



Turismo familiar en Andalucía

Año 2020

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos



TURISMO FAMILIAR EN ANDALUCÍA. AÑO 2020

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

COLECCIÓN

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos

EDITA

Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

Plaza Nueva, nº 4

41001 Sevilla

Formulario de contacto:

https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/servicios/app/csu-peticion.html?cat_servicio_id=22

ELABORA

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

C/ Compañía, nº 40

29008, Málaga

T. 951 299 300 Fax. 951 299 365

Correo e.: saeta@andalucia.org

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

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

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

Índice de contenidos

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

00. Introducción

No existe una única definición de turismo familiar. Se puede considerar que se realiza turismo familiar cuando la motivación principal del viaje de ocio es ir con la familia. El “grupo familiar” puede estar compuesto en su versión más amplia por una combinación de padres, hijos, hermanos, abuelos, etc..., si bien el concepto de “familia” más reconocido es el de padres que viajan acompañados de hijos menores de edad.

Del turismo familiar se sabe que es un segmento de cliente que requiere una buena especialización de los servicios (alojamiento, restauración, transporte, oferta complementaria y de ocio) y una adecuación de las instalaciones a las necesidades de los niños, pues estos son el eje del segmento. De hecho, cuando la familia viaja unida, los menores ejercen una gran influencia a la hora de elegir el destino de las vacaciones, con una preferencia clara por los de sol y playa. Es un cliente agradecido, repetidor y fiel, sobre todo si está satisfecho, que presenta como principal inconveniente su alta estacionalidad, vinculado a las vacaciones escolares, y su sensibilidad al factor precio en coyunturas económicas adversas.

España es un país maduro en turismo familiar, que se toma muy en serio este segmento y sus posibilidades de crecimiento, ya que es compatible con el desarrollo de otros productos turísticos (como sol y playa, naturaleza y rural, deportes, cruceros y parques temáticos). Prueba de ello son dos iniciativas de carácter público que ayudan a su certificación y a mantener un nivel de calidad: el Sello de Destino de Turismo Familiar, con el que la Agencia Catalana de Turismo distingue los municipios que son sensibles a este segmento de la demanda y ofrecen unos equipamientos y servicios adaptados a las necesidades de las familias con niños; y el Sello de Turismo Familiar, de la Federación Española de Familias Numerosas (FEFN), un aval de calidad que certifica aquellas empresas y destinos que cubren con excelencia las necesidades de

las familias cuando viajan o cuando planifican sus tiempos de descanso y ocio. Este sello ha sido homologado como Club de Producto de Turismo Familiar por la Secretaría de Estado de Turismo (SET), a través de la firma de un primer convenio de colaboración en 2015 y que se ha revalidado en octubre de 2018. Desde entonces, todos los avalados participan de acciones de promoción apoyadas por la SET, así como por la Secretaría de Estado de Servicios Sociales.

Andalucía es considerada un destino preferente para hacer turismo familiar, así se desprende del VIII Estudio de Mercado de Pautas de Consumo Turístico de las Familias de España que ha realizado la FEFN junto con DNA turismo y ocio en 2020, dentro del proyecto del Sello de Turismo Familiar. Según dicho estudio, **Andalucía se sitúa como el destino preferido por las familias en todas las épocas del año 2020.**

Los resultados de este estudio evidencian que Andalucía cuenta con los atractivos turísticos que buscan las familias y que su oferta de servicios y equipamientos está preparada para atenderlas. Además, una de las grandes apuestas de la política turística de Andalucía es la complementariedad entre sus diferentes productos y destinos turísticos, porque solo aprovechando las sinergias se podrá satisfacer a un turista cada vez más multimotivacional. Y el turismo familiar es compatible con muchos otros segmentos y productos turísticos, lo que lo convierte en una tipología turística muy atractiva para el destino andaluz.

Para conocer mejor las características estructurales del turismo familiar en Andalucía, detectar sus aspectos diferenciales y comprobar en qué medida estas características coinciden o no con la información que ya se conoce sobre este segmento, se ha llevado a cabo una explotación específica de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA) que realiza el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía trimestralmente. Esta encuesta proporciona información sobre variables tanto cualitativas como cuantitativas que permiten realizar estimaciones sobre el gasto, la estancia, perfil sociodemográfico del turista familiar, su calificación del destino, actividades realizadas, etc. De la ECTA se han seleccionado como muestra* para analizar **el turismo familiar** a aquellas entrevistas a **turistas que han declarado que en su viaje a Andalucía han estado acompañados de su familia y que en dicho grupo familiar haya al menos un menor de 18 años.**

En este informe se hace especial mención a aquellas variables en las que el turismo familiar presenta un comportamiento diferencial frente al total de turismo que se realiza en Andalucía en el año 2020, pero siempre y cuando dicho comportamiento se venga presentando sin muchos cambios a lo largo del tiempo. El lector puede consultar más información sobre el turismo familiar en Andalucía en el [anexo de tablas](#).

* En el año 2020 la muestra asciende a un total de 625 entrevistas a turistas, lo que supone un nivel de error de +/- 4,0%, con un nivel de confianza del 95,5% y donde $p=q=0,5$.

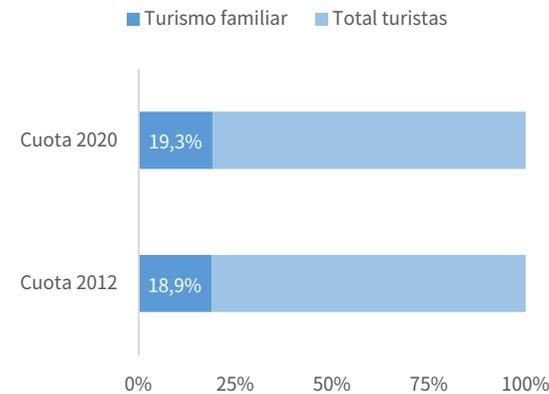
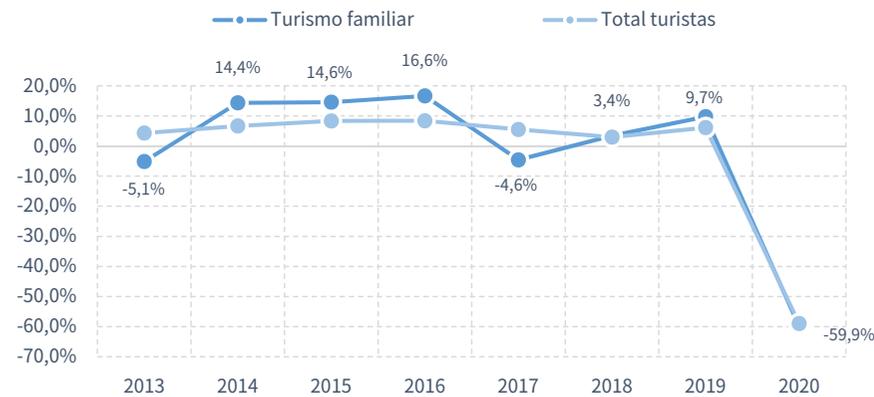
01. ¿Cuántos turistas son y cómo han evolucionado?

BALANCE DEL AÑO 2020 Y EVOLUCIÓN

Para el año 2020, se ha estimado que el 19,3% de todos los turistas que Andalucía ha recibido en el año 2020 son turistas familiares, lo que supone un total de **2,6 millones de turistas**. Respecto a 2019, una vez actualizadas las estimaciones correspondientes a dicho año, **el turismo familiar ha descendido a una tasa del -59,9%**, un decremento ligeramente superior que el registrado por el total de turistas en 2020 (-59,0%).

Tal y como puede apreciarse en el siguiente gráfico, en el periodo 2012-2020, años para los que se dispone de información sobre este segmento, el turismo familiar ha registrado altibajos, pero han sido más los años en los que ha contabilizado tasas positivas que, además, han sido superiores a las tasas de crecimiento del total de turismo recibido en Andalucía. Sin embargo, en el año 2020 los turistas familiares han evolucionado ligeramente peor que el conjunto de turistas, provocando una pérdida de cuota de participación de -0,5 puntos porcentuales, pasando de suponer el 19,8% del total de turismo en 2019 al 19,3% en 2020. No obstante, y a pesar del retroceso sufrido en 2020, aún se supera la cuota que se ostentaba al inicio de la serie.

Evolución del Total turismo y Turismo familiar de Andalucía. Años 2012-2020



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

Puntos clave

Razones por las que la crisis sanitaria ha afectado menos al turismo familiar que a otros segmentos turísticos desarrollados en Andalucía (como el cultural o el de ciudad):

- Tradicionalmente este segmento presenta una menor dependencia de la demanda extranjera, la más afectada por el impacto de la pandemia en 2020.
- El turismo familiar es muy estacional, y su principal periodo de vacaciones (el verano), ha coincidido con uno de los trimestres del año 2020 con menos restricciones a la movilidad para viajar en el territorio nacional.
- Para las familias, las vacaciones son sinónimo de sol y playa. Estos entornos facilitan la posibilidad de realizar ocio y esparcimiento al aire libre, en espacios abiertos, considerados de menor riesgo ante un posible contagio de Covid-19.
- El coche, el transporte considerado más seguro durante la crisis sanitaria, ya era el medio preferente de los turistas familiares para acceder a Andalucía cada año. No han tenido que modificar este hábito de viaje por la pandemia, aunque sí se ha acentuado.

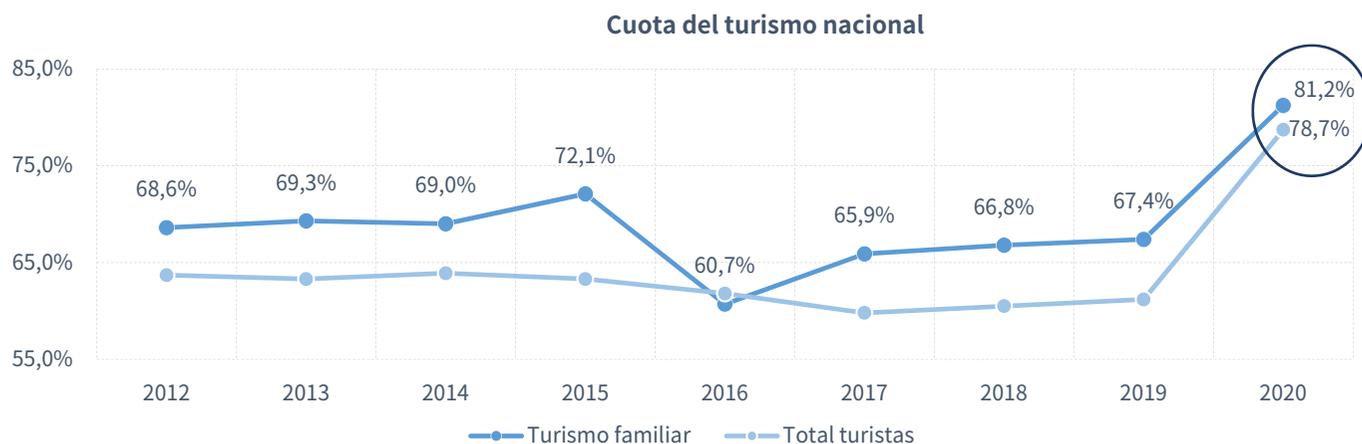
02. Aspectos diferenciales del turismo familiar

1. EL TURISMO FAMILIAR EN ANDALUCÍA HABLA ESPAÑOL

Año tras año, la cuota de los turistas nacionales es mayor en el turismo familiar que en el total de turistas recibidos en Andalucía, y complementariamente, **el turismo extranjero es la procedencia con menos representación en el turismo familiar de la región**. Tal y como se puede apreciar en el gráfico, desde que se dispone de información sobre el segmento de turismo familiar (intervalo 2012-2020), siempre que se han comparado ambas estructuras se evidenciaba que el peso o cuota de los turistas nacionales era mayor en el turismo familiar que en el total de turismo. La única excepción se produjo en el año 2016, si bien fue un hecho puntual, que no ha vuelto a repetirse en los siguientes años.

Igualmente se observa que, **la distribución de los turistas por procedencia registra un importante cambio en 2020 como consecuencia de la crisis sanitaria provocada por el coronavirus**, tanto en el turismo familiar como en conjunto del turismo de Andalucía, aumentando la participación del turismo nacional de forma notable.

Peso de los turistas de procedencia nacional. Total turismo y turismo familiar. Años 2012-2020



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.**

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

- 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 familiar.

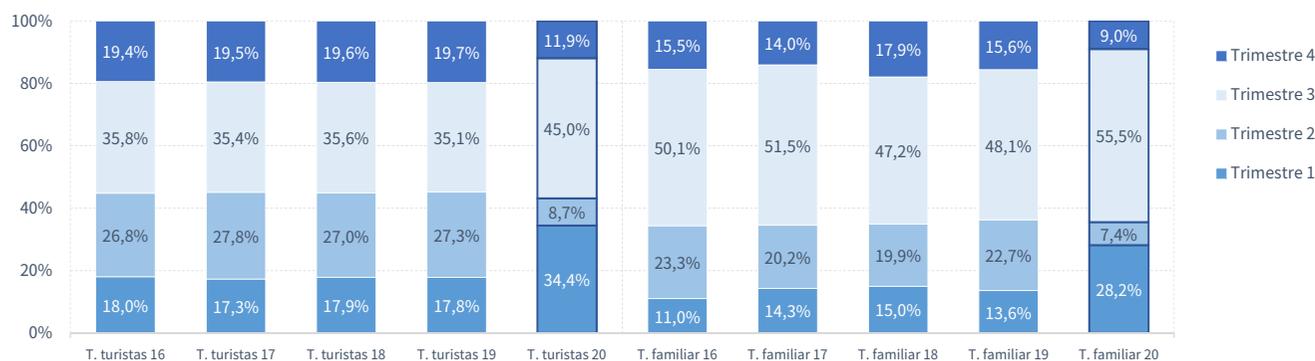
02. Aspectos diferenciales del turismo familiar

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

Para los turistas familiares, los meses de verano son el mejor momento del año para realizar sus visitas al destino andaluz. Así, cada año, el turismo familiar presenta la mayor concentración de sus visitas en el tercer trimestre, superando con creces al peso que este trimestre representa en el total del turismo recibido en la región. La influencia de las vacaciones de los escolares españoles, muy concentradas en el periodo estival, está detrás de esta preferencia de los turistas familiares por el tercer trimestre, y es lo que mantiene este comportamiento a lo largo del tiempo sin muchas variaciones.

Ahora bien, el reparto de turistas a lo largo del año 2020 ha sido inusual en todas las tipologías de turismo debido a las limitaciones de movimientos establecidas para el control de la pandemia de COVID-19: tras un buen comienzo del año, 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 rebrotes de coronavirus ha obligado a imponer de nuevo restricciones a los viajes en el cuarto trimestre.

Distribución porcentual de turistas por trimestres. Total turismo y turismo familiar. Años 2016-2020



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 familiar, su **mayor estacionalidad es una característica del segmento que se mantiene a lo largo de los años sin cambios de consideración.**
- La profunda distorsión que ha generado la pandemia en la distribución anual del turismo en 2020 ha potenciado este rasgo diferencial del turismo familiar, al concentrar más de la mitad de todos estos turistas (55,5%) en el tercer trimestre.

02. Aspectos diferenciales del turismo familiar

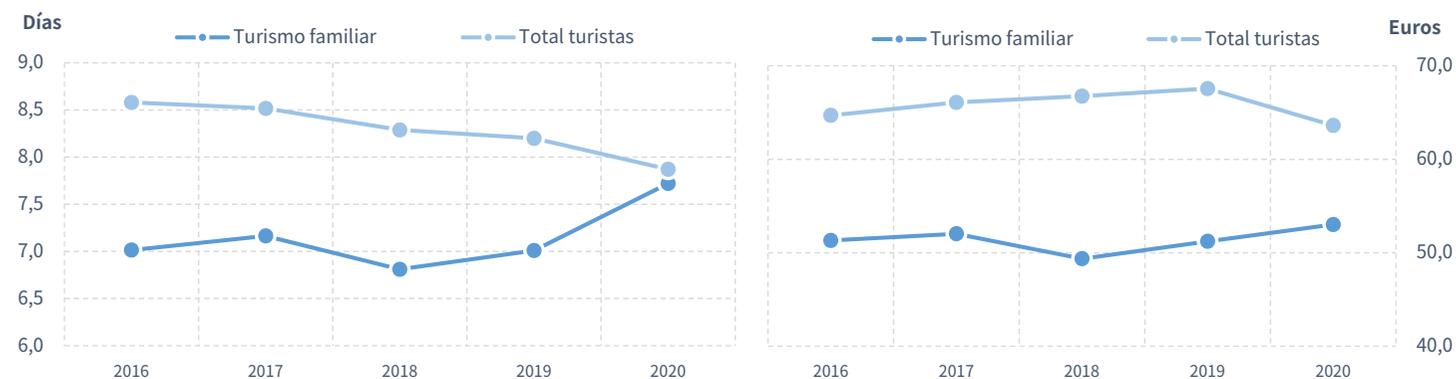
3. ESTANCIAS MÁS CORTAS FUERA DEL PERIODO ESTIVAL

Es rasgo distintivo que [la estancia media](#) en Andalucía del turista familiar se aproxime a la del total de turistas que visita la región solo en el tercer trimestre, el principal periodo para viajar de este segmento, siendo menores que las del turista general en el resto de los trimestres de cada año, reflejando nuevamente la influencia que ejerce sobre las familias viajeras la distribución anual de las vacaciones escolares de los menores. **No obstante, las especiales circunstancias vividas en 2020, han provocado un acercamiento de ambas permanencias**, potenciado por la notable concentración de los viajes en el tercer trimestre, el de mayor estancia para el turismo familiar.

4. MENOR GASTO MEDIO DIARIO EN EL DESTINO

El desembolso por persona y día del turista familiar en el destino andaluz ascendió en 2020 a los 53 euros, +1,8 euros más que el año anterior. A pesar del crecimiento, este [gasto medio diario](#) en el destino es inferior al que realiza el turista general que visita la región (63,62 euros en 2020). Y no solo este año, **el nivel de gasto del turista familiar siempre ha permanecido por debajo del desembolso del turismo general** a lo largo del último lustro, tal y como se puede apreciar en el siguiente gráfico.

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



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

Puntos clave

- Aunque la crisis sanitaria ha propiciado que se recorte la distancia entre el nivel de gasto en el destino del turista general y el del turista familiar en 2020, aún permanece bastante por debajo, por lo que se mantiene vigente esta característica distintiva del segmento familiar.

- El turista familiar también difiere en sus patrones de gasto del turista medio, pues tradicionalmente dedica menos parte de su presupuesto a las partidas de transporte y a las compras no alimenticias y más parte a las partidas de alojamiento y a las compras alimenticias.

02. Aspectos diferenciales del turismo familiar

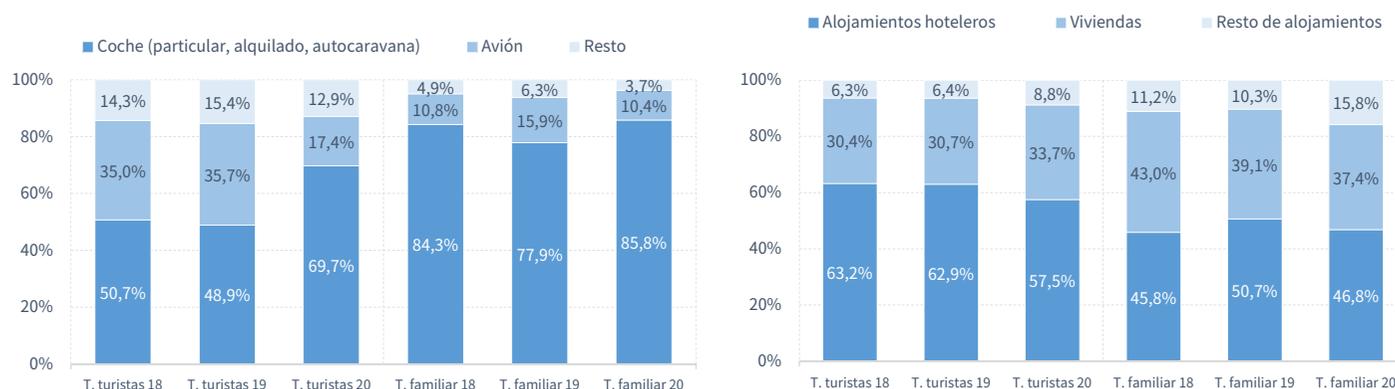
5. UTILIZA MÁS EL COCHE QUE EL TURISTA MEDIO

La procedencia del turista determina en gran medida el [tipo de transporte](#) utilizado para acceder al destino visitado, y dada la mayor proporción de turistas de procedencia nacional entre los turistas familiares, ello ha favorecido, año tras año, la hegemonía del coche en sus desplazamientos. En 2020, se ha incrementado fuertemente el uso del coche (propio, alquilado o autocaravana), tanto en el turismo familiar (85,8% frente a 77,9% en 2019), pero sobre todo en el total de turismo (69,7% frente a 48,9% en 2019).

6. REALIZA UN USO MÁS ELEVADO DEL ALOJAMIENTO EN VIVIENDAS

Para pernoctar en Andalucía, los turistas familiares, al igual que el resto de los turistas que visitan la región, prefieren el [alojamiento](#) hotelero. No obstante, el turismo familiar destaca por ser un segmento turístico que realiza un uso muy elevado del alojamiento en viviendas (en propiedad, alquiladas o cedidas por familiares o amigos). Además, en el año 2020 se ha incrementado el uso de la vivienda, especialmente la alquilada, y los campings, tanto en el total de turismo como en el turismo familiar.

Tipo de alojamiento y de transporte. Total turismo y turismo familiar. Años 2018-2020



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

Puntos clave

- El importante incremento del uso del coche en el turismo en general obedece a que se han recibido menos turistas extranjeros debido a la pandemia, precisamente los turistas que más utilizan el avión para acceder a Andalucía, pero también a que el vehículo particular se ha percibido como un medio de transporte más seguro ante el posible riesgo de contagio o transmisión del coronavirus, y más flexible si ocurren imprevistos que alterasen la duración del viaje.

- Ciertas medidas de control de la pandemia, como las restricciones relativas al número de personas en reuniones sociales y la recomendación de mantener los grupos de convivencia, han tenido como resultado que en el año 2020 todas las tipologías turísticas, no sólo el segmento familiar haya optado por reducir sus pernoctaciones en establecimientos hoteleros, al percibir que, en otros tipos de alojamientos era más fácil mantener el distanciamiento social.

02. Aspectos diferenciales del turismo familiar

7. ORGANIZA POR SU CUENTA LA VISITA A ANDALUCÍA

En comparación con el turista medio, es hábito consolidado del turista familiar recurrir con menos frecuencia a la ayuda de intermediarios a la hora de [organizar su viaje](#) al destino andaluz. Tanto la mayor utilización del vehículo propio como del alojamiento extrahotelero respecto a otras tipologías turísticas son dos razones de peso que justificaban esta menor contratación a través de intermediarios. Además, las especiales circunstancias acaecidas en 2020 por la pandemia han potenciado este comportamiento, elevando la organización particular de viaje, tanto entre los turistas familiares (96,9%) como entre el total de turistas (91,4%), a su mayor nivel desde que se dispone de información sobre el segmento de turismo familiar (serie 2012-2020).

8. PARA LAS FAMILIAS LAS VACACIONES SON SINÓNIMO DE SOL Y PLAYA Y DE ACTIVIDAD.

El clima y la playa siempre se posicionan entre los aspectos más influyentes para el turista familiar a la hora de elegir Andalucía como destino de sus vacaciones, pues la suma de ambos factores decantó la decisión del 36,4% de los turistas familiares de 2020. Y es precisamente en la disponibilidad de playas donde año tras año se presentaban las mayores distancias respecto del total de turismo que visita la región, salvo en 2020, en el que la posibilidad de realizar turismo de naturaleza y rural ha sido el factor que más ha incrementado su [influencia a la hora de elegir el destino](#) para el turista familiar, situándose en un 13% frente al 5,8% del turismo general.

Organización particular del viaje. Total turismo y turismo familiar. Años 2012-2020



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

Puntos clave

- En 2020, la planificación de los viajes se ha complicado enormemente: no saber si se podría acceder a un destino o cuándo sería posible visitarlo, ha favorecido la elección de destinos más próximos y conocidos, para los que la intervención de intermediarios en la organización del viaje no es tan necesaria.

- Las principales actividades que realizan las familias durante su estancia están relacionadas con las motivaciones que los llevaron a Andalucía: frente al turista general realizan con más intensidad todas aquellas actividades relacionadas con el disfrute y uso de la playa, la práctica de deportes náuticos y otras actividades de entretenimiento (zoo, parques temáticos, etc.). Además, en conjunto, el turista familiar se muestra más activo que el turista general en todos los años analizados.

02. Aspectos diferenciales del turismo familiar

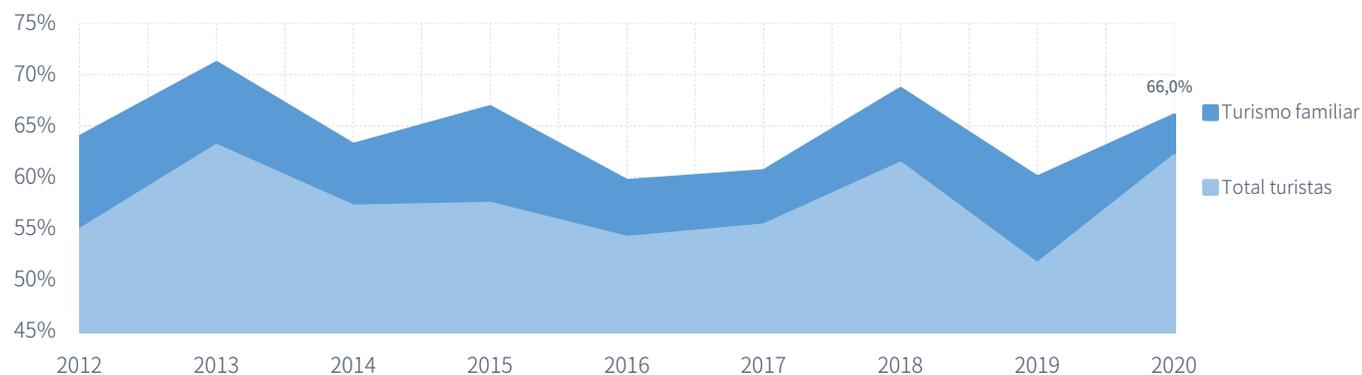
9. TURISTA FIEL, SIENDO LA PROPIA EXPERIENCIA EL CANAL MÁS UTILIZADO PARA INFORMARSE

[El grado de fidelidad](#) de este segmento se sitúa por encima del que presentan la media del total de turistas de Andalucía (como mínimo de 4 a 6 puntos porcentuales mayor), ya que es característico del turismo familiar repetir visita cuando se han satisfecho sus expectativas y necesidades. Este elevado grado de fidelidad está en consonancia con el mayor porcentaje de turistas familiares que cada año se informan sobre el destino andaluz a través de su propia experiencia en comparación con el turista general de Andalucía, un comportamiento que también se presenta en todos los años para los que se dispone de información sobre este segmento.

10. EL GRUPO TURÍSTICO TIENE UN TAMAÑO MAYOR Y UNAS CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DISTINTIVAS

La propia [definición de turismo familiar](#) determina un mayor tamaño del grupo turístico que el que presenta el turismo general (3,9 miembros frente a 2,3 miembros de media en 2020) y perfila [las características sociodemográficas](#) de este segmento: alta presencia de menores de 18 años (40,9% frente a 7,7% del turismo total), y el siguiente grupo de edad en el que se aprecia un mayor peso en el turismo familiar que en el turismo general es el de 30 a 44 años (27,8% frente a 24,7%), es decir, aquellos adultos que están en la franja de edad propia para tener hijos menores a su cargo.

Grado de fidelidad. Total turismo y turismo familiar. Años 2012-2020



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 aumento en 2020 de la presencia de turistas nacionales en todas las tipologías turísticas** que se desarrollan en la región. Y **por simple proximidad geográfica, es más probable que estos turistas hubieran visitado Andalucía también en el año anterior, elevándose el grado de fidelidad**, tanto en el turismo familiar (+6,1 puntos porcentuales respecto a 2019), pero sobre todo en el total de la demanda (+10,5 puntos porcentuales).
- En consonancia con la estructura de edad de este segmento, **también la situación laboral del turista familiar es distintiva**, mostrando una mayor presencia de turistas estudiantes (40,7% frente a 14,1% del turismo total) y una baja proporción de turistas jubilados (3,0% frente a 15,5% del turismo total).

03. Anexo tablas

INDICADORES BÁSICOS	2020	2019	% Var./Diferencias
Número de turistas (millones)	2,6	6,4	-59,9%
Cuota de participación en la demanda turística:	19,3%	19,8%	-0,5
Procedencia de los turistas:			
Españoles	81,2%	67,4%	13,9
Extranjeros	18,8%	32,6%	-13,9
Distribución porcentual por trimestres:			
Trimestre 1	28,2%	13,6%	14,6
Trimestre 2	7,4%	22,7%	-15,3
Trimestre 3	55,5%	48,1%	7,4
Trimestre 4	9,0%	15,6%	-6,7
Gasto medio diario (en euros):	53,02	51,22	1,80
Gasto en destino por conceptos:			
Transporte	7,7%	10,0%	-2,2
Alojamiento	37,7%	25,0%	12,7
Compras alimentación	12,5%	11,9%	0,6
Compras no alimentación	4,4%	7,3%	-2,9
Visitas organizadas, ocio, otros...	3,8%	5,9%	-2,1
Alquiler de coches	0,3%	1,3%	-1,0
Comidas (bares, restaurantes, cafeterías)	33,6%	38,5%	-5,0
Estancia media (nº de días):	7,7	7,0	0,7

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)	85,8%	77,9%	8,0
Avión	10,4%	15,9%	-5,4
Resto	3,7%	6,3%	-2,5
Tipo de Alojamiento:			
Alojamientos Hoteleros	46,8%	50,7%	-3,9
Viviendas (en propiedad, alquiladas o cedidas por familiares o amigos)	37,4%	39,1%	-1,7
Otros (camping, albergue, casa rural o similar, etc.)	15,8%	10,3%	5,5
Motivo principal del viaje:			
Trabajo (motivos profesionales) o Negocios	0,0%	0,0%	0,0
Vacaciones / Ocio	93,5%	89,7%	3,8
Visitas a familiares y amigos	5,7%	8,5%	-2,9
Otros motivos (Estudios, tratamientos de salud, religiosos, etc...)	0,8%	1,8%	-0,9
Organización del viaje:			
De forma particular	96,9%	93,8%	3,1
Lo organizó un club, asociación, empresa...	0,2%	1,6%	-1,4
Adquirió un paquete turístico o viaje combinado	2,9%	4,6%	-1,7
Principales factores para elegir el destino andaluz:			
Precios	9,2%	5,8%	3,5
Clima	12,7%	25,0%	-12,2
Playa	23,7%	23,1%	0,6
Visitas a monumentos	24,5%	22,9%	1,7
Turistas de naturaleza y rural	13,0%	8,5%	4,5
Gastronomía	5,0%	3,4%	1,6
Calidad de vida / Hospitalidad	6,2%	3,7%	2,5
Excursiones	0,7%	0,1%	0,6
Practicar deportes	0,9%	3,1%	-2,2
Otros	4,0%	4,5%	-0,5
Canales de información del destino:			
Por experiencia propia	70,9%	68,3%	2,6
Por recomendación de agencias de viajes (oficinas)	0,9%	1,9%	-1,1
Por recomendación de amigos o familiares	19,6%	20,4%	-0,8
Por redes sociales, web especializadas de viajes, blogs	6,5%	3,7%	2,8
Por página Web oficial del destino	0,8%	1,6%	-0,8
Por publicidad en prensa, radio y TV	0,4%	2,3%	-1,8
Por otros medios	0,9%	1,8%	-0,9

HÁBITOS DE CONSUMO	2020	2019	% Var./Diferencias
Valoración al destino turístico andaluz (de 1 a 10 puntos):			
Alojamiento	8,7	8,5	0,2
Restauración	8,6	8,4	0,2
Ocio/Diversión	8,5	8,2	0,3
Seguridad ciudadana	8,6	8,6	0,1
Atención y trato recibido	8,9	8,8	0,1
Relación calidad/precio	8,4	8,3	0,1
Red de comunicaciones	8,1	8,0	0,1
Limpieza	8,5	7,9	0,6
Nivel de tráfico	8,4	7,9	0,4
Señalización turística	8,3	8,1	0,2
Información turística	8,5	8,5	0,0
Patrimonio cultural	9,0	8,7	0,3
Calidad de las playas y de los servicios	8,7	8,1	0,6
Paisajes y Parques naturales	9,1	8,7	0,4
Entornos urbanos	8,9	8,2	0,7
Valoración global (Índice sintético de percepción)	8,6	8,3	0,3
Actividades realizadas durante la estancia en Andalucía:			
(NOTA: pregunta multirrespuesta, los % no suman 100)			
Compras (excluidas regulares)	30,0%	25,6%	4,4
Disfrute y uso de la playa	54,9%	51,3%	3,5
Observación de la naturaleza	18,3%	28,1%	-9,8
Visitas a monumentos y museos	34,3%	36,5%	-2,3
Asistencia a eventos culturales y otras actividades culturales	0,8%	5,7%	-5,0
Práctica deportes náuticos	4,4%	1,9%	2,4
Deportes de naturaleza	4,2%	4,1%	0,1
Prácticas de otros deportes	3,0%	3,6%	-0,6
Asistencia a eventos deportivos	0,5%	1,8%	-1,3
Otros entretenimientos (zoo, parques temáticos, etc...)	3,4%	5,4%	-1,9
Otras actividades	1,8%	3,6%	-1,8

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	69,9%	57,6%	12,3
No	30,1%	42,4%	-12,3
Para qué utilizó internet:			
Consulta	100,0%	100,0%	0,0
Reserva	81,6%	85,3%	-3,7
Compra	51,5%	69,3%	-17,8
Tamaño medio del grupo de viaje (personas):	3,9	4,1	-0,2
Grado de fidelidad:	66,0%	59,9%	6,1

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

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	2020	2019	% Var./Diferencias
Sexo:			
Hombres	47,7%	48,4%	-0,7
Mujeres	52,3%	51,6%	0,7
Grupos de Edad:			
Menos de 18 años	40,9%	40,9%	0,0
De 18 a 29 años	5,3%	4,6%	0,7
De 30 a 44 años	27,8%	29,2%	-1,3
De 45 a 64 años	23,9%	22,2%	1,7
Más de 65 años	2,2%	3,1%	-1,0
Situación Laboral:			
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	48,9%	49,5%	-0,6
En paro	2,7%	2,0%	0,7
Estudiante	40,7%	39,6%	1,0
Retirado/Jubilado	3,0%	3,6%	-0,6
Labores del hogar	1,9%	2,1%	-0,2
Otras	2,8%	3,2%	-0,3

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