El motivo principal del viaje para las tres cuartas partes de los turistas ha sido el ocio, recreo y vacaciones, inferior en -11 puntos porcentuales a 2019, puntos que se han concentrado entre otros motivos personales (visitas a familiares y/o amigos, tratamientos de salud, motivos religiosos y compras) y negocios o motivos profesionales. Esto ha estado influenciado por las recomendaciones de los gobiernos a no viajar a no ser que fuese por causas totalmente necesarias.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS SEGÚN PROCEDENCIA

La llegada de turistas alemanes a Andalucía, durante 2020 viene afectada, igual que para todos los mercados, por la crisis sanitaria que comienza en el primer trimestre y que se mantiene durante todo el año. La cuota de este mercado con respecto al total de turistas extranjeros que visitan la Comunidad se mantiene en el 9% del total de turistas extranjeros. Se observa en el gráfico como Francia y los Países Nórdicos se posicionan por delante de Alemania como emisores de turismo hacia Andalucía.

Distribución de los turistas según país de procedencia. Años 2019 y 2020



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de FRONTUR, INE.

Puntos clave

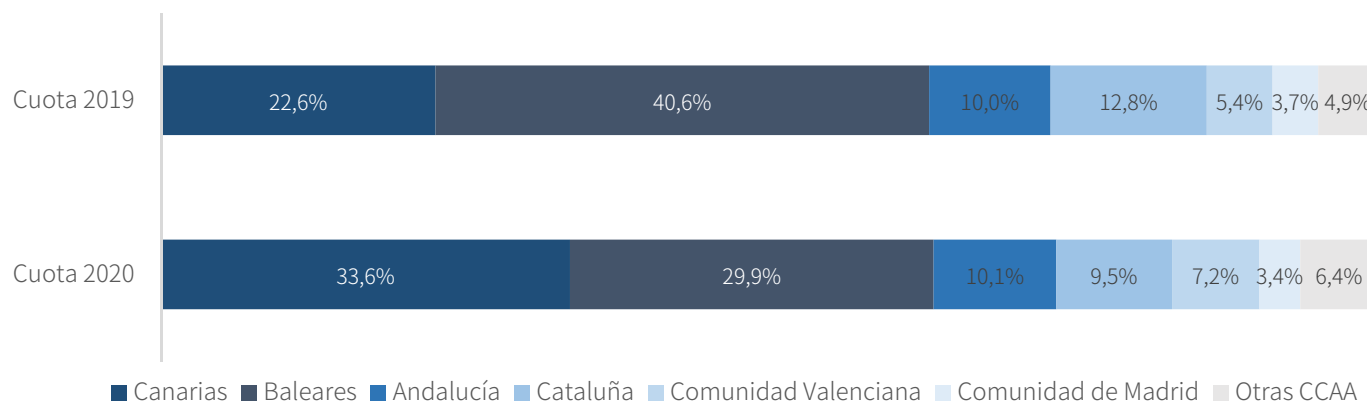
- Se han realizado menos viajes de ocio, recreo y vacaciones y más de otros motivos **personales** (visitas a familiares y/o amigos, tratamientos de salud, motivos religiosos, etc.).
- Alemania prácticamente mantiene la cuota de llegadas a Andalucía en el 9%. Mientras que otros países como Reino Unido ven disminuida su presencia, a favor de Francia y Los Países Bajos.

DEBIDO A LA CRISIS SANITARIA, LA EVOLUCIÓN DE LOS MERCADOS EXTRANJEROS HA EXPERIMENTADO UN RETROCESO SIN PRECEDENTES. ALEMANIA NO HA SIDO UNA EXCEPCIÓN.

01. Balance turístico año 2020

Son 243.202 los residentes en Alemania que han visitado el destino andaluz durante 2020, esto ha supuesto un descenso del -78,2% con respecto a 2019. Andalucía pierde, en términos absolutos, a -871.153 de turistas germanos a lo largo de este año.

Distribución de los turistas alemanes según Comunidad Autónoma. Años 2019 y 2020



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de FRONTUR, INE.

Puntos clave

- El retroceso de la demanda alemana ha sido generalizada en toda España: todas las principales CC.AA. turísticas, incluida Andalucía, han registrado mínimos históricos. Alemania ha emitido -871 mil turistas menos a Andalucía.

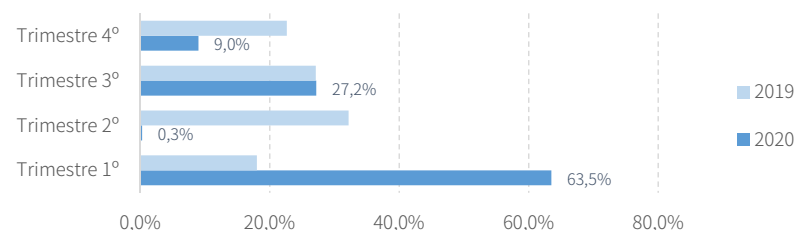


01. Balance turístico año 2020

DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS ALEMANES SEGÚN TRIMESTRES

Tras el primer trimestre en el que se han concentrado el 63,5% de las llegadas, en el que aún no hubo restricciones de movilidad hasta marzo, se sitúa el período estival. Este año la distribución de las llegadas está sujeta a la apertura de las fronteras y a las restricciones a la movilidad tanto en el destino como en el país de procedencia.

Distribución de los turistas alemanes según trimestres. Años 2019 y 2020



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de FRONTUR, INE.

ESTANCIA MEDIA Y GASTO MEDIO DIARIO

La estancia media se ha estimado en 10,3 días, algo más de un día superior a la registrada en el año anterior y se ha situado medio día por encima de la media de los extranjeros en su conjunto. El gasto medio diario se ha visto reducido en -15 euros y se ha estimado en 101,9 euros. Recordad que este gasto en origen lleva incluido el gasto en origen que repercute en Andalucía ya que procede de la fuente FRONTUR.

TRANSPORTE

Los turistas que se han recibido en la Comunidad andaluza han llegado en el 86,3% de las ocasiones por vía aérea, este porcentaje se ha visto reducido con respecto a 2019 en algo más de -5 puntos porcentuales, dándole más peso a la entrada por carretera.

Puntos clave

- Las llegadas de turistas alemanes a Andalucía han estado condicionadas a la apertura de las fronteras y a las restricciones impuestas a la movilidad. Por lo que las distribuciones de las llegadas por trimestres **no han estado basadas en las preferencias de los turistas.**

- La estancia media supera a la de 2019 en un día y el gasto medio diario se reduce considerablemente.

- El avión es el principal medio de transporte para acceder a Andalucía, y aunque continúa siendo líder ha perdido protagonismo en 2020 frente a otros tipos de transporte, durante el año Covid-19.

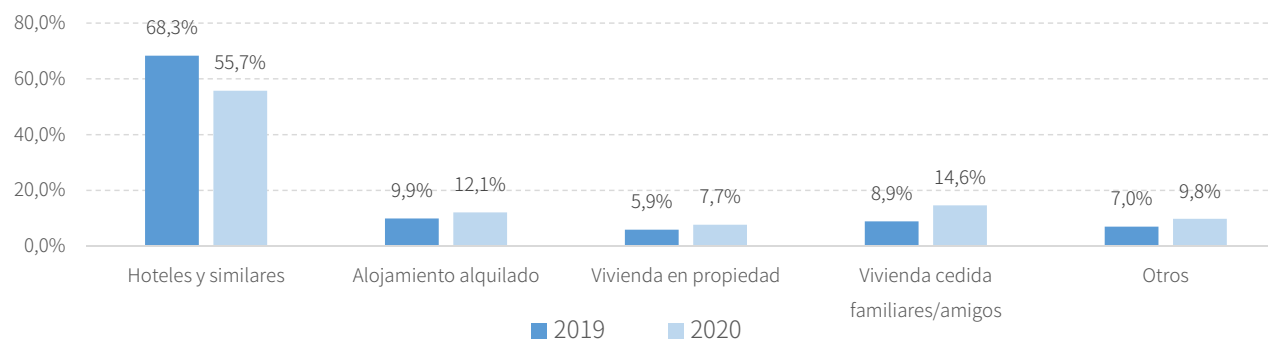
01. Balance turístico año 2020

Puntos clave

TIPO DE ALOJAMIENTO

En el tipo de alojamiento se observa un cambio de preferencias significativo, el alojamiento hotelero pasa de representar al 68,3% de los alemanes al 55,7%, esta diferencia se reparte principalmente entre viviendas cedidas de amigos y familiares y las viviendas alquiladas. Comportamiento que parece extenderse para los viajes de los alemanes durante 2021, a los que se les ha preguntado qué alojamiento utilizarán en sus viajes durante 2021, aun conviviendo con la Covid-19, y tan solo el 34,3% optará por el alojamiento hotelero.

Distribución de los turistas alemanes según tipo de alojamiento. Años 2019 y 2020



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de FRONTUR, INE.

ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

Los turistas alemanes han organizado su viaje por cuenta propia en mayor medida que en 2019. Se observa un cambio en cuanto a la utilización del paquete turístico para viajar a Andalucía, en 2020 el 23,2% había elegido esta opción para visitar el destino andaluz frente al 31,6% del año pasado.

- El **tipo de alojamiento** durante 2020 ha registrado un desplazamiento considerable hacia las viviendas de amigos y familiares y las alquiladas, en detrimento de los establecimientos hoteleros.

- La mayor preferencia en 2020 por este tipo de alojamiento, unido a la mayor utilización del vehículo en carretera, ha influido en la reducción de contratación del viaje a través de **paquetes turísticos**.

02. Andalucía como destino seguro para los alemanes

En este apartado se presentan los resultados, para el mercado alemán, del informe “Diagnóstico de Andalucía como destino seguro” . Para este análisis se realizó una encuesta a 458 residentes en Alemania 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

- El 46,1% de la población alemana manifiesta tener interés en realizar algún viaje de ocio durante 2021
- El 235 de los alemanes encuestados eligen España como destino a su viaje, destacando Andalucía como un destino preferente.
- *Desconectar, relajarse, disfrutar y divertirse pasando tiempo con la familia y amigos* es la principal **motivación** para los residentes en Alemania, a esta le sigue el *placer de tener sol y buen clima*, así como *conocer el patrimonio cultural, visitar a amigos y familiares y descubrir paisajes y estar en contacto con la naturaleza*.
- Entre los **factores** que tienen en cuenta a la hora de **elegir un destino para viajar** durante 2021 se encuentran en primer lugar, *el entorno, paisajes y naturaleza*, tras éste, *el trato recibido, ambiente agradable y hospitalario, los protocolos Covid en el alojamiento y la restauración, la seguridad del destino y un clima cálido*.
- Las **actividades** que buscan realizar en el destino elegido y a las que no renuncian a realizar en período Covid son *hacer rutas, excursiones, visitar zonas rurales y hacer actividades típicas de la zona, visitar espacios naturales, asistir a acontecimientos culturales y descansar en la costa, en la playa cerca del mar*.

2. PERCEPCIÓN DE ANDALUCÍA COMO DESTINO SEGURO

A la mayoría de ellos, el destino andaluz, les resulta un **destino seguro y atractivo** para *visitar espacios naturales, descansar en la costa, en la playa cerca del mar, visitar zonas rurales y hacer actividades típicas de la zona, hacer rutas y excursiones, asistir a acontecimientos culturales, disfrutar de la gastronomía y visitar ciudades y conocer la vida urbana*.

Puntos clave

• A pesar de la pandemia de COVID-19, la población germana ha **manifestado deseos de viajar** y entre los destinos deseados se encuentran los españoles y entre ellos **Andalucía**.

• Entre sus motivaciones sigue estando el desconectar, relajarse y pasar tiempo con la familia y amigos seguida de tener sol y buen clima.

• Sin embargo, sí ha tenido algo más de impacto en cuanto a las actividades a realizar: En primer lugar, se colocan 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 (cruceros, aprender idiomas, visitar ciudades y conocer la vida urbana, practicar deportes y asistir a acontecimientos deportivos).

• Andalucía es reconocida como un **destino seguro**, la mayoría de los recursos y servicios que ofrece pueden disfrutarse de una forma segura.

02. Andalucía como destino seguro para los alemanes

En cuanto a los **protocolos de actuación** que han sido implantados en los establecimientos turísticos para proteger la salud frente al Covid-19, los que les hace sentir más seguros en el transporte y en las actividades de ocio son el uso de mascarillas tanto por los demandantes del servicio como por los empleados, reducir al 50% la ocupación del aforo, la desinfección tras cada trayecto y el establecimiento de un asiento de separación entre pasajeros. En el caso del alojamiento el uso de mascarillas tanto por los turistas como por el personal empleado, son también las medidas más importantes seguidas de la desinfección de las habitaciones y el uso de gel hidroalcohólico tanto en la recepción del establecimiento como en los baños.

03. Anexo tablas

Tablas Balance turístico 2020

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	2020	2019	% Var./Diferencias
Número de turistas	243.202	1.114.355	-78%
Cuota de participación en la demanda turística extranjera:	9,0%	9,3%	-0,3
Distribución porcentual por trimestres:			
Trimestre 1	63,5%	18,0%	45,5
Trimestre 2	0,3%	32,2%	-31,9
Trimestre 3 (Estacionalidad: concentración en este trimestre)	27,2%	27,1%	0,1
Trimestre 4	9,0%	22,7%	-13,7
Gasto medio diario en destino (en euros):	101,9	117,1	-15,2
Estancia media (nº de días):	10,3	9	1,3

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Estadística de movimientos turísticos en frontera. Frontur, del INE

HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	2020	2019	% Var./Diferencias
Vía de Entrada de los turistas:			
Carretera	12,6%	7,9%	4,70
Aeropuerto	86,3%	91,5%	-5,20
Ferry/Barco	0,9%	0,6%	0,30
Tren	0,2%	0,0%	0,20
Tipo de Alojamiento:			
Hoteles y similares	55,7%	68,3%	-12,60
Alojamiento Alquilado	12,1%	9,9%	2,20
Vivienda en propiedad	7,7%	5,9%	1,80
Vivienda cedida familiares/amigos	14,6%	8,9%	5,70
Otros (Camping, casa rural, crucero, otros alojamientos de mercado y de no mercado)	9,8%	7,0%	2,80
Organización del viaje:			
Utilización de paquete turístico:			
Sí	23,2%	31,6%	-8,40
No	76,8%	68,4%	8,40
Motivo principal del viaje:			
1. Negocios y motivos profesionales	10,7%	8,0%	2,70
2. Motivaciones personales:			
- Ocio, recreo y vacaciones	74,9%	85,9%	-11,00
- Estudios	0,9%	2,4%	-1,50
- Otros motivos personales (visitas a familiares y/o amigos, tratamientos de salud, motivos religiosos, compras)	9,7%	2,9%	6,80
3. Otros motivos	3,7%	0,7%	3,00

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de la Estadística de movimientos turísticos en frontera. Frontur, del INE

TABLAS PARA LOS ALEMANES DEL ESTUDIO “DIAGNÓSTICO DE ANDALUCÍA COMO DESTINO TURÍSTICO SEGURO”

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Destino turístico deseado		Principal motivo para viajar en 2021	
Italia	12,70%	Para desconectar, relajarse, disfrutar, divertirse y tener tiempo para la pareja, amigos y familia	1º
España: Andalucía	11,10%	Para tener sol y buen clima	2º
Grecia	10,90%	Para conocer patrimonio y cultura monumentos, obras de arte,...	3º
España: Canarias	10,50%	Para visitar a parientes o amigos, y reencontrarse con la infancia, raíces.	4º
Alemania	8,70%	Para descubrir paisajes y estar en contacto con la naturaleza	5º
Otros	8,50%	Para conocer nuevas culturas y como vive gente de otros países	6º
Francia	7,60%	Para conocer y descubrir lugares nuevos, gente nueva y nuevas experiencias	7º
Egipto	5,20%	Para abrir la mente, enriquecerme a nivel personal y adquirir nuevos conocimientos	8º
España: Baleares	5,20%	Para hacer algo excitante, con algo de aventura o incluso riesgo	9º
Países Bajos	4,80%	Para practicar y disfrutar de los hobbies deporte, fotografía	10º
Croacia	4,10%	Para conocer lugares que están de moda o que son prestigiosos	11º
Turquía	3,50%	Para visitar lugares sagrados, por devoción religiosa	12º
España: Cataluña	2,60%	Otros	13º
Total	100,00%		

Principal factor por el que decide viajar a un destino concreto

Entorno, paisajes y naturaleza	1º
Trato recibido, ambiente agradable y hospitalario	2º
Protocolos COVID en alojamientos y restauración	3º
Seguridad	4º
Clima cálido	5º
Buen precio	6º
Calidad del alojamiento	7º
Lugares históricos y culturales	8º
Playas	9º
Tranquilidad	10º
Limpieza y mantenimiento del entorno	11º
Facilidad para acceder al destino buena comunicación, proximidad al domicilio, etc.	12º
Variedad de servicios y actividades	13º
Protocolos COVID en actividades de ocio	14º
Calidad y variedad de la comida y las bebidas	15º
Protocolos COVID en transporte	16º
Organización del viaje que tenga actividades incluidas	17º
Otros	18º

¿Qué actividades ha dejado de realizar o no piensa realizar en su viaje planificado para el año 2021 en el destino turístico debido a la situación de COVID19?

Ir de crucero organizado	1º
Aprender o perfeccionar idiomas o hacer algún tipo de curso	2º
Visitar ciudades y conocer la vida urbana	3º
Practicar deportes	4º
Asistir a acontecimientos deportivos	5º
Ir de camping o en caravana	6º
Ir de compras	7º
Disfrutar de la gastronomía	8º
Cuidar la salud y la belleza, mimarse	9º
Conocer el arte y la cultura	10º
Descansar en la costa en la playa, cerca del mar,...	11º
Asistir a acontecimientos culturales	13º
Visitar espacios naturales	13º
Visitar zonas rurales hacer actividades típicas de la zona	14º
Hacer rutas, excursiones e itinerarios en distintos lugares	15º
Otra actividad	16º
Ninguna	17º

¿En qué medida le resulta atractiva Andalucía según su percepción como destino seguro de vacaciones para realizar las siguientes actividades en la situación actual de COVID19?

Visitar espacios naturales	70,00%
Descansar en la costa en la playa, cerca del mar,...	64,40%
Visitar zonas rurales hacer actividades típicas de la zona	64,40%
Hacer rutas, excursiones e itinerarios en distintos lugares	60,60%
Asistir a acontecimientos culturales	57,50%
Disfrutar de la gastronomía	54,40%
Visitar ciudades y conocer la vida urbana	51,90%
Conocer el arte y la cultura	47,50%
Cuidar la salud y la belleza, mimarse	38,10%
Ir de compras	37,50%
Aprender o perfeccionar idiomas o hacer algún tipo de curso	33,10%
Ir de camping o en caravana	31,90%
Practicar deportes	31,90%
Asistir a acontecimientos deportivos	29,40%
Ir de crucero organizado	16,30%

De la siguiente lista de factores, ¿en qué medida considera que Andalucía le ofrece cada uno de ellos?

Calidad y variedad de la comida y las bebidas	88,20%
Entorno, paisajes y naturaleza	87,70%
Clima cálido	85,30%
Trato recibido, ambiente agradable y hospitalario	84,40%
Limpieza y mantenimiento del entorno	83,40%
Tranquilidad	82,90%
Playas	81,50%
Calidad del alojamiento	80,60%
Lugares históricos y culturales	79,10%
Variedad de servicios y actividades	76,80%
Buen precio	70,10%
Seguridad	68,70%
Protocolos Covid-19 en alojamientos y restauración	66,40%
Organización del viaje/que tenga actividades incluidas	62,10%
Infraestructuras (transporte, accesibilidad, comunicación, ...)	57,80%
Protocolos Covid-19 en actividades de ocio	55,00%
Protocolos Covid-19 en transporte	54,50%

¿Cuáles de los siguientes protocolos le hacen sentir más seguro?**TRANSPORTE/ACTIVIDADES DE OCIO**

Uso de mascarillas entre los pasajeros	1º
Uso de mascarillas entre los empleados	2º
Reducir al 50 la ocupación	3º
Desinfección del vehículo tras cada trayecto	4º
Un asiento de separación entre pasajeros	5º
Uso de geles desinfectantes por parte de los usuarios antes de entrar	6º
Vigilancia cumplimiento normativa por parte de los usuarios	7º
PCR de COVID 19 negativa a su llegada a un aeropuerto o puerto del país.	8º
Controles de temperaturas al entrar	9º
Uso de guantes entre empleados	10º
Realización de Test Rápidos en transporte	11º
Uso de guantes entre usuarios	12º
Controles a través de código QR para garantizar que no se está enfermo	13º

¿Cuáles de los siguientes protocolos le hacen sentir más seguro?**ALOJAMIENTO**

Uso de mascarillas por parte de todos los empleados	1º
Desinfección de habitaciones tras la salida de los turistas alojados	2º
Uso de mascarillas por parte de todos los turistas	3º
Uso de geles desinfectantes en recepción	4º
Uso de geles desinfectantes en baños	5º
Reducir un 50 la ocupación del establecimiento	6º
Reducir el aforo de los restaurantes un 50	7º
Cierre de servicios de buffet libre solo comida a la carta	8º
Test Rápidos antes de entrar en el establecimiento	9º
PCR de COVID 19 negativa a su llegada a un aeropuerto o puerto del país.	10º
Controles de temperatura en recepción	11º
Disponer de un certificado "COVID FREE"	12º
Uso de guantes por parte de los empleados	13º
Uso de guantes por parte de todos los turistas	13º
No admisión de personas que formen parte de grupos de riesgo	14º
Vigilancia en la playa	15º
Solamente se puede comer a través del servicio de habitaciones	16º
Solo se admiten pagos electrónicos	17º
Controles a través de código QR para garantizar que no se está enfermo	18º
Cierre de ludotecas y zonas infantiles	19º
No admisión de turistas extranjeros	20º
No admisión de niños	21º



Turismo de litoral en Andalucía

Año 2020

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos



Índice de contenidos

- 00. Introducción.
- 01. ¿Cuántos turistas son y cómo han evolucionado?
- 02. Aspectos diferenciales del turismo de litoral.
- 03. Anexo de tablas.

00. Introducción

A lo largo de los años, en Andalucía se han realizado diferentes tipos de segmentaciones de la demanda, con el objetivo de ampliar el conocimiento, tanto cualitativo como cuantitativo, de una amplia variedad de conjuntos de consumidores de turismo. La segmentación de la demanda se puede llevar a cabo atendiendo a múltiples factores: en función de la procedencia del turista (por mercados), atendiendo a la motivación principal de su viaje, puede obedecer a criterios geográficos (litoral, litoral y ciudades), a perfiles sociodemográficos o al tipo de alojamiento utilizado, entre otros.

Algunos de estos segmentos se monitorizan de manera más continua, dada su importancia para el destino andaluz y la disponibilidad de recursos (de información y técnicos) para poder investigarlos. Este es el caso del turismo de litoral, que se analiza anualmente a partir de una explotación específica de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA). Esta encuesta ha contado durante 2020 con 2.463 entrevistas a turistas que han visitado el litoral andaluz y que han servido como muestra para analizar este segmento.

La ECTA proporciona información sobre variables tanto cualitativas como cuantitativas que permiten realizar estimaciones sobre el gasto, la estancia, perfil del turista, calificación del destino, etc.

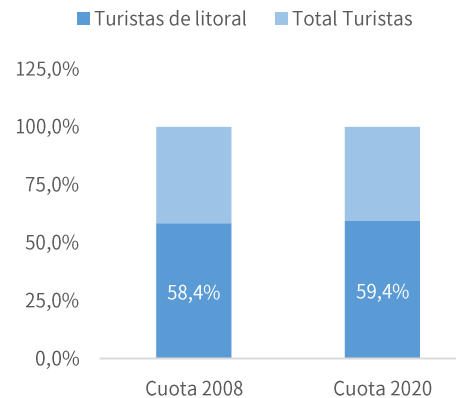
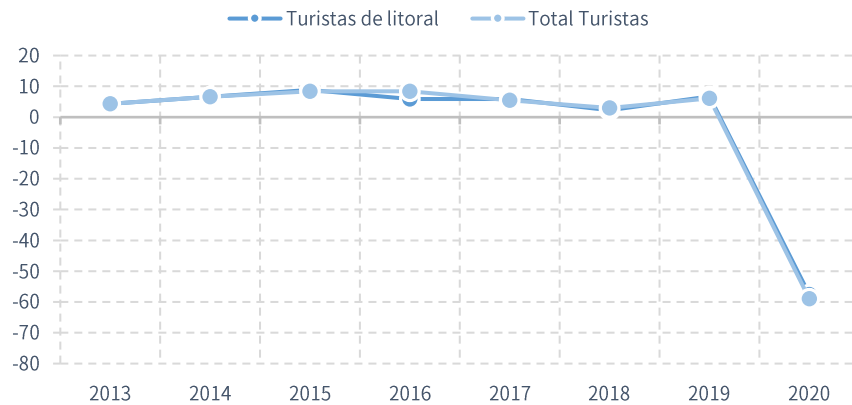
01. ¿Cuántos turistas son y cómo han evolucionado?

BALANCE DEL AÑO 2020 Y EVOLUCIÓN

El litoral de Andalucía ha recibido durante 2020 un total de **7,9 millones de turistas**, lo que supone con respecto a 2019 **un fuerte descenso estimado en un -52,3%**, inferior al registrado para el total de turistas (-59,0%).

Tras siete años de crecimiento continuado la crisis sanitaria dobla la tendencia creciente, este comportamiento es extensible al total del turismo y por ende a todos los segmentos turísticos. El turismo del litoral andaluz tiene una fuerte influencia en el total ya que más de la mitad de los turistas recibidos en Andalucía visitan la costa andaluza. En el gráfico de la evolución de los turistas se observa como se solapan las dos series comparadas hasta el punto que las tasas son prácticamente iguales para ambas series.

Evolución de los turistas de Andalucía por área geográfica visitada. Años 2013-2020



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

¹ Siguiendo al Observatorio Turístico del Litoral de Andalucía, por turismo de litoral se entenderá todas aquellas tipologías turísticas que se desarrollan en los espacios no litorales de Andalucía, excluyendo de dicho territorio a las capitales de provincia por tener otra dinámica turística en su desarrollo.

Puntos clave

- Tras siete años de continuado crecimiento, la crisis sanitaria invierte la tendencia y se registra un fuerte retroceso en el número de llegadas de turistas a las costas andaluzas.
- Debido a la fuerte influencia del turismo de litoral en el total de Andalucía, se observa a lo largo de los años un comportamiento similar en las dos series.

02. Aspectos diferenciales del turismo de litoral

Puntos clave

1. PROCEDENCIA

Generalmente, más de la mitad de los turistas que visitan el litoral de Andalucía proceden del territorio español, siendo los andaluces los principales emisores nacionales de este segmento, aportando cada año en torno a la mitad de los turistas de litoral. Sin embargo, en este ejercicio caracterizado por la pandemia mundial, esta distribución ha sufrido un cambio como consecuencia de las restricciones a la movilidad impuestas por los gobiernos para contener la propagación del virus.

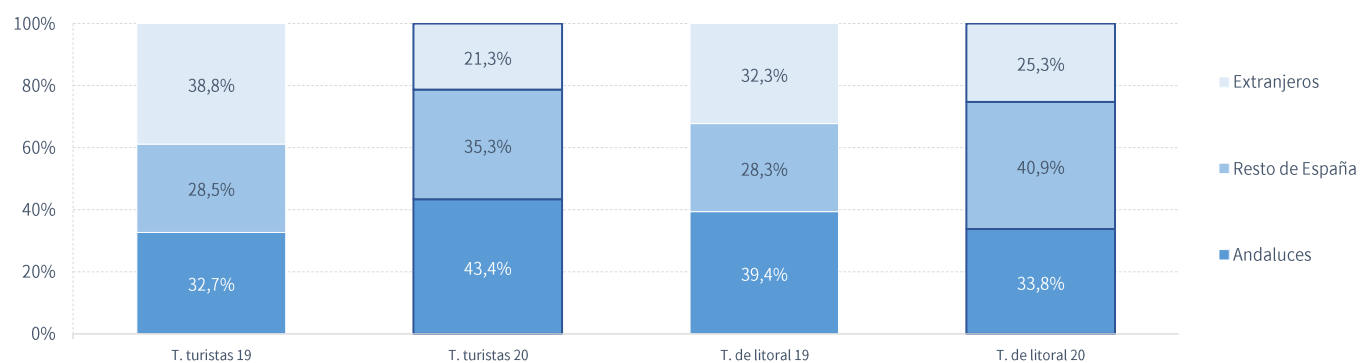
El 74,7% de los turistas recibidos en el litoral andaluz en 2020 han sido residentes en España y el 25,3% han venido del extranjero. Los andaluces se erigen como los principales emisores nacionales aportando el 40,2% del total de turistas españoles, seguidos de la Comunidad de Madrid con el 22%. En el análisis de este segmento se observa un retroceso en la cuota de turistas andaluces en favor de turistas de otras comunidades autónomas, principalmente, es la Comunidad de Madrid, la que la absorbe mayoritariamente.

En el gráfico se aprecia el cambio en la distribución de las llegadas por procedencias, tanto en el turismo de litoral como en conjunto del turismo de Andalucía, disminuye la participación del turismo internacional de forma considerable a favor de los mercados más próximos. En el caso del turismo de litoral, ha sido el emisor del resto de España el que ha ganado el mayor protagonismo.

- Las restricciones a la movilidad impuestas por los gobiernos han influido en los flujos turísticos, es por ello que se incrementan los movimientos domésticos contribuyendo así a una mayor y considerable presencia de turistas españoles que en otros ejercicios.

- En el caso del turismo de litoral, se observa como gana protagonismo el turismo procedente del resto de España que ve incrementada su cuota en más de 12 puntos y medio.

Distribución porcentual turistas por procedencia. Total turismo y turismo de litoral. Años 2019-2020



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

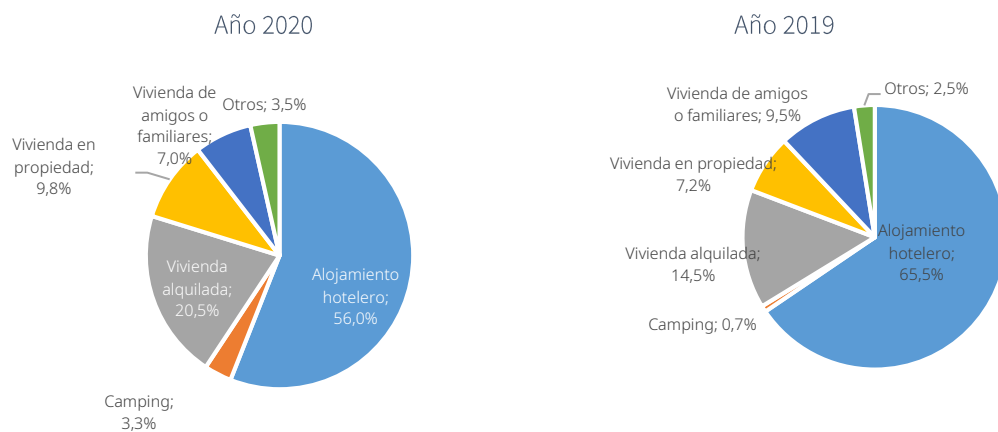
02. Aspectos diferenciales del turismo de litoral

2. ESTACIONALIDAD

Si bien hay algo que caracteriza al turismo de litoral es su marcada estacionalidad, es un segmento en el que el tercer trimestre cobra un considerable protagonismo. Este año, debido a las circunstancias sanitarias, las visitas han estado influenciadas por la apertura de fronteras. El segundo trimestre, debido al confinamiento se contabilizaron escasas llegadas y fue el tercer trimestre con la apertura de fronteras el que concentró un mayor número de llegadas llegando al 52,7% del total del año. Durante el cuarto trimestre se procedió a imponer nuevas restricciones a la movilidad debido a los rebrotes del Covid-19.

3. TIPO DE ALOJAMIENTO

En cuanto al tipo de alojamiento, la situación especial de 2020 ha influido en un fuerte desplazamiento de la demanda hotelera hacia el alquiler de viviendas. Durante 2019 los alojamientos hoteleros contaban con el 65,5% de la demanda de litoral para pasar a 2020 al 56,0%. La mayor parte de esta demanda se ha alojado en viviendas alquiladas que ha visto incrementada su actividad en casi seis puntos porcentuales, también se han visto favorecidos los campings y la vivienda en propiedad.



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

Puntos clave

- El turismo de litoral, es un segmento con una marcada estacionalidad. Es el tercer trimestre el que recibe, con diferencia, el mayor número de llegadas. Habitualmente, alrededor del 40% de las llegadas a las costas andaluzas, se producen en estos meses. Pero debido a la situación de pandemia, este año la distribución de llegadas por procedencias han tenido lugar según se iban levantando las restricciones a la movilidad.
- Se ha observado un fuerte desplazamiento de la demanda hotelera hacia la vivienda en alquiler, a lo largo de 2020.

02. Aspectos diferenciales del turismo de litoral

4. ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

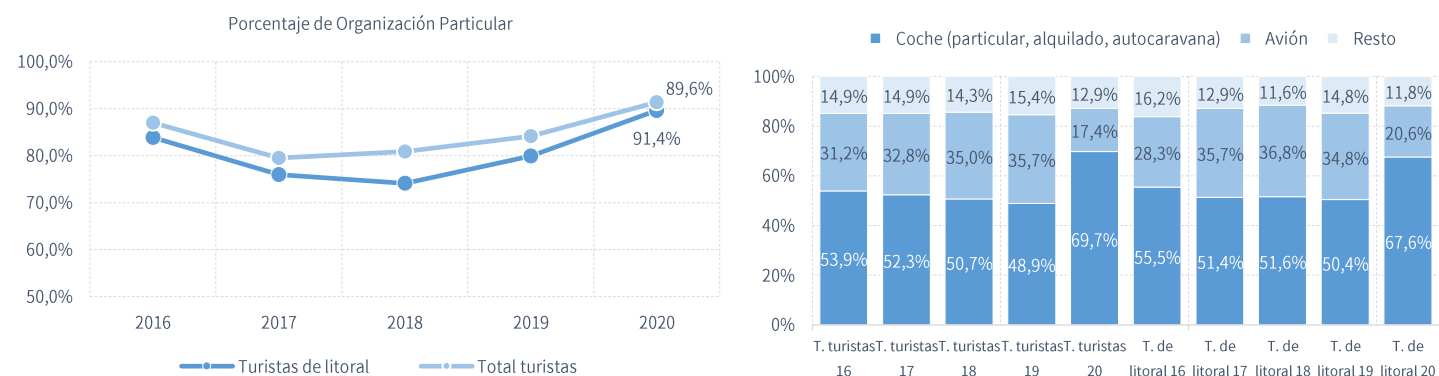
En 2020, se observa un aumento considerable en cuanto a la organización del viaje de forma particular (89,6%) con respecto al año pasado de casi diez puntos porcentuales. Este comportamiento también se ha registrado para el total de turistas. La situación de crisis sanitaria ha influido considerablemente en esta variable, motivada principalmente por el hecho de que se han realizado viajes a destinos más próximos como consecuencia de las restricciones a la movilidad. Sí bien se sigue observando que en este segmento se da una mayor dependencia de los intermediarios que para el total, aunque en este año es poco significativo.

5. TRANSPORTE

De la misma manera y por las mismas consecuencias, en 2020 se ha incrementado fuertemente el uso del coche (propio, alquilado o autocaravana) en perjuicio del uso del avión, tanto en la costa de Andalucía como en el total de turismo. No obstante, el uso del vehículo particular ha sido similar en el turismo de litoral (67,6% frente a 69,7% para el conjunto del turismo de Andalucía).

Organización particular del viaje y medio de transporte. Total turismo y turismo de litoral.

Años 2016-2020



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

Puntos clave

- La organización del viaje y el medio de transporte utilizado para acceder a Andalucía son variables en las que influye mucho la procedencia de los turistas.

- Debido al elevado número de turistas españoles y andaluces en este año, se observa tanto para el litoral como para el total del territorio andaluz una mayor utilización del coche como medio de transporte y una menor elección de intermediarios para organizar el viaje.

- Son los turistas extranjeros los que de alguna manera utilizan con más frecuencia el transporte aéreo y acuden a intermediarios para organizar el viaje, y durante 2020 se ha reducido notablemente su presencia en Andalucía.

02. Aspectos diferenciales del turismo de litoral

6. ESTANCIA MEDIA

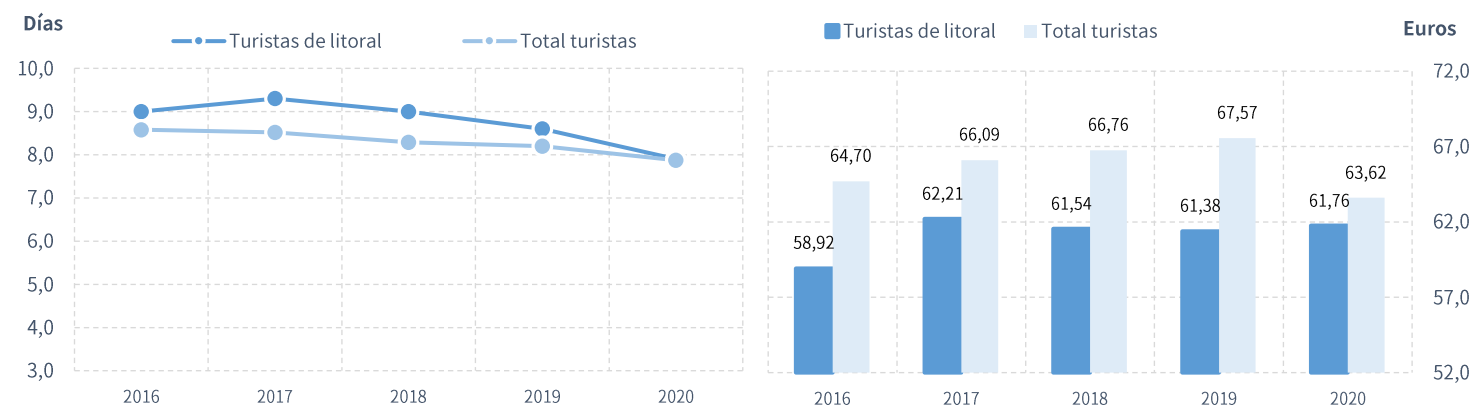
En el litoral andaluz, las estancias suelen tener una duración superior a la del turista medio que visita Andalucía en su conjunto. Sin embargo, para 2020, se ha estimado la misma duración (7,9 días para ambos casos).

Con respecto al año pasado, esta variable se ha visto afectada ligeramente tanto para el segmento analizado como para el destino andaluz, en ambos casos se ha experimentado un retroceso que ha sido superior en la costa andaluza (-0,7 días) frente al total (-0,3 días).

7. GASTO MEDIO DIARIO

El gasto medio diario en el litoral andaluz (61,76 euros) ha sido menor en casi dos euros al del total de Andalucía, este comportamiento suele siendo habitual y está relacionado con la duración de la estancia. Para períodos más largos, los gastos diarios suelen ser inferiores ya que influye el hecho de que el presupuesto del viaje se divide en un mayor número de días. Con respecto a 2019, el gasto medio diario se ha visto menguado en -2,53 euros para la costa andaluza y en -3,88 euros para el total de Andalucía en su conjunto.

Estancia media y Gasto medio diario. Total turismo y turismo de litoral. Años 2016-2020



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

Puntos clave

- La permanencia en Andalucía del turista de litoral es superior generalmente a la del total de turistas que visita la región. Sin embargo, en 2020 se han igualado.

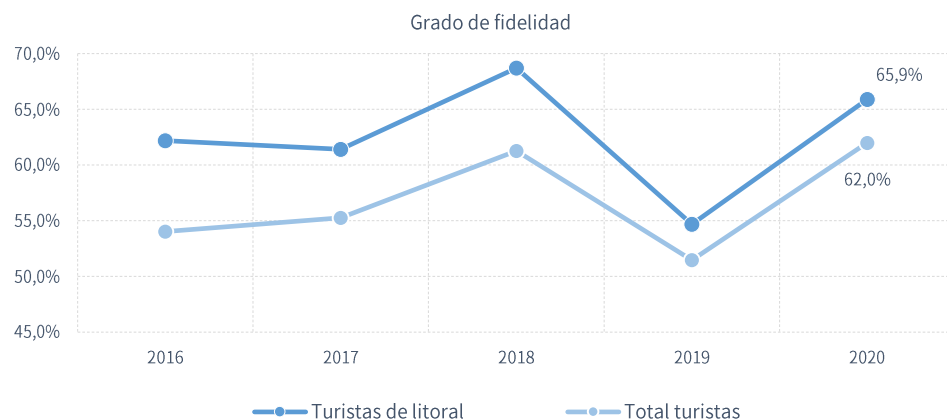
- La crisis sanitaria parece haber afectado al gasto medio diario que se ha visto reducido en el litoral en dos euros y medio con respecto a 2019. Como es habitual se sigue observando un menor gasto medio diario en el litoral que en el total de Andalucía, aunque en este año 2020 la diferencia ha sido bastante menor, tan solo 1,85 euros entre el litoral y el total frente a la de otros años en que suele ser más elevada. Así en 2019 se alcanzaba una diferencia que superaba los seis euros.

02. Aspectos diferenciales del turismo de litoral

8. GRADO DE FIDELIDAD

Considerando el grado de fidelidad como el porcentaje de turistas de litoral que en el año 2020 visitaron Andalucía habiéndola visitado también el año anterior (aunque no necesariamente para visitar el litoral de la región), este se ha estimado en 65,9%, superior en casi cuatro puntos porcentuales al que presenta la media del total de turistas de Andalucía (62,0%).

Grado de fidelidad y perfil sociodemográfico. Total turismo y turismo de litoral. Años 2016-2020



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

9. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

Tanto los turistas que visitan la costa como los que visitan Andalucía en su conjunto presentan rasgos sociodemográficos similares, en ambos casos hay una presencia similar de hombres y mujeres, más de la mitad de ellos tienen una edad comprendida entre los 30 y 64 años, siendo el intervalo de 45 a 64 años el más representado y alrededor de dos tercios de los turistas posee un trabajo remunerado.

Puntos clave

- Dado que la pandemia, con el fin de la no propagación del virus, ha favorecido los destinos próximos, tanto en Andalucía como su litoral se ha notado una mayor presencia de turismo nacional. Esto ha influido en el grado de fidelidad, que ha experimentado una subida considerable que ronda los diez puntos porcentuales tanto en la costa como en el destino andaluz en su conjunto.

03. Anexo tablas

INDICADORES BÁSICOS	2020	2019	% Var./Diferencias
Número de turistas (millones)	7,92	18,66	-57,5%
Cuota de participación en la demanda turística:	58,9%	57,5%	1,5
Distribución porcentual por trimestres:			
Trimestre 1	28,6%	15,0%	27,1
Trimestre 2	9,3%	27,1%	14,5
Trimestre 3	52,7%	41,2%	-24,9
Trimestre 4	9,4%	16,7%	-16,7
Gasto medio diario (en euros):	61,76	61,38	0,4
Gasto en destino por conceptos:			
Transporte	8,6%	9,5%	-1,0
Alojamiento	34,4%	28,9%	5,5
Compras alimentación	13,3%	10,0%	3,3
Compras no alimentación	5,5%	8,9%	-3,4
Visitas organizadas, ocio, otros...	3,4%	5,0%	-1,6
Alquiler de coches	0,8%	1,7%	-0,9
Comidas (bares, restaurantes, cafeterías)	34,2%	36,1%	-1,9
Estancia media (nº de días):	7,9	8,2	-0,3
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)			

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
Medio de Transporte:			
Coche (particular, alquilado, autocaravana)	67,6%	50,4%	17,2
Avión	20,6%	34,8%	-14,3
Resto	11,8%	14,7%	-2,9
Tipo de Alojamiento (sin peso):			
Alojamientos Hoteleros	56,0%	65,5%	-9,5
Apartamentos, casa o chalet	37,2%	31,2%	6,0
Otros	6,8%	3,3%	3,6
Organización del viaje:			
De forma particular	89,6%	79,9%	9,7
Lo organizó un club, asociación, empresa...	3,4%	7,7%	-4,4
Adquirió un paquete turístico o viaje comb.	7,0%	12,3%	-5,3
Motivo principal del viaje:			
Trabajo (motivos profesionales) o Negocios	1,2%	7,5%	-6,3
Vacaciones / Ocio	89,0%	78,5%	10,6
Visitas a familiares y amigos	8,4%	11,9%	-3,5
Estudios (Educación y Formación)	0,6%	1,0%	-0,4
Otros motivos (Tratamientos de salud, religiosos, etc...)	0,7%	1,1%	-0,4
Principales factores para elegir el destino andaluz:			
Precios	9,5%	10,9%	-1,5
Clima	32,0%	40,5%	-8,6
Playa	38,1%	31,3%	6,8
Visitas a monumentos	8,3%	5,5%	2,9
Turistas de naturaleza y rural	2,3%	1,9%	0,4
Fiestas populares / Folklore	0,4%	1,0%	-0,6
Gastronomía	4,6%	3,6%	1,1
Calidad de vida / Hospitalidad	2,2%	2,6%	-0,4
Excursiones	0,1%	0,1%	0,0
Practicar deportes	0,4%	0,9%	-0,5
Otros	2,0%	1,6%	0,4
Canales de información del destino:			
Por experiencia propia	71,1%	68,8%	2,3
Por recomendación de agencias de viajes (oficinas)	2,5%	4,5%	-2,0
Por recomendación de amigos o familiares	17,7%	17,9%	-0,2
Por redes sociales, web especializadas de viajes, blogs	6,6%	3,6%	2,9
Por página Web oficial del destino	0,7%	1,5%	-0,8
Por publicidad en prensa, radio y TV	0,6%	1,8%	-1,2
Por otros medios	0,9%	1,8%	-1,0

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
Valoración al destino turístico andaluz (de 1 a 10 puntos):			
Alojamiento	8,7	8,6	0,2
Restauración	8,6	8,4	0,3
Ocio/Diversión	8,4	8,2	0,1
Seguridad ciudadana	8,5	8,6	-0,1
Asistencia sanitaria	8,4	8,2	0,2
Atención y trato recibido	8,8	8,7	0,1
Relación calidad/precio	8,6	8,4	0,2
Red de comunicaciones	8,4	8,3	0,1
Limpieza	8,4	8,0	0,4
Nivel de tráfico	8,2	8,0	0,2
Señalización turística	8,4	8,1	0,2
Información turística	8,6	8,5	0,1
Patrimonio cultural	8,7	8,5	0,3
Autobuses	8,1	8,0	0,0
Paisajes y Parques naturales	9,0	8,6	0,4
Entornos urbanos	8,7	8,2	0,5
Valoración global (índice sintético de percepción)	8,6	8,3	0,2
Actividades realizadas durante la estancia en Andalucía:			
Compras (excluidas regulares)	31,8%	26,8%	5,0
Disfrute y uso de la playa	76,0%	75,3%	0,7
Observación de la naturaleza	14,4%	22,9%	-8,5
Asistencia a eventos deportivos	0,2%	0,9%	-0,7
Asistencia a eventos culturales	0,8%	2,2%	-1,4
Visitas a monumentos y museos	12,7%	16,1%	-3,4
Otras actividades culturales	0,5%	1,7%	-1,2
Juegos de azar	0,2%	0,3%	-0,1
Educación/formación y estudios de idiomas	0,0%	0,7%	-0,7
Actividades profesionales o de negocios/congresos y reuniones	0,3%	1,8%	-1,6
Deportes de naturaleza	8,5%	8,7%	-0,2
Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc...)	3,4%	3,6%	-0,2
Otros	1,2%	2,5%	-1,2

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
Usó internet para consultas, reservas o compras:			
Si	58,1%	48,6%	9,6
No	41,9%	51,4%	-9,6
Para qué utilizó internet:			
Consulta	100,0%	100,0%	0,0
Reserva	82,7%	86,7%	-4,0
Compra	51,0%	65,7%	-14,7
Grupo de viaje:			
Solo	6,5%	13,0%	-6,4
Con su pareja	47,5%	41,3%	6,3
Con familiares	32,6%	10,7%	21,9
Con amigos	12,8%	12,2%	0,6
Otros	0,5%	1,4%	-0,9
Tamaño medio del grupo de viaje (personas)	2,5	2,2	0,3
Grado de fidelidad:	65,9%	54,7%	11,2

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

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	2020	2019	% Var./Diferencias
Sexo:			
Hombres	48,8%	50,2%	-1,8
Mujeres	51,6%	49,8%	1,8
Grupos de Edad:			
Menos de 18 años	7,6%	9,1%	-1,6
De 18 a 29 años	21,4%	18,7%	2,7
De 30 a 44 años	22,1%	27,8%	-5,8
De 45 a 64 años	33,3%	28,0%	5,4
Más de 65 años	15,7%	16,4%	-0,7
Situación Laboral:			
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	59,7%	60,7%	-1,0
En paro	3,6%	3,0%	0,6
Estudiante	14,7%	13,9%	0,8
Retirado/Jubilado	19,0%	19,3%	-0,3
Labores del hogar	1,3%	1,8%	-0,5
Otras	1,8%	1,4%	0,4

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



Turismo de interior en Andalucía

Año 2020

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos



Índice de contenidos

- 00. Introducción.
- 01. ¿Cuántos turistas son y cómo han evolucionado?
- 02. Aspectos diferenciales del turismo de interior.
- 03. Anexo de tablas.

00. Introducción

A lo largo de los años, en Andalucía se han realizado diferentes tipos de segmentaciones de la demanda, con el objetivo de ampliar el conocimiento, tanto cualitativo como cuantitativo, de una amplia variedad de conjuntos de consumidores de turismo. La segmentación de la demanda se puede llevar a cabo atendiendo a múltiples factores: en función de la procedencia del turista (por mercados), atendiendo a la motivación principal de su viaje, puede obedecer a criterios geográficos (litoral, interior y ciudades), a perfiles sociodemográficos o al tipo de alojamiento utilizado, entre otros.

Algunos de estos segmentos se monitorizan de manera más continua, dada su importancia para el destino andaluz y la disponibilidad de recursos (de información y técnicos) para poder investigarlos. Este es el caso del turismo de interior, que se analiza anualmente a partir de una explotación específica de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA). Esta encuesta ha contado durante 2020 con 1.140 entrevistas a turistas que han visitado el interior andaluz y que han servido como muestra para analizar este segmento.

La ECTA proporciona información sobre variables tanto cualitativas como cuantitativas que permiten realizar estimaciones sobre el gasto, la estancia, perfil del turista, calificación del destino, etc.

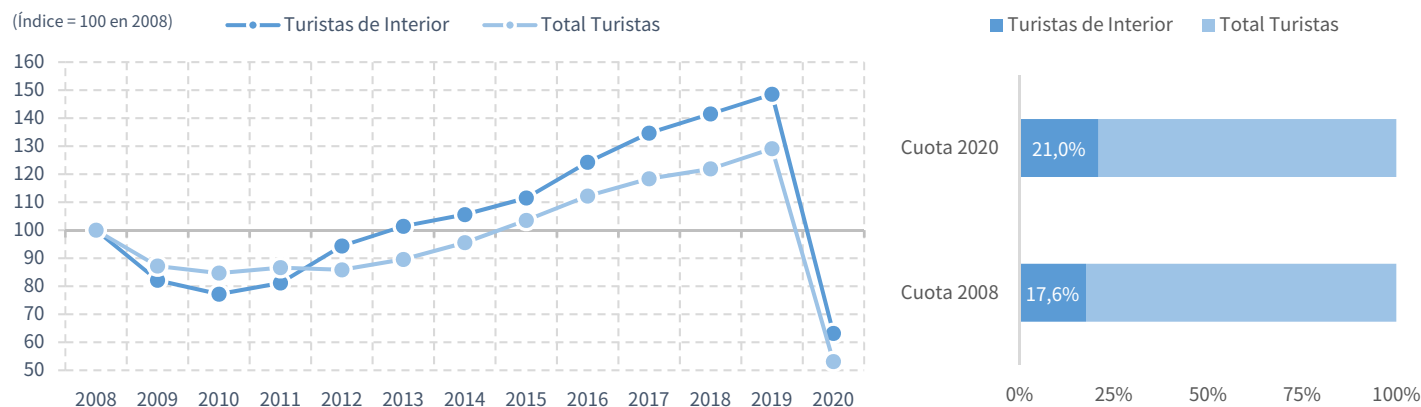
01. ¿Cuántos turistas son y cómo han evolucionado?

BALANCE DEL AÑO 2020 Y EVOLUCIÓN

Se estima que el interior¹ de Andalucía ha recibido en 2020 un total de **2,8 millones de turistas**, lo que supone respecto a 2019, una vez actualizadas las estimaciones correspondientes a dicho año, que **el turismo de interior ha descendido a una tasa del -57,5%**, un decremento importante, aunque inferior al registrado para el total de turistas en 2020 (-59,0%).

El turismo de interior llevaba creciendo de forma ininterrumpida desde el año 2011, lo que le ha permitido recuperarse de los importantes descensos registrados en el intervalo 2008-2010. Además, en seis de los nueve años con resultados positivos para esta tipología turística del intervalo 2011-2019, el turismo de interior ha registrado mayores crecimientos que los del total de turismo recibido en Andalucía. Incluso en el atípico año 2020, los turistas de interior han evolucionado algo mejor que el conjunto de turistas, lo que ha posibilitado que incremente su cuota de participación, pasando de suponer el 20,2% del total de turismo en 2019 al 21,0% en 2020.

Evolución de los turistas de Andalucía por área geográfica visitada. Años 2008-2020



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

¹ Siguiendo al Observatorio Turístico del Interior de Andalucía, por turismo de interior se entenderá todas aquellas tipologías turísticas que se desarrollan en los espacios no litorales de Andalucía, excluyendo de dicho territorio a las capitales de provincia por tener otra dinámica turística en su desarrollo.

Puntos clave

- Varias han sido las claves que han favorecido un mejor desempeño del turismo de interior en 2020, algunas relacionadas con una mayor seguridad ante la pandemia:

- Se aleja de las aglomeraciones de personas que caracterizan a otras tipologías turísticas. La menor densidad poblacional que ofrece el interior andaluz lo convierte en un destino óptimo en un año en el que el distanciamiento social ha sido una premisa de contención del virus.

- Ofrece la posibilidad de realizar ocio y esparcimiento en entornos al aire libre, en espacios abiertos, considerados más saludables.

- El interior de Andalucía dispone de una buena conectividad por carretera, lo que facilita el uso del vehículo particular, el medio de transporte percibido como más seguro durante la pandemia.

- Menor dependencia de la demanda extranjera, la más afectada por el impacto de la pandemia en 2020.

02. Aspectos diferenciales del turismo de interior

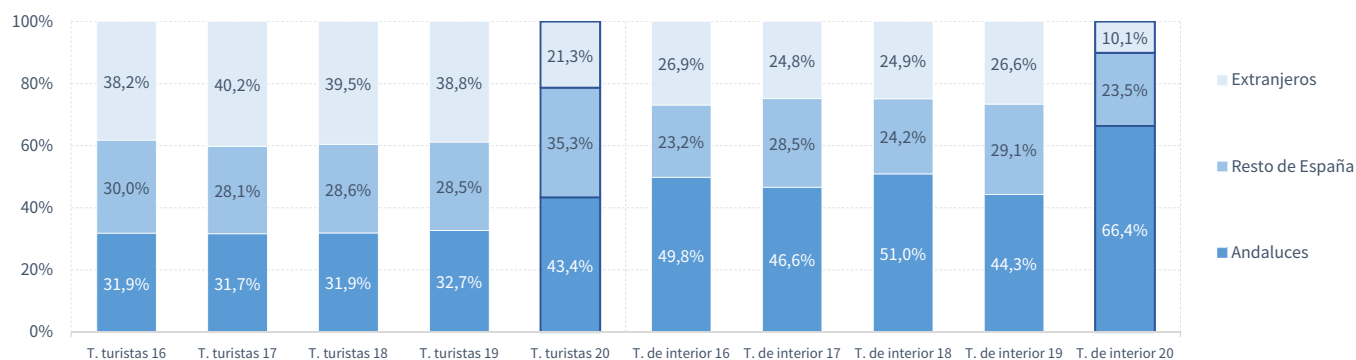
1. LOS PROPIOS ANDALUCES SON LOS PRINCIPALES EMISORES DE ESTA TIPOLOGÍA TURÍSTICA

Tradicionalmente, la gran mayoría de los turistas que visitan el interior de Andalucía proceden del territorio español, siendo los andaluces los principales emisores nacionales de este segmento, aportando cada año en torno a la mitad de los turistas de interior. Por el contrario, el turismo extranjero es la procedencia con menos representación en el turismo de interior de la región.

Comparando esta estructura con la del total del turismo recibido en Andalucía, se aprecia que las mayores diferencias se producen precisamente en el peso de los turistas procedentes de Andalucía, que en el turismo de interior es habitualmente muy superior al peso de este emisor en el total del turismo y lo contrario ocurre con la participación del turismo extranjero.

En el gráfico se aprecia claramente que **las distribuciones de turistas por procedencia registran un importante cambio en 2020 como consecuencia de la crisis sanitaria provocada por el coronavirus, tanto en el turismo de interior como en conjunto del turismo de Andalucía**, disminuyendo la participación del turismo internacional de forma notable a favor de los mercados de proximidad (andaluces y resto de españoles). En el caso del turismo de interior, ha sido el emisor andaluz el que ha ganado todo el protagonismo.

Distribución porcentual turistas por procedencia. Total turismo y turismo de interior. Años 2016-2020



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

Puntos clave

- Para el total de turistas recibidos en Andalucía en el año 2020, el turismo extranjero **ha registrado un fuerte descenso del -77,5%, superando a la caída registrada en el turismo de procedencia nacional** (los turistas andaluces han descendido un -45,5% y los turistas procedentes del resto de España han registrado una tasa del -49,2%).

- **El turista internacional se ha visto más afectado por** las restricciones impuestas para el control de **la pandemia en 2020** (cierres de fronteras, cuarentenas, recomendaciones de no viajar si no es absolutamente necesario, etc.) **y ha realizado menos visitas a Andalucía.**

- Esta fuerte reducción del mercado extranjero en 2020 ha desequilibrado las cuotas o pesos que cada procedencia presentaba de forma habitual, tanto en el total de turismo como en el turismo de interior.

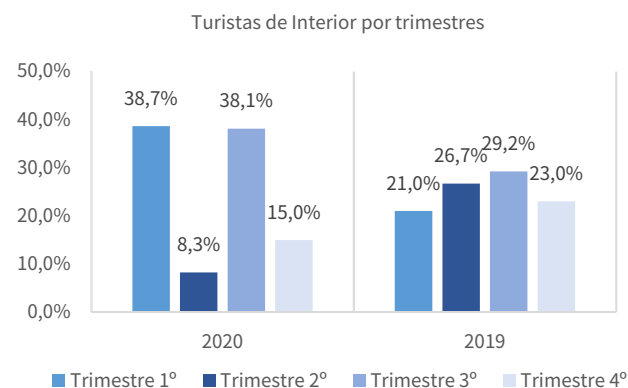
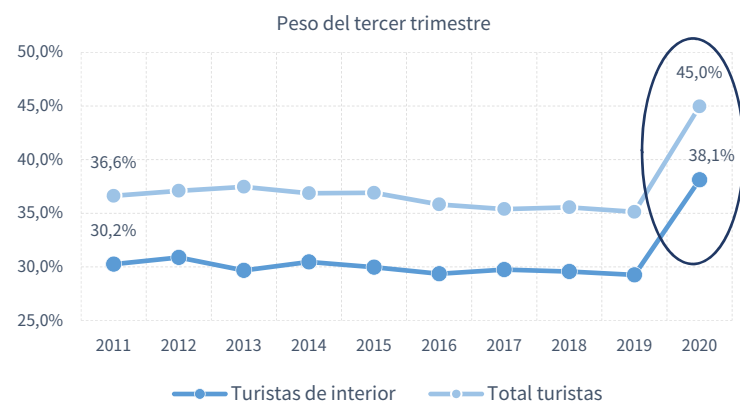
02. Aspectos diferenciales del turismo de interior

2. ES MENOS ESTACIONAL QUE OTROS TIPOS DE TURISMO DESARROLLADOS EN ANDALUCÍA

En contraste con la distribución anual del total de turismo recibido en Andalucía, **el turismo de interior** reparte de forma más uniforme sus [visitas a lo largo del año](#): en el primer gráfico se puede apreciar que **presenta una menor concentración en el tercer trimestre**, siendo esta proporción, año tras año, entre 5 y 7 puntos porcentuales inferior a la que registra el total del turismo recibido en ese mismo trimestre, incluso en el año 2020.

Ahora bien, la irrupción de **la pandemia de COVID-19 y las medidas impuestas** para su contención **han alterado la distribución anual del turismo de interior significativamente**: tras un buen comienzo del año 2020, se interrumpe toda actividad turística desde mitad del mes de marzo y durante la mayor parte del segundo trimestre, con confinamientos de la población y cierres de fronteras. La actividad se reanuda en el tercer trimestre, si bien la extensión de los rebotes de coronavirus ha obligado a imponer de nuevo restricciones a los viajes en el cuarto trimestre. El segundo gráfico ilustra el impacto de la pandemia en el reparto de turistas de interior por trimestres.

Distribución porcentual de turistas por trimestres. Total turismo y turismo de interior. Años 2011-2020



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

Puntos clave

- Aunque se produzcan pequeñas variaciones de un año a otro en la distribución por trimestres del turismo de interior, su **menor estacionalidad es una característica del segmento que se mantiene a lo largo de los años.**

- Ni siquiera la profunda distorsión que ha generado la pandemia en la distribución anual del turismo ha hecho desaparecer esta característica del segmento de interior en su comparativa con el total de turismo.

02. Aspectos diferenciales del turismo de interior

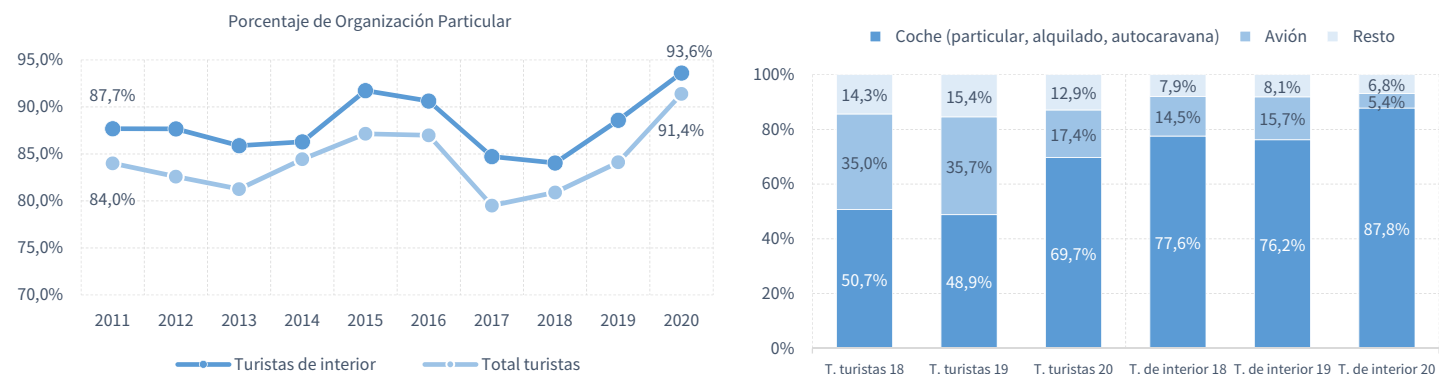
3. MENOR USO DE LOS INTERMEDIARIOS EN LA ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

En 2020, se constata un mayor uso de la [organización particular de viaje](#) entre los turistas de interior (93,6%) que entre los turistas que visitaron el conjunto de Andalucía (91,4%). En ambos casos, y como consecuencia de la pandemia, el incremento registrado respecto al año anterior ha sido muy importante, elevando ambos registros a su mayor nivel de los últimos 10 años. También se aprecia que **los porcentajes de turistas que organizan por sí mismos sus viajes siempre son más mayores entre los turistas de interior**. Por tanto, incluso con pandemia, se mantiene esta característica diferencial del segmento de interior frente al total de turistas.

4. USO MUY ELEVADO DEL COCHE PARA ACCEDER AL INTERIOR DE ANDALUCÍA

Igualmente, en 2020 se ha incrementado fuertemente el [uso del coche](#) (propio, alquilado o autocaravana) en detrimento principalmente del uso del avión, tanto en el turismo de interior, pero sobre todo en el total de turismo. No obstante, el uso del vehículo particular ha sido muy superior en el turismo de interior (87,8% frente a 69,7% para el conjunto del turismo de Andalucía).

Organización particular del viaje y medio de transporte. Total turismo y turismo de interior. Años 2011-2020



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

Puntos clave

- Tanto la forma de organización del viaje, como el medio de transporte que se utiliza para acceder a Andalucía, son variables que se ven **muy influenciadas por la procedencia de los turistas**.

- La alta presencia de turistas nacionales, y sobre todo de andaluces, entre los turistas que visitan el interior de Andalucía, viene propiciando, año tras año, tanto el mayor uso del coche, como de la organización particular del viaje. Así, la proximidad de la demanda al destino a visitar y su mayor nivel de conocimiento garantizan el mantenimiento en el tiempo de ambas características diferenciales del segmento de interior.

- Además, y debido a la pandemia, en 2020 todas las tipologías turísticas, no sólo el segmento de interior, han recibido menos turistas extranjeros, precisamente los turistas que tradicionalmente más recurren a los intermediarios para organizar sus visitas a la región y que más utilizan el avión para acceder a Andalucía.

02. Aspectos diferenciales del turismo de interior

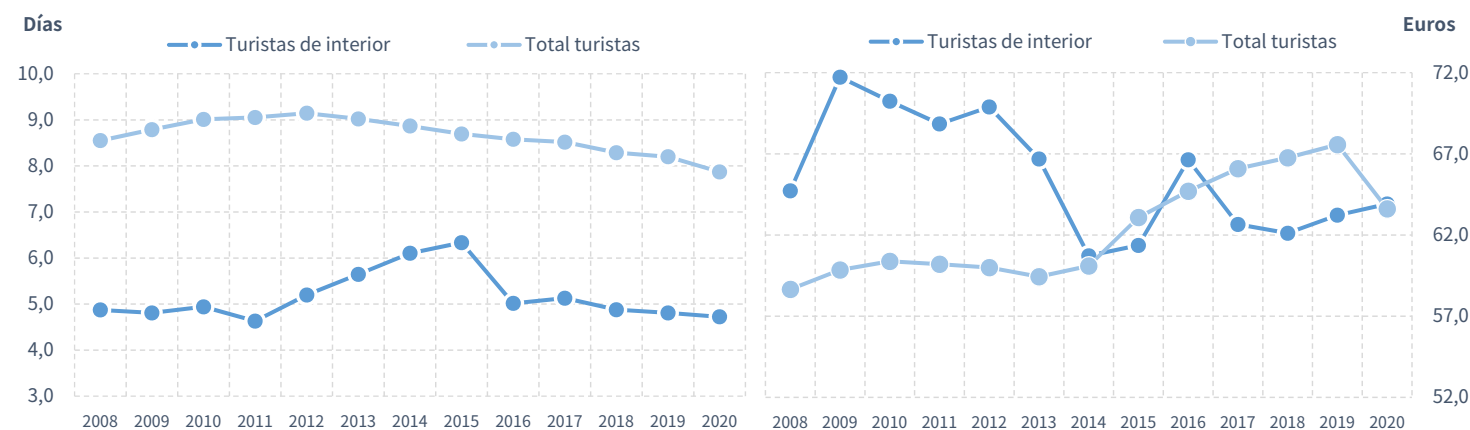
5. ESTANCIAS MÁS CORTAS EN EL DESTINO

La [estancia media](#) del turista de interior para el año 2020 se ha estimado en 4,7 días, situándose, como es tradicional, por debajo de la media del total turistas (7,9 días). Esta estancia es -0,1 días inferior a la estimada en 2019, un retroceso algo menor que el registrado en el comportamiento general de esta variable (-0,3 días). En el gráfico se observa que es a partir de 2012 cuando esta variable crece de forma rápida e ininterrumpida, acortando distancias con la estancia media del total de turistas que visita la región. Su evolución a partir del año 2016 ha devuelto esta variable en un nivel más parecido al que habitualmente había tenido (en torno a los 5 días).

6. REALIZABA UN GASTO MEDIO DIARIO EN EL DESTINO MAYOR

El turista de interior realizaba un desembolso diario en destino que superaba ampliamente al del turista que visita el conjunto de la región, pero los descensos registrados en el intervalo 2010-2014 produjeron un acercamiento entre ambos niveles de gasto, perdiéndose de este modo una característica del turismo de interior que lo había diferenciado durante años. A partir de 2015, aunque el [gasto medio diario](#) del turista de interior había crecido en algunos años, no había sido suficiente para recuperar esta característica distintiva.

Estancia media y Gasto medio diario. Total turismo y turismo de interior. Años 2008-2020



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

Puntos clave

- La permanencia en Andalucía del turista de interior es inferior a la del total de turistas que visita la región. Esta característica distintiva del segmento de interior **no se ha alterado en 2020 por efecto de la pandemia.**

- Sin embargo, la crisis sanitaria sí parece haber ejercido un efecto diferencial en el **gasto medio diario del turismo de interior.** Así, mientras que el desembolso medio diario de esta tipología turística ha registrado un aumento de +0,7 euros en el año 2020, y se ha situado en 63,9 euros, el nivel de gasto del turista que visita el conjunto de la región ha retrocedido cerca de -4 euros, hasta situarse en los 63,6 euros diarios.

02. Aspectos diferenciales del turismo de interior

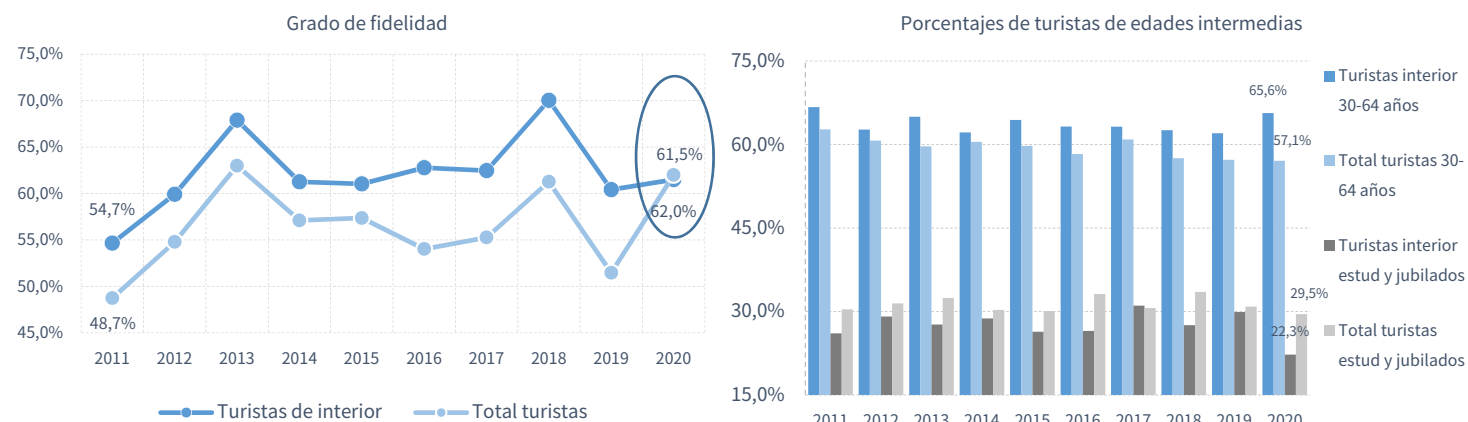
7. MAYOR FIDELIDAD AL DESTINO QUE EL TURISTA MEDIO

Considerando [el grado de fidelidad](#) como el porcentaje de **turistas de interior** que en el año 2020 visitaron Andalucía habiéndola visitado también el año anterior (aunque no necesariamente para visitar el interior de la región), **se ha estimado en 61,5%, similar al que presenta la media del total de turistas de Andalucía (62,0%)**. No obstante, en el gráfico puede apreciarse que **esta es una situación inédita**, porque tradicionalmente el turismo de interior presenta un grado de fidelidad que supera con creces a la del turista medio, siendo este un rasgo distintivo que se mantenía a lo largo del tiempo y que incluso se había intensificado en los últimos años de la serie.

8. MÁS TURISTAS DE EDADES INTERMEDIAS Y QUE TRABAJAN

Comparando las [características sociodemográficas](#) del turismo de interior con las que presenta el conjunto de todos los turistas que visitaron Andalucía, se aprecian diferencias significativas que se mantienen a lo largo del tiempo en la estructura por edad: entre los turistas de interior hay menos jóvenes y mayores, y, por ende, en la situación laboral hay más turistas trabajadores y menos estudiantes y jubilados. En 2020, la pandemia no ha hecho sino intensificar estas diferencias del segmento respecto al total de turismo de la región.

Grado de fidelidad y perfil sociodemográfico. Total turismo y turismo de interior. Años 2011-2020



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

Puntos clave

- Puesto que una de las consecuencias de la pandemia ha sido favorecer a los destinos domésticos, al ser percibidos como más seguros en estas circunstancias, ello ha propiciado el aumentando en 2020 de la presencia de turistas nacionales, y en especial la de turistas andaluces, en el total de turismo recibido en la región. Y por simple proximidad geográfica, es más probable que estas procedencias hubieran visitado Andalucía también en el año anterior, elevándose el grado de fidelidad en el total de la demanda.

03. Anexo tablas

INDICADORES BÁSICOS	2020	2019	% Var./Diferencias
Número de turistas (millones)	2,80	6,58	-57,5%
Cuota de participación en la demanda turística:	21,0%	20,2%	0,3
Distribución porcentual por trimestres:			
Trimestre 1	38,7%	21,0%	17,6
Trimestre 2	8,3%	26,7%	-18,4
Trimestre 3	38,1%	29,2%	8,9
Trimestre 4	15,0%	23,0%	-8,1
Gasto medio diario (en euros):	63,91	63,22	0,69
Gasto en destino por conceptos:			
Transporte	10,7%	11,6%	-0,9
Alojamiento	32,8%	29,0%	3,8
Compras alimentación	10,7%	8,6%	2,1
Compras no alimentación	4,6%	5,7%	-1,1
Visitas organizadas, ocio, otros...	4,7%	5,7%	-1,0
Alquiler de coches	0,6%	1,7%	-1,2
Comidas (bares, restaurantes, cafeterías)	35,8%	37,6%	-1,8
Estancia media (nº de días):	4,7	4,8	-0,1
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)			

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
Medio de Transporte:			
Coche (particular, alquilado, autocaravana)	87,8%	76,2%	11,6
Avión	5,4%	15,7%	-10,3
Resto	6,8%	8,1%	-1,3
Tipo de Alojamiento (sin peso):			
Alojamientos Hoteleros	57,5%	69,6%	-12,1
Apartamentos, casa o chalet	22,7%	19,1%	3,6
Otros	19,8%	11,3%	8,5
Organización del viaje:			
De forma particular	93,6%	88,6%	5,0
Lo organizó un club, asociación, empresa...	3,6%	4,0%	-0,4
Adquirió un paquete turístico o viaje comb.	2,8%	7,4%	-4,6
Motivo principal del viaje:			
Trabajo (motivos profesionales) o Negocios	0,7%	1,8%	-1,1
Vacaciones / Ocio	91,6%	80,7%	10,9
Visitas a familiares y amigos	7,2%	10,9%	-3,6
Estudios (Educación y Formación)	0,1%	0,7%	-0,6
Otros motivos (Tratamientos de salud, religiosos, etc...)	0,3%	5,9%	-5,6
Principales factores para elegir el destino andaluz:			
Precios	9,1%	5,3%	3,9
Clima	14,1%	20,0%	-5,8
Playa	3,5%	2,3%	1,3
Visitas a monumentos	38,0%	35,1%	2,9
Turistas de naturaleza y rural	21,6%	17,7%	3,9
Fiestas populares / Folklore	0,5%	2,2%	-1,8
Gastronomía	5,3%	3,8%	1,5
Calidad de vida / Hospitalidad	3,4%	3,6%	-0,2
Excursiones	0,9%	1,0%	-0,1
Practicar deportes	2,0%	4,9%	-2,9
Otros	1,5%	4,1%	-2,5
Canales de información del destino:			
Por experiencia propia	68,6%	65,1%	3,5
Por recomendación de agencias de viajes (oficinas)	1,1%	3,0%	-2,0
Por recomendación de amigos o familiares	21,7%	22,6%	-0,9
Por redes sociales, web especializadas de viajes, blogs	6,4%	4,8%	1,6
Por página Web oficial del destino	1,0%	1,3%	-0,3
Por publicidad en prensa, radio y TV	0,9%	1,6%	-0,7
Por otros medios	0,4%	1,6%	-1,2

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

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
Valoración al destino turístico andaluz (de 1 a 10 puntos):			
Alojamiento	8,7	8,6	0,1
Restauración	8,6	8,6	0,0
Ocio/Diversión	8,5	8,5	0,1
Seguridad ciudadana	8,9	8,8	0,1
Asistencia sanitaria	8,7	8,5	0,2
Atención y trato recibido	9,0	8,9	0,1
Relación calidad/precio	8,7	8,6	0,1
Red de comunicaciones	8,3	8,1	0,2
Limpieza	8,6	8,2	0,4
Nivel de tráfico	8,5	8,2	0,3
Señalización turística	8,4	8,2	0,2
Información turística	8,7	8,5	0,1
Patrimonio cultural	9,0	8,9	0,1
Autobuses	8,3	8,2	0,1
Paisajes y Parques naturales	9,2	9,0	0,3
Entornos urbanos	9,1	8,7	0,4
Valoración global (Índice sintético de percepción)	8,7	8,5	0,2
Actividades realizadas durante la estancia en Andalucía:			
(NOTA: pregunta multirrespuesta, los % no suman 100)			
Compras (excluidas regulares)	21,6%	20,1%	1,5
Observación de la naturaleza	45,5%	45,3%	0,2
Asistencia a eventos deportivos	0,1%	0,8%	-0,7
Asistencia a eventos culturales	0,4%	3,7%	-3,3
Visitas a monumentos y museos	43,6%	46,0%	-2,4
Otras actividades culturales	0,5%	2,1%	-1,7
Juegos de azar	0,1%	0,1%	0,0
Educación/formación y estudios de idiomas	0,0%	0,4%	-0,4
Actividades profesionales o de negocios/congresos y reuniones	0,6%	0,4%	0,2
Deportes de naturaleza	11,5%	6,3%	5,2
Prácticas de otros deportes	5,9%	7,3%	-1,4
Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc...)	2,1%	4,2%	-2,2
Otros	2,6%	10,8%	-8,1
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA)			

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
Usó internet para consultas, reservas o compras:			
Si	70,4%	65,7%	4,8
No	29,6%	34,3%	-4,8
Para qué utilizó internet:			
Consulta	100,0%	100,0%	0,0
Reserva	80,4%	90,0%	-9,6
Compra	44,5%	61,9%	-17,5
Grupo de viaje:			
Solo	2,8%	5,4%	-2,6
Con su pareja	50,9%	41,1%	9,7
Con familiares	32,6%	36,9%	-4,3
Con amigos	13,8%	16,1%	-2,4
Otros	0,1%	0,4%	-0,4
Tamaño medio del grupo de viaje (personas)	2,6	2,5	0,0
Grado de fidelidad:	61,5%	60,4%	1,1

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

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	2020	2019	% Var./Diferencias
Sexo:			
Hombres	49,9%	49,4%	0,5
Mujeres	50,1%	50,6%	-0,5
Grupos de Edad:			
Menos de 18 años	9,9%	9,7%	0,2
De 18 a 29 años	16,8%	14,3%	2,5
De 30 a 44 años	29,2%	28,3%	0,9
De 45 a 64 años	36,4%	33,7%	2,7
Más de 65 años	7,7%	13,9%	-6,3
Situación Laboral:			
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	70,7%	63,6%	7,1
En paro	4,6%	3,2%	1,3
Estudiante	12,4%	13,5%	-1,1
Retirado/Jubilado	9,9%	16,4%	-6,5
Labores del hogar	1,3%	2,0%	-0,6
Otras	1,1%	1,3%	-0,2

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



Coyuntura del movimiento hotelero de Andalucía

Año 2020

Coyuntura turística de Andalucía



ÍNDICE DE CONTENIDOS

Introducción

Visión general, evolución y comparativa 02.

Ajuste de oferta y estacionalidad

Análisis por categoría de establecimiento

Análisis por país de origen: España

Análisis por país de origen: Reino Unido 06.

Análisis por país de origen: Alemania 07.

Análisis por provincias andaluzas

Análisis por costas andaluzas

Anexo de tablas

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.

Igualmente, la entrada en vigor de la Orden SND/257/2020 de 19 de marzo, declaró la suspensión de apertura al público de establecimientos de alojamiento turístico como medida para la gestión en España de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. Los establecimientos hoteleros fueron cerrando progresivamente, quedando completamente suspendida su actividad el 26 de marzo, hasta el día 11 de mayo, en el que, de acuerdo con la Orden SND/399/2020, los hoteles y alojamientos turísticos pudieron abrir al público, con ciertas restricciones, a medida que los territorios en los que estaban ubicados alcanzaban, al menos, la fase 1 del plan para la transición hacia una nueva normalidad. No obstante, dadas las restricciones a la movilidad de la población como consecuencia del mantenimiento del estado de alarma, durante el mes de mayo solo abrieron un número muy escaso de establecimientos hoteleros.

Esta situación generó un problema sin precedentes en el ámbito de la recogida de datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera, considerando el INE que los datos a nivel provincial o inferior, así como la desagregación por país de origen, en el periodo marzo-mayo¹ no tienen la calidad suficiente para su difusión y uso, motivo por el que no aparecen en este informe.

En este contexto, desde SAETA se ha realizado un análisis de la oferta y la demanda en los establecimientos hoteleros andaluces bajo varias perspectivas: evolución y comparativa nacional, oferta y estacionalidad, análisis por categoría, detalle por país de origen y desagregación por provincia y costas andaluzas, presentando un contenido distinto al de ediciones anteriores, más centrado en los impactos de la pandemia en la distribución de los viajeros que en la comparativa interanual de un año “atípico” . El informe incorpora un completo anexo de tablas que ponen a disposición del lector toda la información disponible de esta fuente.

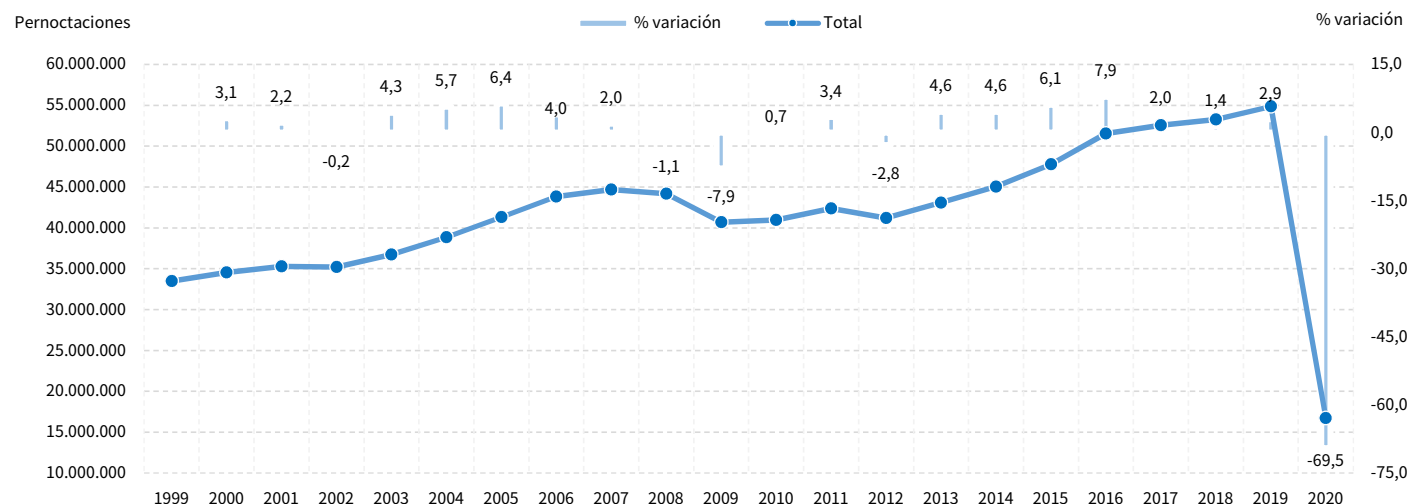
¹ Debido al Estado de Alarma, los establecimientos hoteleros ubicados en territorio nacional permanecieron cerrados durante todo el mes de abril para la realización de cualquier actividad turística, por lo que una actividad nula significa datos cero para abril.

Visión general y evolución

Según la Encuesta de Ocupación Hotelera que elabora el Instituto Nacional de Estadística, Andalucía cierra el año 2020 con **6,8 millones de viajeros, que realizaron un total de 16,8 millones de pernoctaciones hoteleras**, 38,1 millones menos que en 2019, lo que supone un descenso en términos relativos del -69,4%.

Un descenso el de 2020 que supone la ruptura de la tendencia positiva en las pernoctaciones hoteleras de Andalucía², iniciada tras los descensos de los años 2008 y 2009 e interrumpida en 2012, y se sitúa como el valor más bajo para esta variable, tanto en términos absolutos como relativos, desde que se tienen datos. El siguiente gráfico muestra con claridad lo excepcional de esta situación.

Pernoctaciones en establecimientos hoteleros andaluces. Años 1999 – 2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Puntos clave

- Estas cifras se derivan del **resultado negativo mostrado tanto por el turismo hotelero nacional como del mercado internacional**. Así, los hoteles y pensiones de Andalucía han registrado un total de 11,3 millones de pernoctaciones nacionales, 14,2 millones menos que en 2019, lo que supone un descenso relativo del -55,7%, mientras que los extranjeros por su parte muestran un decremento aún mayor (-81,3%), situándose en 5,5 millones de noches, lo que suponen casi 24 millones menos que en el año anterior.

- El **mercado nacional ha sido el principal protagonista de la actividad hotelera** en el año 2020, con unas cuotas sobre el total de viajeros que se sitúan en el 72,3% del total, cifra que en el año 2019 se situaba en el 53%.

- La situación descrita anteriormente **no es exclusiva de Andalucía**, se observa también en España y en todas las principales CC.AA. turísticas. Pese a las circunstancias, Andalucía continúa manteniendo en 2020 el liderazgo en lo que a turismo nacional se refiere, (captando el 11,8% del total) y ocupa la tercera posición en el ranking de turismo extranjero (4,9%) y la segunda en el total de pernoctaciones, con una cuota del 8,1%.

² En 2005, el INE llevó a cabo una actualización de los directorios que constituyen el marco de la encuesta, procedentes de las Consejerías de Turismo de las CC.AA., así como una modificación en el sistema de recogida de información, extendiendo el ámbito temporal de recogida durante todos los días del mes de referencia. Esto supuso una ruptura en la serie, por lo que los datos de 2006 no son directamente comparables con los de 2005; para realizar dicha comparación se han usado los coeficientes de enlace facilitados por el INE.

Ajuste de oferta y estacionalidad

En el año 2020, las pernoctaciones hoteleras han decrecido un -69,4%, y la oferta de plazas ha caído igualmente, aunque con menor intensidad (-47,2%). Este comportamiento de ambas variables, hace que el [ajuste en el grado de ocupación](#) se sitúe en el 33,10%, -23,4 puntos por debajo del registrado el año anterior.

Pernoctaciones, plazas y grado de ocupación en establecimientos hoteleros andaluces. 2019 – 2020

Andalucía	Métricas		
	Periodo	Pernoctaciones	Plazas
Año 2019	54.847.844	259.265	56,54
Año 2020	16.780.971	136.811	33,10

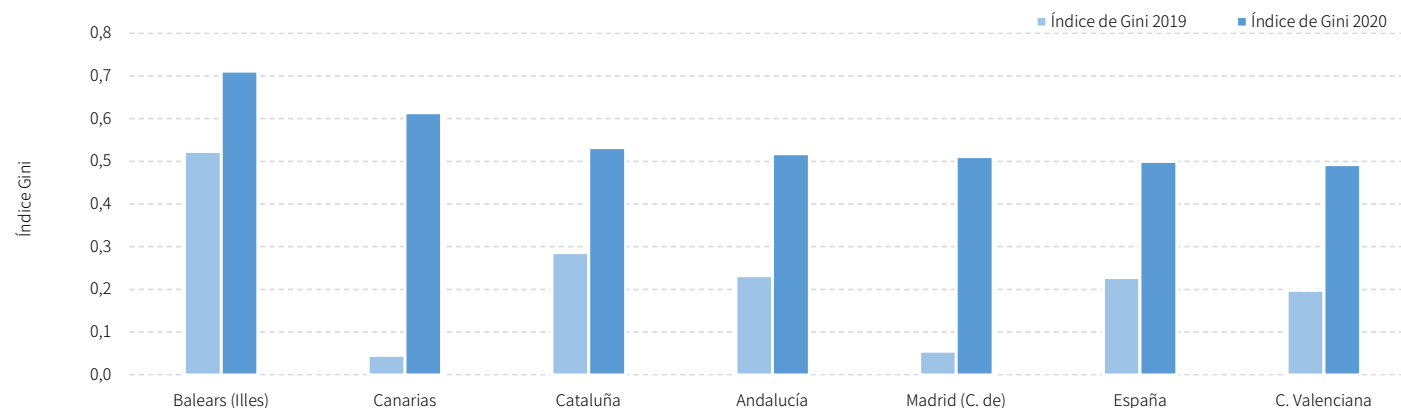
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Puntos clave

- La distribución de las pernoctaciones a lo largo de este año atípico presenta una [concentración muy superior a la observada en años anteriores](#), tal y como se ve en las cifras que presenta el Índice de Gini³ en 2020.

- Dentro del conjunto del movimiento hotelero español, se observa el mismo comportamiento al alza en todas las CC.AA turísticas respecto al año anterior, observándose variaciones relevantes en términos de estacionalidad, en todas ellas, en la línea de lo registrado en Andalucía.

Estacionalidad en establecimientos hoteleros. España y principales CC.AA. turísticas. 2019 - 2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

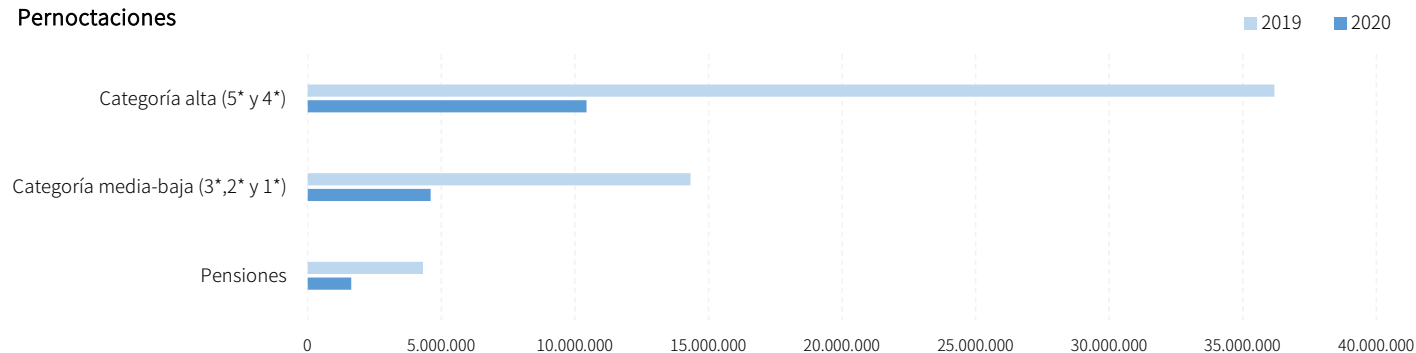
³ El Índice de Gini es un indicador del grado de concentración temporal de la demanda que refleja en qué medida las pernoctaciones se concentran dentro del periodo de temporada alta. Sus valores extremos son 0 y 1. Un valor del índice próximo a 0 implicaría que las pernoctaciones se distribuyen uniformemente a lo largo del período y, por tanto, que no hay estacionalidad. En el extremo opuesto, un valor próximo a la unidad indicaría que las pernoctaciones se concentran en un solo mes.

Análisis por categoría de establecimiento

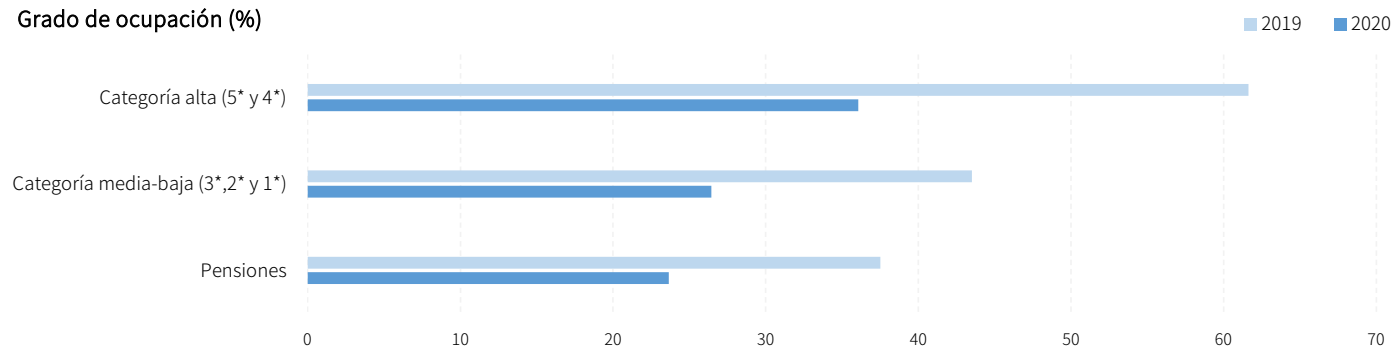
Clasificando los establecimientos hoteleros en alta categoría (cinco y cuatro estrellas), media-baja categoría (tres, dos y una estrella) y pensiones, se observa que Andalucía [concentra el mayor número de plazas en la alta categoría](#), acaparando el 62,2% del total de plazas hoteleras disponibles en la Comunidad andaluza, reduciéndose dos puntos este peso respecto al año 2019.

Pernoctaciones y grado de ocupación en establecimientos hoteleros de Andalucía. 2019 - 2020

Pernoctaciones



Grado de ocupación (%)



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Puntos clave

- En 2020 los hoteles de cuatro y cinco estrellas rozan las 85 mil [plazas](#), y registran un descenso del -45,6%, mientras que en las categorías hoteleras más bajas se han reducido las plazas ofertadas en un -41,0%, y en las pensiones un -34,0%. En este contexto, cabe destacar que los hoteles de cinco estrellas y los de cuatro estrellas han visto reducidas su oferta de plaza con la misma intensidad.

- En cuanto a la [demanda](#), el número de pernoctaciones en establecimientos de cuatro y cinco estrellas supone el 62,4% del total y muestran un descenso del -71,1% respecto al año anterior. Las pernoctaciones en el resto de categorías hoteleras han registrado un decremento de menor intensidad (-67,9%), mientras que en las pensiones decrecen en torno al -62,2%.

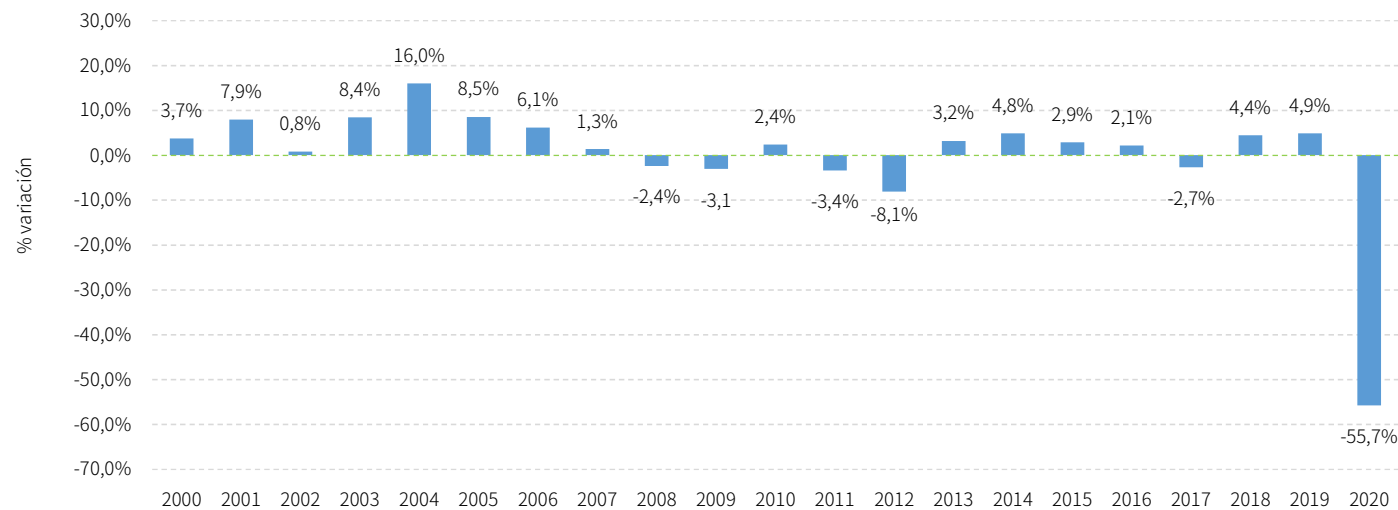
- Todas las categorías hoteleras y las pensiones presentan en 2020 un [descenso significativo en el grado de ocupación](#), situándose por debajo del 40% en el caso de los hoteles de 4 y 5 estrellas, y por debajo del 30% en la categoría media-baja y pensiones.

Análisis por país de origen: España

La Encuesta de Ocupación Hotelera cuantifica en algo menos de 5 millones los viajeros españoles que durante 2020 se alojaron en establecimientos hoteleros andaluces, 5,6 millones menos que en el año anterior, y realizaron un total de 11,3 millones de pernoctaciones, cifra inferior en 14,2 millones a la registrada en 2019, lo que supone un descenso en términos relativos del -55,7%. Esta cifra supone una brusca interrupción de la dinámica positiva iniciada en 2013, y que se vio interrumpida en 2017.

A nivel nacional, el decremento del turismo hotelero español en Andalucía se observa igualmente en las principales CC.AA. turísticas, y en este contexto, la media de establecimientos hoteleros españoles ha cerrado el año con un descenso relativo del -59,3%.

Variación de pernoctaciones nacionales en establecimientos hoteleros andaluces. Años 2000-2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Puntos clave

- El 50,7% de las pernoctaciones de españoles registradas en hoteles y pensiones de Andalucía en el año 2020 procedían de la propia Comunidad, seguidos a gran distancia de los madrileños, que representan el 17,6% de las pernoctaciones nacionales. La cuota de andaluces ha crecido +5,4 puntos respecto al año 2019, mientras que la de madrileños se ha mantenido prácticamente en las mismas cifras.

- En cuanto a su distribución en el tiempo, las pernoctaciones de turistas españoles se concentran, principalmente, en los meses de verano. Concretamente en el tercer trimestre se han registrado en Andalucía el 56,3% de las pernoctaciones hoteleras realizadas en el año.

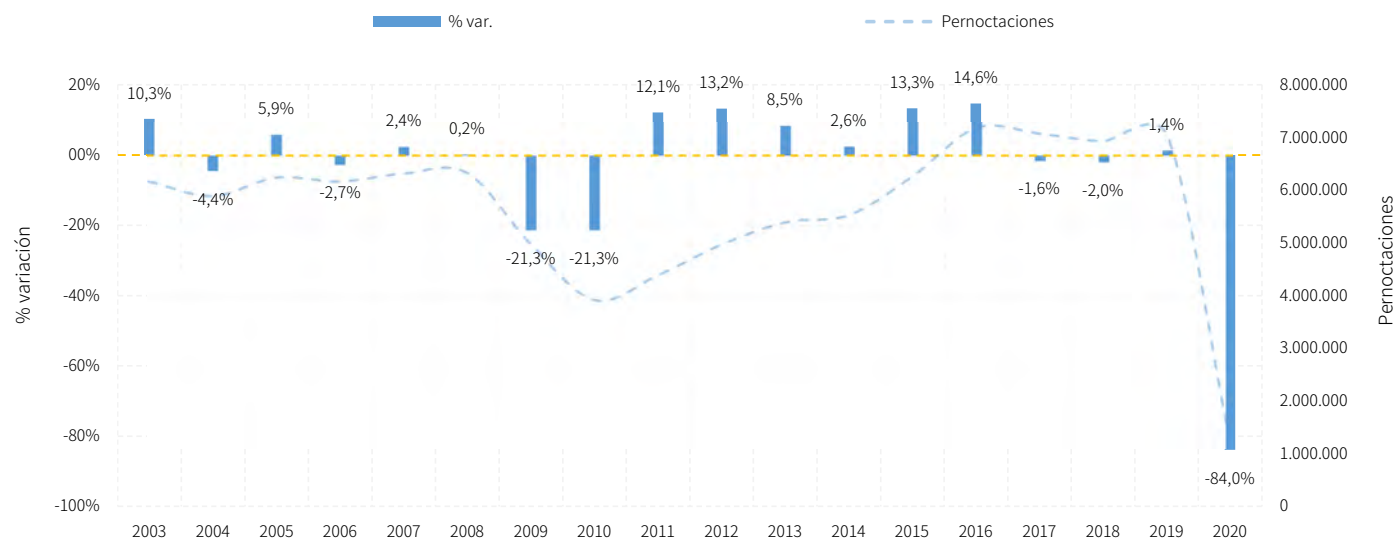


Análisis por país de origen: Reino Unido

Dos de cada diez pernoctaciones de turistas extranjeros registradas en hoteles y pensiones de Andalucía en el año 2020 procedían del Reino Unido, manteniéndose como [el mercado extranjero que más pernoctaciones aporta](#). Según los datos del Instituto Nacional de Estadística, a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, durante este año se alojaron en establecimientos hoteleros 298 mil de viajeros británicos, que han realizado 1,1 millones de pernoctaciones, lo que ha supuesto una **caída respecto al año anterior del -84,0% en términos relativos, con -5,9 millones de noches menos**.

En el año 2020, el 14,4% del total de pernoctaciones británicas que se han registrado en establecimientos hoteleros españoles se han realizado en Andalucía, registrándose un **ligero aumento de esta cuota respecto al 2019 (+2 puntos)**.

Variación de pernoctaciones británicas en establecimientos hoteleros andaluces. Años 2003-2020



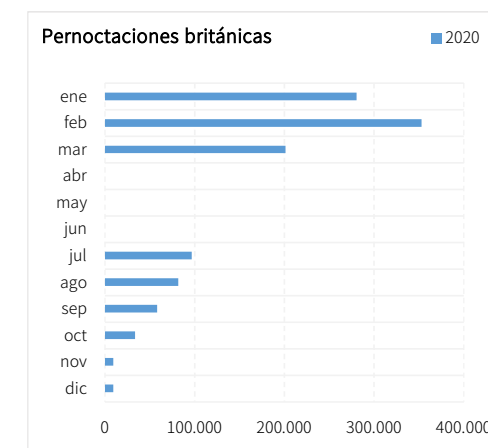
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Puntos clave

- La siguiente tabla permite situar el turismo hotelero británico en el contexto general, situándola a la cabeza de un ranking en el que se puede observar como todos los mercados emisores extranjeros presentan [caídas superiores al -70% en todos los casos](#).

- El saldo del turismo hotelero británico en el resto de CC.AA. turísticas ha sido igualmente negativo. Todo esto deriva en un [descenso del -86,1% en el total de pernoctaciones hoteleras británicas en el conjunto de establecimientos hoteleros de España](#).

- En este año atípico, el mayor número de pernoctaciones de turistas británicos se registra, principalmente, [en el primer trimestre, en el que se acumulan el 75%](#) de las mismas.

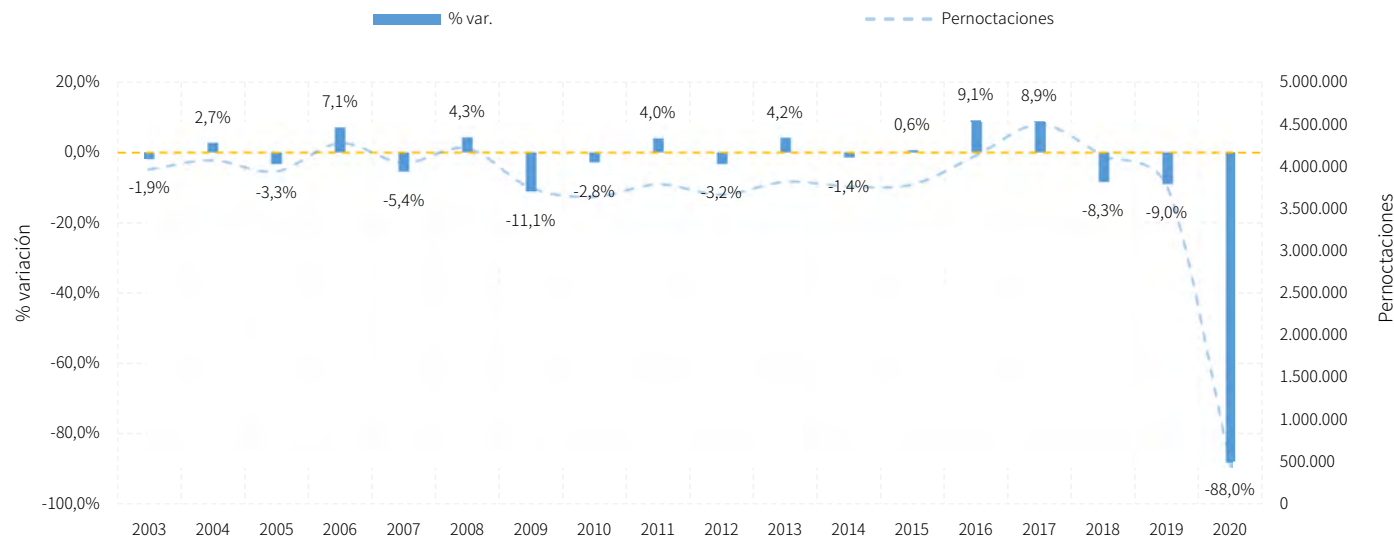


Análisis por país de origen: Alemania

A partir de los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) para el año 2020, se cifran en 125 mil los viajeros alemanes que realizaron un total de 451 mil pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Andalucía, lo que supone un descenso del -88,0% respecto a las cifras registradas en el año anterior, con 3,3 millones de noches menos.

El 8,3% de las pernoctaciones extranjeras registradas en alojamientos hoteleros de Andalucía son realizadas por viajeros alemanes, descendiendo en -4,5 puntos esta cuota respecto al año anterior, en favor de otros emisores como Francia, Holanda o Bélgica, que han incrementado su peso en el turismo hotelero andaluz este año.

Variación de pernoctaciones alemanas en establecimientos hoteleros andaluces. Años 2003-2020

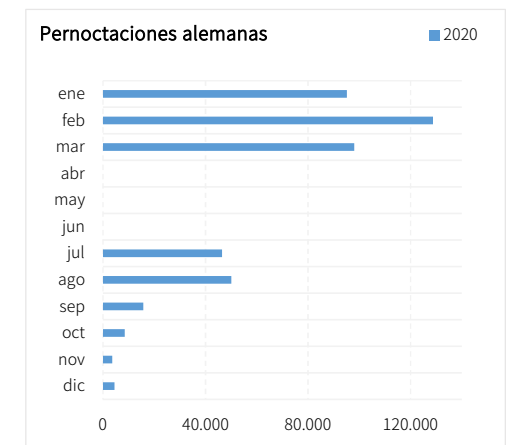


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Puntos clave

- Pasa a ser la tercera nacionalidad predominante entre los viajeros extranjeros que visitan la comunidad andaluza alojándose en establecimientos hoteleros, tras la británica y la francesa. De hecho, Andalucía solo capta el 6,1% de las pernoctaciones hoteleras que realizan los turistas alemanes en España, tres puntos menos que en 2019.

- Al igual que en Andalucía, el turismo hotelero alemán en España ha descendido un -82,2% respecto a las cifras registradas en el año 2019, debido a los resultados negativos que han mostrado los principales destinos turísticos para este mercado a nivel nacional. Canarias se presenta como la CC.AA. turística con menor caída en lo que a pernoctaciones hoteleras alemanas se refiere, con un descenso del -70,2%.

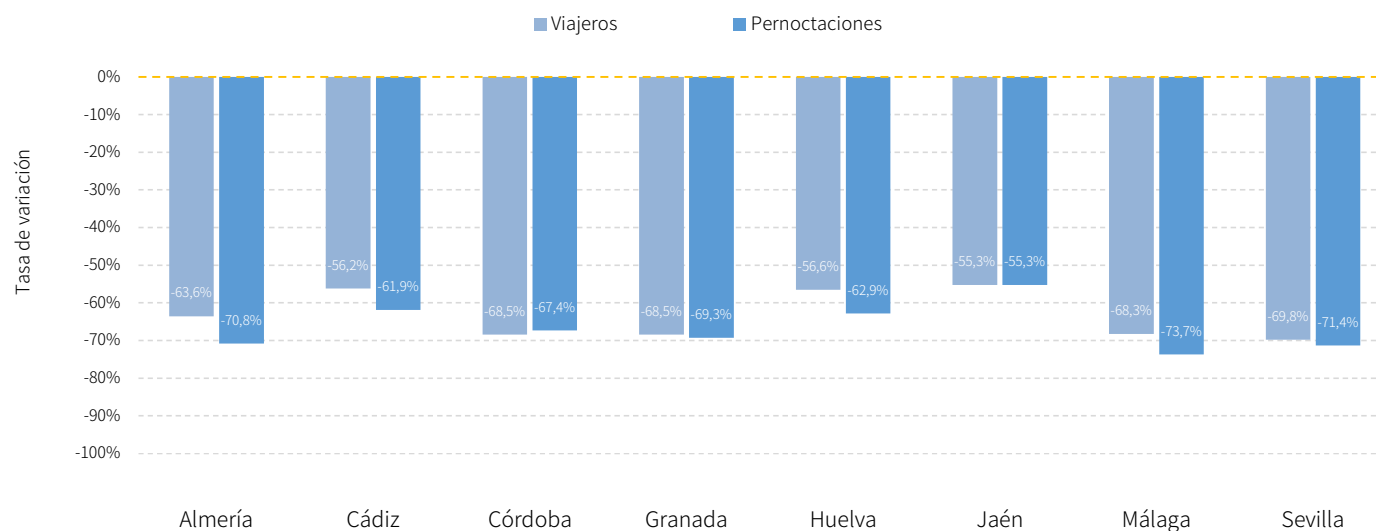


Análisis por provincias andaluzas

En el año 2020, todas las provincias andaluzas presentan tasas de variación negativas en las variables más relevantes del movimiento hotelero. Los descensos en pernoctaciones van del -55,3% que registran los establecimientos hoteleros de Almería, hasta el -73,7% de Málaga.

La evolución descendente de las variables de demanda ha tenido su reflejo en las variables de oferta: **el empleo hotelero, el grado de ocupación y las plazas ofertadas también registran importantes descensos en todas las provincias andaluzas** en el conjunto del año 2020.

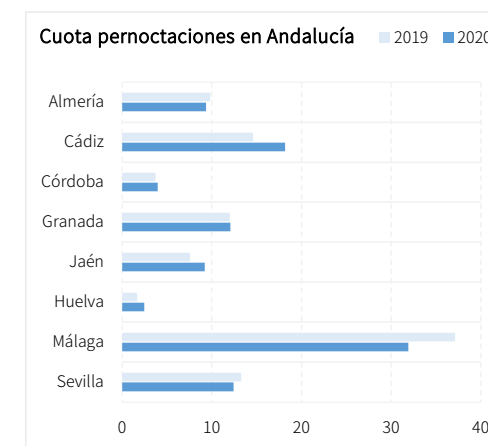
Variación de viajeros y pernoctaciones registradas en las provincias andaluzas. Año 2020 / Año 2019



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Puntos clave

- El comportamiento no tan negativo del mercado nacional ha sido decisivo para que provincias como Cádiz, Huelva o Jaén cierren el ejercicio 2020 con tasas de pernoctaciones menos negativas que otras provincias, como Málaga o Sevilla, en la que la presencia del mercado extranjero es tradicionalmente más alta, y en las que se registran los peores resultados.
- La provincia malagueña sigue siendo la que más pernoctaciones hoteleras registra, y ha captado este año 31,9% del total de las realizadas en Andalucía, una cuota -5,2 puntos inferior a la registrada en 2019, en favor de otras provincias como Cádiz o Huelva, que han aumentado su peso +3,6 puntos y +1,6 puntos, respectivamente.

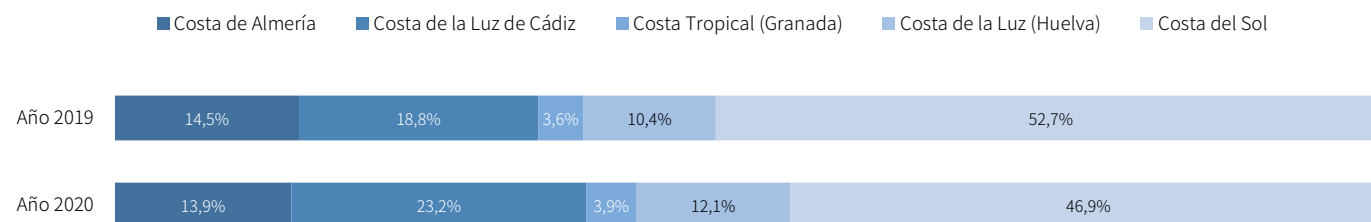


Análisis por costas andaluzas

En el año 2020, **las costas andaluzas captaron el 63,2% de las pernoctaciones hoteleras registradas en Andalucía**, lo que refleja la importancia de estas áreas en cuanto a concentración turística, si bien se observa, con respecto a los niveles registrados en el año 2019, un descenso de -3 puntos en su participación. **El 47% de las pernoctaciones registradas en el litoral andaluz en este periodo se concentran en la Costa del Sol**, zona que se sitúa a la cabeza de un ranking en el que la Costa de la Luz de Cádiz y la Costa de Almería ocupan, aunque a gran distancia, el segundo y tercer lugar respectivamente, tal y como se observa en el siguiente gráfico.

Un total de 10,6 millones de pernoctaciones se han registrado en el litoral andaluz durante el año 2020, lo que supone **un decremento del -70,8%** respecto a 2019, un resultado -1,4 puntos por debajo del registrado en el total de Andalucía (-69,4%).

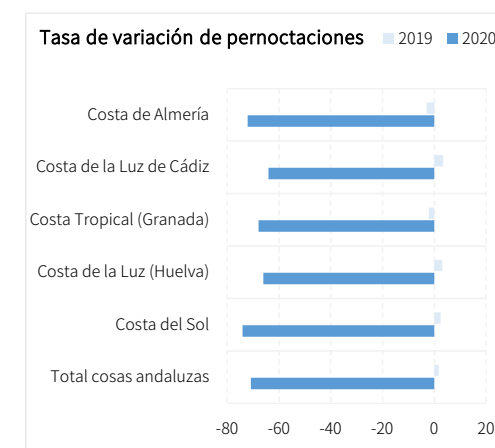
Pernoctaciones hoteleras registradas en el litoral andaluz: costas andaluzas. Año 2019 - 2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Puntos clave

- En general, este descenso de pernoctaciones en el litoral andaluz en 2020 se deriva de los **resultados negativos registrados en todas las costas**. El turismo extranjero, como ya se ha comentado, ha registrado los mayores descensos en todo el territorio andaluz, y cierra el año con un descenso del -79,0% en las costas de Andalucía, mientras las nacionales caen un -52,8%.



- En cuanto al grado de ocupación, el litoral andaluz ha cerrado el 2020 con una tasa del 36,2%, mostrando un descenso de -23,1 puntos respecto a la registrada en el año anterior, derivado del descenso tanto en la demanda como en las plazas ofertadas, este último de menor intensidad (-42,0% frente al -70,8% de las pernoctaciones).

ANEXO TABLAS

Tabla 1. Viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Andalucía. Serie Anual

Año	Viajeros		Pernoctaciones	
	Viajeros	Variación (%)	Pernoctaciones	Variación (%)
1999	10.672.335	-	33.477.392	-
2000	11.168.118	4,6%	34.529.954	3,1%
2001	11.309.336	1,3%	35.275.284	2,2%
2002	11.404.704	0,8%	35.219.266	-0,2%
2003	11.852.350	3,9%	36.748.852	4,3%
2004	12.534.779	5,8%	38.846.227	5,7%
2005	13.630.388	8,7%	41.332.273	6,4%
2006	15.608.607	6,6%	43.809.767	4,0%
2007	16.131.613	3,4%	44.677.640	2,0%
2008	15.769.339	-2,2%	44.171.549	-1,1%
2009	14.205.603	-9,9%	40.681.215	-7,9%
2010	14.343.888	1,0%	40.956.970	0,7%
2011	14.894.507	3,8%	42.363.332	3,4%
2012	14.451.587	-3,0%	41.181.764	-2,8%
2013	14.944.113	3,4%	43.061.934	4,6%
2014	15.589.124	4,3%	45.026.227	4,6%
2015	16.685.269	7,0%	47.782.862	6,1%
2016	17.868.615	7,1%	51.554.974	7,9%
2017	18.429.692	3,1%	52.561.188	2,0%
2018	18.838.408	2,2%	53.280.102	1,4%
2019	19.869.536	5,5%	54.847.844	2,9%
2020	6.849.764	-65,5%	16.780.971	-69,4%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 2. Pernoctaciones hoteleras en Andalucía. Total, españoles y extranjeros. Serie mensual

Año 2020	Total		Españoles		Extranjeros	
Mes	Pernoctaciones	Variación (%)	Pernoctaciones	Variación (%)	Pernoctaciones	Variación (%)
enero - 2020	2.345.424	5,2%	1.051.756	3,8%	1.293.668	6,3%
febrero - 2020	3.000.031	12,4%	1.529.765	15,1%	1.470.266	9,8%
marzo - 2020	1.491.694	-60,3%	694.896	-62,3%	796.798	-58,4%
abril - 2020	0	-100,0%	0	-100,0%	0	-100,0%
mayo - 2020	40.644	-99,2%	34.284	-98,3%	6.360	-99,8%
junio - 2020	386.502	-93,3%	342.097	-86,2%	44.404	-98,6%
julio - 2020	2.463.486	-63,5%	1.954.643	-46,0%	508.843	-83,7%
agosto - 2020	3.569.034	-53,0%	2.922.512	-33,2%	646.521	-79,9%
septiembre - 2020	1.808.278	-70,1%	1.489.464	-41,0%	318.815	-90,9%
octubre - 2020	988.882	-79,4%	765.069	-51,7%	223.813	-93,0%
noviembre - 2020	321.273	-88,5%	244.442	-81,3%	76.832	-94,8%
diciembre - 2020	365.723	-85,2%	286.596	-78,5%	79.127	-93,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 3. Viajeros y pernoctaciones hoteleras en Andalucía. Españoles/extranjeros. Serie anual

Año	Españoles				Extranjeros			
	Viajeros	Variación (%)	Pernoctaciones	Variación (%)	Viajeros	Variación (%)	Pernoctaciones	Variación (%)
1999	5.727.360	-	14.584.358	-	4.944.975	-	18.893.034	-
2000	5.943.518	3,8%	15.125.964	3,7%	5.224.600	5,7%	19.403.990	2,7%
2001	6.237.697	4,9%	16.325.385	7,9%	5.071.641	-2,9%	18.949.896	-2,3%
2002	6.331.204	1,5%	16.460.262	0,8%	5.073.503	0,0%	18.759.005	-1,0%
2003	6.831.854	7,9%	17.847.699	8,4%	5.020.494	-1,0%	18.901.153	0,8%
2004	7.654.318	12,0%	20.699.828	16,0%	4.880.461	-2,8%	18.146.400	-4,0%
2005	8.431.447	10,2%	22.465.235	8,5%	5.198.942	6,5%	18.867.041	4,0%
2006	9.652.603	6,6%	24.198.435	6,1%	5.956.009	6,6%	19.611.332	2,4%
2007	10.026.691	3,9%	24.523.872	1,3%	6.104.922	2,5%	20.153.772	2,8%
2008	9.835.621	-1,9%	23.942.219	-2,4%	5.933.716	-2,8%	20.229.332	0,4%
2009	9.174.850	-6,7%	23.210.143	-3,1%	5.030.752	-15,2%	17.471.072	-13,6%
2010	9.039.539	-1,5%	23.756.036	2,4%	5.304.349	5,4%	17.200.934	-1,5%
2011	8.992.305	-0,5%	22.952.383	-3,4%	5.902.201	11,3%	19.410.951	12,8%
2012	8.354.777	-7,1%	21.093.776	-8,1%	6.096.812	3,3%	20.087.987	3,5%
2013	8.611.659	3,1%	21.766.779	3,2%	6.332.452	3,9%	21.295.153	6,0%
2014	8.950.324	3,9%	22.821.505	4,8%	6.638.799	4,8%	22.204.720	4,3%
2015	9.332.377	4,3%	23.483.467	2,9%	7.352.893	10,8%	24.299.396	9,4%
2016	9.644.718	3,3%	23.983.976	2,1%	8.223.897	11,8%	27.570.999	13,5%
2017	9.544.266	-1,0%	23.338.294	-2,7%	8.885.425	8,0%	29.222.891	6,0%
2018	9.906.556	3,8%	24.368.722	4,4%	8.931.851	0,5%	28.911.378	-1,1%
2019	10.532.030	6,3%	25.560.286	4,9%	9.337.507	4,5%	29.287.559	1,3%
2020	4.954.485	-53,0%	11.315.524	-55,7%	1.895.282	-79,7%	5.465.447	-81,3%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 4. Viajeros y pernoctaciones hoteleras. Principales CC.AA turísticas.

Año 2020	Viajeros			Pernoctaciones		
	Viajeros	Variación (%)	Cuota (%)	Pernoctaciones	Variación (%)	Cuota (%)
Canarias	3.178.381	-67,5%	4,7%	19.976.714	-70,3%	9,6%
Andalucía	6.849.764	-65,5%	10,1%	16.780.971	-69,4%	8,1%
Cataluña	5.796.146	-72,1%	8,5%	13.077.534	-77,5%	6,3%
C. Valenciana	3.398.095	-63,6%	5,0%	8.721.574	-70,7%	4,2%
Madrid (C. de)	3.578.708	-71,8%	5,3%	7.401.587	-71,2%	3,6%
Balears (Illes)	1.379.917	-87,0%	2,0%	5.782.707	-90,1%	2,8%
España	68.118.941	-70,5%	100,0%	207.620.869	-74,8%	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 5. Viajeros/pernoctaciones hoteleras. CC.AA turísticas. Españoles/extranjeros

Año 2020	Españoles				Extranjeros			
	Viajeros	Variación (%)	Pernoctaciones	Variación (%)	Viajeros	Variación (%)	Pernoctaciones	Variación (%)
Canarias	1.037.515	-54,3%	3.700.882	-59,1%	2.140.865	-71,5%	16.275.830	-72,0%
Andalucía	4.954.485	-53,0%	11.315.524	-55,7%	1.895.282	-79,7%	5.465.447	-81,3%
Cataluña	3.399.605	-53,5%	6.993.854	-55,2%	2.396.540	-82,2%	6.083.679	-85,7%
C. Valenciana	2.491.503	-55,0%	5.871.919	-63,8%	906.592	-76,1%	2.849.655	-79,0%
Madrid (C. de)	2.375.211	-63,5%	4.221.222	-62,3%	1.203.495	-80,5%	3.180.366	-78,0%
Balears (Illes)	599.660	-57,1%	1.801.319	-62,0%	780.258	-91,5%	3.981.389	-92,5%
España	41.987.175	-56,4%	95.756.146	-59,3%	26.131.774	-80,6%	111.864.748	-81,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 6. Pernoctaciones, plazas y grado ocupación hotelero en Andalucía. Serie anual

Periodo	Demanda		Oferta			
Año	Pernoctaciones	Variación (%)	Plazas	Variación (%)	Grado Ocupación (%)	Diferencia
2010	40.956.970	0,7%	243.711	-0,3%	45,13%	0,30
2011	42.363.332	3,4%	245.386	0,7%	46,43%	1,30
2012	41.181.764	-2,8%	242.323	-1,2%	45,62%	-0,82
2013	43.061.934	4,6%	244.431	0,9%	47,18%	1,56
2014	45.026.227	4,6%	245.901	0,6%	48,97%	1,79
2015	47.782.862	6,1%	245.883	0,0%	51,88%	2,91
2016	51.554.974	7,9%	252.289	2,6%	54,39%	2,50
2017	52.561.188	2,0%	252.332	0,0%	55,71%	1,33
2018	53.280.102	1,4%	256.937	1,8%	55,46%	-0,25
2019	54.847.844	2,9%	259.265	0,9%	56,54%	1,08
2020	16.724.384	-69,5%	136.525	-47,3%	33,06%	-23,49

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 7. Índice de Gini de pernoctaciones hoteleras. Principales CC.AA. turísticas

Año 2020	Índice de Gini		
CC.AA. Turísticas	Año 2019	Año 2020	Diferencia
Andalucía	0,2325474	0,5191082	0,2865608
Balears (Illes)	0,5229876	0,7111704	0,1881828
C. Valenciana	0,1974320	0,4939285	0,2964965
Canarias	0,0453462	0,6134642	0,5681181
Cataluña	0,2859779	0,5291641	0,2431862
Madrid (C. de)	0,0553844	0,5110931	0,4557087
España	0,2278446	0,4998805	0,2720359

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 8. Pernoctaciones, plazas y grado de ocupación hotelera. Distribución por categorías

Año 2020	Demanda			Oferta				
Categorías	Pernoctaciones	Cuota (%)	Variación (%)	Plazas	Cuota (%)	Variación (%)	G. ocupación (%)	Diferencia
Estrellas de oro	15.049.579	90,0%	-70,2%	127.485	93,4%	-44,2%	34,7%	-24,3
1 estrella de oro	425.257	2,5%	-57,8%	4.941	3,6%	-27,9%	25,5%	-14,4
2 estrellas de oro	984.556	5,9%	-63,7%	11.535	8,4%	-33,5%	25,4%	-17,0
3 estrellas de oro	3.198.431	19,1%	-69,9%	26.150	19,2%	-45,6%	36,1%	-23,3
4 estrellas de oro	9.598.203	57,4%	-71,3%	77.344	56,7%	-45,7%	36,4%	-25,8
5 estrellas de oro	843.131	5,0%	-69,9%	7.515	5,5%	-44,6%	33,1%	-22,5
Estrellas de plata	1.634.163	9,8%	-62,2%	20.398	14,9%	-34,0%	23,8%	-14,2
1 estrella de plata	922.372	5,5%	-63,1%	11.589	8,5%	-37,5%	23,7%	-13,0
2 estrellas de plata	711.791	4,3%	-60,9%	8.810	6,5%	-28,7%	24,0%	-16,2
Total	16.724.385	100,0%	-69,5%	136.525	100,0%	-47,3%	33,1%	-23,5

(*) La cifra total incorpora los datos del mes de mayo 2020, pero no se dispone de ese dato desagregado por categorías, por falta de representatividad.

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 9. Pernoctaciones hoteleras nacionales en Andalucía por CC.AA. de procedencia

Año 2020	Año 2019			Año 2020		
CC.AA. Origen	Pernoct. (miles)	Variación (%)	Cuota (%)	Pernoct. (miles)	Variación (%)	Cuota (%)
Andalucía	11.586	6,0%	45,3%	5.718	-50,6%	50,7%
Madrid, Comunidad De	4.627	7,4%	18,1%	1.983	-57,2%	17,6%
Cataluña	1.513	2,9%	5,9%	560	-63,0%	5,0%
Comunidad Valenciana	1.264	1,7%	4,9%	499	-60,5%	4,4%
Castilla Y León	998	1,2%	3,9%	382	-61,8%	3,4%
Extremadura	878	12,7%	3,4%	359	-59,2%	3,2%
Castilla - La Mancha	893	5,6%	3,5%	355	-60,3%	3,1%
País Vasco	734	-3,1%	2,9%	304	-58,5%	2,7%
Murcia, Región De	628	-3,0%	2,5%	257	-59,1%	2,3%
Galicia	531	-2,4%	2,1%	173	-67,4%	1,5%
Asturias, Principado De	389	-0,8%	1,5%	142	-63,6%	1,3%
Aragón	325	-0,1%	1,3%	125	-61,4%	1,1%
Canarias	310	7,0%	1,2%	98	-68,3%	0,9%
Balears, Illes	243	18,3%	0,9%	81	-66,5%	0,7%
Ceuta	115	-4,4%	0,4%	62	-45,7%	0,6%
Navarra, Comunidad Foral De	171	-0,9%	0,7%	61	-64,4%	0,5%
Cantabria	191	5,2%	0,7%	58	-69,7%	0,5%
Rioja, La	102	10,1%	0,4%	32	-68,4%	0,3%
Melilla	64	-15,0%	0,2%	32	-49,8%	0,3%
España	25.560	4,9%	100,0%	11.281	-55,9%	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 10. Pernoctaciones hoteleras extranjeras en Andalucía por país de procedencia

Año 2020 CC.AA. Origen	Año 2019			Año 2020		
	Pernoct. (miles)	Variación (%)	Cuota (%)	Pernoct. (miles)	Variación (%)	Cuota (%)
Reino Unido	7.033	1,4%	24,0%	1.125	-84,0%	20,8%
Francia	2.526	-3,0%	8,6%	616	-75,6%	11,4%
Alemania	3.750	-9,0%	12,8%	451	-88,0%	8,3%
Países Bajos	1.427	-4,8%	4,9%	326	-77,1%	6,0%
Bélgica	1.109	-5,7%	3,8%	268	-75,8%	5,0%
Italia	1.328	11,9%	4,5%	265	-80,0%	4,9%
Estados Unidos	1.324	12,9%	4,5%	216	-83,7%	4,0%
Resto del Mundo	985	-3,1%	3,4%	185	-81,2%	3,4%
Portugal	849	15,8%	2,9%	180	-78,8%	3,3%
Resto de América	551	26,3%	1,9%	162	-70,7%	3,0%
Suecia	671	-12,1%	2,3%	159	-76,3%	2,9%
Resto De Ue	610	13,1%	2,1%	158	-74,2%	2,9%
Países Africanos	609	9,0%	2,1%	141	-76,8%	2,6%
Irlanda	1.037	9,0%	3,5%	111	-89,3%	2,1%
Resto de Europa	389	2,6%	1,3%	108	-72,3%	2,0%
Dinamarca	524	-5,3%	1,8%	102	-80,6%	1,9%
Finlandia	388	-3,0%	1,3%	85	-78,0%	1,6%
Polonia	592	-0,9%	2,0%	78	-86,9%	1,4%
Republica China	486	21,4%	1,7%	78	-84,1%	1,4%
Suiza	443	2,4%	1,5%	77	-82,6%	1,4%
Canadá	271	14,2%	0,9%	76	-71,9%	1,4%
Noruega	398	11,5%	1,4%	72	-82,0%	1,3%
R. de Corea Del Sur	362	13,7%	1,2%	71	-80,4%	1,3%
Rusia	264	7,5%	0,9%	61	-76,9%	1,1%
Brasil	198	28,5%	0,7%	53	-73,3%	1,0%
Japón	217	14,6%	0,7%	39	-81,9%	0,7%
Argentina	198	-2,3%	0,7%	36	-82,1%	0,7%
Austria	208	0,0%	0,7%	34	-83,7%	0,6%
Republica Checa	188	-3,9%	0,6%	23	-87,6%	0,4%
Luxemburgo	66	-15,5%	0,2%	17	-73,5%	0,3%
México	111	22,0%	0,4%	17	-84,5%	0,3%
Australia	127	-0,2%	0,4%	13	-90,0%	0,2%
Grecia	49	-3,3%	0,2%	12	-75,1%	0,2%
Extranjeros	29.288	1,3%	100,0%	5.415	-81,5%	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 11. Viajeros y pernoctaciones en Andalucía procedentes del Reino Unido. Serie mensual

Año 2020	Viajeros			Pernoctaciones		
Mes	Viajeros	Variación (%)	Cuota (%)	Pernoctaciones	Variación (%)	Cuota (%)
enero - 2020	63.907	7,6%	21,4%	280.723	6,0%	24,9%
febrero - 2020	87.837	18,5%	29,4%	353.195	17,5%	31,4%
marzo - 2020	48.777	-53,3%	16,3%	201.395	-52,2%	17,9%
abril - 2020						
mayo - 2020						
junio - 2020						
julio - 2020	29.550	-80,9%	9,9%	96.913	-87,4%	8,6%
agosto - 2020	26.898	-80,9%	9,0%	81.841	-88,7%	7,3%
septiembre - 2020	20.622	-89,8%	6,9%	58.406	-93,7%	5,2%
octubre - 2020	12.752	-91,8%	4,3%	33.729	-95,6%	3,0%
noviembre - 2020	3.269	-95,9%	1,1%	9.444	-97,0%	0,8%
diciembre - 2020	4.739	-92,5%	1,6%	9.667	-95,9%	0,9%
Año 2020	298.351	-80,8%	100,0%	1.125.313	-84,0%	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 12. Viajeros/pernoctaciones Andalucía procedentes del Reino Unido. CC.AA. turísticas

Año	Viajeros			Pernoctaciones		
Destino	Viajeros	Variación (%)	Cuota (%)	Pernoctaciones	Variación (%)	Cuota (%)
Canarias	602.318	-76,9%	38,1%	4.407.511	-77,7%	56,2%
Andalucía	298.351	-80,8%	18,9%	1.125.313	-84,0%	14,4%
C. Valenciana	204.511	-81,6%	12,9%	971.906	-83,0%	12,4%
Cataluña	182.024	-87,7%	11,5%	508.202	-91,5%	6,5%
Balears (Illes)	104.647	-96,0%	6,6%	475.982	-97,0%	6,1%
Madrid (C. de)	64.048	-83,4%	4,1%	131.254	-84,4%	1,7%
Resto España	125.128	-78,0%	7,9%	219.844	-80,6%	2,8%
España	1.581.027	-84,7%	100,0%	7.840.012	-86,1%	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 13. Viajeros y pernoctaciones en Andalucía procedentes de Alemania. Serie mensual

Año 2020	Viajeros			Pernoctaciones		
Mes	Viajeros	Variación (%)	Cuota (%)	Pernoctaciones	Variación (%)	Cuota (%)
enero - 2020	25.643	1,4%	20,5%	95.210	-8,9%	21,1%
febrero - 2020	35.049	4,5%	28,0%	128.819	-7,5%	28,5%
marzo - 2020	27.176	-60,5%	21,7%	98.179	-61,5%	21,7%
abril - 2020						
mayo - 2020						
junio - 2020						
julio - 2020	12.920	-79,3%	10,3%	46.483	-86,7%	10,3%
agosto - 2020	11.171	-81,8%	8,9%	50.103	-83,3%	11,1%
septiembre - 2020	6.022	-94,6%	4,8%	15.865	-97,1%	3,5%
octubre - 2020	3.847	-96,4%	3,1%	8.509	-98,3%	1,9%
noviembre - 2020	1.490	-95,8%	1,2%	3.711	-97,4%	0,8%
diciembre - 2020	2.043	-91,3%	1,6%	4.546	-94,2%	1,0%
Año 2020	125.361	-84,8%	100,0%	451.425	-88,0%	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 14. Viajeros/pernoctaciones en Andalucía procedentes de Alemania. CC.AA. turísticas

Año	Viajeros			Pernoctaciones		
Destino	Viajeros	Variación (%)	Cuota (%)	Pernoctaciones	Variación (%)	Cuota (%)
Canarias	504.305	-69,8%	41,0%	4.534.892	-70,2%	60,9%
Balears (Illes)	279.488	-90,3%	22,7%	1.663.386	-90,5%	22,3%
Andalucía	125.361	-84,8%	10,2%	451.425	-88,0%	6,1%
Cataluña	138.478	-84,4%	11,3%	381.359	-88,1%	5,1%
C. Valenciana	44.403	-74,6%	3,6%	121.610	-77,4%	1,6%
Madrid (C. de)	48.160	-83,1%	3,9%	101.569	-84,1%	1,4%
Resto España	88.640	-82,9%	7,2%	188.210	-80,4%	2,5%
España	1.228.835	-83,0%	100,0%	7.442.451	-82,2%	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 15. Movimiento hotelero en las provincias andaluzas (I)

Provincias andaluzas	Almería		Cádiz		Córdoba		Granada	
Año 2020	Valor	Var/Dif	Valor	Var/Dif	Valor	Var/Dif	Valor	Var/Dif
Viajeros alojados								
Españoles	468.999	-59,3%	999.526	-44,4%	289.467	-60,1%	731.575	-57,2%
Extranjeros	74.122	-78,3%	222.136	-77,7%	93.400	-80,9%	299.844	-80,8%
Total	543.122	-63,6%	1.221.661	-56,2%	382.866	-68,5%	1.031.422	-68,5%
Pernoctaciones								
Españoles	1.332.784	-64,6%	2.463.826	-46,6%	507.519	-59,5%	1.402.187	-60,3%
Extranjeros	243.552	-85,2%	587.910	-82,7%	163.496	-79,6%	624.568	-79,6%
Total	1.576.336	-70,8%	3.051.734	-61,9%	671.015	-67,4%	2.026.755	-69,3%
Estancia Media								
Españoles	2,84	-0,43	2,46	-0,10	1,75	0,03	1,92	-0,15
Extranjeros	3,29	-1,53	2,65	-0,77	1,75	0,11	2,08	0,12
Total	2,90	-0,72	2,50	-0,37	1,75	0,06	1,97	-0,05
Cuota (Pern. Andalucía=100%)								
Españoles	11,78	-2,93	21,77	3,74	4,49	-0,42	12,39	-1,42
Extranjeros	4,46	-1,16	10,76	-0,87	2,99	0,25	11,43	0,96
Total	9,39	-0,46	18,19	3,57	4,00	0,25	12,08	0,05
Empleo	1.330	-57,6%	3.044	-47,2%	715	-47,2%	1.631	-54,8%
Grado de ocupación	29,12	-18,90	35,86	-17,86	28,28	-20,60	32,76	-22,55
Plazas	15.833	-46,8%	24.890	-37,6%	7.044	-37,7%	18.237	-43,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 16. Movimiento hotelero en las provincias andaluzas (II)

Provincias andaluzas	Huelva		Jaén		Málaga		Sevilla	
Año 2020	Valor	Var/Dif	Valor	Var/Dif	Valor	Var/Dif	Valor	Var/Dif
Viajeros alojados								
Españoles	427.835	-48,2%	221.445	-51,8%	1.086.401	-51,2%	715.451	-56,3%
Extranjeros	40.338	-84,0%	16.077	-77,8%	757.347	-78,9%	391.138	-80,7%
Total	468.172	-56,6%	237.520	-55,3%	1.843.746	-68,3%	1.106.589	-69,8%
Pernoctaciones								
Españoles	1.380.516	-52,1%	393.000	-52,4%	2.597.912	-55,4%	1.203.502	-58,2%
Extranjeros	168.082	-87,0%	27.042	-76,5%	2.760.563	-81,0%	883.879	-79,9%
Total	1.548.597	-62,9%	420.040	-55,3%	5.358.472	-73,7%	2.087.377	-71,4%
Estancia Media								
Españoles	3,23	-0,26	1,77	-0,02	2,39	-0,22	1,68	-0,08
Extranjeros	4,17	-0,95	1,68	0,09	3,65	-0,40	2,26	0,09
Total	3,31	-0,56	1,77	0,00	2,91	-0,59	1,89	-0,10
Cuota (Pern. Andalucía=100%)								
Españoles	12,20	0,93	3,47	0,25	22,96	0,19	10,64	-0,64
Extranjeros	3,08	-1,34	0,49	0,10	50,51	0,81	16,17	1,13
Total	9,23	1,62	2,50	0,79	31,93	-5,21	12,44	-0,85
Empleo	1.305	-51,9%	610	-31,6%	5.828	-58,6%	2.037	-56,8%
Grado de ocupación	40,51	-13,28	21,51	-9,76	33,72	-29,47	33,66	-28,65
Plazas	11.172	-45,7%	5.778	-29,1%	46.793	-45,6%	18.450	-41,7%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 17. Movimiento hotelero en las costas andaluzas (I)

Costas andaluzas	Costa de Almería		Costa de la Luz de Cádiz		Costa Tropical (Granada)	
	Valor	Var/Dif	Valor	Var/Dif	Valor	Var/Dif
Año 2020						
Viajeros alojados						
Españoles	424.372	-61,5%	761.700	-46,7%	116.867	-55,2%
Extranjeros	66.354	-79,7%	165.447	-78,7%	23.128	-78,5%
Total	490.726	-65,7%	927.147	-57,9%	139.995	-62,0%
Pernoctaciones						
Españoles	1.243.562	-66,0%	2.018.211	-47,8%	294.732	-60,9%
Extranjeros	228.309	-85,8%	441.881	-85,1%	122.376	-77,4%
Total	1.471.871	-72,0%	2.460.092	-64,0%	417.108	-67,8%
Estancia Media						
Españoles	2,93	-0,38	2,65	-0,06	2,52	-0,37
Extranjeros	3,44	-1,50	2,67	-1,14	5,29	0,24
Total	3,00	-0,68	2,65	-0,44	2,98	-0,54
Empleo	1.254	-56,3%	2.540	-47,3%	359	-55,1%
Grado de ocupación	30,95	-19,23	38,68	-17,01	38,58	-16,25
Plazas	15.273	-44,9%	20.378	-37,7%	3.485	-43,6%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 18. Movimiento hotelero en las costas andaluzas (II)

Costas andaluzas	Costa de la Luz (Huelva)		Costa del Sol		Total costas andaluzas	
	Valor	Var/Dif	Valor	Var/Dif	Valor	Var/Dif
Año 2020						
Viajeros alojados						
Españoles	302.271	-52,8%	930.094	-51,9%	2.535.304	-52,8%
Extranjeros	27.731	-87,2%	703.916	-78,5%	986.576	-79,0%
Total	330.002	-61,5%	1.634.010	-68,7%	3.521.880	-65,0%
Pernoctaciones						
Españoles	1.121.221	-55,9%	2.300.428	-56,6%	6.978.154	-56,7%
Extranjeros	160.073	-86,9%	2.667.180	-80,7%	3.619.819	-82,1%
Total	1.281.294	-66,0%	4.967.608	-74,1%	10.597.973	-70,8%
Estancia Media						
Españoles	3,71	-0,26	2,47	-0,27	2,75	-0,25
Extranjeros	5,77	0,13	3,79	-0,43	3,67	-0,62
Total	3,88	-0,51	3,04	-0,63	3,01	-0,59
Empleo	1.181	-51,5%	5.647	-56,0%	10.981	-53,8%
Grado de ocupación	43,29	-13,27	35,24	-29,77	36,22	-23,09
Plazas	9.488	-46,1%	45.634	-41,8%	94.257	-42,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE



Coyuntura del movimiento aeroportuario de Andalucía

Año 2020

Coyuntura turística de Andalucía



ÍNDICE DE CONTENIDOS

Introducción

Visión general, evolución y comparativa

Análisis por país de procedencia

Análisis por compañía aérea

Anexo de tablas

INTRODUCCIÓN

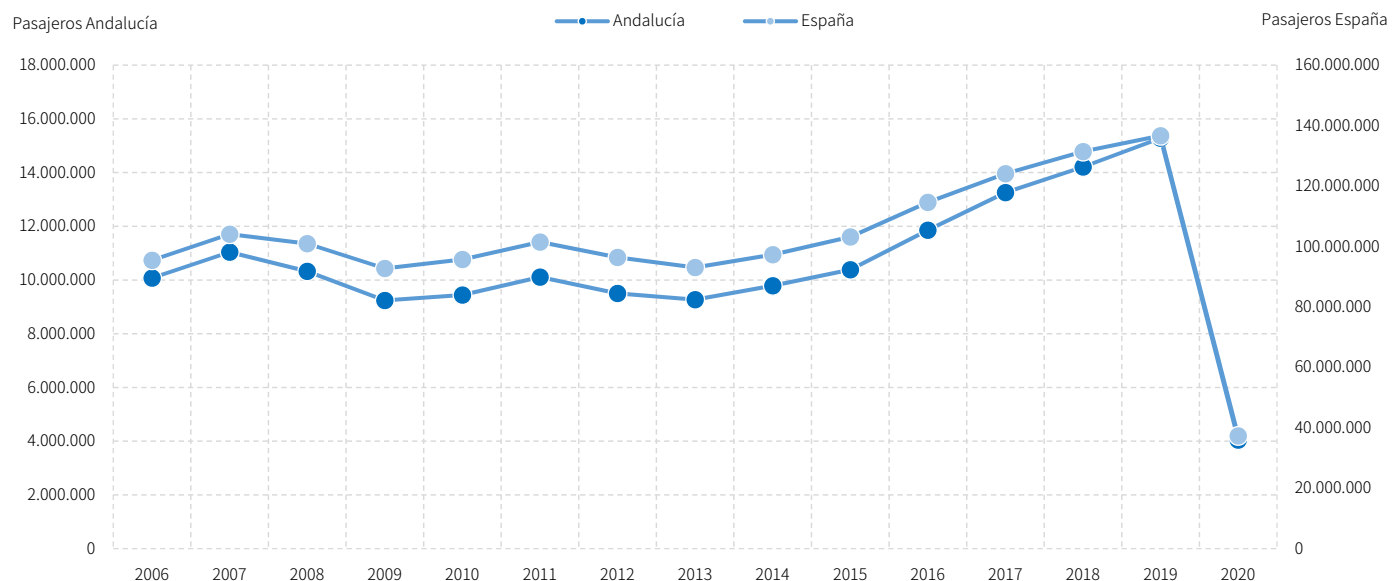
En el análisis de los resultados del presente informe se han de tener en cuenta las condiciones excepcionales acontecidas en la actividad turística como consecuencia de la pandemia mundial de COVID-19. El 14 de marzo se declaró el Estado de Alarma en España para la gestión de la situación de crisis sanitaria 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.

En este contexto, desde SAETA se ha realizado un análisis de las llegadas de pasajeros recibidas en los aeropuertos andaluces bajo tres perspectivas: evolución y comparativa nacional, análisis por país de origen y análisis por compañías, presentando un contenido distinto al de ediciones anteriores, más centrado en los impactos de la pandemia en la distribución de las llegadas de pasajeros que en la comparativa interanual de un año “atípico” . El informe incorpora un completo anexo de tablas que ponen a disposición del lector toda la información disponible de esta fuente.

Visión general, evolución y comparativa CC.AA

Los resultados negativos con los que ha cerrado el año 2020 el movimiento aeroportuario andaluz suponen la ruptura de la tendencia alcista de seis años consecutivos de crecimiento. Así, los aeropuertos andaluces han recibido este año algo más de **4 millones de pasajeros**, lo que ha supuesto un **descenso del -73,6%** en términos relativos, o lo que es lo mismo, 11,2 millones de pasajeros menos que en el año anterior. Tanto en valores absolutos como en relativos, los resultados del año 2020 se sitúan como la peor cifra histórica para los aeropuertos andaluces desde que se tienen datos. Este resultado es producto de las caídas registradas tanto por el mercado nacional, que ha experimentado una tasa de variación del -63,4%, como del internacional (-77,5%).

Llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces y españoles. Años 2006 – 2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA

Puntos clave

- Los descensos registrados a partir de marzo, han neutralizado los crecimientos registrados en los dos primeros meses del año, arrojando una tasa de descenso sin precedentes. Asimismo, los resultados negativos registrados en todos los aeropuertos andaluces, en este año se observan en igual medida en todos los aeropuertos nacionales.

- En 2020, Andalucía recibe el **10,8% de los pasajeros que llegan al total de los aeropuertos españoles**, lo que supone un descenso de casi medio punto de la cuota respecto al año anterior, igualmente permanece en el quinto puesto del ranking por Comunidades Autónomas, en el que las Comunidades de Madrid y Canarias son las dos primeras en movimiento de pasajeros, seguidas de Cataluña y Baleares.

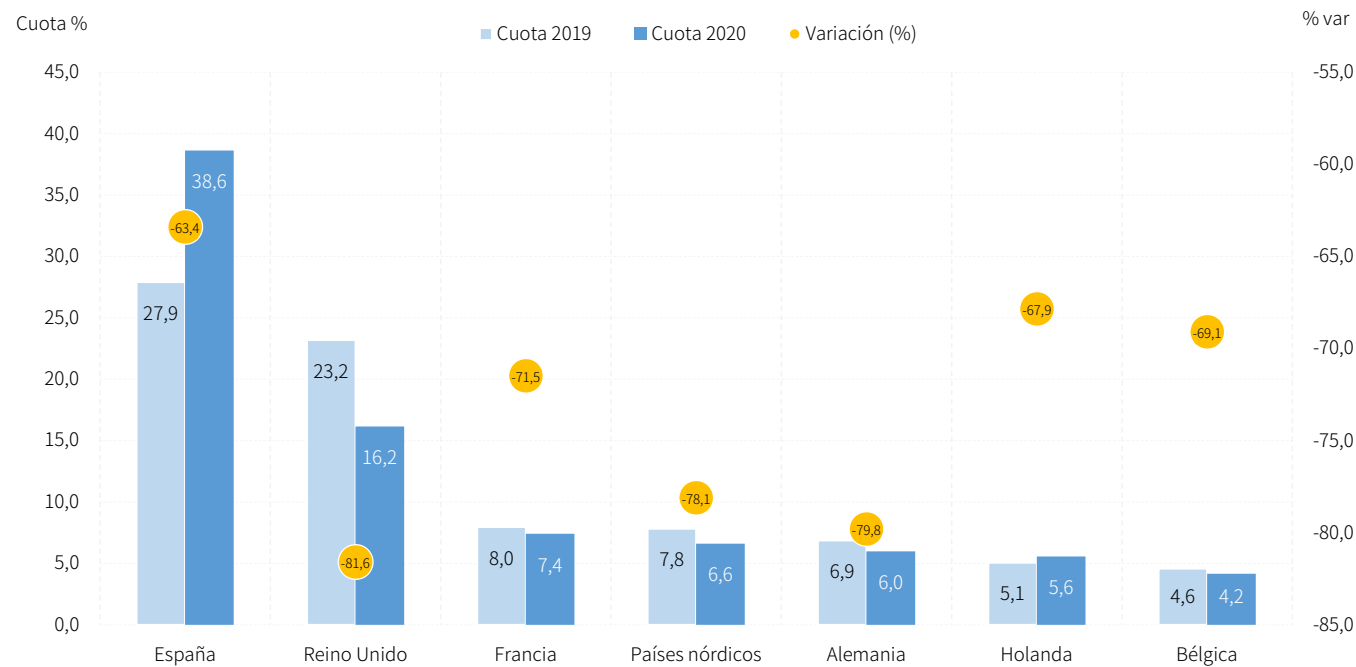
- El resultado que presentan los aeropuertos andaluces se sitúa **en niveles similares a la media nacional** que, con un total de 37,3 millones de pasajeros, ha visto reducida su cifra en un **-72,7%** respecto al año 2019.

- Las principales CC.AA. turísticas, a excepción de Canarias (-63,3%), registran **decrementos en el número de llegadas de pasajeros** por encima del **-70%**.

Análisis por país de procedencia

En Andalucía se han producido **descensos tanto en llegadas nacionales como en internacionales**. Concretamente se han registrado 1,6 millones de pasajeros procedentes de aeropuertos nacionales, mostrando un decremento del -63,4% respecto a la cifra del año anterior, y 2,5 millones de llegadas internacionales, con una caída del -77,5%. Estos resultados hacen que en este anómalo año se haya incrementado la proporción de llegadas nacionales, de forma que los pasajeros procedentes de estos aeropuertos españoles suponen el 38,6% del total de llegadas, cuando el año pasado fue del 27,9%.

Llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces por país de origen. Cuota sobre total 2019 - 2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA

Puntos clave

- Entre los emisores nacionales, **Cataluña** continúa situándose como la CC.AA. más importante en lo que a llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces se refiere, registrando en 2020 431 mil pasajeros, (casi uno de cada tres pasajeros nacionales procede de Cataluña). Le siguen **Canarias y Madrid**, que captan el 16,5% y el 16,2%, respectivamente.

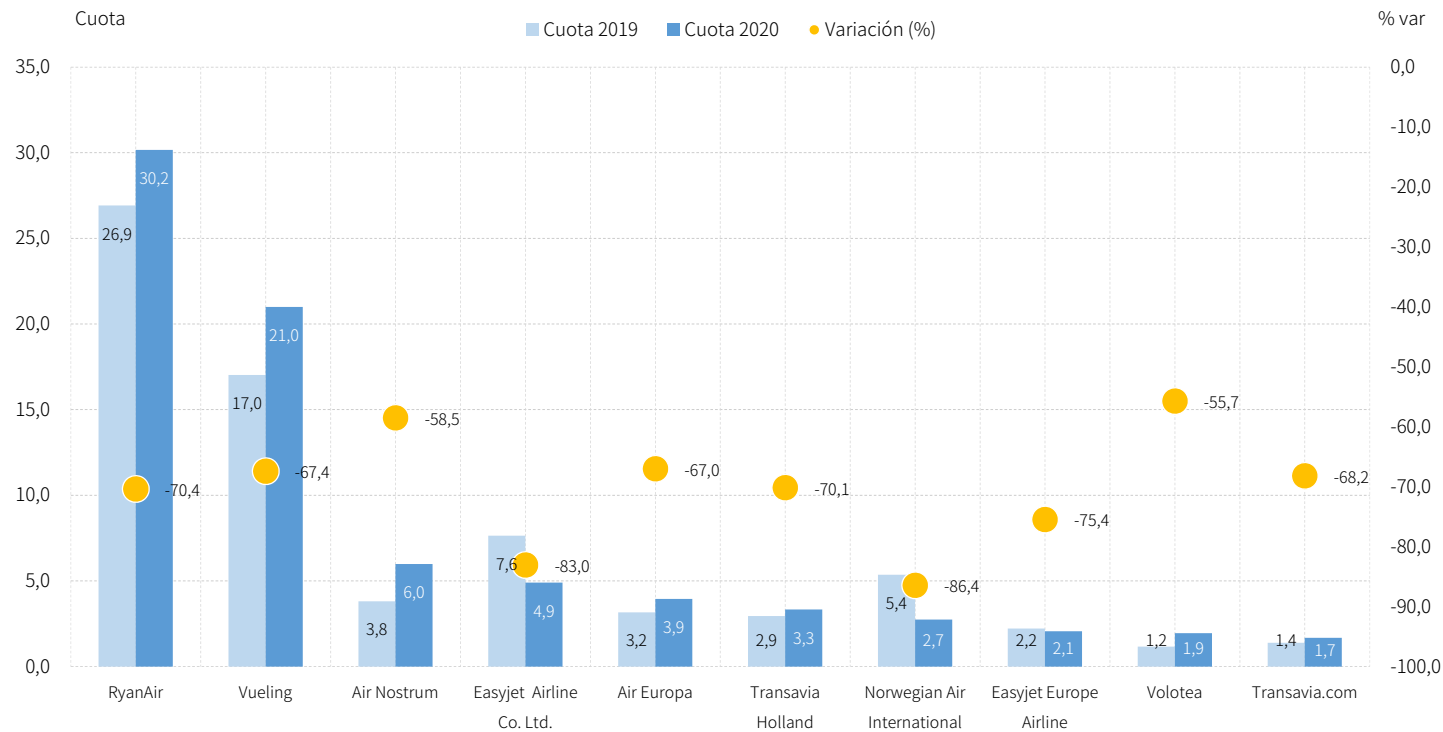
- Los pasajeros procedentes de Reino Unido suponen el 16,2% del total de llegadas extranjeras en los aeropuertos andaluces este año, mientras Francia ocupa el tercer puesto con el 7,4%, con Países Nórdicos (6,6%) y Alemania (6,0%) completando el top 5.

- Las diferentes restricciones de movilidad impuestas en cada país han afectado directamente al posicionamiento de cada mercado en el movimiento aeroportuario andaluz en este 2020. Así, emisores como Reino Unido, Países Nórdicos o Alemania han perdido cuota en favor de otros mercados como **Francia**, que alcanza este año el tercer lugar, y **Holanda**, que registra incluso un incremento de medio punto porcentual respecto a 2019.

Análisis por compañía aérea

En este año atípico, dos compañías aéreas, **Ryanair y Vueling**, acaparan algo más de la mitad del total de las llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces, concretamente el 51,1% de las mismas, gestionando más de 2 millones de llegadas de pasajeros a Andalucía. La línea aérea que más pasajeros mueve en Andalucía continúa siendo Ryanair, con 1,2 millones de pasajeros, lo que supone el 30,2% del total. Vueling por su parte, con 849 mil pasajeros, gestiona el 21,0% de las llegadas.

Llegadas de pasajeros a los aeropuertos andaluces por compañía aérea. Cuota sobre total 2019 - 2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA

Puntos clave

- La reducción de pasajeros ha afectado a todas las compañías aéreas con presencia en Andalucía, **pero no con la misma intensidad**. Así, compañías con alta presencia en los vuelos nacionales a aeropuertos andaluces, como Vueling, Ryanair o Air Nostrum, han ganado cuota en este año atípico.
- Mientras que otras compañías con mayor peso de conexiones internacionales, como EasyJet o Norwegian, han perdido cuota de mercado respecto al año 2019, tal y como puede observarse en el gráfico.

ANEXO TABLAS

Tabla 1. Llegadas de pasajeros a aeropuertos de Andalucía y España. Serie Anual

Año	Andalucía		España	
	Pasajeros	Variación (%)	Pasajeros	Variación (%)
2006	10.074.436	5,5	95.453.855	7,0
2007	11.038.318	9,6	104.067.536	9,0
2008	10.323.134	-6,5	100.916.968	-3,0
2009	9.239.584	-10,5	92.748.459	-8,1
2010	9.445.593	2,2	95.671.159	3,2
2011	10.107.874	7,0	101.482.458	6,1
2012	9.505.494	-6,0	96.390.978	-5,0
2013	9.268.804	-2,5	93.056.037	-3,5
2014	9.789.741	5,6	97.285.340	4,5
2015	10.381.618	6,0	103.163.130	6,0
2016	11.855.668	14,2	114.609.756	11,1
2017	13.254.569	11,8	124.092.308	8,3
2018	14.212.841	7,2	131.380.070	5,9
2019	15.284.200	7,5	136.640.058	4,0
2020	4.043.193	-73,5	37.314.429	-72,7

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 2. Llegadas de pasajeros a aeropuertos de Andalucía y España. Serie mensual 2020

Año 2020	Andalucía		España	
	Pasajeros	Variación (%)	Pasajeros	Variación (%)
Enero	832.588	2,5	8.281.899	2,3
Febrero	936.503	5,8	8.452.625	3,6
Marzo	422.666	-62,5	3.702.295	-62,8
Abril	2.161	-99,8	56.526	-99,5
Mayo	4.860	-99,7	121.790	-99,0
Junio	42.902	-97,2	541.292	-96,0
Julio	465.630	-71,8	3.709.594	-74,7
Agosto	476.871	-69,2	4.235.739	-70,6
Septiembre	300.882	-80,3	2.666.992	-80,3
Octubre	270.381	-80,7	2.222.892	-81,5
Noviembre	106.526	-88,4	1.407.528	-84,2
Diciembre	181.223	-81,7	1.915.257	-79,3

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 3. Llegadas de pasajeros a aeropuertos. Distribución por CC.AA de destino. Año 2020

Año 2020	Nacionales		Internacionales		Total	
CC.AA. Destino	Pasajeros	Variación (%)	Pasajeros	Variación (%)	Pasajeros	Variación (%)
Madrid (C. de)	3.028.832	-64,0	5.504.156	-75,6	8.532.988	-72,4
Cataluña	2.417.497	-65,7	4.004.043	-80,7	6.421.540	-76,9
Canarias	4.324.777	-52,3	3.881.016	-70,7	8.205.793	-63,3
Andalucía	1.561.556	-63,4	2.481.637	-77,5	4.043.193	-73,5
C. Valenciana	730.078	-63,1	2.328.095	-76,2	3.058.173	-74,0
Balears (Illes)	2.739.924	-56,1	1.892.350	-86,8	4.632.274	-77,5
País Vasco	663.124	-64,7	236.703	-81,9	899.827	-71,8
Galicia	746.734	-65,7	68.225	-82,2	814.959	-68,2
Cantabria	96.609	-71,7	67.268	-72,1	163.877	-71,9
Aragón	43.374	-27,8	41.284	-75,9	84.658	-63,4
Ceuta	8.100	-48,6	10.914	-41,3	19.014	-44,6
Asturias (Pr. de)	237.355	-64,4	8.172	-77,5	245.527	-65,1
Navarra (C. Foral de)	38.212	-59,1	2.437	-90,9	40.649	-66,2
Castilla y León	43.767	-69,6	336	-98,4	44.103	-73,2
Castilla - La Mancha	769	347,1	131	-57,9	900	86,3
Rioja (La)	931	-85,7	113	-91,9	1.044	-86,8
Extremadura	13.228	-61,9	78	-77,3	13.306	-62,1
Murcia (Región de)	-	-	-	-	-	-
Melilla	92.604	-55,3	-	-	92.604	-55,3
España	16.787.471	-60,6	20.526.958	-78,2	37.314.429	-72,7

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 4. Llegadas de pasajeros a aeropuertos. Distribución por país de origen. Año 2020

Año 2020	Andalucía			España		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Reino Unido	653.040	-81,6	16,2	3.918.501	-82,1	10,5
Francia	299.825	-71,5	7,4	1.898.584	-72,9	5,1
Alemania	241.593	-79,8	6,0	3.213.591	-77,8	8,6
Holanda	225.090	-67,9	5,6	1.198.583	-72,7	3,2
Bélgica	168.046	-69,1	4,2	872.594	-71,8	2,3
Italia	161.891	-79,1	4,0	1.681.019	-79,3	4,5
Suecia	99.341	-73,3	2,5	441.034	-76,0	1,2
Dinamarca	88.879	-76,5	2,2	343.302	-77,7	0,9
Suiza	79.176	-76,5	2,0	733.953	-77,1	2,0
Irlanda	75.241	-84,4	1,9	381.722	-83,3	1,0
Marruecos	59.912	-48,9	1,5	356.214	-69,9	1,0
Portugal	57.998	-65,1	1,4	715.041	-74,4	1,9
Finlandia	42.867	-79,8	1,1	190.854	-78,2	0,5
Noruega	35.694	-86,1	0,9	257.488	-82,3	0,7
Polonia	27.335	-81,3	0,7	314.426	-72,8	0,8
Austria	25.771	-76,8	0,6	264.718	-79,6	0,7
Turquía	25.455	-73,3	0,6	181.839	-75,2	0,5
Rumanía	22.994	-65,3	0,6	260.394	-70,0	0,7
Checa, Rep.	22.553	-74,3	0,6	127.824	-79,9	0,3
Luxemburgo	17.785	-67,1	0,4	102.065	-64,9	0,3
Total extranjeros	4.043.193	-73,5	100,0	37.314.429	-72,7	100,0

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 5. Llegadas de pasajeros a aeropuertos. Distribución por CC.AA. de origen. Año 2020

Año 2020	Andalucía			España		
CC.AA. de origen	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Cataluña	430.802	-67,6	27,6	2.384.506	-65,6	14,2
Canarias	257.856	-58,8	16,5	4.367.057	-52,1	26,0
Madrid (C. de)	252.540	-66,5	16,2	2.961.698	-64,1	17,6
Balears (Illes)	239.537	-56,5	15,3	2.725.863	-56,8	16,2
País Vasco	127.771	-61,3	8,2	665.392	-65,0	4,0
Melilla	78.926	-48,5	5,1	98.070	-55,2	0,6
Galicia	58.478	-66,1	3,7	772.496	-65,8	4,6
C. Valenciana	39.126	-74,3	2,5	727.137	-63,1	4,3
Asturias (Pr. de)	32.018	-59,9	2,1	246.218	-63,6	1,5
Andalucía	16.743	-61,8	1,1	1.584.157	-63,3	9,4
Cantabria	14.721	-58,8	0,9	101.125	-71,0	0,6
Ceuta	9.259	-43,3	0,6	9.259	-46,6	0,1
Castilla y León	2.347	-86,6	0,2	45.394	-69,5	0,3
Total españoles	1.561.556	-63,4	100,0	16.787.471	-60,6	100,0

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 6. Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Distribución por tipo de compañía

Año	Bajo coste			Tradicional		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
2008	6.152.124	3,5	59,6	4.171.010	-18,1	40,4
2009	5.983.804	-2,7	64,8	3.255.780	-21,9	35,2
2010	6.365.710	6,4	67,4	3.079.883	-5,4	32,6
2011	7.232.845	13,6	71,6	2.875.029	-6,7	28,4
2012	7.294.531	0,9	76,7	2.210.963	-23,1	23,3
2013	7.287.113	-0,1	78,6	1.981.691	-10,4	21,4
2014	7.653.357	5,0	78,2	2.136.384	7,8	21,8
2015	8.007.681	4,6	77,1	2.373.937	11,1	22,9
2016	8.989.683	12,3	75,8	2.865.985	20,7	24,2
2017	9.971.299	10,9	75,2	3.283.270	14,6	24,8
2018	10.692.817	7,2	75,2	3.520.024	7,2	24,8
2019	11.785.730	10,2	77,1	3.498.470	-0,6	22,9
2020	3.063.091	-74,0	75,8	980.102	-72,0	24,2

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 7. Llegadas de pasajeros a aeropuertos. Distribución por compañía aérea. Año 2020

Año 2020	Andalucía			España		
Compañía	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Ryanair	1.219.419	-70,4	30,2	6.670.986	-72,9	17,9
Vueling	848.613	-67,4	21,0	6.387.757	-70,0	17,1
Air Nostrum	241.780	-58,5	6,0	1.615.032	-63,8	4,3
Easyjet Airline Co. Ltd.	198.063	-83,0	4,9	899.901	-82,8	2,4
Air Europa	159.651	-67,0	3,9	3.231.465	-66,1	8,7
Transavia Holland	134.513	-70,1	3,3	501.092	-73,7	1,3
Norwegian Air International	110.972	-86,4	2,7	385.697	-88,4	1,0
Easyjet Europe Airline	83.217	-75,4	2,1	619.700	-77,4	1,7
Volotea	78.797	-55,7	1,9	426.373	-52,4	1,1
Transavia.com	67.575	-68,2	1,7	213.154	-64,6	0,6
British Airways	63.298	-78,6	1,6	356.496	-76,7	1,0
Scandinavian Airlines System	58.629	-74,6	1,5	181.159	-73,0	0,5
Jet2	56.306	-89,7	1,4	588.312	-85,4	1,6
Deutsche Lufthansa	53.087	-75,6	1,3	560.735	-74,9	1,5
Iberia Express	50.178	-74,5	1,2	1.927.683	-62,4	5,2
Jetalliance Flugbetriebs AG	49.546	-75,8	1,2	231.901	-71,5	0,6
Brussels Airlines	40.934	-73,9	1,0	167.268	-77,9	0,4
EasyJet (Suiza)	37.074	-76,7	0,9	214.876	-73,0	0,6
Swiss International Air Lines	36.908	-72,9	0,9	182.839	-79,3	0,5
Iberia	36.619	-71,8	0,9	3.102.889	-70,0	8,3
Tap Air Portugal	35.075	-67,9	0,9	244.616	-75,2	0,7
Norwegian Air Shuttle	34.480	-72,1	0,9	225.495	-79,4	0,6
Wizz Air	31.358	-69,2	0,8	440.097	-66,9	1,2
Lauda Motion	25.973	-78,9	0,6	187.044	-86,9	0,5
Aer Lingus	25.583	-89,7	0,6	89.401	-88,5	0,2
Total	4.043.193	-73,5	100,0	37.314.429	-72,7	100,0

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 8. Llegadas de pasajeros: ranking de aeropuertos españoles. Año 2020

Aeropuerto	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Madrid	8.532.988	-72,4	22,8
Barcelona	6.322.028	-76,0	16,9
Palma de Mallorca	3.042.927	-79,5	8,1
Málaga	2.514.798	-74,5	6,7
Gran Canaria	2.482.070	-62,3	6,6
Alicante	1.829.956	-75,7	4,9
Tenerife Sur	1.604.424	-71,0	4,3
Tenerife Norte	1.384.324	-52,4	3,7
Lanzarote	1.229.457	-66,1	3,3
Valencia	1.228.217	-71,1	3,3
Sevilla	1.143.622	-69,5	3,1
Ibiza	1.052.496	-74,1	2,8
Fuerteventura	1.036.440	-62,8	2,8
Bilbao	838.008	-71,5	2,2
Menorca	536.851	-69,1	1,4
Santiago de Compostela	453.502	-67,6	1,2
Santa Cruz de la Palma	354.187	-51,5	0,9
Asturias	245.527	-65,1	0,7
A Coruña	211.380	-68,2	0,6
Granada-Jaén	188.320	-69,5	0,5
Santander	163.877	-71,9	0,4
Vigo	150.077	-69,9	0,4
Jerez de la Frontera	102.361	-81,4	0,3
Almería	94.058	-80,5	0,3
Melilla	92.604	-55,3	0,2
El Hierro	87.927	-34,1	0,2
Total	37.433.809	-72,7	100,0

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 9. Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces por procedencia. Año 2020

Aeropuerto	Total			Españoles			Extranjeros		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Almería	94.058	-80,5	2,3	69.040	-66,0	4,4	25.018	-91,1	1,0
Granada-Jaén	188.320	-69,5	4,7	168.923	-65,6	10,8	19.397	-84,6	0,8
Jerez de la Frontera	102.361	-81,4	2,5	78.457	-72,1	5,0	23.904	-91,2	1,0
Málaga	2.514.798	-74,5	62,2	575.449	-60,6	36,9	1.939.349	-77,0	78,1
Sevilla	1.143.622	-69,5	28,3	669.672	-63,4	42,9	473.950	-75,4	19,1
Andalucía	4.043.193	-73,5	100,0	1.561.556	-63,4	100,0	2.481.637	-77,5	100,0

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 10. Llegadas al aeropuerto de Almería por aeropuerto de origen. Año 2020

Aeropuerto	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Madrid	36.731	-65,1	39,1
Barcelona	12.326	-79,0	13,1
Londres Gatwick	8.969	-87,4	9,5
Melilla	7.919	-9,3	8,4
Sevilla	7.634	-63,7	8,1
Charleroi - Bruselas	3.129	-71,4	3,3
Bruselas	2.960	-85,8	3,1
Manchester	2.902	-92,1	3,1
Londres Stansted	2.459	-87,7	2,6
Palma de Mallorca	1.199	-69,8	1,3

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 11. Llegadas al aeropuerto de Almería por compañía aérea. Año 2020

Compañía	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Air Nostrum	56.880	-59,5	60,5
Vueling	11.079	-75,8	11,8
Ryanair	9.907	-81,3	10,5
Easyjet Airline Co. Ltd.	8.969	-80,5	9,5
Jetalliance Flugbetriebs	2.242	-82,2	2,4
Transavia Holland	1.108	-91,4	1,2

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 12. Llegadas al aeropuerto de Granada-Jaén por aeropuerto de origen. Año 2020

Aeropuerto	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Barcelona	66.319	-72,4	35,2
Palma de Mallorca	39.276	-58,3	20,9
Madrid	28.174	-70,3	15,0
Melilla	7.903	-15,5	4,2
Gran Canaria	7.744	-58,4	4,1
Tenerife Norte	5.826	-47,9	3,1
Menorca	4.290	393,1	2,3
Ibiza	4.271	-	2,3
Bilbao	3.815	-78,6	2,0
Milán Malpensa	3.221	-86,5	1,7

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 13. Llegadas al aeropuerto de Granada-Jaén por compañía aérea. Año 2020

Compañía	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Vueling	109.952	-69,0	58,4
Air Nostrum	36.895	-65,0	19,6
Air Europa	18.571	-54,3	9,9
Easyjet Europe Airline	13.869	-74,0	7,4
Easyjet Airline Co. Ltd.	4.393	-91,6	2,3
Volotea	3.698	-	2,0

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 14. Llegadas al aeropuerto de Jerez de la Frontera por aeropuerto de origen. Año 2020

Aeropuerto	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Madrid	38.689	-73,6	37,8
Barcelona	28.835	-68,8	28,2
Palma de Mallorca	8.671	-65,3	8,5
Londres Stansted	5.623	-79,6	5,5
Dusseldorf	5.502	-88,6	5,4
Frankfurt Main	4.776	-87,3	4,7
Munich	1.393	-94,1	1,4
Hannover	1.339	-95,1	1,3
Hamburgo	1.338	-92,1	1,3

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 15. Llegadas al aeropuerto de Jerez de la Frontera por compañía aérea. Año 2020

Compañía	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Air Nostrum	28.902	63,7	28,2
Vueling	25.354	-71,4	24,8
Ryanair	18.573	-74,6	18,1
Iberia	10.233	-92,1	10,0
Condor Flugdienst	7.017	-92,1	6,9
TuiFly	6.373	-91,2	6,2
Eurowings	2.222	-90,2	2,2

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 16. Llegadas al aeropuerto de Málaga por aeropuerto de origen. Año 2020

Aeropuerto	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Barcelona	154.767	-62,8	6,2
Amsterdam	111.748	-65,8	4,4
Bruselas	88.191	-66,8	3,5
Paris Charles de Gaulle	86.050	-64,0	3,4
Londres Gatwick	85.049	-84,8	3,4
Madrid	68.473	-60,7	2,7
Copenhague	68.132	-73,8	2,7
Estocolmo	63.582	-73,5	2,5
Manchester	63.402	-78,5	2,5
Melilla	59.230	-54,8	2,4

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 17. Llegadas al aeropuerto de Málaga por compañía aérea. Año 2020

Compañía	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Ryanair	751.492	-69,9	29,9
Vueling	336.017	-68,3	13,4
Easyjet Airline Co. Ltd.	158.756	-82,5	6,3
Air Europa	117.670	-63,4	4,7
Norwegian Air International	110.783	-86,5	4,4
Transavia Holland	108.943	-67,2	4,3
Air Nostrum	92.547	-56,0	3,7
Scandinavian Airlines System	58.337	-74,7	2,3
Jet2	55.756	-88,5	2,2
British Airways	50.696	-77,4	2,0

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 18. Llegadas al aeropuerto de Sevilla por aeropuerto de origen. Año 2020

Aeropuerto	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Barcelona	168.316	-67,7	14,7
Madrid	80.473	-65,5	7,0
Palma de Mallorca	72.150	-59,0	6,3
Bilbao	59.368	-60,4	5,2
Gran Canaria	57.070	-51,8	5,0
Tenerife Norte	50.844	-61,2	4,4
Paris Orly	40.213	-62,9	3,5
Valencia	29.871	-72,0	2,6
Londres Gatwick	24.013	-79,9	2,1
Paris Charles de Gaulle	22.895	-77,6	2,0

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 19. Llegadas al aeropuerto de Sevilla por compañía aérea. Año 2019

Compañía	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Ryanair	439.447	-70,6	38,4
Vueling	366.211	-65,2	32,0
Transavia.com	41.607	-68,3	3,6
Iberia Express	40.209	-73,5	3,5
Volotea	36.518	-43,5	3,2
Air Nostrum	26.556	-75,6	2,3
Easyjet	25.945	-82,1	2,3
Iberia	25.053	-	2,2
Transavia Holland	24.415	-76,9	2,1
Air Europa	22.767	-78,3	2,0

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 20. Principales aeropuertos españoles para Andalucía. Año 2020

Aeropuerto	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Barcelona	430.566	-67,6%	27,6%
Madrid	252.540	-66,5%	16,2%
Palma de Mallorca	169.415	-60,1%	10,8%
Bilbao	120.094	-61,5%	7,7%
Gran Canaria	101.057	-55,0%	6,5%
Tenerife Norte	92.975	-59,7%	6,0%
Melilla	78.926	-48,5%	5,1%
Ibiza	53.586	-52,0%	3,4%
Santiago de Compostela	42.509	-63,1%	2,7%
Valencia	33.757	-72,4%	2,2%
Asturias	32.018	-59,9%	2,1%
Lanzarote	26.390	-51,8%	1,7%
Fuerteventura	20.079	-56,1%	1,3%
Tenerife Sur	17.355	-75,3%	1,1%
Menorca	16.536	16,2%	1,1%
A Coruña	15.149	-72,1%	1,0%
Santander	14.721	-58,8%	0,9%
Ceuta	9.259	-43,3%	0,6%
Almería	8.103	-62,9%	0,5%
Sevilla	7.899	-62,8%	0,5%
Vitoria	7.358	-58,5%	0,5%
Alicante	5.369	-82,0%	0,3%
León	1.968	29,1%	0,1%
Vigo	820	-72,6%	0,1%
Pamplona	483	-16,3%	0,0%
Total	1.561.556	-63,4%	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 21. Llegadas a aeropuertos andaluces procedentes de España.
Desagregación por compañía aérea. Año 2020

Aeropuerto	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Vueling	767.070	-63,7%	49,1%
Ryanair	294.362	-60,7%	18,9%
Air Nostrum	240.713	-58,4%	15,4%
Air Europa	83.810	-72,4%	5,4%
Volotea	68.592	-37,9%	4,4%
Iberia Express	50.085	-74,4%	3,2%
Iberia	36.532	-71,8%	2,3%
Helicity Copter Airlines	9.259	-43,3%	0,6%
Norwegian Air International	4.807	-89,8%	0,3%
Air Evex	2.350	-87,0%	0,2%
Total	1.561.556	-63,4%	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 22. Principales aeropuertos británicos para Andalucía. Año 2020

Aeropuerto	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Londres Gatwick	120.425	-84,7%	18,4%
Londres Stansted	82.117	-78,3%	12,6%
Manchester Intl.	78.715	-79,4%	12,1%
Londres Luton	60.611	-72,4%	9,3%
Bristol	41.724	-80,8%	6,4%
Londres Heatrow	34.503	-42,9%	5,3%
Birmingham Intl	32.908	-83,8%	5,0%
Liverpool	28.650	-78,8%	4,4%
Nottingham	25.953	-84,9%	4,0%
Edimburgo	23.511	-82,3%	3,6%
Newcastle	21.125	-85,0%	3,2%
Leeds	19.980	-86,4%	3,1%
Glasgow	19.175	-82,9%	2,9%
Southend	18.692	-77,3%	2,9%
Belfast	13.770	-87,5%	2,1%
Bournemouth Intl	8.173	-79,6%	1,3%
Glasgow Prestwick	6.564	-83,5%	1,0%
Exeter	4.900	-82,6%	0,8%
Cardiff-Wales	4.320	-91,7%	0,7%
Total	653.040	-81,6%	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 23. Llegadas a aeropuertos andaluces procedentes de Reino Unido.
Desagregación por compañía aérea. Año 2020

Compañía	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Ryanair	288.853	-75,2%	44,2%
Easyjet	198.063	-82,0%	30,3%
British Airways	63.298	-78,6%	9,7%
Jet2	55.926	-89,8%	8,6%
Norwegian Air International	15.791	-85,9%	2,4%
Total	653.040	-81,6%	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 24. Principales aeropuertos de Países nórdicos para Andalucía. Año 2020

Aeropuerto	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Copenhague	68.266	-75,4%	25,6%
Estocolmo	63.874	-73,4%	23,9%
Helsinki-Vantaa	42.616	-79,6%	16,0%
Oslo Área Metropolitana	29.139	-82,1%	10,9%
Gothenburg	19.046	-79,8%	7,1%
Billund	15.336	-75,4%	5,7%
Estocolmo Skavsta	12.103	-55,2%	4,5%
Aalborg	5.235	-85,6%	2,0%
Hasslo	3.975	-63,5%	1,5%
Oslo Sandefjord	2.750	-92,0%	1,0%
Bergen	1.796	-91,9%	0,7%
Stavanger	1.765	-89,9%	0,7%
Total	266.781	-78,1%	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 25. Llegadas a aeropuertos andaluces procedentes de Países Nórdicos.
Desagregación por compañía aérea. Año 2020

Compañía	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Norwegian Air International	83.522	-85,3%	31,3%
Ryanair	65.115	-68,7%	24,4%
Scandinavian Airlines	58.629	-74,6%	22,0%
Norwegian Air Shuttle	34.480	-72,1%	12,9%
Finnair	22.520	-71,2%	8,4%
Total	266.781	-78,1%	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 26. Principales aeropuertos alemanes para Andalucía. Año 2020

Aeropuerto	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Frankfurt Main	52.971	-78,3%	21,9%
Berlín Schonefeld	36.695	-71,8%	15,2%
Dusseldorf	30.935	-83,3%	12,8%
Munich	26.907	-81,6%	11,1%
Colonia/Bonn	16.727	-69,4%	6,9%
Hamburgo	13.551	-84,8%	5,6%
Berlín Tegel	13.228	-79,8%	5,5%
Stuttgart	11.497	-80,7%	4,8%
Niederrhein	10.581	-77,4%	4,4%
Karlsruhe	7.045	-82,5%	2,9%
Bremen	6.964	-76,3%	2,9%
Memmingen-Allgäu	6.238	-79,6%	2,6%
Frankfurt Hahn	2.787	-85,8%	1,2%
Dortmund	2.545	-83,1%	1,1%
Total	241.593	-79,8	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 27. Llegadas a aeropuertos andaluces procedentes de Alemania.
Desagregación por compañía aérea. Año 2020

Compañía	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Ryanair	114.628	-76,2%	47,4%
Deutsche Lufthansa	53.087	-75,6%	22,0%
Easyjet Europe Airline	20.254	-71,0%	8,4%
Lauda Motion	17.739	-78,0%	7,3%
Eurowings	14.252	-84,0%	5,9%
Condor Flugdienst	7.191	-91,9%	3,0%
Norwegian Air International	6.852	-90,9%	2,8%
TuiFly	6.373	-91,2%	2,6%
Total	241.593	-79,8%	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 28. Principales aeropuertos franceses para Andalucía. Año 2020

Aeropuerto	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Paris Charles de Gaulle	109.158	-69,1%	36,4%
Paris Orly	83.727	-69,3%	27,9%
Nantes	26.540	-73,4%	8,9%
Marsella	20.287	-69,1%	6,8%
Toulouse	16.439	-74,4%	5,5%
Burdeos	16.313	-73,8%	5,4%
Paris Tille Beauvais	10.652	-60,3%	3,6%
Lyon	9.898	-81,1%	3,3%
Niza	3.092	-89,3%	1,0%
Lille	2.452	-83,2%	0,8%
Total	299.825	-71,5%	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 29. Llegadas a aeropuertos andaluces procedentes de Francia.
Desagregación por compañía aérea. Año 2020

Compañía	Año 2020		
	Pasajeros	Variación (%)	Cuota (%)
Air Europa	75.652	-57,9%	25,2%
Transavia.com	67.404	-68,2%	22,5%
Ryanair	55.990	-62,3%	18,7%
Vueling	50.270	-81,3%	16,8%
Easyjet Europe	26.726	-76,1%	8,9%
Volotea	10.205	-82,9%	3,4%
Air France	9.409	-	3,1%
Jetalliance Flugbetriebs	2.450	-94,1%	0,8%
Total	299.825	-71,5%	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)

Tabla 30. Llegadas a aeropuertos andaluces por país de procedencia. Años 2008-2020

País origen	Pasajeros												
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
España	4.128.389	3.582.869	3.690.314	3.901.422	3.385.893	2.693.157	2.714.835	2.898.873	3.094.435	3.360.025	3.860.906	4.266.481	1.561.556
Reino Unido	2.995.177	2.685.159	2.369.009	2.502.213	2.375.542	2.466.471	2.573.451	2.633.716	3.112.439	3.391.295	3.382.895	3.546.497	653.040
Francia	436.646	394.035	460.058	569.719	617.728	605.157	677.170	750.842	856.626	832.820	939.992	1.051.419	299.825
Alemania	771.325	722.938	736.904	692.675	640.263	821.414	830.521	832.067	976.932	1.163.898	1.212.739	1.195.781	241.593
Holanda	261.608	228.824	259.580	326.119	352.999	373.032	390.476	422.430	535.615	671.463	682.262	700.150	225.090
Bélgica	235.831	227.804	270.635	321.927	306.376	343.912	402.295	431.610	483.820	523.865	530.910	543.740	168.046
Italia	341.881	301.609	406.782	445.536	379.034	343.516	407.312	458.702	503.578	620.167	663.319	774.171	161.891
Suecia	90.947	41.198	85.089	125.448	147.580	178.589	202.561	224.859	256.931	367.783	346.074	372.525	99.341
Dinamarca	131.802	192.441	192.328	162.081	157.539	205.237	225.232	245.303	328.190	386.615	424.085	377.465	88.879
Suiza	144.175	118.693	161.140	183.379	174.923	211.712	252.529	269.471	304.330	318.841	326.510	336.875	79.176
Irlanda	357.720	346.739	310.586	292.698	299.686	306.451	315.043	334.287	387.216	417.583	423.390	481.213	75.241
Marruecos	7.469	24.737	39.978	31.929	35.832	35.436	37.488	37.573	38.173	55.055	72.731	117.287	59.912
Portugal	20.918	19.346	20.126	19.328	24.083	27.099	39.674	47.713	64.723	93.158	113.475	166.158	57.998
Finlandia	84.929	81.512	87.436	102.217	117.036	120.244	131.185	142.177	137.866	156.507	203.245	211.892	42.867
Noruega	115.642	95.695	132.106	151.490	181.363	223.744	222.291	235.988	249.578	263.746	258.765	256.307	35.694
Polonia	24.690	20.966	33.526	46.630	35.701	39.792	65.917	80.275	104.603	124.881	165.050	146.035	27.335
Austria	24.271	15.826	27.784	33.505	36.881	32.952	36.199	41.884	47.107	56.298	55.323	110.864	25.771
Turquía	4.331	3.721	3.661	14.829	25.922	41.153	51.491	56.286	60.106	66.508	81.231	95.460	25.455
Rumanía	19.919	18.846	22.306	30.281	27.585	27.103	34.011	35.110	46.639	66.969	65.686	66.265	22.994
Checa, Rep.	14.748	17.455	16.495	23.198	24.325	27.020	25.833	29.877	37.494	51.812	75.846	87.733	22.553
Luxemburgo	10.000	9.273	10.459	11.244	13.978	15.047	17.371	19.346	37.164	37.663	37.524	54.042	17.785
Hungría	6.157	5.308	4.476	3.133	20.399	6.181	13.637	18.172	35.143	43.166	43.351	55.352	16.003
Rusia Fed.	27.095	22.838	28.829	36.304	48.030	53.128	61.866	71.507	80.441	90.059	81.515	85.722	11.997
Canada	7.159	8.922	9.084	10.936	9.479	8.654	8.868	9.392	11.643	17.448	22.643	27.685	6.104
Malta	239	268	8.739	11.942	8.654	9.291	1.990	438	313	360	21.781	25.898	5.485
Bulgaria	7.177	5.424	6.526	8.069	7.548	9.164	9.237	8.640	9.177	10.789	20.352	19.275	4.991
Letonia	506	2		123	13	19	184	3	154	1.125	14.640	16.341	3.683
Total	10.323.134	9.239.584	9.445.593	10.107.874	9.505.494	9.268.804	9.789.741	10.381.618	11.855.668	13.254.569	14.212.841	15.284.200	4.043.193

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)



Oferta de alojamiento turístico en Andalucía

Año 2020

Oferta Turística de Andalucía



Oferta de alojamiento turístico

1. Introducción

2. Contexto nacional

3. Andalucía

- Estructura
- Evolución

4. Análisis por provincias

5. Análisis territorial

- Interior
- Litoral
- Capitales de provincia

6. Análisis por tipología de alojamiento

- Evolución del sector
- Hoteles y hoteles-apartamentos
- Pensiones y hostales
- Apartamentos
- Campamentos de turismo
- Casas rurales
- Albergues
- Viviendas turísticas de alojamiento rural
- Viviendas con fines turísticos

7. Metodología de trabajo

8. Anexo de tablas

Introducción

Los efectos de la crisis sanitaria del Covid-19 han afectado de manera contundente al sector turístico, no sólo a su demanda sino también a la oferta turística que la atiende. Aunque no cabe duda de que todas las Comunidades Autónomas han sufrido las consecuencias de esta pandemia, las características propias de cada destino turístico han sido los principales condicionantes a la hora de hacer frente a un 2020 marcado por el estado de alarma y por multitud de medidas restrictivas a la movilidad. Esto mismo ha ocurrido también con las diferentes tipologías de alojamiento que conforman la oferta turística de Andalucía.

El objetivo de este informe, no es sólo analizar la evolución de la oferta de alojamiento turístico en el año 2020, sino también conocer cuáles han sido las estrategias claves del sector para hacer frente a la pandemia del Covid-19. Para ello, y de manera específica, se ha trabajado en **la revisión y actualización del directorio estadístico de alojamientos turísticos**, incluyendo un **análisis pormenorizado sobre el cierre temporal** llevado a cabo en las diferentes zonas de Andalucía para paliar los efectos devastadores de la crisis.

Este proceso de **revisión del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía** ha cubierto un total de **6.887 establecimientos** de alojamientos turísticos¹, utilizándose principalmente la **encuestación telefónica** como método de recogida de información, seguida en caso de imposibilidad, por la encuestación online o actualización vía internet. Tras esta actualización, el directorio ha sido sometido a un **proceso de control e inspección**, a modo de identificar, justificar y/o corregir cualquier sesgo de información en su comparativa con años anteriores. Esta metodología de trabajo, ha permitido finalmente analizar la evolución de la oferta andaluza de alojamiento en 2020, eliminando una de las grandes problemáticas de los directorios como viene a ser su fiabilidad a lo largo del tiempo.

La respuesta de la oferta de alojamiento a la crisis del Covid-19 ha sido el **cierre temporal**, por lo que la medición de esta situación se ha considerado imprescindible a la hora de reflejar la realidad de este sector en el año 2020. Este informe incluye el análisis territorial del cierre temporal de establecimientos² y plazas, destacando esta última variable, ya que permite contextualizar mejor el alcance de la pandemia en los alojamientos turísticos según su ubicación. Así, las plazas cerradas temporalmente no sólo incluyen las de aquellos establecimientos que han cesado temporalmente su actividad al completo, sino también las de aquellos alojamientos que, pese a no cerrar, han decidido reducir su oferta de plazas para paliar los efectos de la pandemia. Este análisis procede de una encuesta telefónica a **4.778 establecimientos** de alojamiento.

Con la integración de estas dos operaciones, se logra ofrecer una visión conjunta de la oferta, así como de los desafíos a los que se ha enfrentado los establecimientos de alojamiento según su localización en el territorio andaluz.

^{1,2}Incluye todas las tipologías de alojamiento salvo viviendas con fines turísticos y viviendas turísticas de alojamiento rural.

Contexto nacional

En 2020, Andalucía encabeza el ranking nacional de plazas de alojamiento turístico reglado³ con un porcentaje de participación del 17,4%, lo que supone un incremento de +1,1 puntos respecto a la cuota registrada en 2019. El resto de las principales Comunidades turísticas también han visto modificada su peso en el conjunto español, registrándose caídas de participación en las islas (Baleares -5,7 puntos y Canarias -1,8 puntos), seguidas de Cataluña (-1 punto). En cuanto a las plazas de alojamiento reglado de la Comunidad Valenciana, han registrado el incremento de cuota más acusado (+1,9 puntos).

En la comparativa conjunta de algunas tipologías de alojamiento reglado cabe destacar al destino andaluz, ya que lidera el ranking nacional de plazas ofertadas en alojamiento reglado y también el de establecimientos hoteleros⁴. En el resto de tipologías, Andalucía incrementa su participación dentro del contexto nacional, manteniéndose en todo caso, dentro de los tres primeros puestos del ranking formado por las principales comunidades turísticas.

Ranking de los principales destinos turísticos según plazas y tipología de alojamiento. Año 2020.

ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS	%	APARTAMENTOS	%	CAMPINGS	%	ALOJAMIENTO RURAL	%	TOTAL ALOJAMIENTO REGLADO	%
Andalucía	18,6	C. Valenciana	28,3	Cataluña	35,9	Cataluña	32	Andalucía	17,4
Canarias	15,5	Canarias	24,6	C. Valenciana	15,2	C. Valenciana	17,2	Canarias	15,3
Cataluña	14,9	Andalucía	16,9	Andalucía	14,2	Andalucía	15,1	Cataluña	15,0
C. Valenciana	9,2	Cataluña	10,7	Madrid	3,6	Madrid	4,6	C. Valenciana	14,2
Madrid	8,2	Baleares	4,3	Canarias	0,8	Canarias	1,2	Madrid	6,0
Baleares	6	Madrid	2,4	Baleares, Illes	0,5	Baleares	0,8	Baleares	4,9
Resto	27,5	Resto	12,8	Resto	29,7	Resto	29,1	Resto	27,3
España	100,0	España	100,0	España	100,0	España	100,0	España	100,0

Fuente: SAETA a partir de datos de Encuesta de Ocupación Hotelera (INE)

³Alojamiento reglado considerado: Establecimientos hoteleros, apartamentos turísticos, campamentos de turismo y alojamientos de turismo rural.

⁴Los establecimientos hoteleros incluyen hoteles, pensiones y hostales.

Puntos clave

- Durante la pandemia mundial, los establecimientos hoteleros, apartamentos, campamentos de turismo y alojamientos de turismo rural de Andalucía tan sólo han alcanzado a recibir un total de **8,6 millones de viajeros**, lo que supone un descenso del -64,3% respecto al mismo periodo del año anterior. Mientras que **los viajeros nacionales** han registrado un descenso del -50,9%, **los extranjeros** han presentado una disminución aún de mayor intensidad (-79,6%).

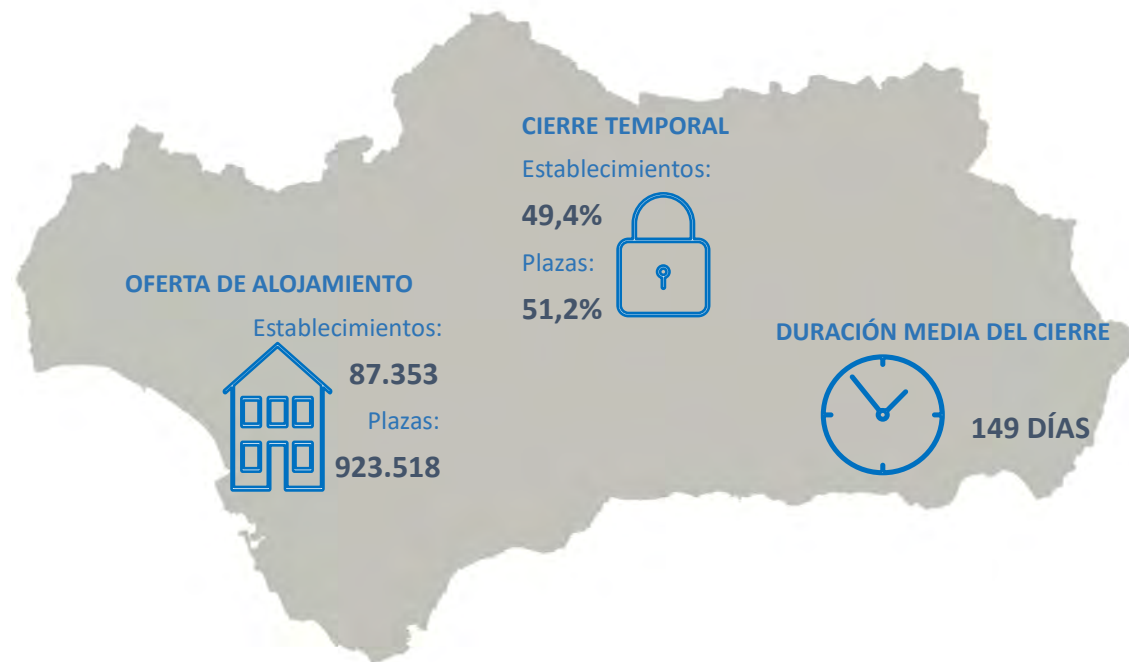
- En estas tipologías de alojamiento, estos viajeros han realizado un total de **23,7 millones de pernoctaciones**, cifra que supone un descenso del -66,8% respecto al año 2019, donde las pernoctaciones nacionales han caído un -52,1% y las extranjeras un -79,6%.

PESE A LOS EFECTOS DE LA CRISIS SANITARIA DEL COVID-19, LA OFERTA ANDALUZA DE ALOJAMIENTO REGLADO CONTINÚA OCUPANDO UNA POSICIÓN DESTACADA DENTRO DEL CONTEXTO NACIONAL.

Andalucía

Según el Registro Estadístico de Turismo de Andalucía, la Comunidad andaluza ha cerrado 2020 con un total de **87.353 establecimientos de alojamiento turístico** que han ofertado **923.518 camas**⁵. Estas plazas, pese a suponer un ascenso del +4,8% respecto las cifras registradas el año anterior, muestran una ralentización considerable del ritmo de ascenso mostrado durante los últimos años, período en el que las viviendas con fines turísticos (VFT) y las viviendas turísticas de alojamiento rural (VTAR) impulsaban por encima del 10% las tasas globales de crecimiento. Así, el total de alojamientos turísticos sin incluir estas viviendas, ha finalizado 2020 con 491.768 plazas, es decir, prácticamente con la misma cifra que un año atrás (+0,1%).

Principales indicadores de la oferta de alojamiento turístico en el año 2020.



Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Covid-19: Cierres temporales

• En 2020, el cierre temporal de la oferta de alojamiento turístico ha afectado a un 49,4% de los establecimientos⁶ y al 51,2% del total de plazas ofertadas.

• El período estival, ha sido sin duda, el que ha compensado ligeramente la paralización de los meses de obligado confinamiento, donde quedaba prohibida cualquier prestación de servicios por parte del sector.

• La duración del cierre temporal es también un indicador relevante a la hora de analizar la incidencia de los efectos del Covid-19 en el sector. En 2020 el número medio de días que los establecimientos han permanecido cerrados se ha situado en 149,3.

EN 2020 SE HA RALENTIZADO EL ACUSADO RITMO DE CRECIMIENTO QUE VENÍA MOSTRANDO LA OFERTA DE ALOJAMIENTO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS.

⁵Plazas ofertadas en establecimientos de alojamiento turístico sin incluir plazas supletorias

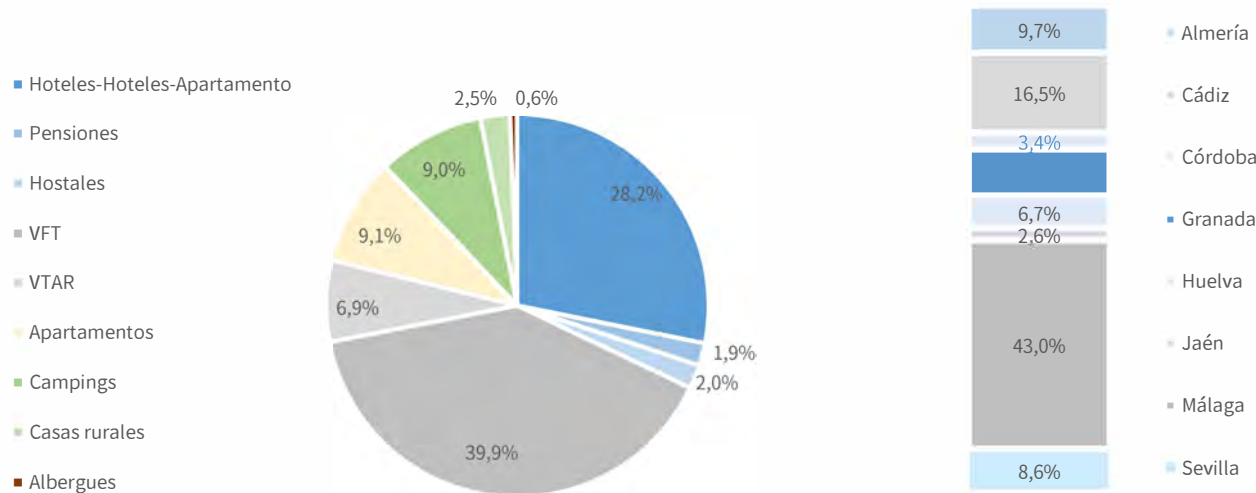
⁶ Sin incluir las viviendas con fines turísticos, las viviendas turísticas de alojamiento rural y las áreas de pernocta para autocaravanas

Estructura de la oferta de alojamiento en Andalucía

En 2020, la [distribución de las plazas ofertadas en Andalucía](#) es muy similar a la del pasado año, si bien las viviendas con fines turísticos (VFT) y las viviendas turísticas de alojamiento rural (VTAR) han incrementado ligeramente su presencia en la Comunidad (+2,5 puntos), acosta del resto de tipologías de alojamiento. Así, cuatro de cada diez plazas de alojamiento se han ofertado en las viviendas con fines turísticos (VFT), siguiéndole en importancia el volumen de camas existente en los hoteles de Andalucía, que suponen sobre el total una participación del 28,2%. A larga distancia se sitúan el resto de tipologías con una participación individual por debajo del 10%.

La oferta de alojamiento también ha mantenido su estructura en las provincias andaluzas. En este contexto, Málaga continúa localizando una de cada cuatro camas del total existente en los establecimientos turísticos de Andalucía (43%), seguida a gran distancia por la provincia gaditana, que concentra el 16,5% de las ofertadas en la Comunidad.

Distribución de las plazas de alojamiento turístico en Andalucía. Año 2020



Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Covid-19: Cierres temporales

Aunque el cierre temporal y la reducción de plazas han sido estrategias comunes y claves del sector para combatir la pandemia, cabe destacar **diferencias acusadas en las respuestas de los establecimientos según su tipología**.

- Dadas las características propias de la pandemia, los albergues han sido los establecimientos que han visto cerradas un mayor porcentaje de sus plazas (67%), seguidos a gran distancia por los hoteles (55,6%). Por debajo de un [cierre temporal](#) del 50% se han situado las casas rurales, los campings y los apartamentos.

- En cuanto al **análisis provincial**, Almería ha registrado en 2020 el [cierre temporal](#) de plazas más elevado (+60,3%), seguida por el resto de provincias costeras, que salvo en el caso de Huelva, han superado el porcentaje de plazas cerradas temporalmente en las provincias de interior.

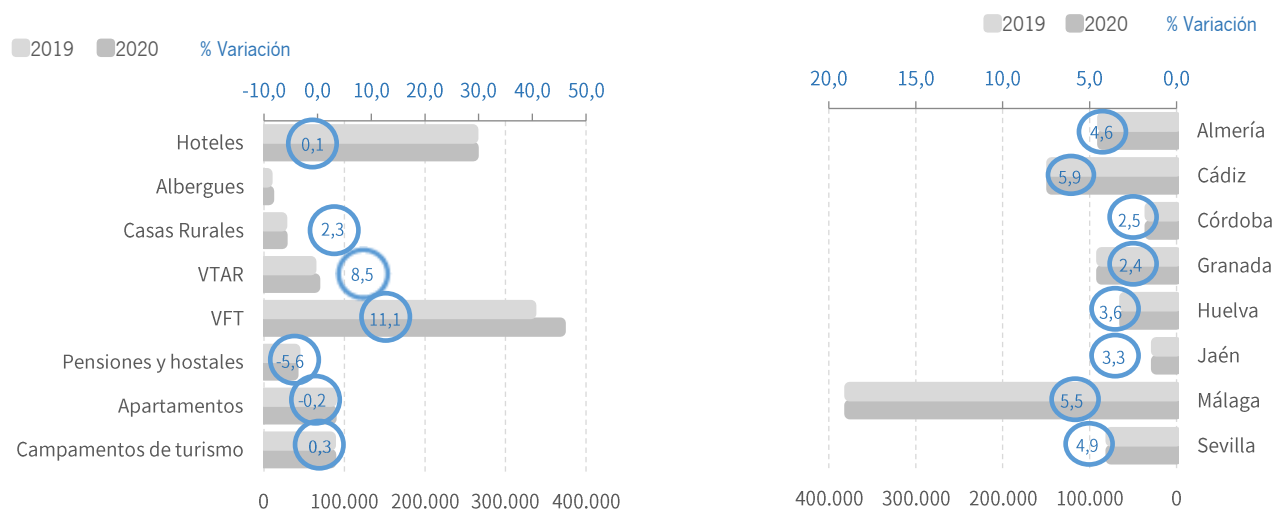
LOS EFECTOS DE UN AÑO DE PANDEMIA AÚN NO SE REFLEJAN NI ALTERAN DE MANERA SIGNIFICATIVA LA ESTRUCTURA GENERAL DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO DE ANDALUCÍA

Evolución de la oferta de alojamiento andaluza

En términos generales, la oferta de alojamiento turístico de Andalucía ha ralentizado considerablemente el ritmo de crecimiento que registraba en 2019, antes de la pandemia generada por el Covid-19. Los mayores [incrementos](#) se han vuelto a computar en las viviendas con fines turísticos y en las viviendas turísticas de alojamiento rural (+11,1% y +8,5%, respectivamente), si bien estos ascensos no han supuesto ni siquiera la mitad de los registrados el pasado año. Le siguen en orden de importancia las casas rurales, que en 2020 han registrado un ascenso de sus plazas del +2,3%, el primero por debajo del 10% en los últimos cinco años. El resto de tipologías de alojamiento se han mantenido en niveles similares a los del año pasado⁷.

La evolución provincial de la oferta de alojamiento también muestra de manera generalizada crecimientos más comedidos que los registrados en 2019, vinculados principalmente al ascenso de las viviendas con fines turísticos y de las viviendas turísticas de alojamiento rural. El análisis de la oferta, sin tener en cuenta estas tipologías de alojamiento, arroja cifras de mantenimiento en la totalidad de provincias andaluzas.

Evolución de las plazas de alojamiento turístico en Andalucía. Año 2020.



Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Covid-19: Cierres temporales

- A lo largo de todo el año, el [cierre temporal](#) ha sido utilizado por todas las [tipologías de alojamiento](#). No obstante, el segundo trimestre ha sido el más castigado para el sector, mientras que el tercero es el que ha cerrado un menor porcentaje de sus plazas (88,1% y 30,4%, respectivamente). La duración del cierre en ambos trimestres también ha coincidido en registrar los peores y mejores valores del año, 26 y 6 días, respectivamente.

- La [evolución provincial del cierre temporal](#) registrado en 2020, muestra que los propios repuntes de la pandemia han generado diferencias acusadas en algunos meses del año y entre determinadas provincias, como por ejemplo los registrados a final de año en Almería, respecto al resto de provincias del litoral.

EL CRECIMIENTO GLOBAL REGISTRADO EN LA OFERTA DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO SE HA DEBIDO AL INCREMENTO DE LAS VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS Y DE LAS VIVIENDAS TURÍSTICAS DE ALOJAMIENTO RURAL, YA QUE EL RESTO DE TIPOLOGÍAS DE ALOJAMIENTO HAN MANTENIDO SU OFERTA.

⁷ Cambios en la regulación de los albergues de Andalucía, impiden su comparativa con el año anterior




Análisis provincial de la oferta turística de alojamiento

La estructura consolidada de la oferta de alojamiento en cada una de las provincias andaluzas no ha sufrido cambios significativos pese a la reducción drástica del turismo en el año 2020.

Al menos un cuarto de la oferta de alojamiento en las provincias andaluzas se ubica en los hoteles de la Comunidad, destacando Huelva que casi alcanza el 40% en este porcentaje. No obstante, en algunas provincias el peso de esta tipología de alojamiento ha sido superado por el de las viviendas con fines turísticos, especialmente en la provincia de Málaga, donde la cuota de participación de estas viviendas supera el 50%.

Respecto a 2019, todas las provincias andaluzas han aumentado el total de plazas de alojamiento turístico, si bien estos ascensos han estado vinculados directamente a los incrementos registrados en las viviendas con fines turísticos y las viviendas turísticas de alojamiento rural (provincialmente por encima del +6% y del +3%, respectivamente).

Estrategias de la oferta de alojamiento turístico ante la crisis sanitaria del Covid-19. Año 2020.

	% CIERRE TEMPORAL TOTAL		DURACIÓN DEL CIERRE
	 ESTABLECIMIENTOS	 PLAZAS	 NÚMERO DE DÍAS
Almería	47,8	60,3	146,8
Cádiz	49,0	50,7	150,3
Córdoba	47,1	47,3	142,8
Granada	51,6	53,6	156,7
Huelva	47,0	47,9	140,5
Jaén	49,4	46,9	145,5
Málaga	49,1	50,2	151,7
Sevilla	47,8	48,2	145,7
Andalucía	49,4	51,2	149,3

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Covid-19: Cierres temporales

- En el año 2020, Almería ha visto cerradas temporalmente seis de cada diez plazas de alojamiento turístico. Este porcentaje es el más elevado de Andalucía, siguiéndole en orden de importancia y por encima de un 50% de plazas cerradas, el resto de provincias del litoral, salvo Huelva.

- Las provincias de interior registran un [cierre temporal](#) de plazas muy similar, si bien cabe destacar Jaén con el menor porcentaje (46,9%). La duración del cierre en todas y cada una de estas provincias, se ha situado por debajo de la media de Andalucía.

- La duración del cierre temporal en Granada ha sido la más elevada (156,7 días), mientras que Huelva, vuelve a destacar por reflejar el valor más bajo de Andalucía en este indicador (140,5 días), dos semanas por debajo del estimado para la provincia granadina.

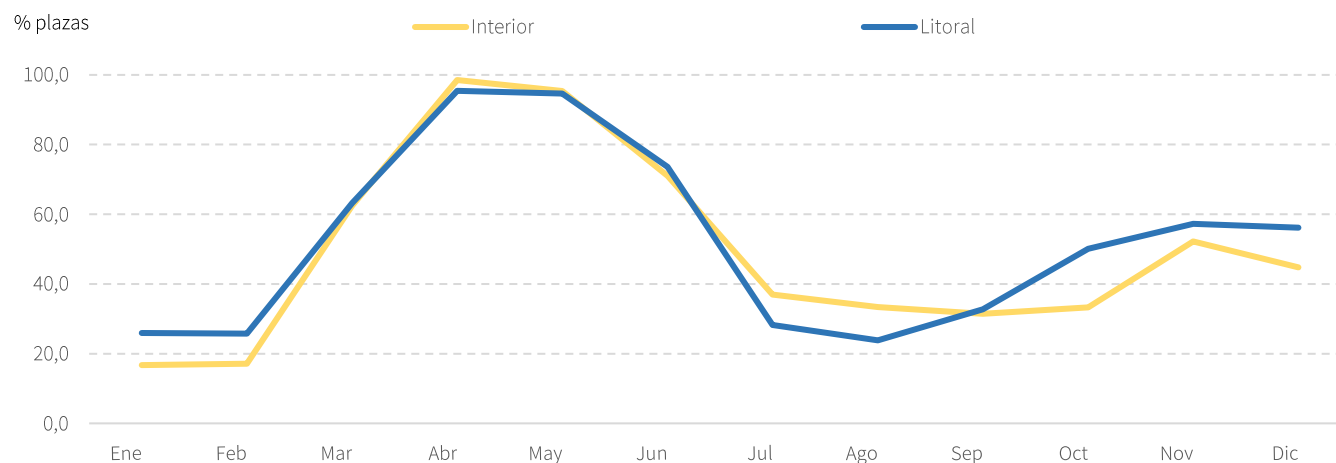
EL CIERRE TEMPORAL HA AFECTADO DE MANERA DIFERENTE A LAS PROVINCIAS ANDALUZAS, OBSERVÁNDOSE DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN EL PORCENTAJE DE SUS PLAZAS CERRADAS Y TAMBIÉN EN LA DURACIÓN DE DICHOS CIERRES.

Análisis territorial en 2020: Cierres temporales

El análisis de la distribución territorial de la oferta de alojamiento turístico es esencial a la hora de entender los efectos de la crisis de la Covid-19 en las diferentes zonas de Andalucía. En este contexto, pese a que el litoral de la Comunidad tan sólo supone el 9,2 % de la superficie del territorio, localiza más de dos tercios de las plazas de alojamiento turístico y recibe anualmente a 6 de cada diez turistas que visitan la región, hechos que reflejan la gran concentración de la actividad turística en la zona costera.

Poco antes del decretado estado de alarma, los alojamientos turísticos de Andalucía ya comenzaban a ajustar su oferta haciendo uso del cierre temporal. A partir de ese momento ha sido la propia evolución de la pandemia la que ha condicionado el ritmo de este cierre, observándose que, salvo en el período estival, las plazas ofertadas en el interior de Andalucía han registrado un cierre temporal menor que el computado en el litoral. La diferencia entre ambas zonas ha alcanzado en algunos meses más de 10 puntos de diferencia. Asimismo, el cierre de año también ha sido más ventajoso para los alojamientos del interior, ya que además han conseguido reabrir un mayor porcentaje de camas.

Evolución del cierre temporal en las diferentes zonas de Andalucía. Año 2020



Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Covid-19: Cierres temporales

- Los establecimientos del interior de Andalucía, han ofertado durante los dos primeros meses del año su mayor proporción de plazas. Tras el cese obligatorio de la actividad turística, estos alojamientos han conseguido alargar el período estival hasta el mes de octubre, reflejando una mayor estabilidad en el porcentaje de camas ofertadas.

- La mayor oferta de alojamiento en el litoral ha tenido lugar en agosto, si bien a partir de ese mes los cierres temporales han ido aumentando de manera pronunciada y progresiva, superando en octubre el cierre temporal del 50% de sus plazas.

- La duración media del cierre temporal ha sido ligeramente superior en los establecimientos de alojamiento turístico del interior de Andalucía. En cuanto al litoral, la Costa del Sol ha registrado valores más favorables que el resto de municipios costeros.

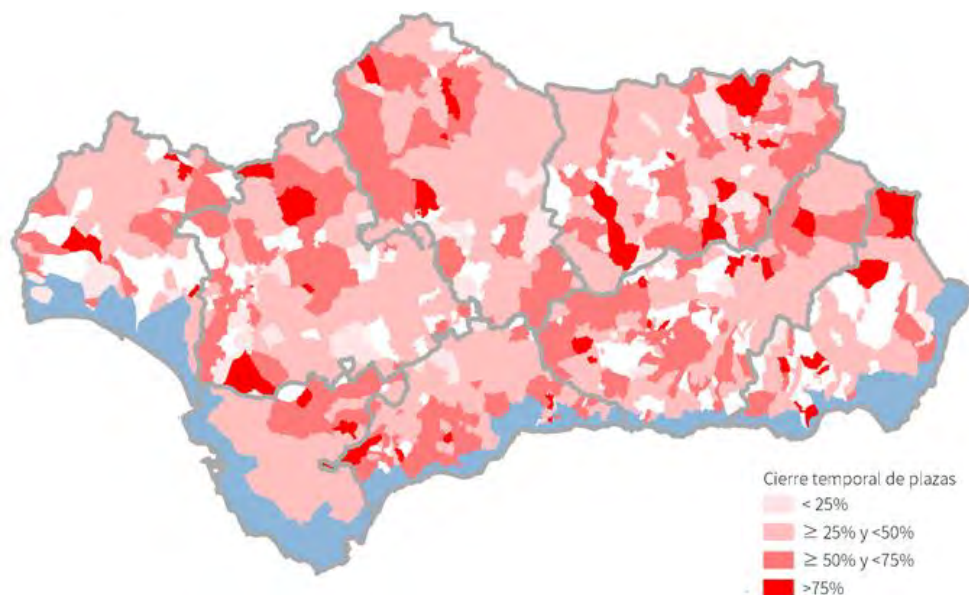
EN 2020, LAS ESTRATEGIAS DE LAS DISTINTAS ZONAS DE ANDALUCÍA ANTE LA CRISIS SANITARIA, HAN SIDO DIFERENTES.

Interior

Las plazas ofertadas en los establecimientos de alojamiento turístico del interior de Andalucía suponen el 31,7% del total. En 2020 se han registrado un total de [293.084](#) plazas en esta zona, lo que supone un ascenso del [+4,2%](#) respecto a las camas ofertadas a 31 de diciembre de 2019. Este incremento está vinculado principalmente al buen comportamiento de las viviendas con fines turísticos (VFT) y de las viviendas turísticas de alojamiento rural (VTAR), que aunque han moderado mucho su crecimiento respecto a los últimos cuatro años, han computado saldos positivos en el número de plazas ofertadas (+11,6% y +8%, respectivamente). El resto de alojamientos del interior sin tener en cuenta estas viviendas, suman 169.803 plazas, lo que supone un mantenimiento del +0,2% respecto al año pasado.

Sevilla y Granada son las provincias que registran una mayor proporción de las plazas de alojamiento ofertadas en el interior, ambas con una cuota por encima del 20%. Le sigue en orden de importancia Málaga y Córdoba, con porcentajes del 18,1% y 10,7%, respectivamente.

Cierre temporal de plazas de alojamiento en el interior de Andalucía. Año 2020



Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Covid-19: Cierres temporales

- En 2020, el interior de Andalucía ha hecho frente a la crisis sanitaria de la Covid-19 **cerrando temporalmente** el 49,7% de sus establecimientos de alojamiento turístico, cuota ligeramente superior a la registrada en el total establecimientos de Andalucía (49,4%). En cuanto a plazas, el cierre temporal ha afectado al 49,5% de las camas, si bien este porcentaje ha sido algo más moderado del registrado en el litoral (52,3%).

- La **duración media** del cierre temporal de estos establecimientos ha sido de 150,2 días, un día más que el tiempo que han permanecido sin actividad el total de alojamientos turísticos de Andalucía (149,3 días).

- En términos generales, el cierre temporal de plazas ha registrado los porcentajes más acusados en **municipios** que poseen una oferta de alojamiento muy limitada. La mayoría de los municipios de interior (53%), han registrado niveles de cierre entre el 25% y el 50%, destacando municipios como Jerez de la Frontera, que con una oferta superior a las 4.300 plazas han cerrado en torno al 42%. Algunos municipios de oferta similar, se han visto aún más afectados, como es el caso de Monachil, con un cierre temporal del 67% de sus plazas.

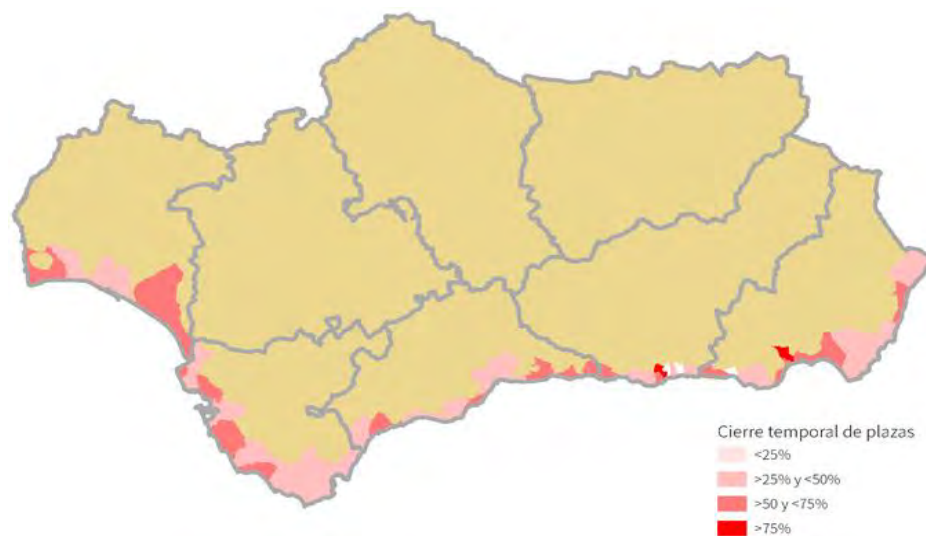


Litoral

El litoral de Andalucía localiza el 68,3% del total de plazas de alojamiento turístico de la Comunidad, siendo esta cuota ligeramente superior a la registrada el año pasado (+0,2 puntos). En la totalidad de tipologías de alojamiento, la costa andaluza ha ofertado durante el año 2020 un total de [630.434 camas](#), lo que supone un ascenso del [+5,1%](#) respecto a la oferta registrada en 2019. Al igual que en la zona de interior, el protagonismo de este crecimiento ha sido acaparado por las viviendas con fines turísticos (+11,0%) y las viviendas turísticas de alojamiento rural (+9,8%), pese a que estos ascensos han sido más moderados que los computados en los últimos años. El total de establecimientos sin incluir estas viviendas, han ofertado 321.965 plazas, cifra similar a la del año pasado (+0,1%).

Más de la mitad de las camas ofertadas en el litoral se encuentran en la Costa del Sol (54,5%), zona seguida a gran distancia por la Costa de la Luz, que representa el 20,5% de las plazas ubicadas en el total de los municipios costeros de Andalucía.

Cierre temporal de plazas de alojamiento en el litoral de Andalucía. Año 2020⁸



Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Covid-19: Cierres temporales

- El litoral de la Comunidad también se ha visto afectado por la crisis sanitaria de la Covid-19. En 2020, la costa de Andalucía ha **cerrado temporalmente** el 48,6% de sus establecimientos de alojamiento turístico. Aunque este porcentaje ha sido menor que el registrado en el interior de Andalucía (49,7%), se corresponde con un mayor porcentaje de plazas cerradas (52,3% frente a 49,5%). Al mismo tiempo, la Costa del Sol ha registrado un cierre de plazas más favorable que el del resto del litoral andaluz (50,6% frente a 53,5%, respectivamente).

- El **período medio de cierre** en el litoral ha sido de 147,6 días, si bien cabe destacar la Costa del Sol, que ha registrado valores más favorables que el resto de municipios costeros (145,8 días frente a 149,3 días, respectivamente).

- En la Costa del Sol, **municipios** como Vélez Málaga, Benalmádena, Torremolinos, Estepona o Fuengirola, han cerrado temporalmente más del 50% de sus plazas. En el resto de costas, el cierre más acusado se ha registrado en Roquetas de Mar, que con una oferta superior a las 18.000 camas, ha cerrado temporalmente en el año casi las tres cuartas partes.



⁸ Se excluyen del mapa los resultados de aquellos municipios sin suficiente representatividad estadística

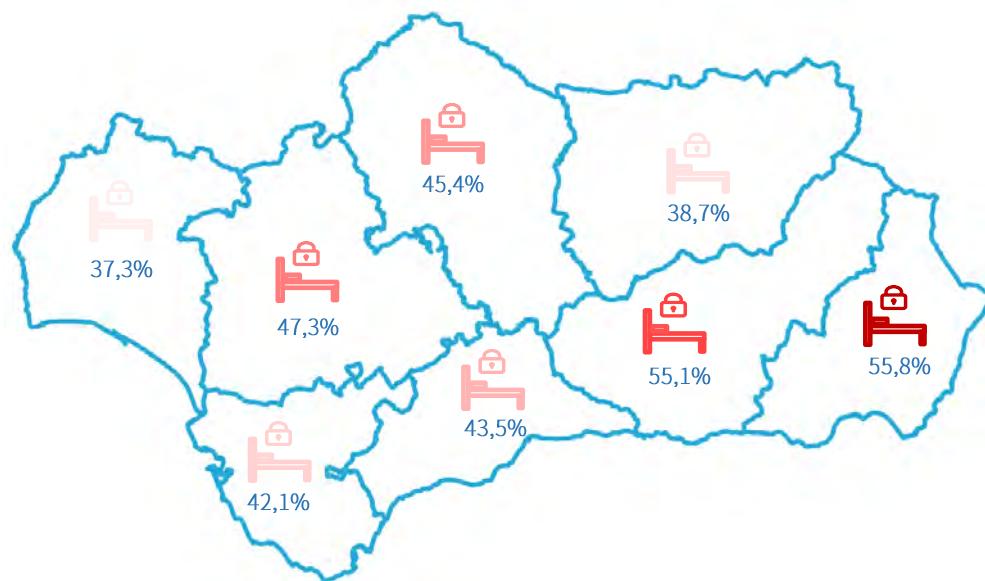
Capitales de provincia

A 31 de diciembre de 2020, las capitales de provincia de Andalucía han ofertado un total de 176.168 plazas de alojamiento turístico, cifra que supone un ascenso del +4,9% respecto a la misma fecha del año anterior, más acusado en las capitales de litoral (+6,7%) que en las de interior (+3,6%). Este crecimiento está muy influenciado por el impulso de las viviendas con fines turísticos y de las viviendas turísticas de alojamiento rural, ya que sin el cómputo de estos alojamientos, el ascenso de capacidad en las capitales de provincia es del +1,4%.

Las plazas de alojamiento turístico ofertadas en las capitales de provincia representan el 19,1% de la oferta andaluza. En el interior de la Comunidad suponen el 36%, mientras que en el litoral, este porcentaje es más comedido y representa tan sólo el 11,3%.

Sevilla y Málaga concentran conjuntamente más del 60% de las camas ofertadas en las capitales andaluzas, siguiéndole a gran distancia Granada, con una cuota del 16,2%.

Cierre temporal de plazas de alojamiento en las capitales de provincia. Año 2020



Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Covid-19: Cierres temporales

- Los alojamientos turísticos ubicados en las capitales de provincia de Andalucía, han sido los más afectados por el **cierre temporal**. Así, en 2020 se ha cerrado temporalmente el 61,4% de estos establecimientos, porcentaje +13,8 puntos superior al registrado en el resto de Andalucía.

- Sin embargo, el cierre temporal de plazas en las capitales de provincia ha ascendido al 48%, porcentaje más moderado que el registrado en el resto de la Comunidad (51,9%).

- Al analizar la **duración del cierre temporal**, no existe una diferencia significativa entre los alojamientos de las capitales de provincia y los del resto de Andalucía (149,1 días y 149,4 días, respectivamente).

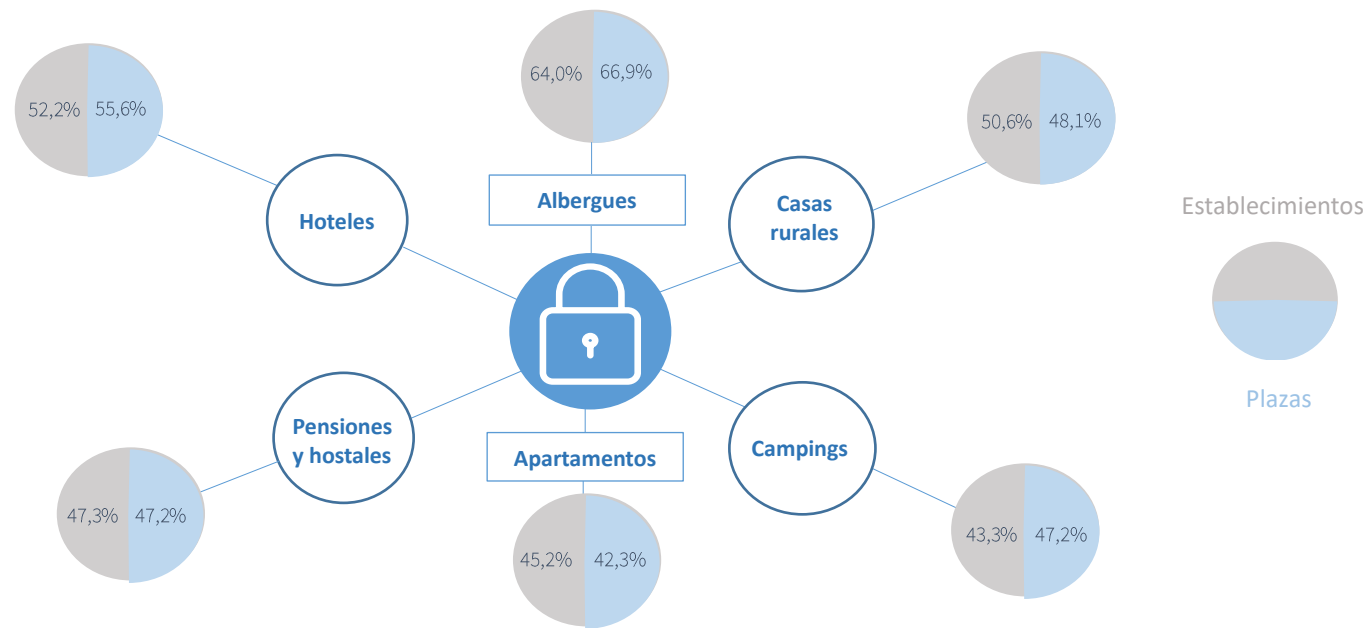


Análisis de la oferta por tipología de alojamiento

Pese a los efectos de la pandemia en el sector turístico, las viviendas con fines turísticos junto con los hoteles, continúan conformando el grueso de la oferta de alojamiento andaluza, hasta el punto de que de dos tercios del total de camas turísticas se ofrecen a la demanda en estas tipologías de alojamiento. No obstante, si bien es cierto que las plazas hoteleras han descendido su cuota de participación respecto a 2019 (-1,3 puntos), las de las viviendas con fines turísticos la han aumentado en +2,3 puntos. En cuanto al resto de establecimientos, se han mantenido en niveles muy similares en lo que a cuota se refiere.

En términos generales, la oferta de alojamiento de Andalucía se ha caracterizado en 2020 por un incremento general de las plazas (+4,8%), ofertadas principalmente en las viviendas con fines turísticos (+11,1%) y en las viviendas turísticas de alojamiento rural (+8,5%), ya que el resto de tipologías se ha mantenido (+0,1%).

Total del cierre temporal registrado en los establecimientos de alojamiento turístico. Año 2020



Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Covid-19: Cierres temporales

- En 2020, los **albergues** han sido sin duda, los establecimientos más afectados por el **cierre temporal**, registrando durante el año entero la proporción más elevada de plazas cerradas.

- Le siguen en orden de importancia los establecimientos hoteleros. En este contexto, los **hoteles** han optado por el cierre temporal de manera más acusada y anticipada que los **hostales y pensiones**.

- El cierre temporal registrado en los **campings** y en las **casas rurales** ha seguido trayectorias similares a lo largo del año, si bien los campings han logrado mantener abiertas una mayor proporción de plazas desde el verano.

- Los **apartamentos turísticos** han sido la tipología de alojamiento menos afectada por el cierre temporal, manteniéndose casi todo el año por debajo del nivel de cierre registrado en el resto de tipologías de alojamiento.

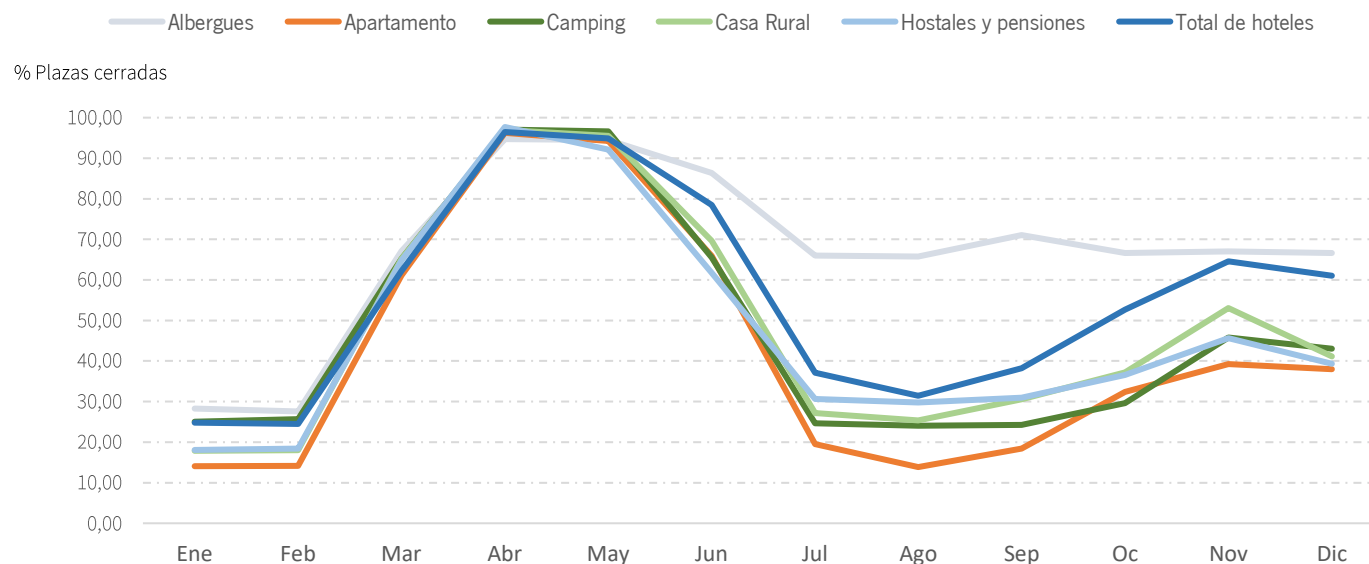
EN 2020, LA EVOLUCIÓN DEL CIERRE TEMPORAL EN LA OFERTA DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO HA REGISTRADO COMPORTAMIENTOS DIFERENTES SEGÚN LA TIPOLOGÍA DE ALOJAMIENTO ANALIZADA

Evolución del sector en 2020: Cierres temporales

En el año 2020, los efectos de la crisis sanitaria sobre el turismo han obligado al sector a establecer estrategias específicas para paliar las drásticas consecuencias del desplome de la demanda turística. Así, el cierre temporal de establecimientos completos y/o la disminución de plazas ofertadas, se han constituido como las principales vías de supervivencia a lo largo del año.

La evolución de la pandemia ha marcado los diferentes períodos de cierre del sector. Así, tras el cese de actividad impuesto al principio de la crisis sanitaria, se registran diferentes comportamientos en los establecimientos de alojamiento dependiendo de su tipología. Aunque los meses estivales han sido para todos los más favorables, el cuarto trimestre ha vuelto a elevar el cierre temporal en todos los alojamientos turísticos salvo en los albergues, que se han mantenido en los mismos niveles del tercer trimestre.

Evolución del cierre temporal en las diferentes tipologías de alojamiento turístico. Año 2020



Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Covid-19: Cierres temporales

- El albergue ha sido la tipología de alojamiento más afectada por la crisis sanitaria, registrando el mayor porcentaje de [cierre temporal](#) en sus plazas, concretamente el 70%. La duración de este cierre, también se ha situado en la más elevada de todos los establecimientos, una media en el año de 211 días.

- En orden de importancia, les han seguido los hoteles, registrando en el total del año, un cierre temporal medio del 55,6% de sus camas, el más elevado del total de los establecimientos hoteleros. Este hecho, también se traslada al tiempo de cierre, situado para esta tipología de alojamiento en 157,6 días.

- El resto de alojamientos le siguen con porcentajes por debajo del 50%, destacando especialmente los apartamentos turísticos con el cierre temporal más comedido, el 42,3% de sus plazas. Esta tipología ha prolongado su cierre alrededor de 134,6 días, por encima de los campings que han registrado el menor valor en este indicador (126 días).

LAS PARTICULARIDADES DE CADA TIPOLOGÍA DE ALOJAMIENTO HAN INFLUIDO EN LAS CARACTERÍSTICAS DE SU CIERRE TEMPORAL

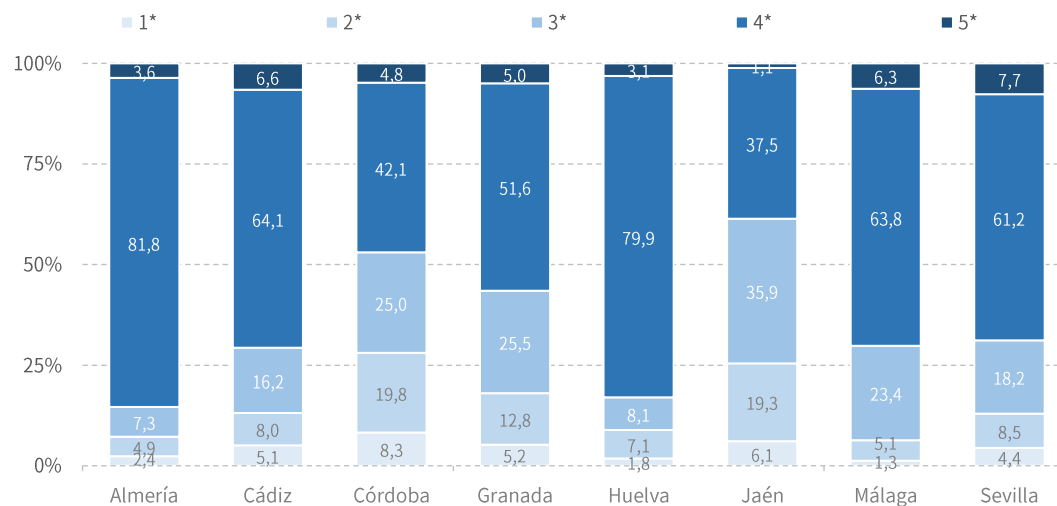
Análisis de la oferta por tipología de alojamiento:

HOTELES Y HOTELES APARTAMENTOS

Los hoteles y hoteles-apartamentos de Andalucía han cerrado 2020 con un total de [259.985 plazas](#), lo que supone un mantenimiento de la capacidad de alojamiento ofertada en 2019 ([+0,1%](#)). La [categoría](#) hotelera de dos estrellas es la única que ha registrado un descenso de sus camas (-3,5%), si bien ha sido compensado con crecimientos registrados en los hoteles de una y cinco estrellas (+4,7% y +2,9%, respectivamente). Pese a esta evolución, la tipología hotelera concluye el año con una estructura muy similar a la de 2019, localizando el 70% de sus camas en las categorías superiores de cuatro y cinco estrellas.

El análisis provincial de la oferta muestra un mantenimiento de las plazas hoteleras en todas las provincias andaluzas, si bien cabe destacar Huelva, al registrar un ligero incremento en estas plazas (+1,5%). No obstante, Málaga continúa liderando la planta hotelera de Andalucía con una cuota del 35,7%, seguida en orden de importancia por Cádiz, Almería, Granada y Sevilla, que registran porcentajes de participación por encima del 10%.

Distribución provincial de las plazas hoteleras por categorías y provincia. Año 2020

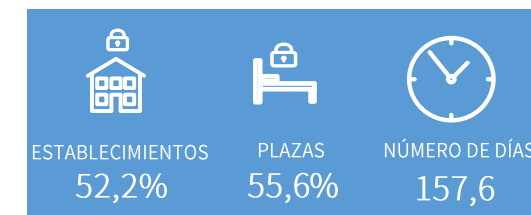


Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Covid-19: Cierres temporales

• En 2020, más de la mitad de los **hoteles y hoteles-apartamentos** de Andalucía han cerrado temporalmente (52,2%). Asimismo, el **cierre temporal** ha afectado al 55,6% de las plazas hoteleras, no sólo debido a aquellos establecimientos que han cesado su actividad por un período de tiempo determinado, sino también por aquellos que, de manera adicional, han decidido reducir temporalmente su capacidad. La **duración media del cierre temporal** en las plazas hoteleras se ha situado en 157,6 días, +8 días por encima de la media registrada por el total de alojamientos turísticos de Andalucía (149,3 días).

• El cierre temporal de plazas ha sido más pronunciado en las **categorías hoteleras** superiores, registrando porcentajes por encima del 54% desde las tres estrellas en adelante, frente a una media del 44,5% en las categorías de una y dos estrellas. La **duración** de estos cierres se ha comportado de manera similar, registrando en algunos casos hasta 40 días de diferencia en la comparativa de categoría superiores con categorías más básicas.



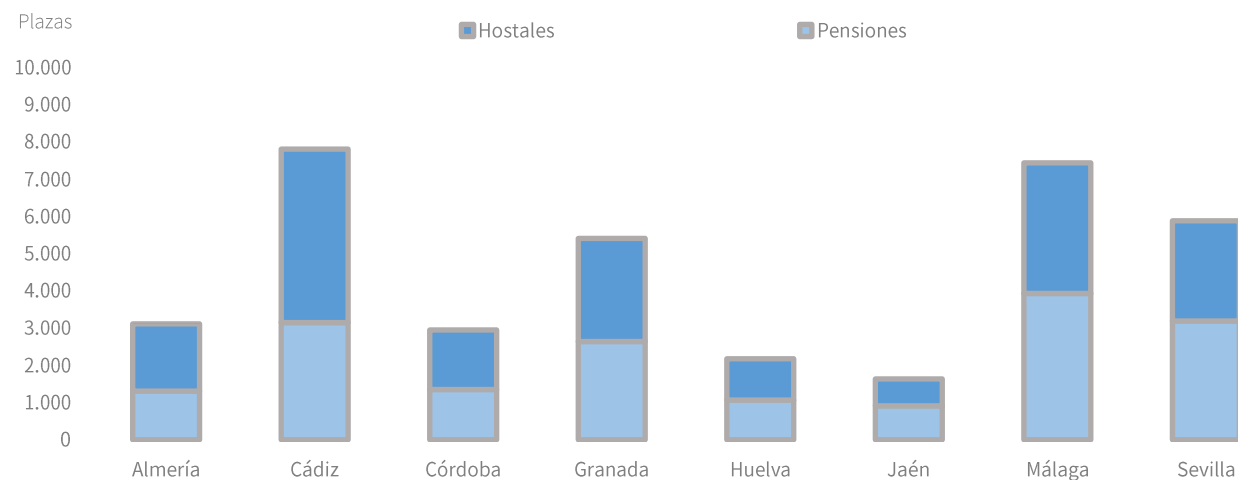
Análisis de la oferta por tipología de alojamiento:

PENSIONES Y HOSTALES

En 2020, los pensiones y hostales de Andalucía han ofertado un total de [36.414 plazas](#), lo que supone un descenso del [-5,6%](#) respecto a la oferta registrada en 2019. Este descenso está vinculado principalmente a la entrada en vigor del Decreto-ley 13/2020 de 18 de mayo, que ha permitido la reclasificación de las pensiones con especialidad de albergue, en ésta última tipología de establecimiento. Por tanto, no se trata de una disminución real de las plazas existentes en las pensiones de Andalucía, sino de su cómputo dentro de otra tipología de alojamiento.

La distribución de las plazas entre las pensiones y [hostales](#) de Andalucía continúa siendo muy equilibrada (48,2% y 51,8%, respectivamente). En Andalucía, Cádiz y Málaga lideran la oferta conjunta de ambas tipologías de alojamiento con participaciones provinciales por encima del 20%, siguiéndoles en importancia la provincia sevillana (16,1%) y la cordobesa (14,9%).

Distribución provincial de capacidad en las pensiones y hostales de Andalucía. Año 2020



Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Covid-19: Cierres temporales

- En 2020, el 47,3% del conjunto de **pensiones y hostales** de Andalucía ha cesado su actividad temporalmente, siendo este porcentaje más comedido que el registrado por los hoteles de la Comunidad (55,2%). Este hecho se repite también al comparar el [cierre temporal](#) de las plazas ofertadas en estas tipologías de alojamiento (47,2% frente a 55,6%) y la [duración](#) de estos cierres, (142,1 días frente a 157,6 días).

- Asimismo, las **pensiones** se han visto más afectadas por el cierre temporal que los **hostales**, hecho que se confirma tanto en el porcentaje de plazas cerradas, como en la duración de este cese de actividad. Así, mientras que las pensiones han visto cerradas el 51,1% de sus plazas por una media de 146,2 días, los hostales han cerrado temporalmente el 43,9% de sus plazas durante una media de 138,4 días.



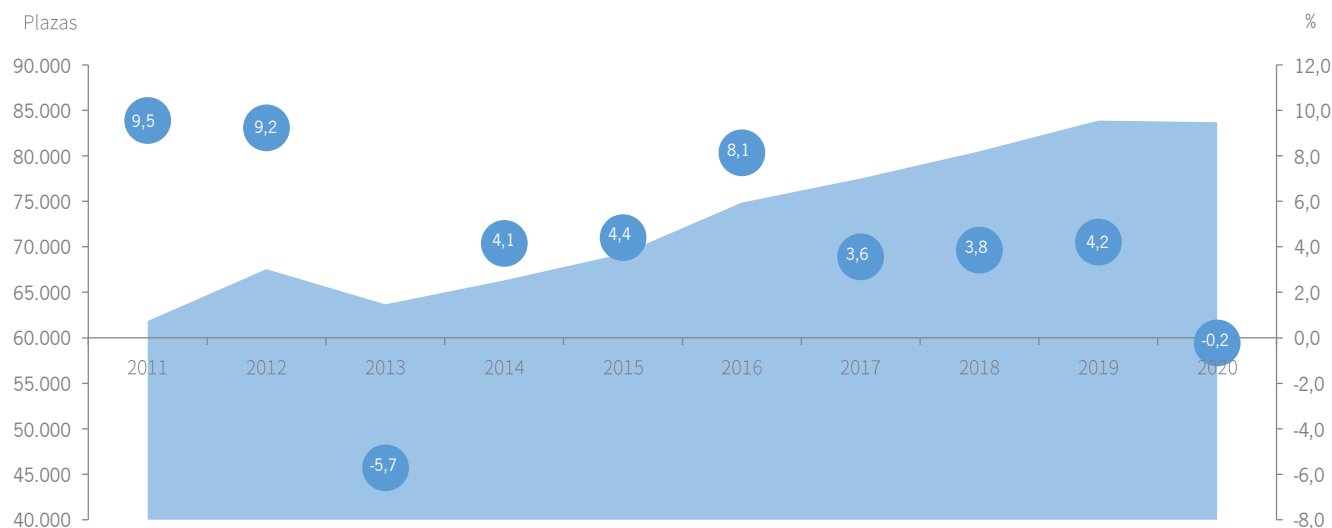
Análisis de la oferta por tipología de alojamiento:

APARTAMENTOS

A 31 de diciembre de 2020, los apartamentos turísticos de Andalucía han contado con un total de **83.692 camas**, lo que supone, tras seis años consecutivos de ascensos, un mantenimiento de las plazas ofertadas un año atrás **(-0, 2%)**. La evolución de las diferentes **categorías** ha sido equilibrada, registrando suaves descensos de las plazas ofertadas en los apartamentos de una y tres llaves (-0,9% y -0,5%, respectivamente) y ligeros incrementos en los de dos y cuatro estrellas (+0,3% y +0,7%, respectivamente). En 2020, los apartamentos de dos llaves han supuesto el 42,6% de las camas, seguidos a gran distancia por los de una y tres llaves (28,5% y 25,3%, respectivamente).

Los apartamentos turísticos de Granada son los que han incrementado sus plazas de manera más acusada (+1,7%), siguiéndoles los de Almería con un ascenso más moderado (+0,8%). Este hecho ha incrementado el peso de esta tipología de establecimientos en ambas provincias (+0,2 puntos), aunque en el conjunto andaluz Málaga continúa liderando la oferta de estas plazas (49,4%).

Evolución de las plazas ofertadas en los apartamentos turísticos de Andalucía. Año 2010-2020



Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Covid-19: Cierres temporales

- El 45,2% de los **apartamentos turísticos de Andalucía** ha cerrado temporalmente sus puertas para hacer frente al fuerte descenso de la demanda turística propiciado por la crisis sanitaria. En cuanto a capacidad, el **cierre temporal** ha afectado al 42,3% de las plazas, siendo éste el porcentaje más bajo del registrado en el total de tipologías de alojamiento turístico. La **duración** media del cierre temporal se ha situado en 134,6 días, justo tras la más baja de Andalucía, registrada en los campings de la Comunidad (125,8 días).

- La **categoría** de tres llaves ha sido la más penalizada por el cierre temporal, ya que ha alcanzado al 50% de sus plazas. El resto de tipologías se han comportado de manera similar, cerrando en torno al 40% de las camas. No obstante, la categoría superior de cuatro llaves es la que ha prolongado por más **tiempo** este cese de actividad (168,5 días), más de un mes en relación al resto de categorías, cuyos cierres han rondado los 134 días.



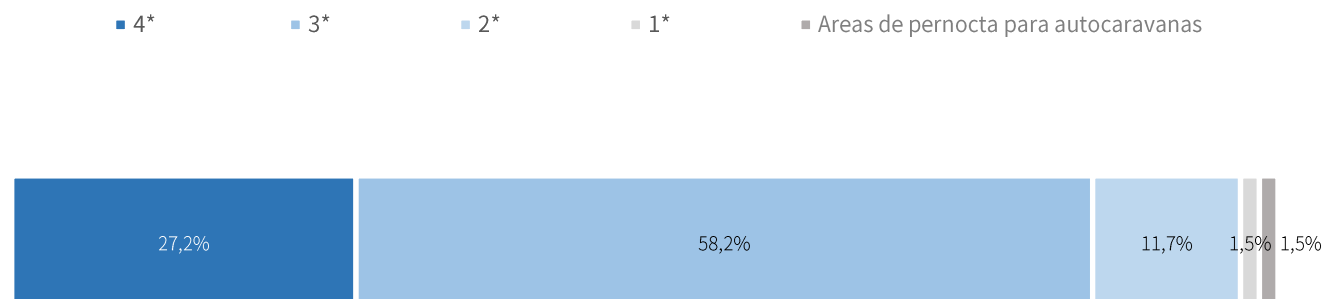
Análisis de la oferta por tipología de alojamiento:

CAMPAMENTOS DE TURISMO

Andalucía ha cerrado 2020 ofertando un total de **83.131 plazas** en campamentos **turísticos**, una cifra muy similar a la registrada el año pasado **(+0,3%)**. El 58,6% de estas plazas se corresponden con la **categoría** intermedia de tres estrellas, seguida a gran distancia por la de cuatro y dos estrellas, que representan al 27,2% y 11,7%, respectivamente. El peso de las plazas ofertadas en los campings de una estrella es similar al registrado en las áreas de pernocta para autocaravanas (1,5%), constituyéndose éstas últimas tras el Decreto 26/2018, de 23 de enero, como un nuevo grupo dentro de la tipología de campamentos de turismo.

En 2020, Almería y Málaga son las únicas provincias que han registrado un leve ascenso en el número de estas plazas (alrededor del +1,2%). No obstante, una de cada cuatro plazas ofertadas en los campamentos de Andalucía se localizan en Cádiz, siguiéndole en orden de importancia Huelva y Málaga, con participaciones muy similares en torno al 18,5%.

Distribución de las plazas ofertadas en los campings de Andalucía según categoría. Año 2020



Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Covid-19: Cierres temporales

- Los **campings andaluces** han sido los alojamientos turísticos, que no sólo han **cerrado temporalmente** un menor porcentaje de sus establecimientos (43,3%), sino que además lo han hecho durante un menor **tiempo** (125,8 días). El cierre de plazas se ha situado en el 47,2%, porcentaje también más discreto que el registrado por el total de alojamientos turísticos de Andalucía (51,2%).

- Los campings de una estrella han sido la **categoría** más afectada por el **cierre temporal**, no sólo en lo que respecta al porcentaje de plazas cerradas sino también a la **duración** del cierre. Así, mientras que estos campings han cerrado temporalmente el 68,2% de sus plazas, el resto de categorías se han situado muy por debajo, con una media en torno al 47%. En cuanto a la duración del cierre, la categoría más básica también ha registrado la más elevada (218,7 días). En este contexto, han sido los campings de tres estrellas los que han conseguido el valor más comedido de esta variable (115 días).



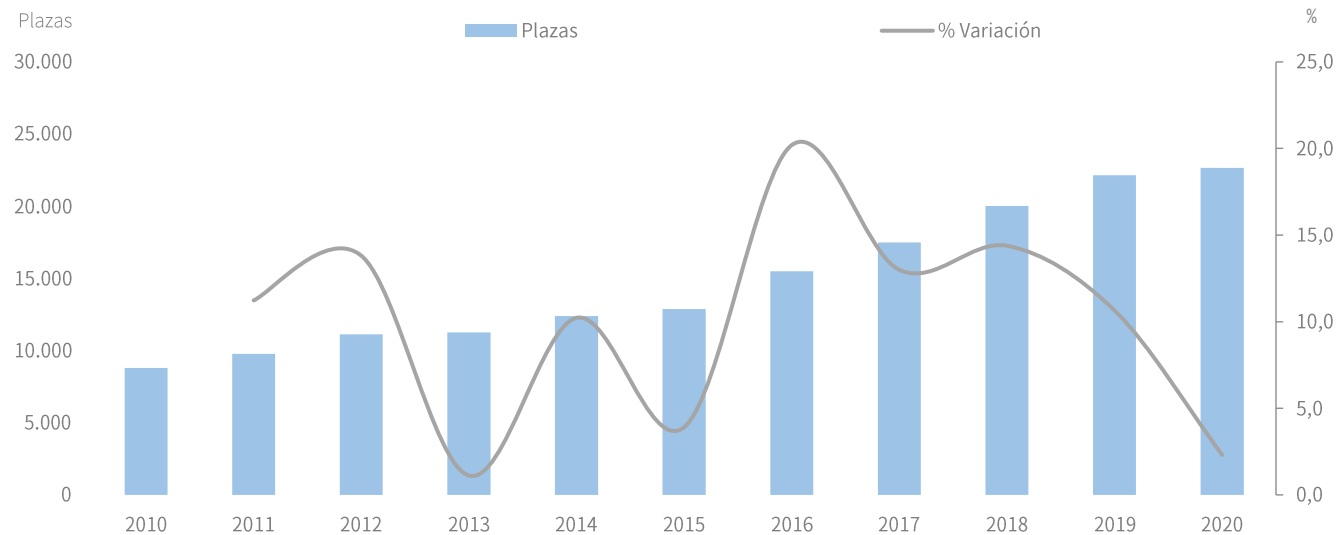
Análisis de la oferta por tipología de alojamiento:

CASAS RURALES

Las casas rurales de Andalucía contabilizan más del doble de plazas que las registradas una década atrás. En 2020, se han ofertado un total de **22.657 plazas** de alojamiento, lo que supone un incremento del **+2,3%** respecto a las camas computadas en 2019. No obstante, este ascenso refleja una notable ralentización del ritmo de crecimiento registrado en esta tipología de alojamiento, donde los incrementos a dos dígitos del número de plazas ofertadas han sido los protagonistas de los últimos cuatro años.

Todas las provincias salvo Cádiz y Jaén han registrado un aumento en la capacidad de estos establecimientos, si bien el más acusado ha sido el de la provincia almeriense (+6,1%). La mayor concentración de estas plazas se localiza en la provincia de Málaga (47,1%), seguida a gran distancia por Córdoba cuya participación en esta tipología de alojamiento es del 11,6%.

Evolución de las plazas ofertadas en las casas rurales de Andalucía. Año 2010-2020



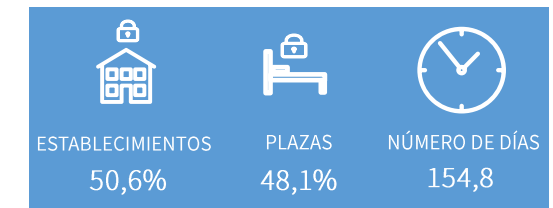
Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Covid-19: Cierres temporales

- Pese a estar ubicadas en entornos rurales, en contacto con la naturaleza o en ambientes poco masificados, el **cierre temporal** también ha sido una estrategia clave de las **casas rurales** para afrontar los efectos de la crisis.

- Así, mientras que el 50,6% de estos establecimientos han dejado de estar disponibles temporalmente para la demanda, el cierre temporal de las plazas se ha situado en el 48,1%. La **duración** del cierre se ha situado en una media de 154,8 días, por encima de la media andaluza (149,3 días).

- La evolución del cierre temporal de plazas en las casas rurales de Andalucía ha seguido una trayectoria muy similar a las de los campings, pero registrando cierres superiores. No obstante, cabe destacar el mes de diciembre, donde las casas rurales han sido la tipología de alojamiento que han reabierto un mayor porcentaje de sus plazas.



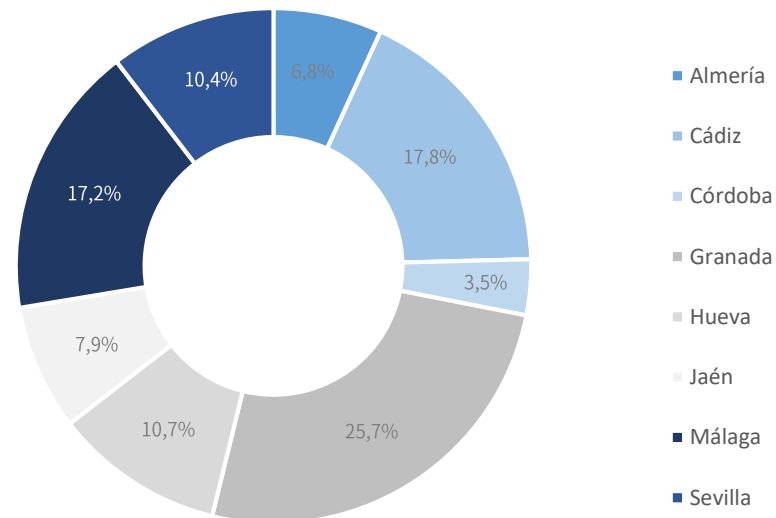
Análisis de la oferta por tipología de alojamiento:

ALBERGUES

En 2020, el Decreto-ley 13/2020 de 18 de mayo ha permitido la recalificación en albergue de aquellas pensiones que poseen esta especialidad. Así, durante este año los albergues de Andalucía han ofertado un total de [5.889 plazas](#), que no sólo incluyen las pertenecientes a la Red Española de Albergues Juveniles (REAJ), sino también las de todas aquellas pensiones que se han reclasificado como albergues a lo largo del año 2020⁹.

Granada localiza una de cada cuatro plazas del total ofertado en esta tipología de alojamiento. Le sigue en orden de importancia Cádiz y Málaga con participaciones en torno al 17,5%, mientras que Huelva y Sevilla también muestran una proporción muy similar de estas plazas, en ambos casos alrededor del 10,5%.

Distribución porcentual de las plazas ofertadas en los albergues de Andalucía. Año 2020



Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

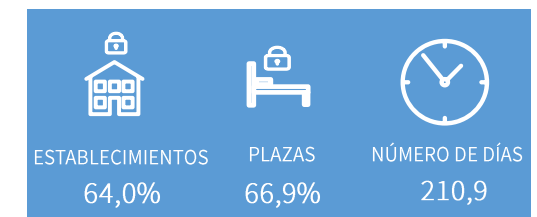
Covid-19: Cierres temporales

• La propia naturaleza de la crisis y las particularidades de cada tipología de establecimiento, han influido de manera directa en las características del [cierre temporal](#).

En este contexto, el albergue ha sido la tipología más penalizada, al tratarse de alojamiento compartido donde prima la convivencia entre huéspedes y grupos.

• En 2020, los albergues han procedido al cierre temporal del 64% de sus establecimientos y al 67% del total de plazas ofertadas. En ambos casos, estos porcentajes coinciden en ser los más elevados en la comparativa con el total de tipologías de establecimiento.

• Como media, estos establecimientos se han mantenido cerrados 211 días, hecho que vuelve a destacar por ser la [duración](#) más elevada en el total de establecimientos turísticos de Andalucía.



⁹Los cambios en la regulación impiden la comparativa de los albergues con el año anterior

Análisis de la oferta por tipología de alojamiento:

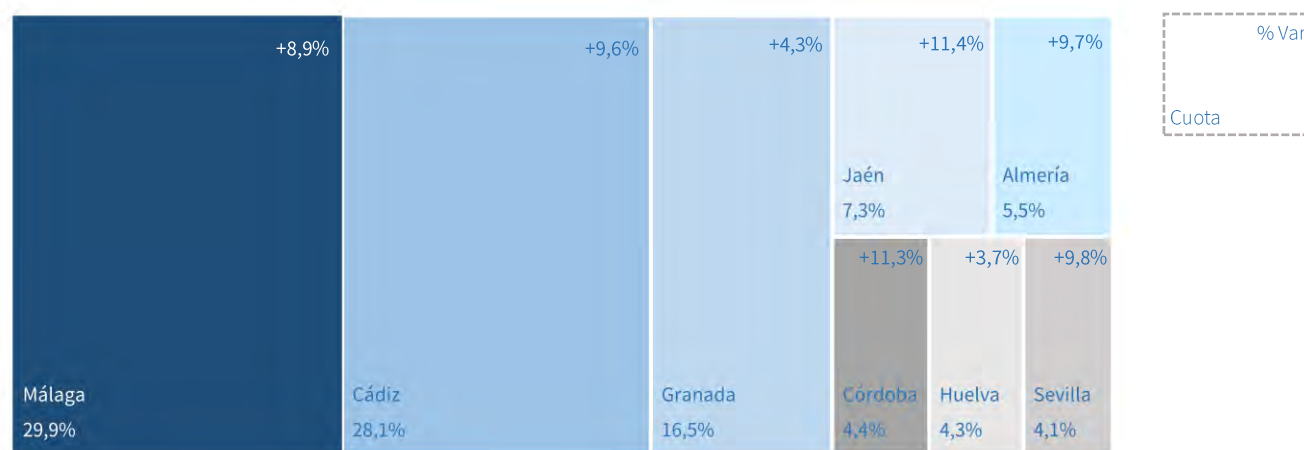
VIVIENDAS TURÍSTICAS DE ALOJAMIENTO RURAL

Pese a la crisis del Covid-19, las viviendas turísticas de alojamiento rural han continuado incrementado el número de sus plazas, aunque de manera mucho más moderada a como lo venían haciendo durante estos últimos años. Así, en 2020 estas viviendas han ofertado **63.311 camas**, lo que supone un incremento del **+8,5%** respecto a 2019, que nada tiene que ver con los ascensos consecutivos a dos dígitos registrados en esta tipología durante los tres últimos años.

Las plazas ofertadas en estas viviendas representan el 6,9% del total de la capacidad de alojamiento turístico de la Comunidad, cuota superior en +0,2 puntos a la registrada en 2019. Tres de cada diez de estas plazas se localizan en la provincia de Málaga, siguiéndole a corta distancia Cádiz con un porcentaje de participación del 28,1%. Todas las provincias han registrado ascensos en estas plazas respecto a 2019, siendo Jaén y Córdoba las que han computado los incrementos más acusados, ambos en torno al 11,3%.

Distribución de las plazas ofertadas en viviendas turísticas de alojamiento rural de Andalucía.

% Variación. Año 2020



Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Puntos clave

- La evolución de las plazas ofertadas en las **viviendas de alojamiento turístico** continúa su tendencia positiva, si bien cabe destacar una ralentización considerable del ritmo de crecimiento registrado desde su incorporación al Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. En 2020, la tasa de crecimiento de estas plazas no alcanza a ser ni siquiera la mitad de la del año pasado.

- El 75,5% de las plazas ofertadas en las viviendas turísticas de alojamiento rural se encuentran en el **interior** de la comunidad y el resto en municipios costeros. No obstante, en el **litoral** se ha registrado un incremento de estas plazas ligeramente superior (+8% y +9,8%, respectivamente).

- Mientras que en la zona costera, destacan **Málaga** y **Cádiz** por registrar un incremento de las plazas por encima del +10%, en el interior son las provincias de **Jaén** y de **Córdoba** las que han mostrado el mayor dinamismo (+11,4%).

63.311 PLAZAS



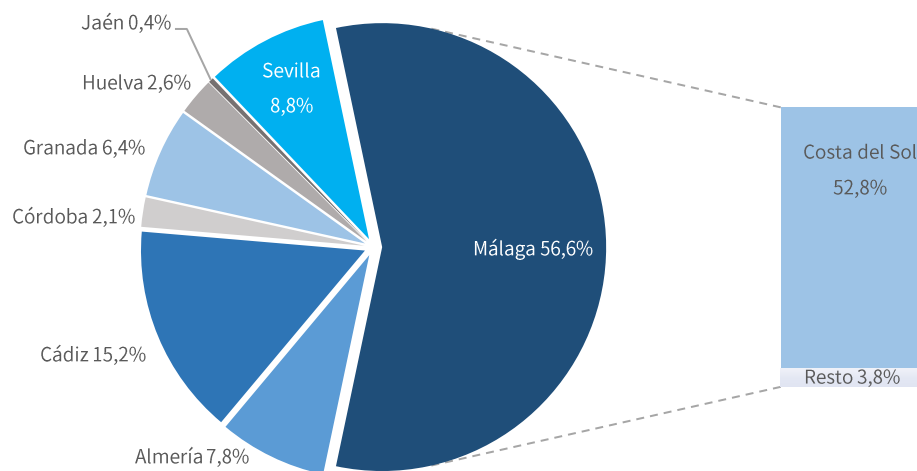
Análisis de la oferta por tipología de alojamiento:

VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS

En el año 2020, el comportamiento de las viviendas con fines turísticos ha sido determinante para saldar con signo positivo la evolución del conjunto global de la oferta de alojamiento (+4,8%). A 31 de diciembre de 2020, las viviendas con fines turísticos de Andalucía han ofertado un total de **368.439 plazas**, que aunque suponen un ascenso del **+11,1%** respecto a las del mismo período del año anterior, muestran un ritmo de crecimiento mucho más comedido.

Las plazas ofertadas en esta tipología de establecimiento suponen un 40% del total de camas turísticas ofertadas en Andalucía, y son las únicas que han incrementado su participación respecto al pasado año (+2,3 puntos). En este contexto, Málaga continúa a la cabeza de Andalucía registrando en la provincia 208.625 plazas, un 56,6% del total de estas camas. Le sigue a gran distancia Cádiz, con una cuota de participación del 15,2%. En términos de evolución, cabe destacar un crecimiento a dos dígitos en todas las provincias salvo en Córdoba y en Granada, donde las plazas han ascendido en torno al +7%.

Distribución porcentual de las plazas ofertadas en las viviendas con fines turísticos. Año 2020



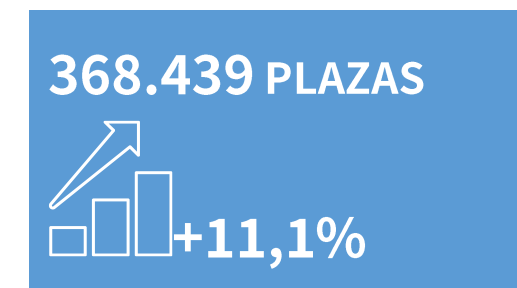
Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Puntos clave

- En 2020, las viviendas con fines turísticos y las viviendas turísticas de alojamiento rural han contribuido de manera muy directa al crecimiento global de la oferta de alojamiento (+4,8%), ya que el resto del alojamiento ha mantenido la cifra de sus camas en los mismos niveles que los registrados el año pasado (+0,1).

- Ocho de cada diez plazas de alojamiento ofertadas en las viviendas con fines turísticos se localizan en el litoral y el resto en el interior. No obstante, la evolución de estas plazas en ambas zonas ha sido muy similar, registrando en ambos casos un crecimiento en torno al 11,3%.

- En la zona costera, todas las provincias salvo Granada y Málaga han registrado incrementos de dos dígitos en el número de plazas ofertadas en esta tipología de alojamiento. Este hecho se repite en el interior de todas las provincias, salvo en Córdoba y Granada donde el ascenso de estas plazas se ha situado alrededor del +6,6%.



Metodología de trabajo

El Registro Estadístico de Turismo de Andalucía (RETA) es un censo de alojamientos turísticos sometido a una actualización continua. Está basado en el Registro de Turismo de Andalucía, directorio de origen administrativo competencia de la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo perteneciente a la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local de la Junta de Andalucía. No obstante, el RETA incorpora información suministrada mensualmente por las Delegaciones Territoriales de Turismo, y al mismo tiempo también es completado y actualizado con otras fuentes de información, en su mayoría procedentes de operaciones estadísticas habituales realizadas por el Sistema de Análisis y Estadística del Turismo en Andalucía (SAETA). Al ser un directorio sometido a una continua actualización, las cifras anuales se revisan durante tres años antes de ser definitivas.

FICHA METODOLÓGICA DE LA OPERACIÓN

Período de referencia	2020
Objetivo	Analizar cuantitativa y cualitativamente la oferta existente en los establecimientos turísticos de Andalucía.
Descripción	Estudio de variables cuantitativas y cualitativas relacionadas con la oferta existente en los establecimientos de alojamiento turístico de Andalucía. Análisis de la distribución de plazas en los establecimientos de alojamiento turístico de la Comunidad.
Población	Alojamientos turísticos de Andalucía
Metodología de trabajo	Mantenimiento, actualización y explotación estadística del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía realizado por el Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA)
Periodicidad	Anual

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Puede consultar más acerca de la metodología de trabajo realizada [a través del siguiente enlace](#)

En el año 2020, el Registro Estadístico de Turismo de Andalucía incorpora algunas particularidades que conviene tener presentes a la hora de conseguir una comprensión total del estudio y del contexto en el que se enmarca:

- El Decreto-ley 13/2020 de 18 de mayo, establece el albergue como un grupo independiente dentro del conjunto de establecimientos hoteleros y posibilita la reclasificación de aquellas pensiones que poseen esta especialidad. Por tanto, en el análisis de la oferta de alojamiento realizado en 2020, la tipología de albergue no sólo incluye los de la Red Española de Albergues Juveniles (REAJ), sino también aquellas pensiones que han sido reclasificadas tras la entrada en vigor de este decreto. Esto justifica la imposibilidad de comparar la cifra de albergues en 2020 con los de 2019. En este contexto, las acusadas tasas de variación registradas en las pensiones de Andalucía, no deben considerarse como una disminución real de las plazas existentes en esta tipología, sino de su cómputo dentro de otra modalidad de alojamiento.
- Asimismo, la regulación de las áreas de pernocta de autocaravanas como grupo específico de los campamentos de turismo constituye una importante novedad. El turismo en autocaravana es una realidad dentro del destino andaluz y es necesario, por lo tanto, ofertar instalaciones en las que esta demanda turística de respuesta a sus necesidades de mantenimiento, suministros y otros servicios primordiales para llevar a cabo una actividad turística respetuosa con el entorno.

ANEXO TABLAS

Tabla 1. Oferta de establecimientos de alojamiento turístico. Total de plazas. Año 2020

TOTAL OFERTA DE ALOJAMIENTO	ALMERIA		CADIZ		CORDOBA		GRANADA		HUELVA		JAEN		MALAGA		SEVILLA		TOTAL	
	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS
HOTELES 5 ESTRELLAS	3	1.080	9	2.633	2	426	9	1.481	2	746	1	81	20	5.883	9	2.058	55	14.388
HOTELES 4 ESTRELLAS	59	24.542	89	25.752	26	3.739	63	15.421	37	19.264	25	2.771	164	59.208	75	16.375	538	167.072
HOTELES 3 ESTRELLAS	22	2.203	67	6.525	29	2.219	91	7.613	17	1.965	44	2.651	138	21.750	54	4.867	462	49.793
HOTELES 2 ESTRELLAS	34	1.471	76	3.220	42	1.755	75	3.823	32	1.711	40	1.427	95	4.711	52	2.286	446	20.404
HOTELES 1 ESTRELLAS	21	706	54	2.054	15	735	29	1.561	10	432	17	452	44	1.203	30	1.185	220	8.328
TOTAL HOTELES Y HOTELES APARTAMENTOS	139	30.002	295	40.184	114	8.874	267	29.899	98	24.118	127	7.382	461	92.755	220	26.771	1.721	259.985
ALBERGUES*	3	402	9	1.046	1	206	18	1.516	6	629	7	464	5	1.012	4	614	53	5.889
CASAS RURALES	165	1.400	105	1.064	245	2.628	172	1.708	150	1.191	194	1.910	1.598	10.676	194	2.080	2.823	22.657
VIVIENDAS TURÍSTICAS DE ALOJAMIENTO RURAL	613	3.492	2.718	17.772	372	2.778	1.576	10.424	423	2.695	693	4.622	2.834	18.961	330	2.567	9.559	63.311
VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS	5.806	28.696	10.418	56.181	1.553	7.806	4.452	23.700	1.784	9.729	277	1.353	39.556	208.625	6.543	32.349	70.389	368.439
PENSIONES	49	1.304	99	3.147	46	1.354	103	2.639	40	1.062	37	910	122	3.931	92	3.195	588	17.542
HOSTAL 2 ESTRELLAS	18	818	45	1.462	17	635	42	1.505	19	664	9	279	51	1.813	20	863	221	8.039
HOSTAL 1 ESTRELLA	38	992	114	3.204	36	961	42	1.270	18	450	17	441	63	1.693	66	1.822	394	10.833
TOTAL HOSTALES	56	1.810	159	4.666	53	1.596	84	2.775	37	1.114	26	720	114	3.506	86	2.685	615	18.872
APARTAMENTOS 4 LLAVES	0	0	1	150	0	0	2	68	1	428	0	0	3	2.312	0	0	7	2.958
APARTAMENTOS 3 LLAVES	3	2.908	10	500	5	195	32	1.999	3	1.681	4	104	60	11.643	13	2.138	130	21.168
APARTAMENTOS 2 LLAVES	44	4.744	72	3.223	28	921	96	3.212	26	2.237	46	1.197	300	17.312	100	2.834	712	35.680
APARTAMENTOS 1 LLAVE	62	4.741	75	3.328	18	430	72	2.225	11	478	46	1.114	226	10.084	72	1.486	582	23.886
TOTAL APARTAMENTOS	109	12.393	158	7.201	51	1.546	202	7.504	41	4.824	96	2.415	589	41.351	185	6.458	1.431	83.692
CAMPING 5 ESTRELLAS																		
CAMPING 4 ESTRELLAS	1	1.016	6	6.550	0	0	4	2.099	4	8.154	1	336	7	4.452	0	0	23	22.607
CAMPING 3 ESTRELLAS	13	6.524	23	13.498	9	4.064	16	5.068	7	8.078	3	512	15	8.159	5	2.446	91	48.349
CAMPING 2 ESTRELLAS	8	1.268	3	1.042	3	470	4	909	0	0	11	3.456	12	2.293	1	272	42	9.710
CAMPING 1 ESTRELLA	3	457	1	135	0	0	1	10	0	0	1	166	3	476	0	0	9	1.244
ÁREA DE PERNOCTA AUTOCARAVANAS	5	528	0	0	0	0	0	0	1	210	0	0	3	483	0	0	9	1.221
CAMPAMENTOS DE TURISMO	30	9.793	33	21.225	12	4.534	25	8.086	12	16.442	16	4.470	40	15.863	6	2.718	174	83.131
TOTAL ALOJAMIENTOS	6.970	89.292	13.994	152.486	2.447	31.322	6.899	88.251	2.591	61.804	1.473	24.246	45.319	396.680	7.660	79.437	87.353	923.518

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía

Última fecha de actualización: Enero 2021

Albergues*: Las cifras incluyen también aquellos pertenecientes a la Red Española de Albergues Juveniles (REAJ)

Tabla 2. % Variación registrado en los establecimientos de alojamiento turístico.
Total de plazas. Año 2020/2019

TOTAL OFERTA DE ALOJAMIENTO	ALMERÍA	CÁDIZ	CÓRDOBA	GRANADA	HUELVA	JAÉN	MÁLAGA	SEVILLA	TOTAL
TOTAL HOTELES Y HOTELES APARTAMENTOS	0,3	0,8	0,0	-0,5	1,5	0,3	-0,5	0,2	0,1
ALBERGUES*									
CASAS RURALES	6,1	-1,6	0,3	4,5	3,1	-2,6	3,0	3,6	2,3
VIVIENDAS TURÍSTICAS DE ALOJAMIENTO RURAL	9,7	9,6	11,3	4,3	3,7	11,4	8,9	9,8	8,5
VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS	13,3	13,6	6,5	7,7	20,0	25,3	10,2	11,8	11,1
PENSIONES	-19,6	-11,8	-3,5	-22,3	-22,8	-10,1	-6,2	-5,5	-12,1
TOTAL HOSTALES	4,3	1,1	3,6	-5,1	3,9	2,0	2,2	2,6	1,3
TOTAL APARTAMENTOS	0,8	0,1	0,1	1,7	0,0	-0,7	-0,9	-0,5	-0,2
CAMPAMENTOS DE TURISMO	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0	0,3
TOTAL ALOJAMIENTOS	4,6	5,9	2,5	2,4	3,6	3,3	5,5	4,9	4,8

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Cifra provisional. Última fecha de actualización: Enero 2021

*Albergues: Las cifras incluyen también aquellos pertenecientes a la Red Española de Albergues Juveniles (REAJ)

Tabla 3. Cuota de participación provincial de la oferta de alojamiento turístico. Año 2020

Tipologías de alojamiento	Almería (%)	Cádiz (%)	Córdoba (%)	Granada (%)	Huelva (%)	Jaén (%)	Málaga (%)	Sevilla (%)	Total
TOTAL HOTELES Y HOTELES APARTAMENTOS	33,6	26,4	28,3	33,9	39,0	30,4	23,4	33,7	28,2
ALBERGUES*	0,5	0,7	0,7	1,7	1,0	1,9	0,3	0,8	0,6
CASAS RURALES	1,6	0,7	8,4	1,9	1,9	7,9	2,7	2,6	2,5
VTAR	3,9	11,7	8,9	11,8	4,4	19,1	4,8	3,2	6,9
VFT	32,1	36,8	24,9	26,9	15,7	5,6	52,6	40,7	39,9
PENSIONES Y HOSTALES	3,5	5,1	9,4	6,1	3,5	6,7	1,9	7,4	3,9
TOTAL APARTAMENTOS	13,9	4,7	4,9	8,5	7,8	10,0	10,4	8,1	9,1
CAMPAMENTOS DE TURISMO	11,0	13,9	14,5	9,2	26,6	18,4	4,0	3,4	9,0
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente. Registro Estadístico de Turismo de Andalucía

Última fecha de actualización: Enero 2021

Albergues*: Las cifras incluyen también aquellos pertenecientes a la Red Española de Albergues Juveniles (REAJ)

Tabla 4. Categoría de establecimientos hoteleros: Hoteles

HOTELES	Nº Plazas	Cuota (%)	% Var (20/19)
5 ESTRELLAS	14.388	5,5	2,9
4 ESTRELLAS	167.072	64,3	0,1
3 ESTRELLAS	49.793	19,2	0,1
2 ESTRELLAS	20.404	7,8	-3,5
1 ESTRELLA	8.328	3,2	4,7
TOTAL	259.985	100	0,1

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Tabla 5. Categorías de establecimientos hoteleros: Hostales

HOSTALES	Nº Plazas	Cuota (%)	% Var (20/19)
2 ESTRELLAS	8.039	42,6	-3,6
1 ESTRELLA	10.833	57,4	5,2
TOTAL	18.872	100,0	1,3

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Tabla 6. Otras categorías de alojamiento turístico: Apartamentos

APARTAMENTOS	Nº Plazas	Cuota (%)	% Var (20/19)
4 LLAVES	2.958	3,5	0,7
3 LLAVES	21.168	25,3	-0,5
2 LLAVES	35.680	42,6	0,3
1 LLAVE	23.886	28,5	-0,9
TOTAL	83.692	100	-0,2

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Tabla 7. Otras categorías de alojamiento turístico: Campamentos de turismo

CAMPINGS	Nº Plazas	Cuota (%)	% Var (20/19)
5 ESTRELLAS	0	0,0	-
4 ESTRELLAS	22.607	27,6	0,0
3 ESTRELLAS	48.349	59,0	-1,4
2 ESTRELLAS	9.710	11,9	5,5
1 ESTRELLA	1.244	1,5	19,2
ÁREA DE PERNOCTA	1.221	1,5	28,4
TOTAL	81.910	100	0,3

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Tabla 8. Oferta de establecimientos de alojamiento turístico. Total de plazas en el interior.
Año 2020

INTERIOR OFERTA DE ALOJAMIENTO	ALMERIA		CADIZ		CORDOBA		GRANADA		HUELVA		JAEN		MALAGA		SEVILLA		TOTAL	
	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS
HOTELES 5 ESTRELLAS	1	254	3	516	2	426	9	1.481	0	0	1	81	3	397	9	2.058	28	5.213
HOTELES 4 ESTRELLAS	1	98	23	2.755	26	3.739	52	11.130	2	345	25	2.771	32	2.586	75	16.375	236	39.799
HOTELES 3 ESTRELLAS	7	496	14	645	29	2.219	84	6.481	5	227	44	2.651	40	1.883	54	4.867	277	19.469
HOTELES 2 ESTRELLAS	5	269	32	1.254	42	1.755	69	3.472	12	518	40	1.427	35	1.110	52	2.286	287	12.091
HOTELES 1 ESTRELLAS	10	265	19	778	15	735	20	1.123	7	291	17	452	23	636	30	1.185	141	5.465
TOTAL HOTELES Y HOTELES APARTAMENTOS	24	1.382	91	5.948	114	8.874	234	23.687	26	1.381	127	7.382	133	6.612	220	26.771	969	82.037
ALBERGUES	0	0	5	517	1	206	18	1.516	2	91	7	464	1	202	4	614	38	3.610
CASAS RURALES	113	981	79	773	245	2.628	166	1.656	138	969	194	1.910	1.233	8.297	194	2.080	2.362	19.294
VIVIENDAS TURÍSTICAS DE ALOJAMIENTO RURAL	352	2.227	991	6.835	372	2.778	1.482	9.878	387	2.422	693	4.622	2.461	16.454	330	2.567	7.068	47.783
VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS	118	633	740	3.753	1.553	7.806	2.979	15.416	46	307	277	1.353	2.324	13.881	6.543	32.349	14.580	75.498
PENSIONES	15	320	17	735	46	1.354	92	2.348	23	587	37	910	33	804	92	3.195	355	10.253
HOSTAL 2 ESTRELLAS	2	36	7	134	17	635	30	1.106	8	218	9	279	13	387	20	863	106	3.658
HOSTAL 1 ESTRELLA	8	181	13	279	36	961	33	943	6	133	17	441	14	246	66	1.822	193	5.006
TOTAL HOSTALES	10	217	20	413	53	1.596	63	2.049	14	351	26	720	27	633	86	2.685	299	8.664
APARTAMENTOS 4 LLAVES	0	0	0	0	0	0	2	68	0	0	0	0	0	0	0	0	2	68
APARTAMENTOS 3 LLAVES	1	22	1	16	5	195	28	897	0	0	4	104	3	180	13	2.138	55	3.552
APARTAMENTOS 2 LLAVES	7	228	14	400	28	921	89	2.969	5	128	46	1.197	26	951	100	2.834	315	9.628
APARTAMENTOS 1 LLAVE	5	111	18	427	18	430	67	2.034	4	98	46	1.114	36	1.044	72	1.486	266	6.744
TOTAL APARTAMENTOS	13	361	33	843	51	1.546	186	5.968	9	226	96	2.415	65	2.175	185	6.458	638	19.992
CAMPING 5 ESTRELLAS																		
CAMPING 4 ESTRELLAS	0	0	1	1.248	0	0	3	955	1	505	1	336	2	751	0	0	8	3.795
CAMPING 3 ESTRELLAS	3	781	4	1.059	9	4.064	12	3.166	2	412	3	512	4	823	5	2.446	42	13.263
CAMPING 2 ESTRELLAS	3	726	2	826	3	470	1	60	0	0	11	3.456	11	2.168	1	272	32	7.978
CAMPING 1 ESTRELLA	2	330	1	135	0	0	1	10	0	0	1	166	2	276	0	0	7	917
ÁREA DE PERNOCTA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CAMPAMENTOS DE TURISMO	8	1.837	8	3.268	12	4.534	17	4.191	3	917	16	4.470	19	4.018	6	2.718	89	25.953
TOTAL ALOJAMIENTOS	653	7.958	1.984	23.085	2.447	31.322	5.237	66.709	648	7.251	1.473	24.246	6.296	53.076	7.660	79.437	26.398	293.084

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SACTA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Cifras provisionales. Última fecha de actualización: Enero 2021

Tabla 9. % Variación registrado en los establecimientos de alojamiento turístico.
Total de plazas en el interior. Año 2020/2019

INTERIOR	ALMERÍA	CÁDIZ	CÓRDOBA	GRANADA	HUELVA	JAÉN	MÁLAGA	SEVILLA	TOTAL
OFERTA DE ALOJAMIENTO									
TOTAL HOTELES Y HOTELES APARTAMENTOS	2,6	1,2	0,0	0,1	22,9	0,3	-9,4	0,2	-0,3
ALBERGUES	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CASAS RURALES	6,5	-0,5	0,3	4,7	0,4	-2,6	2,1	3,6	1,8
VIVIENDAS TURÍSTICAS DE ALOJAMIENTO RURAL	10,2	8,6	11,3	4,1	4,4	11,4	8,8	9,8	8,0
VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS	36,1	16,7	6,5	6,6	40,8	25,3	16,0	11,8	11,6
PENSIONES	-28,3	-19,5	-3,5	-24,4	-8,0	-10,1	-3,5	-5,5	-12,6
TOTAL HOSTALES	0,0	-5,3	3,6	-4,3	0,0	2,0	12,2	2,6	1,1
TOTAL APARTAMENTOS	0,0	3,3	0,1	2,2	0,0	-0,7	3,5	-0,5	0,9
TOTAL CAMPING	29,4	-0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	-6,8	0,0	0,5
TOTAL ALOJAMIENTOS	10,6	5,1	2,5	2,3	7,3	3,3	5,0	4,9	4,2

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Cifras provisionales. Última fecha de actualización: Enero 2021

Tabla 10. Oferta de establecimientos de alojamiento turístico. Total de plazas en el litoral.

Año 2020

LITORAL OFERTA DE ALOJAMIENTO	ALMERIA		CADIZ		CORDOBA		GRANADA		HUELVA		JAEN		MALAGA		SEVILLA		TOTAL	
	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS
HOTELES 5 ESTRELLAS	2	826	6	2.117	0	0	0	0	2	746	0	0	17	5.486	0	0	27	9.175
HOTELES 4 ESTRELLAS	58	24.444	66	22.997	0	0	11	4.291	35	18.919	0	0	132	56.622	0	0	302	127.273
HOTELES 3 ESTRELLAS	15	1.707	53	5.880	0	0	7	1.132	12	1.738	0	0	98	19.867	0	0	185	30.324
HOTELES 2 ESTRELLAS	29	1.202	44	1.966	0	0	6	351	20	1.193	0	0	60	3.601	0	0	159	8.313
HOTELES 1 ESTRELLAS	11	441	35	1.276	0	0	9	438	3	141	0	0	21	567	0	0	79	2.863
TOTAL HOTELES Y HOTELES APARTAMENTOS	115	28.620	204	34.236	0	0	33	6.212	72	22.737	0	0	328	86.143	0	0	752	177.948
ALBERGUES	3	402	4	529	0	0	0	0	4	538	0	0	4	810	0	0	15	2.279
CASAS RURALES	52	419	26	291	0	0	6	52	12	222	0	0	365	2.379	0	0	461	3.363
VIVIENDAS TURÍSTICAS DE ALOJAMIENTO RURAL	261	1.265	1.727	10.937	0	0	94	546	36	273	0	0	373	2.507	0	0	2.491	15.528
VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS	5.688	28.063	9.678	52.428	0	0	1.473	8.284	1.738	9.422	0	0	37.232	194.744	0	0	55.809	292.941
PENSIONES	34	984	82	2.412	0	0	11	291	17	475	0	0	89	3.127	0	0	233	7.289
HOSTAL 2 ESTRELLAS	16	782	38	1.328	0	0	12	399	11	446	0	0	38	1.426	0	0	115	4.381
HOSTAL 1 ESTRELLA	30	811	101	2.925	0	0	9	327	12	317	0	0	49	1.447	0	0	201	5.827
TOTAL HOSTALES	46	1.593	139	4.253	0	0	21	726	23	763	0	0	87	2.873	0	0	316	10.208
APARTAMENTOS 4 LLAVES	0	0	1	150	0	0	0	0	1	428	0	0	3	2.312	0	0	5	2.890
APARTAMENTOS 3 LLAVES	2	2.886	9	484	0	0	4	1.102	3	1.681	0	0	57	11.463	0	0	75	17.616
APARTAMENTOS 2 LLAVES	37	4.516	58	2.823	0	0	7	243	21	2.109	0	0	274	16.361	0	0	397	26.052
APARTAMENTOS 1 LLAVE	57	4.630	57	2.901	0	0	5	191	7	380	0	0	190	9.040	0	0	316	17.142
TOTAL APARTAMENTOS	96	12.032	125	6.358	0	0	16	1.536	32	4.598	0	0	524	39.176	0	0	793	63.700
CAMPING 5 ESTRELLAS																		
CAMPING 4 ESTRELLAS	1	1.016	5	5.302	0	0	1	1.144	3	7.649	0	0	5	3.701	0	0	15	18.812
CAMPING 3 ESTRELLAS	10	5.743	19	12.439	0	0	4	1.902	5	7.666	0	0	11	7.336	0	0	49	35.086
CAMPING 2 ESTRELLAS	5	542	1	216	0	0	3	849	0	0	0	0	1	125	0	0	10	1.732
CAMPING 1 ESTRELLA	1	127	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	200	0	0	2	327
ÁREA DE PERNOCTA	5	528	0	0	0	0	0	0	1	210	0	0	3	483	0	0	9	1.221
CAMPAMENTOS DE TURISMO	22	7.956	25	17.957	0	0	8	3.895	9	15.525	0	0	21	11.845	0	0	85	57.178
TOTAL ALOJAMIENTOS	6.317	81.334	12.010	129.401	0	0	1.662	21.542	1.943	54.553	0	0	39.023	343.604	0	0	60.955	630.434

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Cifras provisionales. Última fecha de actualización: Enero 2021

Tabla 11. % Variación registrado en los establecimientos de alojamiento turístico.
Total de plazas en el litoral. Año 2020/2019

LITORAL OFERTA DE ALOJAMIENTO	ALMERÍA	CÁDIZ	CÓRDOBA	GRANADA	HUELVA	JAÉN	MÁLAGA	SEVILLA	TOTAL
TOTAL HOTELES Y HOTELES APARTAMENTOS	0,2	0,8		-2,7	0,4		0,3		0,3
ALBERGUES	-	-		-	-		-		-
CASAS RURALES	5,0	-4,3		0,0	16,8		6,3		5,6
VIVIENDAS TURÍSTICAS DE ALOJAMIENTO RURAL	8,7	10,3		8,3	-1,8		10,1		9,8
VIVIENDAS CON FINES TURÍSTICOS	12,9	13,3		9,7	19,4		9,9		11,0
PENSIONES	-16,3	-9,2		0,0	-35,5		-6,9		-11,3
TOTAL HOSTALES	4,9	1,8		-7,2	5,8		0,2		1,4
TOTAL APARTAMENTOS	0,9	-0,3		-0,5	0,0		-1,1		-0,6
TOTAL CAMPING	-3,6	0,0		0,0	0,0		4,1		0,3
TOTAL ALOJAMIENTOS	4,0	6,1		2,6	3,1		5,5		5,1

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Cifras provisionales. Última fecha de actualización: Enero 2021

CIERRE TEMPORAL EN LAS PROVINCIAS ANDALUZAS

Tabla 12. Porcentaje de cierre temporal de plazas de alojamiento turístico. Año 2020

TOTAL DEL CIERRE TEMPORAL DE PLAZAS DE ALOJAMIENTO	ALMERÍA	CÁDIZ	CÓRDOBA	GRANADA	HUELVA	JAÉN	MÁLAGA	SEVILLA	TOTAL
TOTAL ALOJAMIENTOS	60,3	50,7	47,3	53,6	47,9	46,9	50,2	48,2	51,2

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Tabla 13. Número medio de días de cierre temporal. Año 2020

DURACIÓN DEL CIERRE TEMPORAL DE PLAZAS	ALMERÍA	CÁDIZ	CÓRDOBA	GRANADA	HUELVA	JAÉN	MÁLAGA	SEVILLA	TOTAL
TOTAL ALOJAMIENTOS	146,8	150,3	142,8	156,7	140,5	145,5	151,7	145,7	149,3

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

CIERRE TEMPORAL EN LAS DIFERENTES TIPOLOGÍAS DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

Tabla 14. Porcentaje de cierre temporal de plazas de alojamiento turístico. Total de tipologías.

Año 2020

TOTAL DEL CIERRE TEMPORAL DE PLAZAS DE ALOJAMIENTO	ANDALUCÍA
TOTAL HOTELES Y HOTELES APARTAMENTOS	55,6
PENSIONES	51,1
TOTAL HOSTALES	43,9
ALBERGUES*	66,9
CASAS RURALES	48,1
TOTAL APARTAMENTOS	42,3
CAMPAMENTOS DE TURISMO	47,2
TOTAL ALOJAMIENTOS	51,2

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Albergues*: Las cifras incluyen también aquellos pertenecientes a la Red Española de Albergues Juveniles (REAJ)

Tabla 15. Porcentaje de cierre temporal de plazas según categoría hotelera. Año 2020

TOTAL DEL CIERRE TEMPORAL DE PLAZAS DE ALOJAMIENTO HOTELES Y HOTELES-APARTAMENTO	ANDALUCÍA
5 ESTRELLAS	56,3
4 ESTRELLAS	57,9
3 ESTRELLAS	54,3
2 ESTRELLAS	45,6
1 ESTRELLA	43,7
TOTAL	55,6

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Tabla 16. Porcentaje de cierre temporal de plazas según categoría de apartamento turístico.
Año 2020

TOTAL DEL CIERRE TEMPORAL DE PLAZAS DE ALOJAMIENTO APARTAMENTOS TURÍSTICOS	ANDALUCÍA
4 LLAVES	39,6
3 LLAVES	50,3
2 LLAVES	40,2
1 LLAVE	38,5
TOTAL	42,3

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Tabla 17. Porcentaje de cierre temporal de plazas según categoría de camping. Año 2020

TOTAL DEL CIERRE TEMPORAL DE PLAZAS DE ALOJAMIENTO CAMPINGS	ANDALUCÍA
5 ESTRELLAS	-
4 ESTRELLAS	45,5
3 ESTRELLAS	47,6
2 ESTRELLAS	47,8
1 ESTRELLA	68,2
TOTAL	47,2

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Tabla 18. Número medio de días de cierre temporal según tipología. Año 2020

DURACIÓN DEL CIERRE TEMPORAL DE PLAZAS	ANDALUCÍA
TOTAL HOTELES Y HOTELES APARTAMENTOS	157,6
PENSIONES	146,2
HOSTALES	138,4
ALBERGUES*	210,9
CASAS RURALES	154,8
TOTAL APARTAMENTOS	134,6
CAMPAMENTOS DE TURISMO	125,8
TOTAL ALOJAMIENTOS	149,3

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Albergues*: Las cifras incluyen también aquellos pertenecientes a la Red Española de Albergues Juveniles (REAJ)

Tabla 19. Número medio de días de cierre temporal según categoría hotelera. Año 2020

DURACIÓN DEL CIERRE TEMPORAL DE PLAZAS HOTELES Y HOTELES-APARTAMENTO	ANDALUCÍA
5 ESTRELLAS	186,6
4 ESTRELLAS	168,0
3 ESTRELLAS	161,1
2 ESTRELLAS	145,3
1 ESTRELLA	146,6
TOTAL	157,6

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Tabla 20. Número medio de días de cierre temporal según categoría de apartamento turístico. Año 2020

DURACIÓN DEL CIERRE TEMPORAL DE PLAZAS APARTAMENTOS TURÍSTICOS	ANDALUCÍA
4 LLAVES	168,5
3 LLAVES	133,2
2 LLAVES	133,8
1 LLAVE	135,2
TOTAL	134,6

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Tabla 21. Número medio de días de cierre temporal según categoría de camping. Año 2020

DURACIÓN DEL CIERRE TEMPORAL DE PLAZAS CAMPINGS	ANDALUCÍA
5 ESTRELLAS	-
4 ESTRELLAS	135,6
3 ESTRELLAS	115,0
2 ESTRELLAS	135,0
1 ESTRELLA	218,7
TOTAL	125,8

Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía



Empresas en el sector turístico de Andalucía

Año 2020

Oferta Turística de Andalucía



Entorno empresarial de Andalucía.

1. Principales claves
2. Contexto
3. Evolución
4. Pymes
5. Estructura
6. Distribución territorial
7. Principales indicadores
8. Cifras más relevantes

Metodología de trabajo

Anexo de tablas

Principales claves

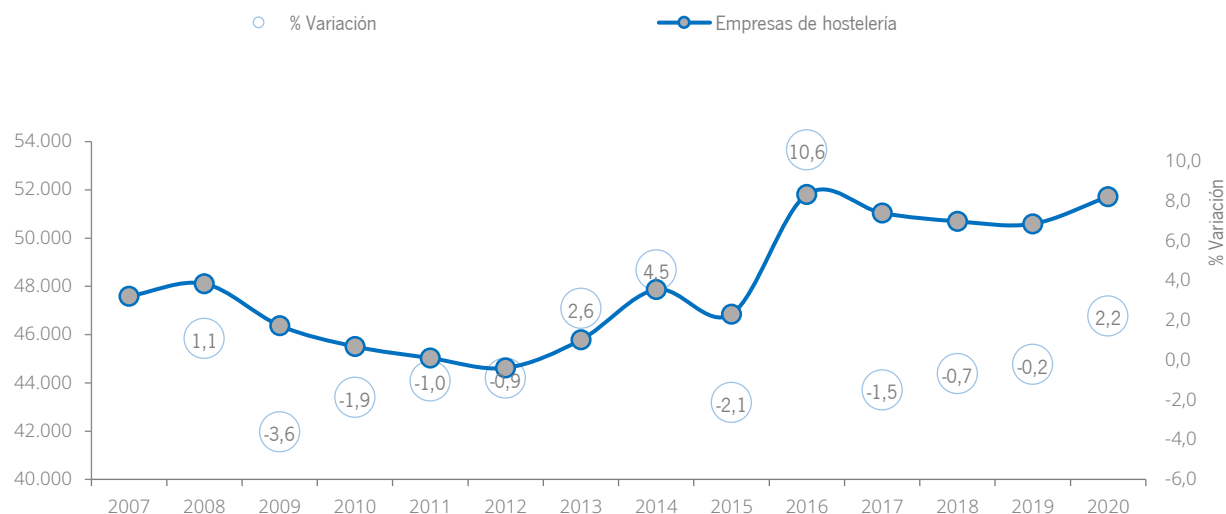
1. Según el Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía elaborado por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), a 1 de enero de 2020, Andalucía computa un total de 75.541 empresas turísticas, lo que supone un incremento del +2,8% respecto al número de estas empresas registradas un año antes. En el ámbito de la **hostelería** esta cifra ha ascendido a 51.720 empresas, un +2,2% más de lo contabilizado a 1 de enero de 2019.
2. Aunque el peso del **turismo** en el total de la economía andaluza se mantiene, las empresas de **hostelería** continúan perdiendo participación en el conjunto de empresas que desarrollan actividades vinculadas al turismo. En 2020, esta cuota supone el 68,5% de las empresas turísticas, habiendo descendido por tener año consecutivo, concretamente -0,4 puntos.
3. El peso de las pequeñas y medianas empresas (**pymes**) en el sector empresarial de Andalucía es incuestionable, ya que el 99,9% de las empresas que desarrollan su actividad en la Comunidad se corresponde con empresas de estos tamaños. Este porcentaje de pymes es similar en el total de empresas turísticas y de restauración, destacando el año 2020 por registrar crecimientos generalizados tanto en las empresas pequeñas como en las medianas. Concretamente éstas últimas, son las que han registrado el ascenso más acusado: +8,6% en el total de empresas turísticas y +10,2% en el caso de las de hostelería.
4. La **tasa de entrada** en la **hostelería** (18,2%) se ha situado por encima de la **tasa de salida** de este sector (16%) generando una **tasa neta** de signo positivo (2,2%), pero ligeramente inferior a la registrada en el total de empresas turísticas (2,8%) y en el total de empresas que operan en Andalucía (2,5%).

Contexto empresarial en Andalucía

Según el Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía elaborado por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), a 1 de enero de 2020 el [total de empresas con actividad económica en la Comunidad](#) ha ascendido a 518.465, lo que supone un incremento del +2,4% respecto a las cifras registradas el año anterior. Este ascenso es el más acusado desde 2013, año en el que se registró el último descenso de esta variable en Andalucía (-0,7%) tras la crisis económica iniciada en 2008.

Las empresas que han desarrollado [actividades relacionadas con el turismo](#) han registrado respecto a 2019 un incremento del +2,8%, cerrando el período con un total de 75.541 empresas. Del total de estas empresas turísticas, 51.720 se dedican a la [hostelería](#), cifra que no sólo registra el primer crecimiento (+2,2%) tras tres años consecutivos de descenso, sino que sitúa el número de estas empresas en los mismos niveles de 2016.

Evolución del número de empresas de hostelería con actividad en Andalucía. Año 2007-2020.



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía (IECA)

Puntos clave

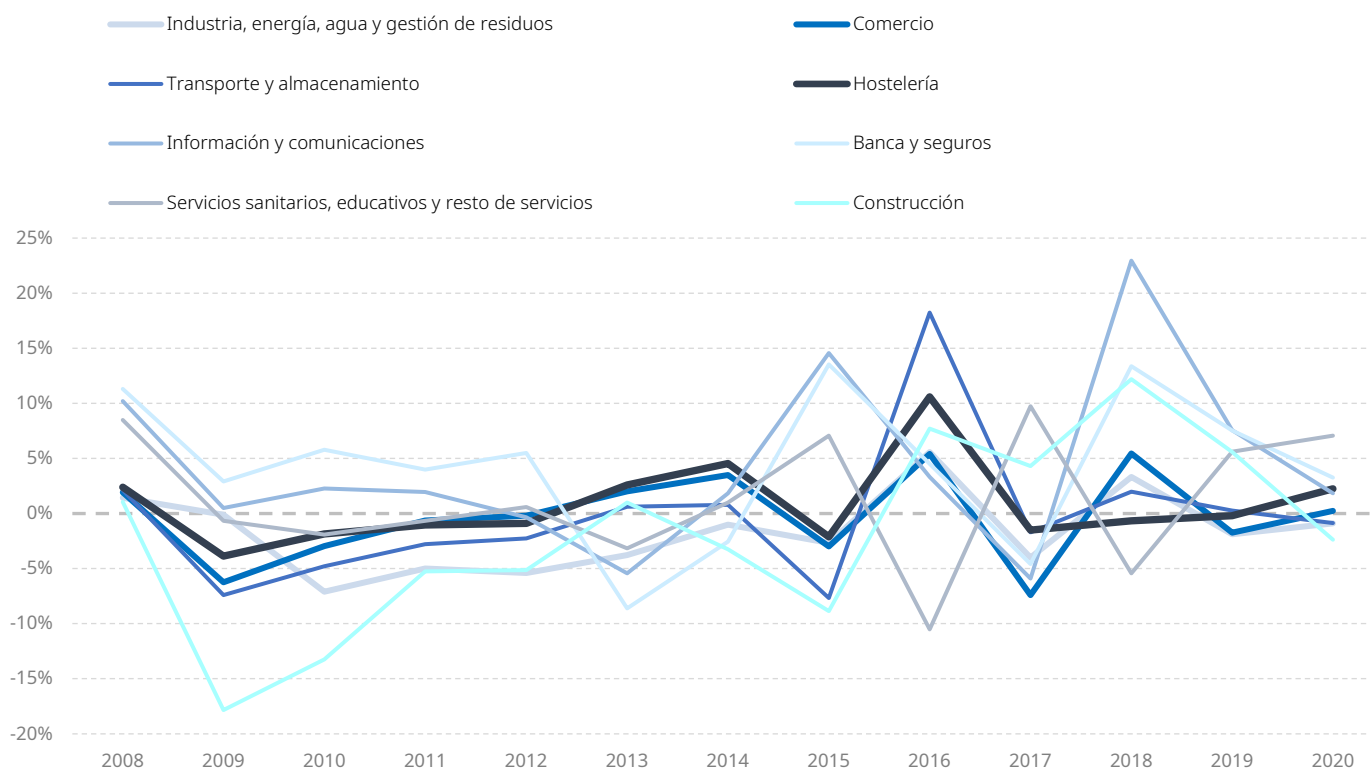
- El número **total de empresas** que operan en Andalucía registra en 2020 el incremento más acusado de la última década (+2,4%).
- Asimismo, el número total de **empresas turísticas** se ha incrementado de manera más acusada que las que se dedican a la hostelería (+2,8% frente a +2,2%, respectivamente), lo que muestra un crecimiento del resto de empresas turísticas del +3,9%.
- La importancia del turismo en la economía andaluza es incuestionable. En 2020 las empresas turísticas suponen el 14,6% del total de empresas que operan en Andalucía. Asimismo, el 68,5% de estas empresas dedicadas al turismo, lo hacen a través de la **hostelería**. No obstante, mientras que el peso de las empresas turísticas se ha mantenido en el total, el de la hostelería ha disminuido ligeramente su participación dentro del contexto turístico (-0,4 puntos).

LAS EMPRESAS DEDICADAS AL TURISMO EN ANDALUCÍA SE HAN INCREMENTADO UN +2,8%, PORCENTAJE LIGERAMENTE SUPERIOR AL REGISTRADO POR EL TOTAL DE EMPRESAS QUE OPERAN EN ANDALUCÍA (+2,4%).

Evolución empresarial en Andalucía

A 1 de enero de 2020, [la evolución del número total de empresas que operan en Andalucía](#) (+2,4%), registra el mayor descenso en la construcción (-2,4%), siguiéndole con una disminución más moderada (-0,9%), tanto el transporte y almacenamiento, como las actividades ligadas a la industria, energía, agua y gestión de residuos. El resto de empresas han registrado crecimientos, especialmente las relacionadas con los servicios (+7,1%). Le siguen en orden de importancia las vinculadas a la banca y seguros (+3,3%), a la hostelería (+2,2%) y a la información y comunicaciones (+1,8%).

Evolución anual del número de empresas con actividad económica de Andalucía Año 2008-2020



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía (IECA)

Puntos clave

- En 2020, las empresas dedicadas al turismo han registrado un ascenso del +2,8%, siendo éste el tercer incremento consecutivo desde la última disminución registrada en 2017 (-1,5%).

- También el número de empresas dedicadas a la hostelería ha registrado un ascenso del +2,2% respecto a 2019, rompiendo así el signo negativo registrado en la evolución de esta variable durante los tres últimos años.

- En la última década, el mayor descenso del número de empresas de hostelería se registró en 2009 (-3,9%) durante el período de crisis económica que tuvo lugar en España. Por el contrario, el mayor incremento se computó en 2016 (+10,6%), tan sólo superado en dicho año por las actividades de transporte y almacenamiento.

EN 2020, LAS EMPRESAS QUE REALIZAN ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LOS SERVICIOS, SON LAS QUE HAN CRECIDO DE MANERA MÁS ACUSADA

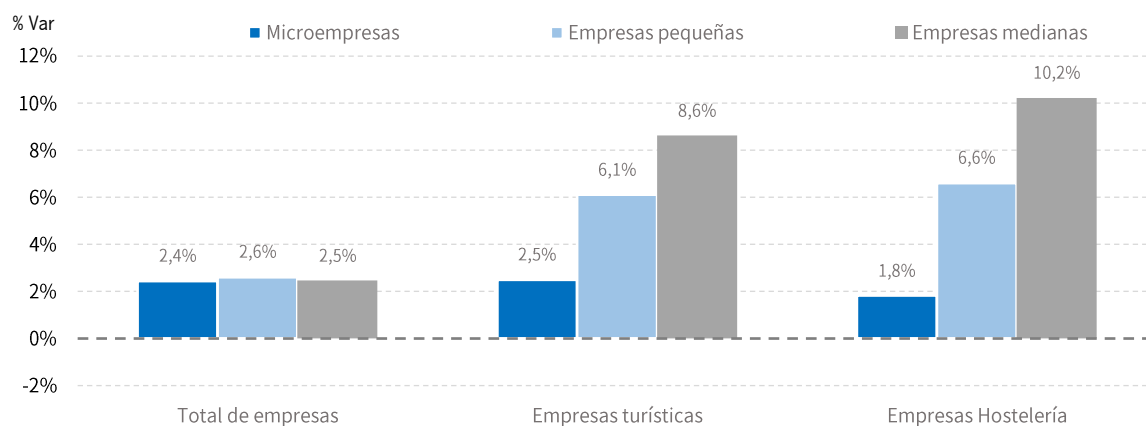
Las pymes en Andalucía

La importancia de las pequeñas y medianas empresas (pymes¹) en Andalucía es incuestionable. Casi la totalidad (99,9%) de las empresas que desarrollan su actividad en la Comunidad tiene menos de 250 ocupados, siendo este porcentaje similar al que registran las empresas turísticas que operan en Andalucía y también aquellas que se dedican a la hostelería en esta región.

Las pymes predominantes son las llamadas microempresas, es decir, aquellas que poseen menos de 10 ocupados. Las empresas de este tamaño suponen el 94,9% de las pequeñas y medianas empresas que operan en Andalucía, siendo este porcentaje muy similar al registrado en el conjunto de empresas turísticas y también concretamente entre aquellas que ofertan servicios de hostelería (93% y 91,6%, respectivamente).

En 2020, las microempresas de hostelería han registrado un incremento del +1,8% que, aunque ha sido menor que el registrado en el total de empresas turísticas (+2,5%), ha arrojado el primer signo positivo tras tres años consecutivos de descenso en el número de empresas de este tamaño. En cuanto al resto de pymes dedicadas a la hostelería, destacan por registrar crecimientos más acusados que los contabilizados en el global de empresas turísticas y de la economía.

Evolución de las pymes en Andalucía. Año 2020



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía (IECA)

Puntos clave

- Casi la totalidad de las empresas con actividad económica de Andalucía son pymes (99,9%), incluidas aquellas que se dedican al turismo de manera general o a la hostelería de manera particular.

- Dentro de las pymes, las microempresas suponen más del 90% y representan a aquellas empresas que poseen menos de 10 trabajadores.

- En 2020, el número de empresas pequeñas (entre 10 y 49 ocupados) continúa creciendo en el total del sector turístico (+6,1%) y también en la hostelería (+6,6%), si bien es cierto que la evolución de estos ascensos son, en ambos casos y por cuarto año consecutivo, más comedidos.

- Las empresas medianas (entre 50 y 249 ocupados) también se están incrementando en el sector turístico. Concretamente en la hostelería, es el quinto año consecutivo en el que se mantienen tasas de crecimiento por encima del +7% en las empresas de este tamaño.

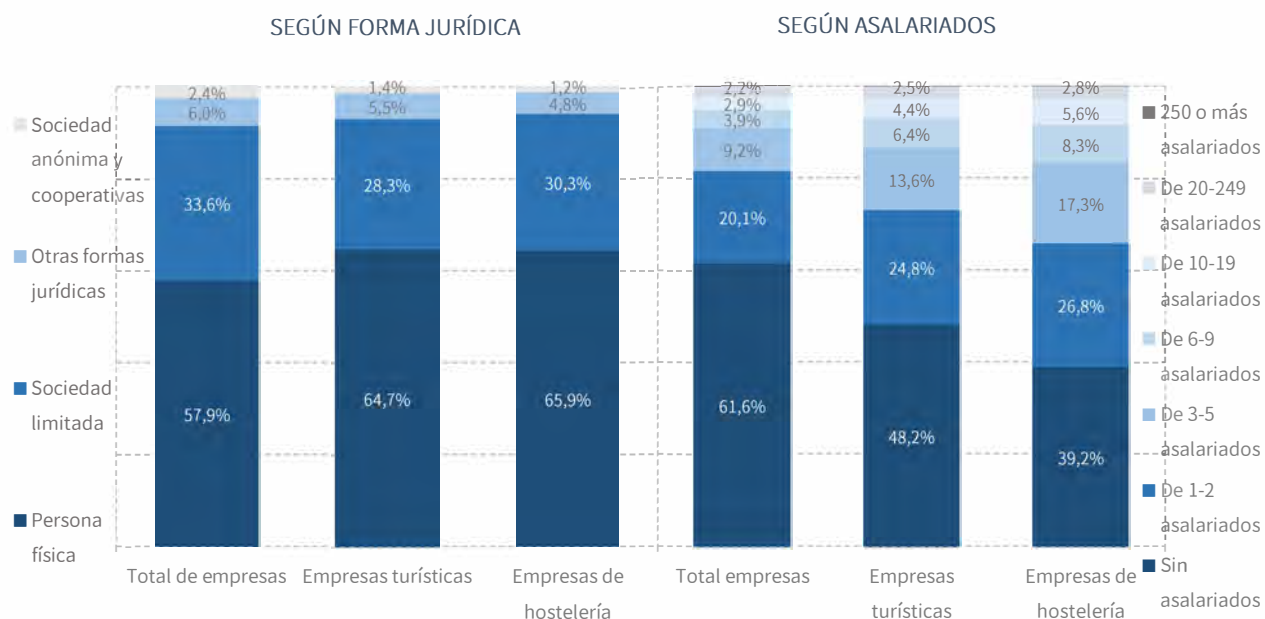
EL 99,9% DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS QUE OPERAN EN ANDALUCÍA SON PYMES, QUE EN EL 93% DE LOS CASOS, SON MICROEMPRESAS

La estructura empresarial en Andalucía

El 57,9% del total de empresas que desarrollan su actividad en Andalucía tiene como [forma jurídica](#) la persona física, seguida a gran distancia por las sociedades de responsabilidad limitada, que alcanzan una cuota del 33,6%. Sin embargo, las empresas dedicadas al turismo, difieren de esta estructura con una participación más acusada de la persona física (64,7%) y no tan elevada de la sociedad limitada (28,3%). El análisis del total de empresas [según asalariados](#), también muestra un comportamiento diferente en su comparativa con el turismo.

La estructura jurídica en la hostelería es similar a la del total de empresas del sector turístico, si bien la proporción de empresas de hostelería se incrementa a medida que ascienden en número de asalariados.

Estructura empresarial del sector turístico en Andalucía. Año 2020



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía (IECA)

Puntos clave

- En el año 2020 las empresas turísticas sin asalariados han registrado un incremento del +3,6%, muy similar al computado en la hostelería (3,7%).
- Las empresas con menos de tres asalariados continúan, por tercer año consecutivo, perdiendo cuota de participación, no sólo en el total de empresas turísticas que operan en Andalucía, sino también en aquellas que se dedican concretamente a la hostelería. En 2020, también se han registrado en ambos casos descensos de participación de las empresas que poseen entre tres y cinco trabajadores (-0,3 puntos y -0,4 puntos, respectivamente). Todos estos descensos han sido compensados principalmente, por una **mayor participación de las empresas sin asalariados**.

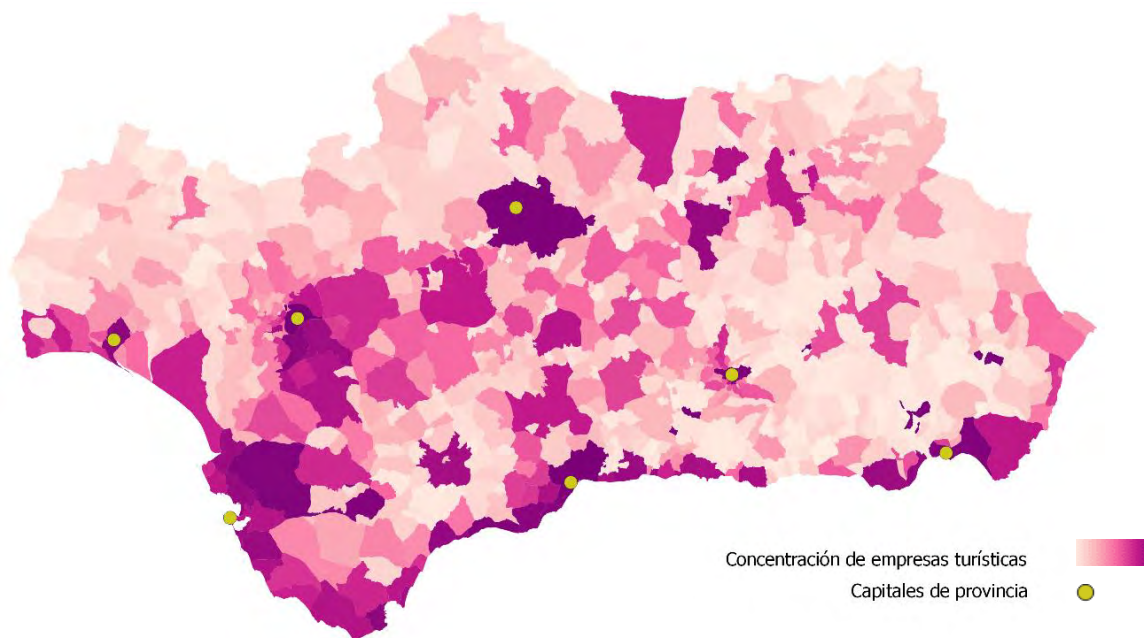
LAS EMPRESAS SIN ASALARIADOS INCREMENTAN SU PARTICIPACIÓN TANTO EN LA HOSTELERÍA COMO EN EL TOTAL DE EMPRESAS QUE REALIZAN ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Distribución territorial de las empresas turísticas de Andalucía

En el 97,7% de los casos, las empresas que operan en Andalucía tienen su [sede social en el territorio andaluz](#), siendo este porcentaje ligeramente superior en el caso de las empresas turísticas y también en las de hostelería (97,9% en ambas tipologías). En estos dos últimos casos, la distribución de las empresas entre el interior y el litoral, mantiene la misma estructura que en 2019, localizando alrededor del 58,5% en el interior y el resto en el litoral.

Tres de cada diez empresas turísticas que poseen sede en Andalucía se ubican en las [capitales de provincia](#), si bien cuando se trata exclusivamente de hostelería, el porcentaje es algo menor (26,9%). En ambos casos, Sevilla y Málaga registran la concentración empresarial más elevada, localizando conjuntamente más de la mitad de estos porcentajes (56,6% y 53,3%, respectivamente).

Concentración de empresas turísticas por municipio. Año 2020



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía (IECA)

Puntos clave

- Las capitales de provincia se constituyen como un fuerte motor empresarial, no sólo en el caso del sector turístico, sino en el de otros sectores que operan en Andalucía.
- El litoral de la Comunidad posee una gran concentración de **empresas turísticas y de hostelería**, sobre todo teniendo en cuenta que la extensión de los municipios costeros supone tan sólo el 9,4% del total de la superficie andaluza.
- Caben destacar municipios como Marbella, Jerez de la Frontera, Fuengirola, Torremolinos, Benalmádena y Mijas, que conjuntamente computan casi el 12% del total de empresas turísticas de toda la Comunidad andaluza.

LA DISTRIBUCIÓN EMPRESARIAL EN EL TERRITORIO NOS PUEDE MOSTRAR NUEVAS OPORTUNIDADES DE MERCADO

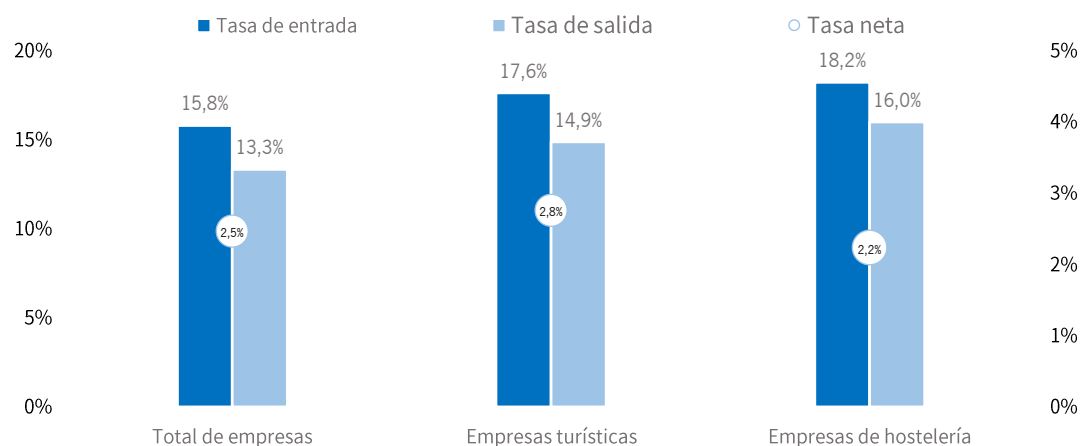
Principales indicadores

En 2020, mientras que el número de altas registradas en el total de empresas con actividad económica en Andalucía ha registrado un ligero descenso (-0,7%), las [altas](#)ⁱⁱ registradas en las empresas dedicadas al turismo de manera general o a la hostelería de manera particular, se han incrementado respecto al pasado año (+7,2% y +7,9%, respectivamente). Asimismo, la comparativa de las [tasas de entrada](#)ⁱⁱⁱ muestra porcentajes superiores en las empresas turísticas (17,6%), especialmente en las de hostelería (18,2%).

Las [bajas](#)^{iv} en el total de empresas han descendido respecto a las cancelaciones registradas el año anterior (-3,4%), si bien es cierto que la disminución de esta variable ha sido doble en las empresas de hostelería (-6,8%). Las empresas turísticas sin embargo han computado un ligero ascenso de esta variable (+0,5%).

En 2020, la [tasa neta](#)^v de estas tres tipologías de empresas han registrado saldo positivo, hecho que no se registraba en la serie histórica desde 2016.

Principales indicadores. Año 2020



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Movimientos del Directorio de empresas y establecimientos con actividad económica en Andalucía: Flujos anuales (IECA)

Puntos clave

- En 2020, se han dado de alta un total de 9.220 empresas de hostelería, lo que supone una participación del 11,5% en las altas del total de empresas que operan en Andalucía. Esta cuota, se ha incrementado por segundo año consecutivo (+0,9 puntos), y sube a la hostelería al [segundo puesto del ranking de altas de la economía andaluza](#).

- Las bajas de empresas de hostelería en Andalucía se han cifrado en 8.089, lo que supone una participación del 12% de las bajas computadas en el total de actividades que se desarrollan en Andalucía. Esta participación es inferior en -0,4 puntos a la registrada el pasado año, lo que sitúa al sector en el [segundo puesto del ranking de bajas de la economía andaluza](#).

LOS INDICADORES DE DEMOGRAFÍA EMPRESARIAL SON RELEVANTES A HORA DE ANALIZAR LA EVOLUCIÓN DE UN DETERMINADO SECTOR

8. Cifras más relevantes

DATOS BÁSICOS DEMOGRAFÍA EMPRESARIAL EN ANDALUCÍA	TOTAL DE EMPRESAS			TOTAL DE EMPRESAS TURÍSTICAS			TOTAL DE EMPRESAS DE HOSTELERÍA		
	DATOS	% VAR	PERIODO	DATOS	% VAR	PERIODO	DATOS	% VAR	PERIODO
Número total de empresas	518.465	2,4%	2020	75.541	2,8%	2020	51.720	2,2%	2020
Microempresa (0-9 empleados)	491.490	2,4%	2020	70.231	2,5%	2020	47.348	1,8%	2020
Pequeña (10-49 empleados)	22.985	2,6%	2020	4.830	6,1%	2020	4.038	6,6%	2020
Mediana (50-249 empleados)	3.368	2,5%	2020	428	8,6%	2020	302	10,2%	2020
Total PYMES	517.843	2,4%	2020	75.489	2,8%	2020	51.688	2,2%	2020
Grande (250 o más empleados)	622	2,0%	2020	52	2,0%	2020	32	3,2%	2020

PRINCIPALES INDICADORES DE DEMOGRAFÍA EMPRESARIAL	TOTAL DE EMPRESAS			TOTAL DE EMPRESAS TURÍSTICAS			TOTAL DE EMPRESAS DE HOSTELERÍA		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Altas	79.955	-0,7%	2020	12.965	7,2%	2020	9.220	7,9%	2020
Tasa de entrada	15,8%	-0,5	2020	17,6%	0,9	2020	18,2%	1,4	2020
Bajas	67.479	-3,4%	2020	10.936	0,5%	2020	8.089	-6,8%	2020
Tasa de salida	13,3%	-0,8	2020	14,9%	-0,2	2020	16,0%	-1,1	2020
Tasa neta	2,5%	0,3	2020	2,8%	1,1	2020	2,2%	2,5	2020

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir del Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía (IECA) y a partir de Movimientos del Directorio de empresas y establecimientos con actividad económica en Andalucía: Flujos anuales (IECA)

Metodología de trabajo

El aprovechamiento estadístico de determinados directorios, se constituye como una herramienta fundamental para analizar la información disponible a través de recursos existentes. Los datos de esta publicación proceden del Directorio de Establecimientos y Empresas con Actividad Económica en Andalucía y de sus flujos. Ambas operaciones son realizadas por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) y permiten conocer más acerca de las empresas turísticas, especialmente las que se dedican a hostelería.

FICHA METODOLÓGICA

Período de referencia	1 de enero de 2020
Objetivo	Proporcionar información cuantitativa a las empresas turísticas del sector acerca del tejido empresarial de Andalucía, especialmente sobre el sector de la hostelería, pilar fundamental en el conjunto de empresas que desarrollan actividades relacionadas con el turismo.
Descripción	Análisis estructural de las empresas turísticas que operan en Andalucía, con especial desarrollo de la rama de hostelería.
Población	Empresas turísticas que operan en Andalucía
Metodología de trabajo	Explotación estadística del Directorio de Establecimientos y Empresas con Actividad Económica en Andalucía y de sus flujos anuales (IECA). La explotación de los microdatos es realizada considerando el listado de actividades características del turismo incluida en el anexo 1 de este documento (CNAE-09 a cuatro dígitos).
Periodicidad	Anual

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Puede consultarse más acerca de la metodología de trabajo realizada por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) en el Directorio de Establecimientos y Empresas con Actividad Económica en Andalucía [a través del siguiente enlace](#)

ANEXO TABLAS

Tabla 1. Listado de actividades características del turismo

Código CNAE-09 a cuatro dígitos	Actividades Turísticas	Agrupaciones realizadas en el análisis	
Grupos			
5510	Hoteles y alojamientos similares	Hostelería	
5520	Alojamientos turísticos y otros alojamientos de corta estancia		
5530	Campings		
5590	Otros alojamientos		
561	Restaurantes y puestos de comidas		
5610	Restaurantes y puestos de comidas		
562	Provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas		
5621	Provisión de comidas preparadas para eventos		
5629	Otros servicios de comida		
563	Establecimientos de bebidas		
5630	Establecimientos de bebidas		
4910	Transporte interurbano de pasajeros por ferrocarril		Resto de actividades turísticas
4932	Otro transporte terrestre de pasajeros		
4939	Tipos de transporte terrestre de pasajeros n.c.o.p.		
5010	Transporte marítimo de pasajeros		
5030	Transporte de pasajeros por vías navegables interiores		
5110	Transporte aéreo de pasajeros		
791	Actividades de las agencias de viajes y operadores turísticos		
7911	Actividades de las agencias de viaje		
7912	Actividades de los operadores turísticos		
7990	Otros servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos		
7711	Alquiler de automóviles y vehículos de motor ligeros		
7712	Alquiler de camiones		
7721	Alquiler de artículos de ocio y deportivos		
900	Actividades de creación, artística y espectáculos		
9001	Artes escénicas		
9002	Actividades auxiliares a las artes escénicas		
9003	Creación artística y literaria		
9004	Gestión de salas de espectáculos		
9102	Actividades de museos		
9103	Gestión de lugares y edificios históricos		
9104	Actividades de los jardines botánicos, parques zoológicos y reservas naturales		
9200	Actividades de juegos de azar y apuestas		
9311	Gestión de instalaciones deportivas		
9319	Otras actividades deportivas		
932	Actividades recreativas y de entretenimiento		
9321	Actividades de los parques de atracciones y los parques temático		
9329	Otras actividades recreativas y de entretenimiento		

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de INE y OMT.

Tabla 2. Empresas con actividad económica en Andalucía. Serie Anual

Año	TOTAL DE EMPRESAS		EMPRESAS DE HOSTELERÍA	
	Empresas	% Variación	Empresas	% Variación
2007	515.286		47.114	
2008	536.256	4,1%	48.233	2,4%
2009	508.080	-5,3%	46.369	-3,9%
2010	487.699	-4,0%	45.506	-1,9%
2011	480.142	-1,5%	45.030	-1,0%
2012	475.665	-0,9%	44.623	-0,9%
2013	472.370	-0,7%	45.786	2,6%
2014	479.045	1,4%	47.869	4,5%
2015	480.330	0,3%	46.852	-2,1%
2016	484.334	0,8%	51.814	10,6%
2017	487.390	0,6%	51.040	-1,5%
2018	495.495	1,7%	50.696	-0,7%
2019	506.080	2,1%	50.592	-0,2%
2020	518.465	2,4%	51.720	2,2%

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía (IECA)

Tabla 3. Evolución anual del número de empresas con actividad económica en Andalucía.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Industria, energía, agua y gestión de residuos	41.629	42.230	42.180	39.187	37.228	35.222	33.897	33.555	32.665	34.487	33.105	34.205	33.560	33.264
% Var		1,4	-0,1	-7,1	-5,0	-5,4	-3,8	-1,0	-2,7	5,6	-4,0	3,3	-1,9	-0,9
Construcción	76.128	76.930	63.208	54.847	51.963	49.288	49.771	48.156	43.888	47.275	49.308	55.320	58.411	57.029
% Var		1,1	-17,8	-13,2	-5,3	-5,1	1,0	-3,2	-8,9	7,7	4,3	12,2	5,6	-2,4
Comercio	148.565	151.414	141.977	137.799	136.935	136.656	139.423	144.286	139.982	147.551	136.627	144.073	141.576	141.934
% Var		1,9	-6,2	-2,9	-0,6	-0,2	2,0	3,5	-3,0	5,4	-7,4	5,4	-1,7	0,3
Transporte y almacenamiento	29.010	29.627	27.431	26.118	25.393	24.820	24.972	25.170	23.240	27.478	27.009	27.541	27.612	27.372
% Var		2,1	-7,4	-4,8	-2,8	-2,3	0,6	0,8	-7,7	18,2	-1,7	2,0	0,3	-0,9
Hostelería	47.114	48.233	46.369	45.506	45.030	44.623	45.786	47.869	46.852	51.814	51.040	50.696	50.592	51.720
% Var		2,4	-3,9	-1,9	-1,0	-0,9	2,6	4,5	-2,1	10,6	-1,5	-0,7	-0,2	2,2
Información y comunicaciones	5.180	5.708	5.737	5.868	5.983	5.962	5.638	5.741	6.577	6.796	6.395	7.863	8.458	8.613
% Var		10,2	0,5	2,3	2,0	-0,4	-5,4	1,8	14,6	3,3	-5,9	23,0	7,6	1,8
Banca y seguros	7.339	8.168	8.407	8.893	9.248	9.757	8.917	8.690	9.866	10.311	9.838	11.154	11.995	12.386
% Var		11,3	2,9	5,8	4,0	5,5	-8,6	-2,5	13,5	4,5	-4,6	13,4	7,5	3,3
Servicios sanitarios, educativos y resto de servicios	160.321	173.946	172.771	169.481	168.362	169.337	163.966	165.578	177.260	158.622	174.068	164.643	173.876	186.147
% Var		8,5	-0,7	-1,9	-0,7	0,6	-3,2	1,0	7,1	-10,5	9,7	-5,4	5,6	7,1
TOTAL	515.286	536.256	508.080	487.699	480.142	475.665	472.370	479.045	480.330	484.334	487.390	495.495	506.080	518.465

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía (IECA)

Tabla 4. Número total de empresas según tamaño. Año 2020

	TOTAL DE EMPRESAS		EMPRESAS TURÍSTICAS		EMPRESAS DE HOSTELERÍA	
		% Var		% Var		% Var
Número total de empresas	518.465	2,4%	75.541	2,8%	51.720	2,2%
Microempresa (0-9 empleados)	491.490	2,4%	70.231	2,5%	47.348	1,8%
Pequeña (10-49 empleados)	22.985	2,6%	4.830	6,1%	4.038	6,6%
Mediana (50-249 empleados)	3.368	2,5%	428	8,6%	302	10,2%
Total PYMES	517.843	2,4%	75.489	2,8%	51.688	2,2%
Grande (250 o más empleados)	622	2,0%	52	2,0%	32	3,2%

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía (IECA)

Tabla 5. Número de empresas según forma jurídica. Año 2020

	TOTAL DE EMPRESAS		EMPRESAS TURÍSTICAS		EMPRESAS DE HOSTELERÍA	
		% Var		% Var		% Var
Persona física	300.362	3,3%	48.892	3,4%	33.344	2,9%
Sociedades anónimas	8.168	-4,7%	717	-3,9%	357	-4,0%
Sociedades de responsabilidad limitada	174.128	1,7%	21.411	2,1%	15.339	1,6%
Sociedades cooperativas	4.491	6,9%	351	18,2%	237	22,2%
Otras formas jurídicas	31.316	0,2%	4.170	-1,1%	2.443	-3,8%
TOTAL	518.465	2,4%	75.541	2,8%	51.720	2,2%

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía (IECA)

Tabla 6. Número de empresas según asalariado. Año 2020

	TOTAL DE EMPRESAS	% Var	EMPRESAS TURÍSTICAS	% Var	EMPRESAS DE HOSTELERÍA	% Var
Sin asalariados	319.291	3,5%	36.416	3,6%	20.259	3,7%
De 1 a 2 asalariados	104.039	0,2%	18.765	1,2%	13.849	-0,2%
De 3 a 5 asalariados	47.789	0,7%	10.236	0,9%	8.966	0,1%
De 6 a 9 asalariados	20.386	1,3%	4.817	3,1%	4.277	3,5%
De 10 a 19 asalariados	14.822	1,9%	3.355	5,0%	2.892	5,7%
De 20 a 49 asalariados	8.149	4,0%	1.472	8,8%	1.143	9,1%
De 50 a 99 asalariados	2.250	3,6%	299	9,9%	209	12,4%
De 100 a 249 asalariados	1.117	0,2%	129	5,7%	93	5,7%
250 o más asalariados	622	2,0%	52	2,0%	32	3,2%
TOTAL	518.465	2,4%	75.541	2,8%	51.720	2,2%

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía (IECA)

Tabla 7. Número de empresas según sede social. Año 2020

	TOTAL DE EMPRESAS	EMPRESAS TURÍSTICAS	EMPRESAS DE HOSTELERÍA
Sede social			
Andalucía	506.507	73.952	50.616
 Capitales de provincia	158.289	22.407	13.633
Almería	11.888	1.538	1.017
Cádiz	5.744	1.062	697
Córdoba	20.779	2.689	1.666
Granada	18.089	2.880	1.834
Huelva	7.261	990	630
Jaén	6.785	809	529
Málaga	40.062	5.662	3.231
Sevilla	47.681	6.777	4.029
Resto de España	11.958	1.589	1.104
TOTAL	518.465	75.541	51.720

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía (IECA)

Tabla 8. Principales indicadores de demografía empresarial. Año 2020

	TOTAL DE EMPRESAS	Var/Dif interanual	EMPRESAS TURÍSTICAS	Var/Dif interanual	EMPRESAS DE HOSTELERÍA	Var/Dif interanual
Altas	79.955	-0,7%	12.965	7,2%	9.220	7,9%
Tasa de entrada	15,8%	-0,5	17,6%	0,9	18,2%	1,4
Bajas	67.479	-3,4%	10.936	0,5%	8.089	-6,8%
Tasa de salida	13,3%	-0,8	14,9%	-0,2	16,0%	-1,1
Tasa neta	2,5%	0,3	2,8%	1,1	2,2%	2,5

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía (IECA)

Tabla 9. Tasa de entrada y tasa de salida. Serie anual

AÑO	Tasa de entrada		Tasa de salida		Tasa neta	
	TOTAL DE EMPRESAS	EMPRESAS DE HOSTELERÍA	TOTAL DE EMPRESAS	EMPRESAS DE HOSTELERÍA	TOTAL DE EMPRESAS	EMPRESAS DE HOSTELERÍA
2010	12,8%	19,1%	16,7%	20,8%	-4,0%	-1,7%
2011	13,9%	19,2%	15,3%	20,8%	-1,4%	-1,6%
2012	16,1%	21,4%	16,9%	22,4%	-0,8%	-1,0%
2013	14,2%	22,2%	14,8%	20,0%	-0,6%	2,2%
2014	14,3%	22,4%	12,7%	17,6%	1,6%	4,7%
2015	16,0%	20,0%	15,7%	22,3%	0,3%	-2,4%
2016	22,9%	30,7%	22,0%	20,0%	0,9%	10,6%
2017	14,9%	15,0%	14,2%	17,4%	0,7%	-2,4%
2018	22,6%	19,3%	20,9%	20,1%	1,7%	-0,8%
2019	16,3%	16,9%	14,1%	17,1%	2,2%	-0,3%
2020	15,8%	18,2%	13,3%	16,0%	2,5%	2,2%

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía (IECA)

Tabla 10. Ranking de empresas en Andalucía según el número de altas registradas. Año 2020

Posición	Sector de actividad (secciones CNAE09)	Cuota de participación sobre el total de altas	Diferencia 2020/2019
1	Comercio al por mayor y al por menor	24,2	0,2
2	Hostelería	11,5	0,9
3	Actividades profesionales	9,8	0,1
4	Construcción	9,6	-4,0
5	Actividades inmobiliarias	8,4	3,6

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía (IECA)

Tabla 11. Ranking de empresas en Andalucía según el número de bajas registradas. Año 2020

Posición	Sector de actividad (secciones CNAE09)	Cuota de participación sobre el total de bajas	Diferencia 2020/2019
1	Comercio al por mayor y al por menor	28,1	-2,2
2	Construcción	13,4	1,8
3	Hostelería	12,0	-0,4
4	Actividades profesionales	8,7	-0,5
5	Actividades administrativas y servicios auxiliares	5,5	1,6

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía (IECA)

ⁱSegún el extracto del artículo 2 del anexo de la Recomendación 2003/361/CE, la categoría de microempresas, pequeñas y medianas empresas (PYME) está constituida por empresas que ocupan a menos de 250 personas y cuyo volumen de negocios anual no excede de 50 millones de euros o cuyo balance general anual no excede de 43 millones de euros. Dada la información disponible en el Directorio de Empresas y Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía, la consideración de PYME en este informe se establece tan sólo en función de los niveles de ocupación generados por las empresas en Andalucía.

ⁱⁱAltas del año t: aquellas unidades (empresas) que no existiendo en el año t-1 se registran de alta en el Directorio (altas puras), así como las unidades de baja en t-1 y de alta en el año t (reactivaciones).

ⁱⁱⁱTasa bruta de entrada del año t: número de altas registradas en el ejercicio t con respecto al total de unidades existentes en el ejercicio t-1.

^{iv}Muertes/Bajas del año t: unidades de alta en el año t-1 y que causan baja en el año t.

^vTasa neta del año t: diferencia entre la tasa bruta de entrada del año t y la tasa bruta de salida del año t.



Internet y turismo en Andalucía

Año 2020

Demanda turística de Andalucía



ÍNDICE DE CONTENIDOS

00. Introducción

01. Uso de las TIC por las empresas de alojamiento (I)

02. Uso de las TIC por las empresas de alojamiento (II)

03. Uso del comercio electrónico en establecimientos hoteleros

04. Perfil del turista que reserva/compra productos turísticos por Internet (I)

05. Perfil del turista que reserva/compra productos turísticos por Internet (II)

06. Anexo de tablas

00. Introducción

El turismo es uno de los sectores en los que la tecnología digital ha tenido un mayor impacto, en cuanto a que es muy sensible a la manera en la que los turistas toman sus decisiones y a la influencia que otros tienen sobre ellas por las opiniones de la experiencia vivida a través del uso de aplicaciones, redes sociales y otros espacios en Internet.

El Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA) se adapta a estas nuevas características de la demanda turística, a través del aprovechamiento de fuentes oficiales¹ de información relacionadas.

No solo es importante conocer como la demanda usa las nuevas tecnologías sino también si la oferta andaluza está preparada para ello. Por ello, se realiza de inicio un análisis de oferta con el objetivo de mostrar la situación actual del uso de tecnologías de la información y comunicaciones, y del equipamiento tecnológico en empresas de alojamiento en Andalucía, y su comparativa a nivel nacional y europeo.

La industria turística está fuertemente influenciada por el desarrollo de las nuevas tecnologías, sobre todo la adopción masiva de Internet por parte de los consumidores ha hecho que este sector sea uno de los más afectados y de los que más rápidamente ha tenido que adaptarse a estas nuevas condiciones de mercado. Gracias a que la ETICCE se encuentra integrada en los planes de estadísticas comunitarias de la Sociedad de la Información es posible medir el uso que hacen de las TIC las empresas europeas, españolas y en concreto las andaluzas, destacando a su vez aquellas que presten servicios de alojamiento.

¹ Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) | Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.
Encuesta sobre el uso del TIC y comercio electrónico (ETICCE) | Instituto Nacional de Estadística.

01. Uso de las TIC por las empresas de alojamiento (I)

En primer lugar, prácticamente la totalidad de las empresas tanto europeas, como españolas y andaluzas, cuentan con conexión a Internet, y **más del 70% disponen de página web propia**. No obstante, las empresas andaluzas y españolas en general ofrecen con menor asiduidad catálogos de sus productos y lista de precios en su web, mientras que en la posibilidad de realización de pedidos y/o reservas online, se sitúan en cifras similares a la media europea.

La **oferta alojativa**² presenta un **uso más intensivo de todas estas herramientas**, en comparación con la media de las empresas. Así, el 95% de las empresas de alojamiento turístico, europeas, españolas y andaluzas disponen de web propia, cifras muy superiores a las que muestran el total de empresas. Cabe destacar el mayor peso que presenta el comercio electrónico en este tipo de empresas: el 75% de las empresas de alojamiento andaluzas ofrecen pedidos o reservas online (frente al 18% de la media de empresas andaluzas).

Variables de uso de TIC por agrupación de actividad. Andalucía. Año 2020

Servicios ofrecidos en Internet	Total Empresas	Total Servicios	Servicios de alojamiento
Empresas con conexión a Internet y sitio/página web	71,5%	73,4%	95,4%
Presentación de la empresa	86,6%	87,9%	98,3%
Realización de pedidos o reservas online	18,4%	22,0%	74,7%
Acceso a catálogos de productos o a listas de precios	43,9%	49,3%	81,0%
Posibilidad de personalizar o diseñar los productos por los clientes	6,3%	7,9%	19,0%
Seguimiento online de pedidos	10,0%	12,5%	22,0%
Personalización de la página web para usuarios habituales	7,5%	8,9%	11,1%
Vínculos o referencias a los perfiles de la empresa en medios sociales	47,5%	52,9%	81,2%
Declaración política de intimidad o certificación de seguridad	75,5%	81,6%	91,9%
Anuncios de ofertas de trabajo o recepción de solicitudes de trabajo online	23,3%	28,8%	18,5%
Posibilidad de envío electrónico de hojas de reclamaciones	31,5%	35,3%	34,7%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ETICCE. INE

Puntos clave

- La mayoría de los servicios ofrecidos en Internet son utilizados con mayor intensidad por las empresas de alojamiento. Tanto es así que, por ejemplo, el **74,7% de las empresas de servicios de alojamiento ponen a disposición del usuario de Internet la realización de pedidos o reservas online**, o que el 22% ofrece la posibilidad de hacer seguimiento online del pedido, destacando sobre el total de empresas, incluso sobre el resto del sector servicios en ambos conceptos.

- El 23% de las empresas que conforman la oferta andaluza de alojamiento (hoteles y camping) contrataron o intentaron contratar **personal especialistas en TIC**, porcentaje superior tanto al que registra la media alojativa española (17,6%) como al de la media del total de empresas andaluzas (10,6%).

- El 89,2% de las empresas andaluzas de alojamiento **utiliza Internet para interactuar con la Administración Pública**, un porcentaje similar al que presenta la media nacional. Entre los principales motivos de estas interacciones destacan conseguir impresos o formularios y la obtención de información.

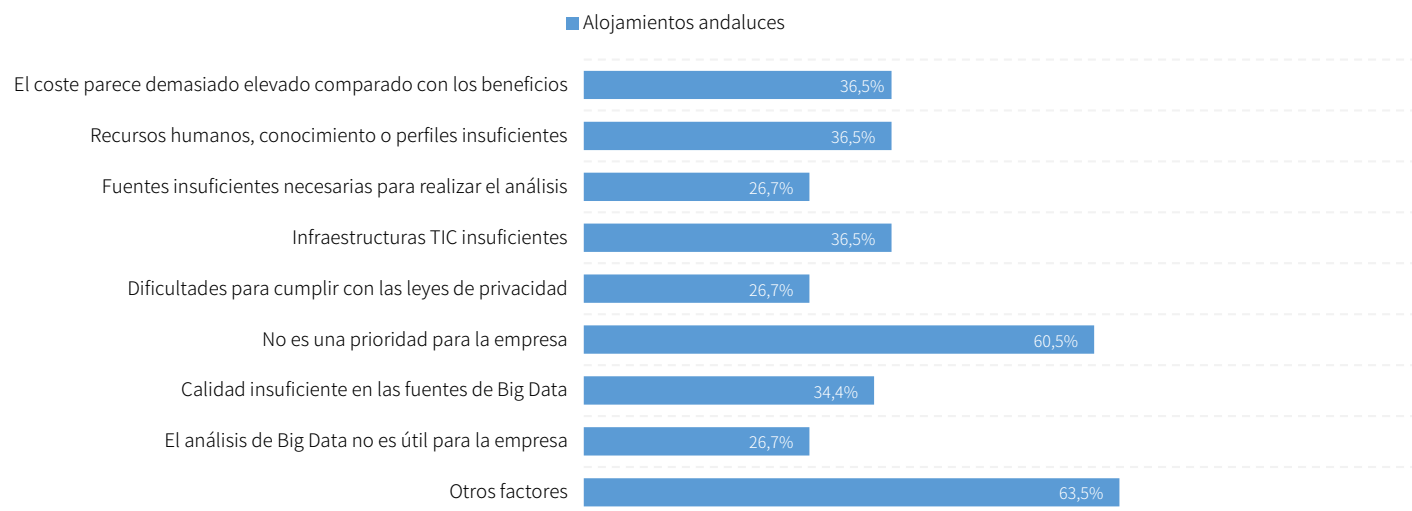
² Hoteles, camping y otros alojamientos de corta estancia

02. Uso de las TIC por las empresas de alojamiento (II)

Otro de los aspectos que está experimentando un importante desarrollo en los últimos años es el análisis Big Data, aunque en 2020 ha experimentado cierta desaceleración. De hecho, **el 7,7% de las empresas de alojamiento de Andalucía han analizado Big Data, porcentaje inferior en 4,9 puntos al de la media de empresas de alojamiento en España** aunque similar al promedio del total de empresas en Andalucía (7,4%). Además, un 6,1% de las empresas de alojamiento andaluzas contrataron a otra empresa u organización para analizar grandes cantidades de datos de su empresa.

Entre las fuentes utilizadas para el análisis de Big Data cabe destacar los **datos generados por medios sociales**, usado por todas las empresas de alojamiento que analizaron Big Data, así como los de **geolocalización generados por dispositivos portátiles**, usado por el 88,7% de las mismas.

Empresas de alojamiento de Andalucía que no analizaron Big Data por motivo. Año 2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos de la Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas. INE e IECA

Puntos clave

- El 81,6% de los hoteles y camping de Andalucía que disponen de conexión a Internet utilizaron la **firma digital** en alguna de las comunicaciones enviadas, situándose en niveles ligeramente superiores a la media nacional (77,9%). En la totalidad de los casos se usó para relacionarse con la Administración Pública y en un 12,2% de los casos para relacionarse con clientes y/o proveedores.

- El 93,9% de los establecimientos utilizan los **medios sociales** vía Internet por motivos de trabajo, una cuota 6,5 puntos por encima de la registrada en 2019. Entre estos medios destacan las redes sociales (100%), seguido a gran distancia de los websites que comparten contenido multimedia (59,9%) y los blogs de empresa o microblogs (32,7%).

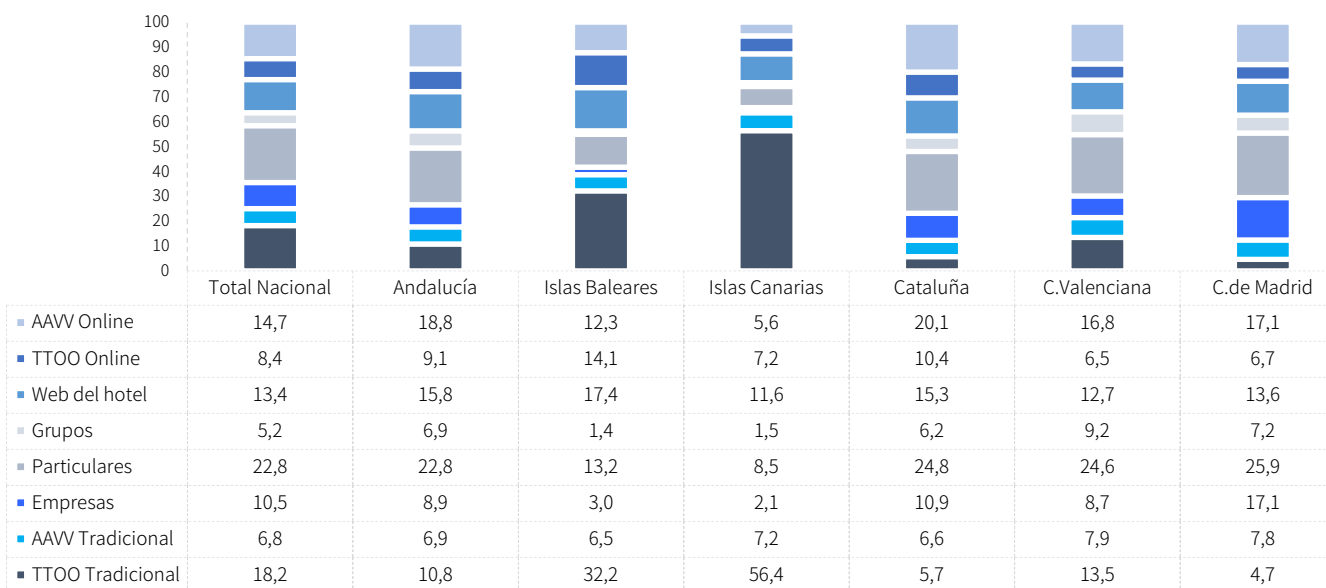
- Los datos reflejan una **oferta turística a la altura**, en su afán de corresponder la creciente demanda de servicios turísticos en Internet, destacando sobre el resto de sectores en cuanto a equipamiento y adaptación al medio online, y no hacen más que confirmar la importancia de Internet en el sector y la gran penetración del medio online en las empresas que prestan servicios turísticos, y **justifican con creces una atención especial en los planes de marketing de los agentes implicados**.

03. Uso del comercio electrónico en establecimientos hoteleros

A través de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE se analiza para el año 2020 el porcentaje de habitaciones contratadas o vendidas mediante turoperador tradicional, agencia de viajes tradicional (incluyendo bonos y talones), empresas, particulares, grupos, contratación directa en la web del hotel y/o cadena hotelera, turoperador online y agencias de viajes online.

En 2020, los establecimientos hoteleros de Andalucía se sitúan en segunda posición del ranking de mayor peso de contratación online³ en sus reservas, con un 43,7% del total de las mismas, igualada con Baleares y únicamente superada por Cataluña por un estrecho margen (45,7%), quedando la Comunidad de Madrid en cuarto lugar, con un 37,4% de reservas hoteleras online. Canarias ocupa el último lugar de este ranking, con una actividad turística muy vinculada a la intermediación tradicional.

Porcentaje de habitaciones ocupadas por tipo de cliente. España y CC.AA. turísticas. Año 2020



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

³ AAW on-line, TTOO on-line y sitio web del establecimiento hotelero

Puntos clave

- Respecto a 2019, cabe destacar el **incremento generalizado del porcentaje de habitaciones reservadas a través de Internet**, tanto en el total español como en las principales Comunidades Autónomas turísticas, destacando Islas Baleares (+14,2 puntos) y Cataluña (+5,3 puntos), mientras el crecimiento de Andalucía ha sido de +3 puntos porcentuales. Por su parte, la Comunidad de Madrid es la única entre las principales CC.AA. turísticas que presenta un ligero descenso en esta cuota.

- Un análisis más detallado permite concluir que **el crecimiento en 2020 de las reservas online ha mostrado una mayor intensidad en las realizadas directamente a través de la web**, en Comunidades como Andalucía, Canarias, Cataluña o Madrid, mientras otras como Baleares o Comunidad Valenciana han registrado mayor crecimiento en las gestionadas por los intermediarios (agencias y turoperadores online).

04. Perfil del turista que reserva/compra por Internet (I)

El análisis general que se plantea a continuación se basa en estimaciones realizadas a través de la Encuesta de Coyuntura Turística (IECA), analizando aquellos turistas que han venido a Andalucía y han realizado alguna reserva online, entendiéndose por reserva la contratación de algún tipo de servicio sin que ésta implique necesariamente la compra a través de la red. Se estima que éste es el caso del **54,4% del total de turistas recibidos en 2019 en la Comunidad Andaluza**, cuota superior en 1,8 puntos porcentuales a la de 2019.

El **perfil del turista** que reserva por Internet se corresponde principalmente con el de una mujer (52,5%), independientemente de si su procedencia es España como si no lo es. En cuanto a la edad, hay que apuntar diferencias entre españoles y extranjeros: si bien es cierto que en ambos casos el intervalo de 45 a 64 años es el más representado, los turistas internacionales muestran una mayor concentración de entre los que tienen una edad superior a los 65 años (17,0%, triplicando el peso de este intervalo entre los nacionales este año).

Perfil sociodemográfico del turista que reserva/compra por Internet. Año 2020

Sexo	Total (%)	Españoles (%)	Extranjeros (%)
Hombre	47,5%	47,3%	48,4%
Mujer	52,5%	52,7%	51,6%
Edad	Total (%)	Españoles (%)	Extranjeros (%)
Más de 65 años	8,0%	5,8%	17,0%
De 45 a 64 años	33,3%	34,4%	28,7%
De 30 a 44 años	27,3%	29,1%	19,7%
De 25 a 29 años	12,7%	11,7%	16,7%
De 18 a 24 años	10,0%	9,6%	11,7%
De 15 a 17 años	1,8%	2,0%	1,3%
De 0 a 14 años	6,9%	7,4%	5,0%
Situación Laboral	Total (%)	Españoles (%)	Extranjeros (%)
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	69,0%	69,0%	61,8%
En paro	3,8%	3,8%	1,7%
Estudiante	14,9%	14,9%	15,4%
Retirado/Jubilado	9,5%	9,5%	19,6%
Labores del hogar	1,3%	1,3%	0,8%
Otras	1,4%	1,4%	0,7%

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

Puntos clave

- En el año 2020, de todos aquellos turistas que utilizaron Internet en relación a su viaje, [el 81,8% realizaron la reserva de alguno de los servicios contratados vía Internet](#). Igualmente, el 61,2% de estos llegó a culminar el proceso con la compra del producto/servicio, registrándose un descenso de -12,2 puntos porcentuales respecto a 2019. Este año, como viene siendo habitual, la proporción de reservas por Internet es muy superior entre los turistas extranjeros (79,6%) que entre los españoles (56,5%).

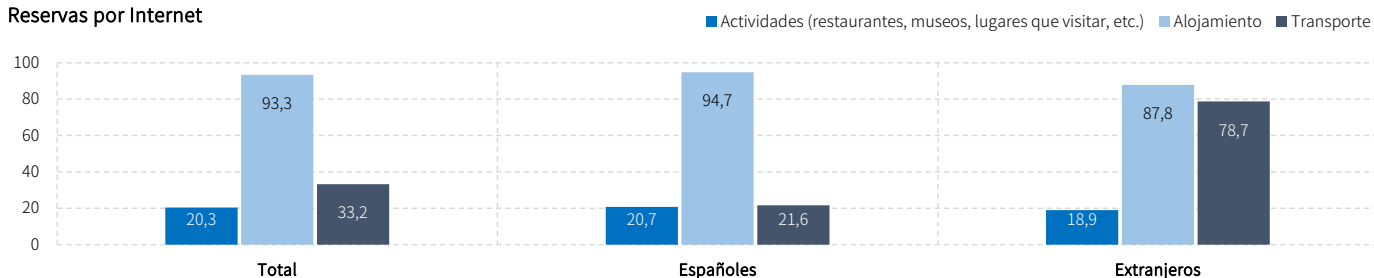
- [El alojamiento hotelero es utilizado por el 64% del turismo de este segmento](#), registrándose un descenso de -10 puntos en esta cuota respecto al año 2019, aunque sigue situándose más de 6 puntos por encima de la media del total de turistas. En el análisis por procedencia se observa un mayor uso de hoteles y pensiones por parte de los españoles frente a los turistas extranjeros (64,8% y 61,0% respectivamente), si bien es cierto que esa diferencia se ha mantenido en este año, gracias al descenso similar del uso de esta tipología por parte de ambos mercados.

05. Perfil del turista que reserva/compra por Internet (II)

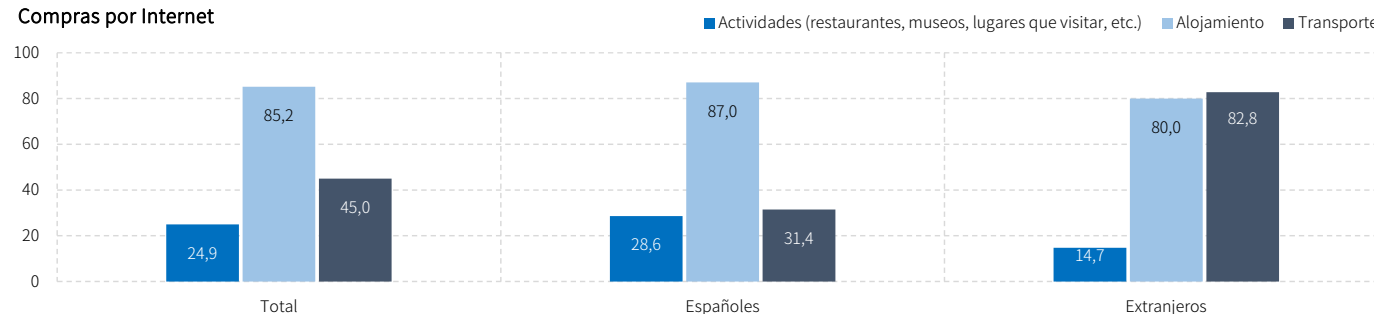
Cabe destacar que el **93,3%** de estos turistas digitales reservó su alojamiento por Internet, cifra superior en +2,5 puntos a la registrada en 2019, alcanzando el 94,7% en el caso de los turistas nacionales y el 87,8% de los extranjeros. Respecto al transporte, el 45,0% compró su transporte a través de este canal (-17,1 puntos menos que en 2019), llegando al 82,8% en los turistas extranjeros que viajaron a Andalucía en 2020. La reserva de actividades (restaurantes, museos, lugares que visitar, etc.) se sitúa en torno al 20,3%, registrando un incremento de dos puntos respecto al año anterior.

Distribución de los turistas según producto reservado / comprado. Año 2020

Reservas por Internet



Compras por Internet

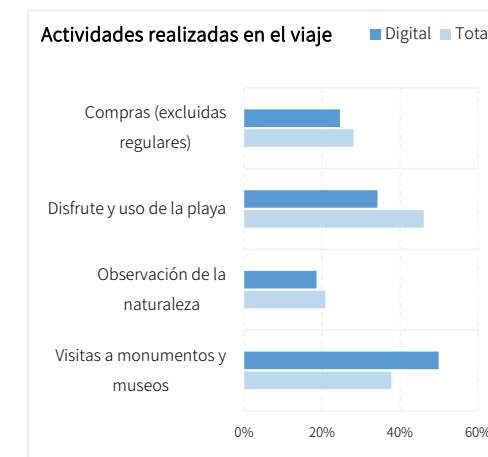


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA. IECA

Puntos clave

- En cuanto al **transporte**, hay que distinguir entre españoles y extranjeros. En el caso de los primeros y como consecuencia de la proximidad geográfica, el coche particular es el medio utilizado por la mayoría de estos turistas (79,1%), mientras que los extranjeros utilizan mayoritariamente el avión (77,1%) para acceder a Andalucía.

- De entre las principales **actividades realizadas por los turistas** de este segmento turístico destaca sobre todas ellas la visita a monumentos y museos, muy por encima de la media de turistas en Andalucía. Le siguen el disfrute y uso de la playa y las compras.



06. ANEXO TABLAS

Tabla 1. Uso de las TIC en las empresas. Europa, España y Andalucía. Año 2020

TIC	Empresas Europeas	Empresas Españolas	Empresas Andaluzas
Conexión a Internet	97%	98%	98%
Disponibilidad de sitio web ¹	77%	78%	72%
Acceso a catálogo o lista de precios ²	61%	47%	44%
Realización de pedidos o reservas online	20%	19%	18%

Fuente: Information society statistics (Eurostat) / ETICCE (INE)

Tabla 2. Uso de TIC en alojamientos (hoteles y camping). Europa, España y Andalucía. Año 2020

TIC	Empresas Europeas	Empresas Españolas	Empresas Andaluzas
Conexión a Internet	99%	99%	100%
Disponibilidad de sitio web ¹	95%	95%	95%
Acceso a catálogo o lista de precios ²	90%	85%	81%
Realización de pedidos o reservas online ³	79%	84%	75%

Fuente: Information society statistics (Eurostat) / ETICCE (INE)

¹ Porcentaje sobre empresas con conexión a Internet

² Porcentaje sobre empresas con conexión a Internet y página web

³ Hoteles, camping y otros alojamientos de corta estancia

Tabla 3. Habitaciones ocupadas por tipo de cliente. Principales CC.AA. turísticas. Año 2020

Año 2020	Total Nacional	Andalucía	Islas Baleares	Islas Canarias	Cataluña	C.Valenciana	C. de Madrid
TTOO tradicional	18,2%	10,8%	32,2%	56,4%	5,7%	13,5%	4,7%
AAVV Tradicional	6,8%	6,9%	6,5%	7,2%	6,6%	7,9%	7,8%
Empresas	10,5%	8,9%	3,0%	2,1%	10,9%	8,7%	17,1%
Particulares	22,8%	22,8%	13,2%	8,5%	24,8%	24,6%	25,9%
Grupos	5,2%	6,9%	1,4%	1,5%	6,2%	9,2%	7,2%
Web del hotel	13,4%	15,8%	17,4%	11,6%	15,3%	12,7%	13,6%
TTOO Online	8,4%	9,1%	14,1%	7,2%	10,4%	6,5%	6,7%
AAVV Online	14,7%	18,8%	12,3%	5,6%	20,1%	16,8%	17,1%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 4. Habitaciones ocupadas por tipo de cliente. Provincias andaluzas. Año 2020

Año 2020	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
TTOO Tradicional	11,3%	6,9%	3,3%	7,4%	10,6%	5,3%	18,0%	5,9%
AAVV Tradicional	7,0%	5,8%	4,5%	5,9%	11,7%	5,1%	7,2%	6,6%
Empresas	10,2%	7,7%	17,4%	8,0%	8,8%	17,8%	5,7%	13,2%
Particulares	25,0%	26,7%	25,9%	23,5%	24,1%	33,1%	18,8%	21,1%
Grupos	9,9%	3,0%	4,3%	8,6%	4,6%	5,9%	7,9%	8,7%
Web del hotel	12,5%	21,4%	12,2%	13,7%	20,6%	7,7%	14,4%	15,6%
TTOO Online	4,6%	14,6%	8,9%	6,8%	10,4%	6,5%	7,7%	9,9%
AAVV Online	19,6%	13,8%	23,4%	26,2%	9,3%	18,6%	20,4%	19,1%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos EOH. INE

Tabla 5. Tipo de uso de Internet en relación a su viaje a Andalucía. Año 2020

Turistas que usan Internet en relación a su viaje a Andalucía	Total	Españoles	Extranjeros
Consulta	100,0%	100,0%	100,0%
Reserva	81,8%	80,0%	90,0%
Compra	61,2%	56,5%	79,6%

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

Tabla 6. Tipo de alojamiento utilizado en su viaje a Andalucía. Turista digital. Año 2020

Turista que reserva/compra por Internet	Total	Españoles	Extranjeros
Hotel	52,6%	53,5%	49,3%
Otro alojamiento hotelero	6,0%	5,9%	6,3%
Pensión	5,4%	5,4%	5,3%
Camping	3,7%	4,4%	0,9%
Albergue	0,2%	0,1%	0,3%
Villa Turística	0,2%	0,2%	-
Casa rural o similar	2,8%	3,5%	0,2%
Otros	1,1%	1,1%	0,8%
Apartamento, chalet o casa alquilado	22,9%	21,2%	29,0%
Apartamento, chalet o casa en propiedad	1,4%	1,1%	2,3%
Apartamento, chalet o casa de amigos o familiares	3,9%	3,5%	5,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

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

Tabla 7. Medio de transporte utilizado para llegar a Andalucía. Turista digital. Año 2020

Turista que reserva/compra por Internet	Total	Españoles	Extranjeros
Coche particular	66,7%	79,1%	13,5%
Otros	0,4%	0,3%	0,5%
Coche de alquiler	1,4%	1,4%	1,7%
Coche caravana / autocaravana	1,1%	1,3%	0,2%
Autocar	3,6%	3,5%	3,8%
Moto	0,3%	0,3%	0,2%
Tren	5,5%	6,3%	2,1%
Barco	0,3%	0,3%	0,4%
Avión	20,7%	7,5%	77,1%
Taxi	0,1%	0,0%	0,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

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

Tabla 8. Actividades realizadas en su viaje a Andalucía. Turista digital. Año 2020 (Multirespuesta)

Turista que reserva/compra por Internet	Total	Espanoles	Extranjeros
Compras (excluidas regulares)	24,6%	21,8%	35,4%
Disfrute y uso de la playa	34,2%	30,2%	49,9%
Observación de la naturaleza	18,6%	20,9%	9,5%
Asistencia a eventos deportivos	0,3%	0,3%	0,2%
Asistencia a eventos culturales	0,8%	0,7%	1,1%
Visitias a monumentos y museos	49,9%	52,5%	39,5%
Otras actividades culturales	0,9%	0,9%	1,3%
Juegos de azar	0,2%	0,2%	0,0%
Coleccionismo y otros hobbies técnicos	0,0%	0,0%	0,0%
Educación/formación y estudios de idiomas	0,2%	0,0%	0,6%
Actividades profesionales o de negocios/congresos y reuniones	0,4%	0,4%	0,4%
Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc...)	2,3%	2,4%	2,2%
Otros	1,7%	1,9%	0,9%
Práctica de golf	0,2%	0,1%	0,7%
Caza/Pesca	0,1%	0,0%	0,6%
Práctica deportes náuticos	1,5%	1,3%	2,4%
Esquí	0,9%	0,9%	0,7%
Deportes de naturaleza	4,5%	5,0%	2,6%
Prácticas de otros deportes	0,8%	0,8%	0,6%

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

Índice de siglas

AENA: Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea.

CC.AA: Comunidades Autónomas.

CNAE: Clasificación Nacional de Actividades Económicas.

CSTE: Cuenta Satélite del Turismo de España.

CSTRM: Cuenta Satélite de Turismo: Referencias Metodológicas.

ECTA: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía.

EPA: Encuesta de Población Activa.

FMI: Fondo Monetario Internacional.

IECA: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

INE: Instituto Nacional de Estadística.

IPC: Índice de Precios al Consumo.

OCDE: Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico.

OMT: Organización Mundial de Turismo.

PIB: Producto Interior Bruto.

RAT: Registro del Turismo de Andalucía.

TT.OO: Turoperadores.

UE: Unión Europea.